



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

**INDICE:**

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resolución (RESOL-2025-242-APN-SIYC#MEC) .....                                                  | 4  |
| Dictamen (IF-2025- 66205963-APN-CNDC#MEC) .....                                                 | 16 |
| I LA ACLARACIÓN METODOLÓGICA .....                                                              | 16 |
| II LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES .....                                                 | 16 |
| III PROCEDIMIENTO .....                                                                         | 17 |
| III.1. Presentaciones de terceros .....                                                         | 19 |
| III.1.1. TELECENTRO S.A. ....                                                                   | 19 |
| III.1.2. Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina (ACUDA) .....                    | 21 |
| III.1.3. Liliana ZABALA .....                                                                   | 22 |
| IV EVALUACIÓN PRELIMINAR DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA<br>COMPETENCIA .....           | 23 |
| IV.1. Naturaleza de la operación .....                                                          | 23 |
| IV.2. Aspectos generales del sector TIC en Argentina .....                                      | 29 |
| IV.3. Breve reseña histórica de los operadores del sector en Argentina .....                    | 31 |
| IV.4. Consideraciones generales del sector TIC relevantes para el análisis de competencia ..... | 35 |
| IV.5. Definición de los mercados relevantes .....                                               | 35 |
| IV.5.1. Servicios minoristas .....                                                              | 38 |
| IV.5.1.1. Servicio de acceso a internet residencial por banda ancha fija .....                  | 38 |
| IV.5.1.2. Servicio de telefonía fija .....                                                      | 42 |
| IV.5.1.3. Servicio de televisión por suscripción .....                                          | 42 |
| IV.5.1.4. Servicios de telecomunicaciones móviles .....                                         | 45 |

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| IV.5.1.5. Servicios empaquetados N-Play.....                                          | 45  |
| IV.5.1.6. Servicios corporativos.....                                                 | 46  |
| IV.5.2. Servicios mayoristas.....                                                     | 48  |
| IV.5.2.1. Mercado de acceso mayorista a la red de Internet.....                       | 48  |
| IV.5.2.2. Transporte de larga distancia.....                                          | 49  |
| IV.5.2.3. Provisión de enlaces locales (capacidad) .....                              | 50  |
| IV.5.2.4. Infraestructura de acceso de red móvil.....                                 | 50  |
| IV.6. Efectos económicos de la operación.....                                         | 52  |
| IV.6.1. Introducción.....                                                             | 52  |
| IV.6.2. Efectos en los mercados de servicios minoristas.....                          | 54  |
| IV.6.2.1. Efectos horizontales en los servicios de acceso a internet residencial..... | 54  |
| IV.6.2.1.1. CABA.....                                                                 | 55  |
| IV.6.2.1.2. Buenos Aires.....                                                         | 56  |
| IV.6.2.1.3. Mendoza.....                                                              | 61  |
| IV.6.2.1.4. Neuquén.....                                                              | 61  |
| IV.6.2.1.5. Río Negro.....                                                            | 62  |
| IV.6.2.1.6. Otros factores relativos a la competencia de internet residencial.....    | 62  |
| IV.6.2.2. Efectos horizontales en los servicios de telefonía fija.....                | 66  |
| IV.6.2.3. Efectos horizontales en los servicios de televisión por suscripción.....    | 72  |
| IV.6.2.4. Efectos horizontales en los servicios de telecomunicaciones móviles.....    | 80  |
| IV.6.2.4.1. Provisión de servicios de telefonía móvil.....                            | 80  |
| IV.6.2.4.2. Espectro radioeléctrico.....                                              | 84  |
| IV.6.2.5. Efectos de cartera: Múltiple play.....                                      | 89  |
| IV.6.2.6. Efectos horizontales en el mercado de servicios corporativos.....           | 93  |
| IV.6.2.7. Efectos horizontales en los mercados de servicios mayoristas.....           | 96  |
| IV.6.2.7.1. Tránsito IP y transporte de datos.....                                    | 96  |
| IV.6.2.8. Red de acceso de telefonía móvil: co-ubicación y RAN sharing.....           | 104 |
| IV.6.3. Conclusiones sobre los efectos horizontales.....                              | 106 |
| IV.6.4. Efectos verticales.....                                                       | 107 |

|                                                                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| IV.6.4.1. Infraestructura de red, terminación de llamada y servicios de telecomunicaciones móviles.....              | 108 |
| IV.6.4.2. Internet mayorista y transporte de datos - Servicios residenciales y corporativos.....                     | 109 |
| IV.6.5. Barreras a la entrada .....                                                                                  | 111 |
| IV.6.5.1. Servicios de acceso fijo a internet residencial.....                                                       | 111 |
| IV.6.5.2. Telefonía fija.....                                                                                        | 113 |
| IV.6.5.3. Telefonía móvil.....                                                                                       | 113 |
| IV.6.5.4. Paquetes de servicios.....                                                                                 | 114 |
| IV.6.5.5. Mercados de mayoristas o de infraestructura (acceso mayorista a Internet, transporte y acceso local) ..... | 115 |
| IV.7. Conclusiones generales sobre los potenciales efectos de la operación.....                                      | 115 |
| V CONCLUSIONES.....                                                                                                  | 117 |
| Anexo I.....                                                                                                         | 118 |



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
**AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA**

**Resolución**

**Número:**

**Referencia:** EX-2025-22498026- -APN-DR#CNDC

---

VISTO el Expediente N° EX-2025-22498026- -APN-DR#CNDC, y

**CONSIDERANDO:**

Que en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 7° a 17 y 80 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. y sus subsidiarias por parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A.

Que la operación fue implementada a través de la compra de la totalidad de las acciones emitidas por la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A.

Que la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. presta servicios de telefonía móvil y fija, banda ancha fija y video a escala nacional en la REPÚBLICA ARGENTINA, los que opera bajo las marcas Movistar y Tuenti.

Que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. es también una compañía de telecomunicaciones que participa, por cuenta propia y a través de subsidiarias, en los segmentos de negocio de telefonía fija y móvil (con su marca Personal), acceso a internet de alta velocidad y televisión por cable (con la marca Flow).

Que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. es una sociedad abierta que cotiza sus acciones en los mercados de valores de la Ciudad de Buenos Aires y la Ciudad de Nueva York y sus accionistas principales son las firmas

CABLEVISIÓN HOLDING S.A. y FINTECH TELECOM LLC.

Que, el perfeccionamiento de la transacción se produjo el día 24 de febrero de 2025, y su notificación a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se realizó con fecha 5 de marzo de 2025.

Que la citada Comisión Nacional solicitó el día 6 de marzo de 2025 al ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES, organismo descentralizado en el ámbito de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS su intervención en relación a la operación de concentración económica notificada en autos, en virtud de lo estipulado en el Artículo 17 de la Ley N° 27.442, la cual fue cumplida con fecha 18 de marzo de 2025.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuó determinados requerimientos de información y celebró audiencias con distintos actores del sector de las telecomunicaciones.

Que, a los fines del Informe de Objeción, la mencionada Comisión Nacional identificó relaciones horizontales en los siguientes servicios: (a) acceso a internet residencial; (b) telefonía fija; (c) telefonía móvil; (d) TV paga; (e) servicios de telecomunicaciones al sector corporativo; (f) servicios de data center; (g) acceso a la red mayorista de Internet, (h) transporte de datos de larga distancia; (i) arrendamiento de enlaces locales (transporte local); (j) Infraestructura de acceso de red móvil.

Que además la operación presenta distintas relaciones verticales en los siguientes mercados: (i) internet mayorista, transporte de datos urbano (enlaces locales) e interurbano, infraestructura de red y reventa de banda ancha fija (aguas arriba) e internet residencial (aguas abajo); (ii) interconexión /terminación de llamadas e infraestructura de red (aguas arriba) y telefonía fija (aguas abajo); (iii) infraestructura de red y licenciamiento de señales y contenido (aguas arriba) y TV por suscripción (aguas abajo); (iv) internet mayorista (tránsito IP/peering), transporte de datos urbano (enlaces locales) e interurbano/Backhaul, terminación de llamada en red móvil, roaming nacional, compartición activa (Ran sharing) y pasiva (co-ubicación) e interconexión (aguas arriba) y telefonía móvil (aguas abajo), internet mayorista (tránsito IP/peering), transporte de datos local y de larga distancia y compartición de infraestructura (aguas arriba) y servicios corporativos (aguas abajo), servicios corporativos (aguas arriba) y data center (aguas abajo).

Que adicionalmente, existen fuertes efectos de cartera asociados a la fuerte complementariedad que tienen los cuatro servicios minoristas, a saber: telefonía fija, telefonía móvil, TV por suscripción y acceso a internet residencial.

Que estos servicios suelen comercializarse de modo conjunto en un paquete de servicios, que suele denominarse comercialmente como "cuádruple play", mientras que los tres servicios residenciales reciben la denominación "triple play".

Que, por lo expuesto, a los fines del análisis del Informe de Objeción, se identificarán los mercados involucrados más afectados desde el punto de vista de la competencia y se analizarán específicamente y de manera preliminar los efectos económicos de la operación sobre los mismos.

Que las relaciones horizontales y verticales identificadas son las que pudieron constatarse al momento de la elaboración del Informe de Objeción, a partir de la información analizada hasta entonces, de modo que podrían surgir relaciones adicionales durante otras instancias de la investigación.

Que las partes han argumentado que el servicio de internet residencial que se presta a través de tecnología satelital

de órbita terrestre baja (LEO) es un sustituto del servicio que se presta a través de redes fijas con acceso a los hogares.

Que, en la REPÚBLICA ARGENTINA, la única empresa autorizada a dar el servicio es STARLINK ARGENTINA S R L y para poder contar con el servicio, los usuarios deben adquirir un kit y luego realizar una suscripción mensual.

Que, el servicio de la firma STARLINK ARGENTINA S R L en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encontraría inhabilitado para nuevos clientes debido a que su capacidad de ancho de banda llegó al máximo.

Que se advierte que la propia tecnología impone un límite técnico que se manifiesta fuertemente en las zonas urbanas de mayor aglomeración y esta inhabilitación, puede acontecer en otras zonas urbanas del país a medida que la firma STARLINK ARGENTINA S R L cuente con nuevos usuarios.

Que, con relación a una posible sustitución con la banda ancha móvil, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ya ha manifestado en anteriores oportunidades que no constituye un sustituto efectivo de la banda ancha fija, decisión que se mantiene para el análisis del presente caso.

Que, asimismo, la jurisprudencia internacional, al momento, no ha incluido a este servicio como sustituto del servicio de banda ancha fija residencial.

Que, dadas las relaciones identificadas previamente, la operación de concentración notificada presenta efectos horizontales en mercados residenciales, corporativos y mayorista, así como también efectos verticales y de cartera.

Que, con relación a los efectos horizontales en los servicios de acceso a internet residencial, a nivel nacional, las empresas notificantes concentrarán el 45,7% de los accesos a internet residenciales.

Que, dada la definición geográfica de este mercado, y con el objeto de evaluar los efectos de la operación, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA analizó las zonas en las cuales se produce un solapamiento a nivel servicio de acceso a internet residencial de las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A.

Que las jurisdicciones que muestran altas participaciones de mercado a nivel local son la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y las Provincias de BUENOS AIRES, MENDOZA, NEUQUÉN y RÍO NEGRO.

Que, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. sumaría el 7,4% de los accesos residenciales de internet, logrando concentrar el 71,6% del mercado tras la operación.

Que en la Provincia de BUENOS AIRES existen CIENTO CUARENTA Y OCHO (148) localidades con solapamiento, de los cuales 101 tendrían problemas desde el punto de vista de la competencia, considerando que presentarían una participación conjunta superior al 40%.

Que, en el caso de la Provincia de MENDOZA, la operación despertaría problemas desde el punto de vista de la competencia particularmente en zonas aledañas a la capital de la provincia: los partidos de Junín, Las Heras, Maipú y San Martín.

Que, en los partidos de Las Heras y Maipú, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. informó la presencia de competidores como las firmas AMX ARGENTINA S.A. y DIRECTV, pero la presencia en estas jurisdicciones

como puede interpretarse es muy limitada dada la baja penetración de estos operadores, en los hogares.

Que, en el caso de la Provincia de NEUQUÉN, la ciudad capital presentaría una participación conjunta post operación de 87,2% y un HHI post operación que refleja un mercado altamente concentrado.

Que, en dicha ciudad, los competidores tendrían una cuota marginal del mercado local, con poca capacidad de ejercer presión competitiva.

Que, por su parte, en Villa La Angostura, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. también concentraría una parte muy importante del mercado, dado que la participación de mercado pasará de 20,4% a 48,2%, lo que implica una variación IHH superior a 1.000.

Que, en la Provincia de RÍO NEGRO, la Localidad de General Roca presentaría un escenario muy poco competitivo de consolidarse la operación, toda vez que la participación de mercado de la firma TELECOM ARGENTINA S.A. pasaría de 74,6% a 86,6%.

Que la Ciudad de Bariloche también mostraría una concentración significativa tras la operación, dado que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. pasaría de 7,3% a 41,1%, con un IHH superior a 2.500 y una variación IHH cercana a 500 puntos, ambos valores por encima de los estándares que descartan preocupación desde el punto de vista de la competencia.

Que, con relación a los efectos horizontales en los servicios de telefonía fija, dada la trayectoria de cada una de las empresas involucradas en el despliegue de líneas telefónicas a nivel nacional, existe todavía una configuración territorial dividida bastante marcada entre las empresas involucradas.

Que, a grandes rasgos, la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. concentra la mayor parte de las líneas en la región sur, mientras que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. concentra mayormente las líneas en el norte del país.

Que la zona centro del país, conformada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las Provincias de BUENOS AIRES, CÓRDOBA Y SANTA FE tiene la presencia más repartida, participando activamente las firmas TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. y TELECOM ARGENTINA S.A..

Que la empresa compradora pasaría a tener control sobre el 68,5 % de las líneas fijas del país.

Que, en esta etapa preliminar puede concluirse que la operación de concentración económica notificada crea y/o refuerza la posición dominante de la firma TELECOM ARGENTINA S.A. en el mercado de telefonía fija en CIENTO SETENTA (170) localidades, pudiendo restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar en perjuicio del interés económico general.

Que, respecto de los efectos horizontales en los servicios de televisión por suscripción, en una mirada de alcance nacional, si bien la firma TELECOM ARGENTINA S.A. lidera el mercado, la participación de la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. no alcanza el 5% del total.

Que, no obstante, la competencia en el mercado de TV por suscripción se desarrolla a nivel local.

Que, en base a datos del ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES, existen CIENTO SESENTA Y UN (161) localidades con solapamientos horizontales, según los accesos de las firmas TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. y TELECOM ARGENTINA S.A., ubicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las

Provincias de BUENOS AIRES, CHUBUT, MENDOZA, NEUQUÉN, RÍO NEGRO, SAN JUAN, SAN LUIS, SANTA CRUZ Y TIERRA DEL FUEGO ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR.

Que, en su análisis, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA advirtió que en el 66% (107 sobre 161) de las localidades analizadas, tras la operación, se producirían escenarios de baja o nula competencia.

Que la mayoría de estas localidades afectadas (el 96%) pertenecen a la Provincia de BUENOS AIRES, en tanto, y que solo en CINCUENTA Y CUATRO (54) de las CIENTO SESENTA Y UN (161) localidades analizadas no se producirían efectos preocupantes desde el punto de vista de la competencia, ya sea porque la participación conjunta es inferior al 40% o porque la firma TELECOM ARGENTINA S.A. ya contaba por sí sola con una participación elevada en el escenario previo y su posicionamiento no es afectado significativamente por la operación (variación del IHH inferior a 150 puntos).

Que la relación horizontal entre las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. en el mercado de servicios de telefonía móvil comprende dos elementos: por un lado, el solapamiento específico en la provisión del servicio y, por el otro, la acumulación de espectro radioeléctrico como resultado de la operación, que es el insumo indispensable para la provisión de servicios móviles que afecta la posibilidad de expandir la capacidad o construir redes de los operadores existentes y los potenciales entrantes.

Que, respecto de la provisión de servicios de telefonía móvil, y según lo declarado por la firma TELECOM ARGENTINA S.A., las zonas con mayor despliegue y cobertura para la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. se focalizan en la Región III (sur del país) y Región II (AMBA) con mayor presencia de infraestructura en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Sur y el Sur de AMBA.

Que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. por el contrario, ha focalizado el desarrollo y despliegue en la región I (norte del país) y Región II, con mayor desarrollo de infraestructura en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Norte y el Norte de AMBA.

Que más allá del análisis a nivel local, el mercado geográfico relevante para los servicios de telefonía móvil se considera nacional.

Que el total de accesos móviles a nivel nacional es de más de SESENTA Y TRES MILLONES (63.000.000), según datos del tercer trimestre de 2024.

Que en el escenario pre operación, el mercado argentino de telefonía móvil se compone esencialmente de TRES (3) grandes jugadores: las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. junto con AMX ARGENTINA S.A. (CLARO).

Que existe, marginalmente, un único Operador Móvil Virtual (OMV) que opera en la actualidad bajo la marca “IMOWI”, cuya participación actual es inferior al 1%.

Que, como resultado de la operación, se perdería uno de los competidores vigorosos y el mercado quedaría repartido en dos grandes jugadores: la firma TELECOM ARGENTINA S.A. con una participación estimada del 58% y la firma AMX ARGENTINA S.A. con el 42%.

Que se trata de un mercado altamente concentrado, donde la operación produce una variación del IHH de 1646 puntos, que excede ampliamente los umbrales de no preocupación desde el punto de vista de la competencia



según los estándares internacionales y la propia jurisprudencia de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que, en base a la información aportada, de aprobarse la operación, la REPÚBLICA ARGENTINA sería el único país con solo DOS (2) operadores de envergadura dentro del conjunto de países seleccionados de la región, seguido por LA REPUBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY, con TRES (3) operadores, y el resto con 4 LAS REPUBLICAS FEDERATIVA DEL BRASIL, CHILE, MÉXICO, PARAGUAY y PERÚ), o SEIS (6), en el caso de COLOMBIA.

Que, en la actualidad, solo los TRES (3) grandes operadores móviles que operan a nivel nacional tienen la capacidad de ofrecer servicios convergentes cuádruple play.

Que, en ese escenario, el refuerzo del poder de mercado que podría adquirir la firma TELECOM ARGENTINA S.A. ex post en el mercado de telefonía móvil podría afectar la oferta de servicios convergentes y reducir la posibilidad de ser desafiado por competidores actuales o potenciales, en diferentes escalas a nivel sub nacional.

Que, a nivel provincial, pueden identificarse ciertas jurisdicciones donde la cuota de mercado conjunta de las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. es superior al promedio nacional, alcanzando el 70% o más en ciertos casos.

Que conforme a la Resolución N° 171 de fecha 30 de enero de 2017 del ex MINISTERIO DE COMUNICACIONES, el límite máximo de acumulación de espectro radioeléctrico (CAP) para los Servicios de Comunicaciones Móviles fue fijado en 140 MHz. para cada prestador en cada localidad y/o área de explotación específica.

Que en la absorción de la firma CABLEVISIÓN S.A. por parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A. (CONC. 1507), se estableció que la empresa absorbente ya alcanzaba en forma previa los 140 MHz. en todas las áreas donde tenía espectro; con la incorporación del espectro asignado a “NEXTEL” —marca de CABLEVISIÓN— superaría, entonces, el máximo permitido para Servicios de Comunicaciones Móviles.

Que mediante la Resolución N° 5.644 de fecha 21 de diciembre de 2017 del ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES se estableció a TELECOM ARGENTINA S.A. la obligación de devolver en el plazo de dos años el espectro excedente que, según el área geográfica, alcanzaba hasta los 80 Mhz.

Que, en la actualidad, como punto de partida, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. tenía asignados 100 Mhz. de espectro para Servicios de Comunicaciones Móviles en todo el país (50 Mhz. por licitaciones a nivel nacional y 50 Mhz. asignados por región, en cada una de las 3 regiones).

Que, además, considerando las licitaciones obtenidas a nivel de localidad o CI, en ciertas localidades la firma TELECOM ARGENTINA S.A. acumulaba 20 o 40 Mhz. adicionales, dependiendo del caso.

Que, en síntesis, en el escenario pre transacción, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. ya alcanzaba por sí mismo el límite de 140 Mhz. en determinadas localidades, mientras en otras localidades acumulaba 100 Mhz.

Que, por su parte, TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. tiene asignados 90 Mhz. de espectro para Servicios de Comunicaciones Móviles en todo el país (40 Mhz. en asignaciones a nivel nacional y 50 Mhz. asignados por región, en cada una de las 3 regiones), a lo que se agregan, en ciertas localidades, 40 Mhz. adicionales (licitaciones de la banda 7).

Que, en este caso, según la localidad, TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. acumula por sí misma entre 90 y 130 Mhz.

Que, se advierte, a priori, que la acumulación de espectro originada en la concentración de las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. excedería, en todos los casos, el límite regulatorio establecido de 140 Mhz.

Que en los casos de menor impacto —es decir, en aquellos Códigos INDEC donde ni las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. ni TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. tienen adjudicaciones a nivel local— el exceso sería de 50 Mhz.

Que, en tanto, en los Códigos INDEC donde tanto TELECOM ARGENTINA S.A. como TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. tenían asignado también espectro a nivel local, el exceso post transacción alcanza hasta los 130 Mhz.

Que finalmente cabe mencionar las asignaciones más recientes de bandas de espectro correspondientes a los Servicios de Telecomunicaciones Fiables e Inteligentes (STeFI), para el despliegue de tecnologías 5G, llevadas adelante a nivel nacional en las subastas de 2022 y 2023.

Que originalmente la Resolución N° 1.285 de fecha 28 de agosto de 2023 del ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES fijó el límite máximo de acumulación de espectro radioeléctrico (CAP) para STeFI en 200 MHz por cada Licenciatario para cada Área de Explotación.

Que este límite fue modificado recientemente, mediante Resolución N° 611 de fecha 21 de abril de 2025 del ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES, que lo redujo a 150 Mhz.

Que previo a la operación notificada, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. tenía asignados 100 Mhz, de espectro para STeFI a nivel nacional, en tanto la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. alcanzaba los 50 Mhz.

Que, en virtud de ello, aún con el límite actualizado, no se observa un excedente de acumulación en este caso.

Que, sin embargo, resulta pertinente advertir que la entidad concentrada la firma TELECOM-TELEFÓNICA tendría en estas condiciones el máximo permitido por la regulación vigente.

Que con relación a los efectos de cartera en múltiple play, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. será el único operador con la capacidad y el incentivo de realizar ofertas “cuádruple play” a nivel nacional, considerando que el servicio de telefonía móvil es nacional, y los servicios de acceso fijo son locales, pudiendo trasladar su poder de mercado en un servicio a otro donde compite con otras empresas, para desplazar en el mediano y largo plazo a sus competidores.

Que, con relación a los efectos horizontales en el mercado de servicios corporativos, la definición propuesta por la firma TELECOM ARGENTINA S.A., difiere a lo definido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en casos anteriores, y también a las adoptadas por la Comisión Europea de Competencia en sus últimas decisiones por ejemplo, M.10663 – Orange/VOO/Brutélé de 2023, M.10070 – Eurofiber/Proximus/JV de 2021, M.10087 – Proximus/Nexus Infrastructure/JV de 2021 y M.8864 – Vodafone/Certain Liberty Global Assets de 2019; e incluye servicios que las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. no ofrecen o bien contarían con una posición marginal.

Que en función de la información a la que tuvo acceso hasta el momento, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entendió que la operación de concentración económica bajo análisis reviste especial preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones.

Que, respecto de los efectos horizontales en los mercados de servicios mayoristas, la operación de concentración genera preocupación desde el punto de vista de la competencia en los mercados de acceso a internet mayorista (tránsito IP) y transporte de datos.

Que la operación de concentración genera preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de infraestructura de red de acceso para la prestación de servicios de telecomunicaciones móviles.

Que, la operación de concentración tendría efectos horizontales significativos en nuestro país, en los mercados minoristas residenciales de telefonía fija, telefonía móvil, internet por banda ancha, televisión paga y servicios corporativos y en los mercados de servicios mayoristas (tránsito IP, transporte de datos y red de acceso de telefonía móvil).

Que, asimismo, se verifican distintos efectos verticales que tienen lugar en mercados en los cuales una o ambas empresas operan alternativamente como oferentes y como demandantes.

Que, de consolidarse la operación, en ciertas jurisdicciones, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. incrementaría sustancialmente su poder de dominio.

Que las áreas más afectadas considerando los distintos mercados residenciales con efectos horizontales locales (internet, telefonía fija y TV) serían C.A.B.A. y las provincias de BUENOS AIRES, MENDOZA, NEUQUÉN Y RÍO NEGRO, y SAN JUAN en el caso de TV paga.

Que, en el mercado de telefonía móvil nacional, se eliminaría uno de los principales competidores vigorosos y el mercado quedaría altamente concentrado, repartido en solo dos grandes jugadores: TELECOM ARGENTINA S.A. con una participación estimada del 58% y la firma AMX ARGENTINA S.A. con el 42%.

Que, asimismo, se advierte que la acumulación de espectro originada en la presente operación de concentración excedería, en todos los casos, el límite regulatorio establecido por el ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES de 140 Mhz.

Que, de acuerdo al análisis realizado, en algunos casos a nivel local el exceso alcanza hasta los 130 Mhz. y esta situación generaría serias preocupaciones desde el punto de vista de la competencia, dada la importancia que tiene el espectro como recurso indispensable para la prestación de servicios Comunicaciones Móviles SCM.

Que, en el caso de los servicios de telecomunicaciones al sector corporativo, a pesar de la complejidad para estimar el impacto de la operación, bajo cualquiera de los escenarios y fuentes consideradas por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, los efectos económicos de consolidarse la operación serían preocupantes, dado que la participación conjunta de la empresa fusionada es al menos superior al 50%.

Que la teoría del daño bajo la que se desarrolló el análisis supone que la operación genera fuertes efectos unilaterales que aumentan la probabilidad de que la empresa fusionada incremente los precios de los servicios a sus clientes y/o degrade la calidad de los mismos, como consecuencia de un mayor poder de mercado y de negociación obtenido por la entidad resultante a partir de la operación, afectando al interés económico general.

Que el mismo modo, se advierte que la operación aumentaría la capacidad y los incentivos para que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. realice oferta de servicios empaquetados como estrategia para desplazar a los competidores de cada uno de los servicios individuales.

Que el mayor poder de mercado derivado de la concentración hace que estas ofertas comerciales aumenten su carácter de “irreplacable”, lo que genera ventajas competitivas por sobre las ofertas comerciales individuales que puedan encarar los competidores.

Que esta asimetría entre operadores hace que las estrategias comerciales no puedan ser rivalizadas lo que no solo limita su crecimiento, sino que también determina su sostenibilidad y permanencia en el mercado.

Que los efectos horizontales en los mercados mayoristas analizados dan muestra que, de efectivizarse la operación de concentración, es esperable que tenga efectos negativos sobre el punto de equilibrio del intercambio de tramos de redes entre operadores, y que el nuevo punto de equilibrio se traslade a uno donde el operador de red con más extensión, es decir la firma TELECOM ARGENTINA S.A., tenga más poder de negociación.

Que las consecuencias para el operador restante, con el cual mantiene una relación de proveedor, competidor y cliente, por la propia naturaleza del sector TIC, podrían redundar en un aumento en el precio de los costos de red y, por ende, en el precio de los servicios de telecomunicaciones móviles e incluso en la pérdida de calidad del servicio.

Que finalmente, otro efecto perjudicial para la competencia podría ser la eliminación de oferta de cobertura de red de acceso de servicios móviles en algunas localidades.

Que se advierten, junto con los efectos horizontales y de cartera ya mencionados, efectos verticales con perjuicios a la competencia que, de consolidarse la operación, podrían provenir, en primer lugar, de la negativa del acceso a la infraestructura de red por parte de las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. a sus competidores en los mercados aguas abajo.

Que, en segundo lugar, del aumento del precio del acceso a su infraestructura, lo que incidirá en el costo de sus competidores en los mercados vinculados aguas abajo al reducir sus márgenes, y obstaculizar su permanencia en el mercado.

Que, en tercer lugar, una vez efectivizada la operación, la firma TELECOM ARGENTINA S.A. podría tener incentivos a degradar la calidad del servicio prestado a sus competidores con el objetivo de perjudicar su desempeño competitivo en los mercados aguas abajo.

Que los efectos verticales entre la infraestructura de red, la terminación de llamadas y los servicios de telecomunicaciones móviles y entre el mercado de acceso a Internet mayorista y transporte de datos y los servicios residenciales y corporativos agudizan la preocupación despertada tras el análisis preliminar de los efectos horizontales en los mercados aguas arriba y aguas abajo.

Que es importante volver a destacar que los efectos de cartera de los servicios NPlay descriptos potencian aún más la preocupación por el efecto vertical analizado.

Que, por último, a priori no hay elementos que permitan descartar que la compradora no pueda abusar de la posición dominante derivada de la operación, toda vez que la estructura del mercado resultante y los competidores no tendrían la capacidad de impedir o limitar la estrategia potencialmente abusiva de la adquirente.

Que, asimismo, las barreras técnicas, regulatorias y comerciales, que aumentan producto de la operación, tampoco permiten el ingreso probable y significativo de nuevos operadores que contrarresten las potenciales prácticas abusivas.

Que, por ende, siguiendo con lo concluido previamente, la adquisición de la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. por parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A. aumenta la probabilidad de que la compradora abuse de la posición dominante resultante en los mercados analizados, restringiendo la oferta de servicios mediante el incremento unilateral de precios, el deterioro de la calidad, y/o mediante prácticas exclusorias.

Que todos estos elementos constituyen fenómenos a considerar a la hora de analizar la dinámica competitiva en la medida en que pueden elevar barreras a la entrada y determinar la permanencia de los jugadores actuales.

Que el análisis efectuado en este informe permite concluir en esta etapa preliminar que la operación de concentración económica notificada tiene la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, en relación con varios mercados del sector de las telecomunicaciones, tanto por los efectos horizontales y verticales detallados como así también por los efectos de conglomerado o cartera.

Que, en consecuencia, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, emitió el dictamen de fecha 19 de junio de 2025, correspondiente a la “CONC. 2025”, aconsejando al señor Secretario de Industria y Comercio: (a) Comunicar a las partes de la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo sobre la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. por parte de TELECOM ARGENTINA S.A. el presente informe de objeción en los términos del Artículo 14 de la Ley N° 27.442 ; (b) Otorgar un plazo de QUINCE (15) días para que la empresa TELECOM ARGENTINA S.A. efectúe las consideraciones que crea oportunas u ofrezca soluciones que puedan mitigar los potenciales efectos sobre la competencia que surgen del presente informe de objeción; (c) Convocar a una audiencia especial que será fijada mediante providencia simple por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, conforme lo dispone el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 y el punto 12 del Anexo al Artículo 1° de la Resolución N° 359 de fecha 19 de junio de 2018 de la ex SECRETARÍA DE COMERCIO del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, para considerar las medidas que las partes ofrezcan para mitigar el posible efecto negativo sobre la competencia que surge de las objeciones aquí señaladas; (d) Comunicar que -una vez que sean respondidas la totalidad de las observaciones efectuadas al Formulario F-1 y presentado y debidamente aprobado el Formulario F2- continuará suspendido el plazo establecido en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442, hasta tanto la notificante efectúe las consideraciones que crea oportunas u ofrezca soluciones que puedan mitigar los potenciales efectos sobre la competencia que surgen del presente Informe de Objeción, o en su defecto venza el plazo otorgado para ello, y se celebre la audiencia a la que hace referencia el apartado c); e) Publicar el presente Informe de Objeción en la página web de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA conforme el Artículo 14 de la citada Ley y su Decreto Reglamentario N° 480/18.

Que ha tomado intervención el servicio jurídico competente.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en la Ley N° 27.442, y en los Decretos Nros. 480/18 y 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios.

Por ello,

## EL SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

### RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Comuníquese a la parte notificante de la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo sobre la firma TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. por parte de la firma TELECOM ARGENTINA S.A., el Dictamen Técnico de fecha 19 de junio de 2025, emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, considerado como el informe de objeción en los términos del Artículo 14 de la Ley N° 27.442, que como Anexo (IF-2025-66205963-APN-CNDC#MEC) y su Anexo I (IF-2025-66171145-APN-CNDC#MEC), forman parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 2°.- Otórgase un plazo de QUINCE (15) días para que la firma TELECOM ARGENTINA S.A. efectúe las consideraciones que crea oportunas y/u ofrezca soluciones que puedan mitigar los efectos sobre la competencia que surgen del presente informe de objeción.

ARTÍCULO 3°.- Convócase a una audiencia especial que será fijada mediante providencia simple de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, conforme lo dispone el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 y el punto 12 del Anexo al Artículo 1° de la Resolución N° 359 de fecha 19 de junio de 2018 de la ex SECRETARÍA DE COMERCIO del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, para considerar las medidas que las partes ofrezcan para mitigar el posible efecto negativo sobre la competencia que surge del Informe de Objeción referido en el Artículo 1° de la presente medida.

ARTÍCULO 4°.- Hágase saber que continuará suspendido el plazo establecido en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442, hasta tanto sean respondidas la totalidad de las observaciones efectuadas al Formulario F0 y F1, presentado y debidamente aprobado el Formulario F2-, así como hasta que la notificante efectúe las consideraciones que crea oportunas u ofrezca soluciones que puedan mitigar los potenciales efectos sobre la competencia que surgen del Informe de Objeción, o en su defecto venza el plazo otorgado para ello, y se celebre la audiencia a la que hace referencia el Artículo 3° de la presente resolución.

ARTÍCULO 5°.- Publíquese el Dictamen Informe de Objeción consignado en el Artículo 1° de la presente medida, que como Anexo (IF-2025-66205963-APN-CNDC#MEC) y su Anexo I (IF-2025-66171145-APN-CNDC#MEC), en la página web de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA conforme el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 y su Decreto Reglamentario N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018.

ARTÍCULO 6°.- Notifíquese a las firmas TELECOM ARGENTINA S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A la presente medida.

ARTÍCULO 7°.- Comuníquese al ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES, a la COMISIÓN NACIONAL DE VALORES y a la INSPECCIÓN GENERAL DE JUSTICIA de la presente resolución.

ARTÍCULO 8°.- Comuníquese y archívese.





## **AL SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO:**

Elevamos para su consideración el presente dictamen, referido al Informe de Objeción del expediente EX-2025-22498026- -APN-DR#CNDC, caratulado: “*TELECOM ARGENTINA S.A. S/NOTIFICACIÓN ART 9 LEY N.º 27.442*”, correspondiente a la operación de concentración económica en trámite ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (CNDC), en virtud de lo establecido en el artículo 14 de la Ley 27.442.

### **I ACLARACIÓN METODOLÓGICA**

1. Este dictamen se realiza en cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 14 de la Ley 27.442.
2. El presente informe en ningún caso podrá ser considerado pre-juzgamiento o juicio de valor respecto de los actuados, sino un análisis preliminar que se efectúa con los elementos reunidos en esta primera etapa de la investigación, que de ninguna manera constituye la decisión definitiva sobre el asunto sometido a consideración.
3. Esta CNDC se reserva la facultad de ampliar el presente análisis preliminar de los efectos de la operación sobre la competencia durante el transcurso del procedimiento, en función de nuevos elementos que pudieran surgir a partir de las presentaciones de la parte notificante, o de la instrucción complementaria del expediente.

### **II LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES**

4. La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. y sus subsidiarias (“TELEFÓNICA”) por parte de TELECOM ARGENTINA S.A. (“TELECOM”).
5. La operación fue implementada a través de la compra de la totalidad de las acciones emitidas por TELEFÓNICA parte de TELECOM.
6. TELEFÓNICA presta servicios de telefonía móvil y fija, banda ancha fija y video a escala nacional en Argentina, los que opera bajo las marcas *Movistar* y *Tuenti*.
7. TELECOM es también una compañía de telecomunicaciones que participa, por cuenta propia y a través de subsidiarias, en los segmentos de negocio de telefonía fija y móvil (con su marca *Personal*), acceso a internet de alta velocidad y televisión por cable (con la marca *Fílon*).
8. TELECOM es una sociedad abierta que cotiza sus acciones en los mercados de valores de Buenos Aires y Nueva York. Los accionistas principales de TELECOM son CABLEVISIÓN HOLDING S.A.<sup>1</sup> (“CVH”) y FINTECH TELECOM LLC (“FINTECH”).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Los datos definitivos sobre la composición del elenco accionario de TELECOM se encuentran en revisión. En su presentación inicial, TELECOM indica que sus accionistas principales CVH y FINTECH, con el 28,16% y 20,83% de las acciones, respectivamente. Sin embargo, la información disponible en <https://www.cablevisionholding.com/Quienes-Somos/CVH> consigna que la participación accionaria de CVH en TELECOM asciende a 39,08%. Cabe añadir que en el mismo sitio web se consigna que los controlantes finales de CVH son la Familia NOBLE HERRERA, Héctor H. MAGNETTO, José Antonio ARANDA y Lucio Rafael PAGLIARO (<https://www.cablevisionholding.com/Quienes-Somos/Accionistas>).

<sup>2</sup> El controlante de FINTECH TELECOM LLC es David MARTÍNEZ, un ciudadano mexicano.



9. El perfeccionamiento de la transacción se produjo el 24 de febrero de 2025, y su notificación a esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (CNDC) se realizó el 5 de marzo de 2025.

### **III PROCEDIMIENTO**

10. El 13 de marzo de 2025, en ejercicio de las facultades previstas en el artículo 31 inciso f) de la Ley 27.442 y en el artículo 10° del Reglamento aprobado por Resolución 905/2023 del ex Secretario de Comercio y de lo dispuesto en la Resolución 359/2018 de la ex Secretaría de Comercio, mediante providencia PV-2025-25975457-APN-DNCE#CNDC se citó a audiencia testimonial para que concurra personal idóneo de: AMX ARGENTINA S.A. para el día 26 de marzo de 2025, Cámara Argentina de Internet – CABASE para el día 28 de marzo, a EMPRESA ARGENTINA DE SOLUCIONES SATELITALES S.A. (ARSAT) para el día 31 de marzo de 2025 y TELECENTRO S.A. para el día 4 de abril de 2025. Todas las audiencias se fijaron para las 10:30 hs.
11. EL 26 de marzo de 2025 se llevó a cabo la audiencia testimonial de AMX ARGENTINA S.A., con la participación de los letrados de TELECOM, conforme surge del acta IF-2025-32357752-APN-CNDC#MEC, vinculada en el orden 91. En el marco de dicha audiencia, y ante algunas preguntas, AMX ARGENTINA S.A. se comprometió a acompañar la información que le fuera solicitada en el plazo de diez días hábiles (la que fue presentada el 10 de abril de 2025).
12. El 28 de marzo de 2025 tuvo lugar la audiencia convocada a CABASE, en la que también participaron los letrados de TELECOM, como surge del acta IF-2025-32562365-APN-CNDC#MEC vinculada en el orden 100 de las actuaciones.
13. El 31 de marzo de 2025 se celebró la audiencia a la que asistió ARSAT y los letrados de TELECOM, de acuerdo con lo consignado en el acta IF-2025-33414802-APN-DR#CNDC, obrante en el orden 104 de estas actuaciones.
14. El 4 de abril de 2025 se llevó a cabo la audiencia con TELECENTRO S.A., con la asistencia de los letrados de TELECOM, tal como surge del acta IF-2025-35198445-APN-DR#CNDC, vinculada en el orden 135 de estas actuaciones. En el transcurso de la audiencia, el representante de TELECENTRO S.A. se comprometió a aportar la información correspondiente a algunas preguntas en el plazo de diez (10) días.
15. Por otra parte, el 18 de marzo de 2025, mediante providencia PV-2025-28111228-APN-DNCE#CNDC, esta CNDC le comunicó a la parte notificante las observaciones formuladas respecto del Formulario F-0 + F-1 presentado. Asimismo, le hizo saber que, conforme a lo establecido en el artículo 5° inciso b) de la Resolución N.° 905/2023 del ex Secretario de Comercio Interior (B.O. 18/05/2023), el plazo previsto en el Artículo 14 de la Ley N.° 27.442 no comenzaría a correr hasta tanto se acompañara la documentación solicitada en el punto 5 de la providencia mencionada y el mismo quedaría automáticamente suspendido hasta tanto las partes suministren —en forma íntegra y correcta— toda la información, antecedentes y documentación que les fuera solicitada y hasta la última presentación que las partes notificantes realicen y que anteceda a la emisión del dictamen no vinculante contemplado en el artículo 3°, inc. (a) de la Resolución SC N.° 359/2018.
16. El ENACOM, por su parte, el 18 de marzo de 2025 tomó intervención conforme lo solicitado y respondió la solicitud de información mediante Notas NO-2025-28268642-APN-ENACOM#JGM y NO-2025-28268667-APN-ENACOM#JGM,. Posteriormente, mediante Nota NO-2025-32602203-APN-ENACOM#JGM del 28 de marzo de 2025, remitió las versiones públicas de los informes reservados remitidos.

17. El 28 de abril de 2025, esta CNDC, en mérito de las facultades emergentes del artículo 31 inciso f) de la Ley 27.442, del inciso 5) del Anexo 1 de la Resolución N° 359/2018 y del artículo 10 del Anexo I de la Resolución 905/2023, requirió a COLSECOR COOP. LTDA., DIRECTV ARGENTINA S.A. y NSS S.A. (IPLAN) para que aportaran información en el plazo de DIEZ (10) días. IPLAN dio respuesta el 15 de mayo de 2025<sup>3</sup>; COLSECOR dio respuesta a lo solicitado el 19 de mayo de 2025<sup>4</sup> y amplió su respuesta a requerimiento de esta CNDC el 3 de junio de 2025; mientras que DIRECTV -luego de que se le otorgara una prórroga de 10 días<sup>5</sup>- contestó el 12 de junio de 2025.
18. El 5 de mayo de 2025 TELECOM realizó una presentación en respuesta a las observaciones oportunamente formuladas por esta CNDC, la cual resultó incompleta: Posteriormente, fue completada y presentada el 22 de mayo de 2025.
19. Sin perjuicio de ello, el 15 de mayo de 2025, esta CNDC, mediante providencia PV-2025-51510765-APN-DNCE#CNDC formuló nuevas observaciones en función de la información y documentación presentada., requiriendo a su vez a la parte notificante la presentación del Formulario F-2,. Asimismo, se hizo saber que el plazo previsto en el artículo 14° de la Ley 27.442 no comenzaría a correr hasta no diera total cumplimiento a lo solicitado en la providencia PV-2025-28111228-APN-DNCE#CNDC y PV-2025-51510765-APN-DNCE#CNDC y el mismo quedaría automáticamente suspendido hasta tanto las partes suministren —en forma íntegra y correcta— toda la información, antecedentes y documentación que les fuera solicitada en este proveído y hasta la última presentación que las partes notificantes realicen y que anteceda a la emisión del dictamen no vinculante contemplado en el artículo 3°, inc. (a) de la Resolución SC N.º 359/2018.
20. Mediante providencias PV-2025-45474213-APN-DNCE#CNDC y PV-2025-45474694-APN-DNCE#CNDC, se requirió información a TELECENTRO S.A. y AMX ARGENTINA S.A. El 29 de mayo de 2025, AMX ARGENTINA S.A. acompañó la información requerida solicitando se le concediera el carácter de confidencial y acompañando a tal fin los respectivos resúmenes no confidenciales<sup>6</sup>.. Por su parte TELECENTRO presentó su respuesta el 30 de mayo de 2025, solicitando también tratamiento confidencial y acompañando el respectivo resumen no confidencial el 17 de junio de 2025.
21. Adicionalmente, en virtud de las facultades previamente reseñadas, esta CNDC, mediante providencia PV-2025-55985225-APN-DNCE#CNDC del 26 de mayo de 2025, convocó a audiencia testimonial para que concurriera personal idóneo de la CÁMARA DE COOPERATIVAS DE TELECOMUNICACIONES (CATEL), prevista para el 12 de junio de 2025 (reprogramada para el día 2 de julio<sup>7</sup>), THE WALT DISNEY COMPANY ARGENTINA S.A. para el 13 de junio de 2025 (reprogramada para el 4 de julio<sup>8</sup>) y DISCOVERY NETWORKS LATIN AMERICA para el 18 de junio de 2025 (reprogramada para el 26 de junio de 2025<sup>9</sup>), todas ellas fueron fijadas para las 10:30 hs.

---

<sup>3</sup> Presentación vinculada en el orden 264/265.

<sup>4</sup> Presentación vinculada en el orden 269.

<sup>5</sup> Se otorgó mediante providencia PV-2025-54145456-APN-DNCE#CNDC del 21 de mayo de 2025.

<sup>6</sup> En su presentación del 12 de junio de 2025.

<sup>7</sup> Mediante providencia PV-2025-62739254-APN-DNCE#CNDC del 10 de junio de 2025, se fijó nueva fecha de audiencia, en virtud lo solicitado por CATEL.

<sup>8</sup> Mediante providencia PV-2025-62739254-APN-DNCE#CNDC del 10 de junio de 2025, se fijó nueva fecha de audiencia, en virtud lo solicitado por DISNEY.

<sup>9</sup> Mediante providencia PV-2025-65334878-APN-DNCE#CNDC del 17 de junio de 2025 se fijó nueva fecha de audiencia, en virtud de lo solicitado por IMAGEN SATELITAL S.A. (Grupo WARNER BROS. DISCOVERY).

22. Asimismo, esta CNDC, en mérito de las facultades precedentemente señaladas, el 2 de junio de 2025 requirió a SION S.A., CIRION TECHNOLOGIES ARGENTINA S.A. y SILICA NETWORKS ARGENTINA S.A. que aportaran determinada información en el plazo t de diez (10) días hábiles.
23. Mediante providencia PV-2025-61457749-APN-DNCE#CNDC del 6 de junio de 2025, esta CNDC formuló un requerimiento de información al ENACOM, que fue respondido el 11 de junio de 2025 mediante Nota NO-2025-63306835-APN-ENACOM#JGM.

### **III.1. Presentaciones de terceros**

#### **III.1.1. TELECENTRO S.A.**

24. El 4 de abril de 2025 se tuvo por ingresada la presentación realizada por TELECENTRO S.A. (“TELECENTRO”)<sup>10</sup> en el marco de estas actuaciones.
25. En dicha presentación, TELECENTRO: (i) solicitó ser tenido como parte en el proceso administrativo en el que tramita la operación de concentración económica citada en el visto, (ii) denunció la concentración entre TELECOM y TELEFÓNICA como prohibida por los artículos 1º y 9º de la Ley 27.442, (iii) petitionó se deniegue la autorización solicitada, (iv) solicitó la promoción de acciones judiciales, tanto cautelares como ordinarias, a fin de evitar la consolidación de la concentración impugnada y los daños derivados para el mercado de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) en el que operan las partes, (v) hizo reserva del caso federal y (vi) requirió se autorice a ciertas personas a tomar vista de las actuaciones.
26. En su presentación, TELECENTRO manifestó que es licenciatario de servicios TIC con registros autorizados para la prestación de los servicios de comunicaciones personales, radiocomunicaciones móviles celular y telefonía móvil, comunicaciones móviles avanzadas, operador móvil virtual, transmisión de datos, telefonía local, telefonía de larga distancia internacional y telefónica de larga distancia nacional, telefonía pública, radiodifusión por suscripción por vínculo físico. Asimismo, refiere que es participante en algunos de los mercados en los que participan las partes de la concentración analizada.
  1. En primer lugar, señalo que la operación de concentración tiene efectos relevantes en los mercados de telefonía fija, telefonía móvil, internet por banda ancha y televisión paga, y que tanto TELEFÓNICA como TELECOM operan en los mismos con mayor o menor cuota de mercado.
  2. Señaló que las implicancias de la concentración sobre la competencia en el mercado TICs en la República Argentina serían catastróficos y que, considerando la posición dominante sobre las cuatro verticales en las que operan TELECOM y TELEFÓNICA, la concentración tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia de modo que resulte un perjuicio para el interés general.

---

<sup>10</sup> TELECENTRO S.A. hizo una presentación a través del correo electrónico el 17 de marzo de 2025, que no constituye un medio válido para realizar presentaciones ante esta CNDC. Asimismo, la Dirección de Registro de esta CNDC mediante IF-2025-27622987-APN-DR#CNDC remitió una presentación, que conforme lo informado por dicha repartición mediante providencia PV-2025-27625760-APN-DR#CNDC se inició por error como una denuncia por una presunta conducta anticompetitiva y que fuera realizada por el Dr. Guillermo Cabanellas, pero sin acreditar debidamente la personería. Finalmente, 4 de abril de 2025 el apoderado de TELECENTRO realizó una presentación ciudadana cumpliendo con los requerimientos formales.

3. Con relación al mercado de telefonía móvil, afirmó que: *“en un mercado tan exclusivo como es el de telefonía móvil, concentrado entre tres actores (ahora dos), y con barreras propias que su ingreso implica, Telecom no se ha mostrado abierto al ingreso de nuevos jugadores, cuanto menos estaría dispuesto ahora luego de la consolidación de la concentración impugnada”*.
4. A modo de ejemplo, expuso que TELECENTRO ha participado de manera activa en diversos procesos licitatorios vinculados a la adjudicación de espectro radioeléctrico. No obstante, la compañía no ha resultado adjudicataria del espectro radioeléctrico que le habilite a operar como prestadora de servicios de comunicaciones móviles, bajo el argumento de que para resultar adjudicataria tenía que haber estado a esa fecha prestando efectivamente servicios móviles.
5. En relación con lo anterior, manifestó que ante la reiterada negativa en la adjudicación de espectro, TELECENTRO inició el procedimiento administrativo correspondiente para obtener la autorización como Operador Móvil Virtual (*“OMV”*). No obstante, argumentó que, por la imposibilidad de arribar a un acuerdo comercial y técnico con ninguno de los Operadores Móviles de Red (*“OMR”*), solicitó en el año 2017, la intervención del ENACOM a los fines de que procesa a fijar los términos y condiciones del acceso y/o interconexión a la red de los OMRs, expediente que – según afirma - no fue resuelto en tiempo y forma por el ente regulador. En esas condiciones, a fines del año 2022, se ingresaron ante el ente regulador nuevos pedidos de accesos a las redes de los OMRs y se instó a que se fijen los precios de referencias.
6. Adujo que la participación de mercado de 61% adquirida por TELECOM en relación con la telefonía móvil con motivo de la concentración analizada implica un desvío de los límites máximos para cada operador, determinado por el regulador del mercado de las TICs, en más de un 49%.
7. En segundo lugar, TELECENTRO indicó que, en caso de aprobarse la adquisición de TELEFÓNICA por parte de TELECOM, la concentración económica en el sector de telecomunicaciones móviles en Argentina alcanzará niveles que no tienen parangón con otros países a nivel global. En palabras de la empresa: *“(…) con la adquisición de TELEFÓNICA por parte de TELECOM, Argentina contará con dos operadores móviles de red (MNO, por sus siglas en inglés)”*.
8. Posteriormente, TELECENTRO detalló que países que actualmente se encuentran en una situación similar a la de Argentina, con dos o menos operadores en el mercado móvil. Mencionó los casos de Cuba y a Turkmenistán, donde existe un solo operador (monopolios) y de Etiopía, Corea del Norte, Líbano, Haití, Honduras y Panamá con mercados con dos operadores (duopolios).
9. Para TELECENTRO *“es evidente que en caso de aprobarse la concentración impugnada, la concentración en el mercado de TICs alcanzará niveles preocupantes, particularmente en el ámbito de telefonía móvil. La presencia de solo dos operadores móviles con infraestructura propia en un mercado tan grande en términos poblaciones, económicos, de extensión territorial genera una situación potencialmente anticompetitivamente que podría perjudicar a los consumidores, limitando la competencia, reduciendo la calidad del servicio y potencialmente elevando los precios de los servicios”*.
10. Esta empresa opinó que con un duopolio existe el riesgo de acuerdos tácitos o falta de incentivos fuertes para bajar precios e innovar. *“Con menos rivales, los incentivos para lanzar nuevas tecnologías o servicios diferenciados podrían disminuir. Se corre el riesgo de menos variedad en ofertas y menor urgencia para mejorar la red o la atención al cliente. También aumenta significativamente el riesgo de ser lentas en mejorar la cobertura, especialmente en zonas rurales poco rentables”*.
11. Por último, manifestó que la concentración analizada implica una violación a las diferentes normativas aplicables tanto en términos de competencia del mercado general, como de

competencia del mercado específico de los servicios TIC, incluido particularmente pero no limitado al mercado de servicios de telefonía e internet móvil a nivel nacional.

### **III.1.2. Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina (ACUDA)**

12. El presidente de la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Argentina (“ACUDA”) el 28 de marzo de 2025 efectuó una presentación en estos actuados.
13. En su presentación, el presidente de ACUDA manifestó que, como consecuencia de la operación TELECOM pasaría a ser un actor dominante de la industria de telecomunicaciones del país, lo que generaría una afectación a los derechos de los usuarios y consumidores del mercado TIC y al interés general.
14. Agregó que la integración de las empresas generaría una estructura de mercado altamente concentrada, otorgándole una posición de dominio que restringiría la competencia, y que ello se traduciría en la eliminación de competidores, la concentración indebida del espectro radioeléctrico y en una reducción sustancial de las alternativas disponibles para los consumidores.
15. Expuso que tales efectos no están solo prohibidos por la Ley 27.442 de Defensa de la Competencia sino que vulneraría derechos consagrados en la Constitución Nacional y en la Ley de Defensa del Consumidor, tales como: (i) el derecho a la libre elección de bienes y servicios, (ii) el acceso equitativo y no discriminatorio al mercado, (iii) el derecho a la igualdad de trato, (iv) la protección contra abusos de posición dominante y (v) la garantía de una competencia sana y legal, entre otros principios esenciales.
16. Asimismo, refirió que el artículo 42 de la Constitución Nacional impone al Estado el deber de prevenir y sancionar toda distorsión del mercado y garantizar el cumplimiento estricto de la normativa regulatoria vigente.
17. Destacó que la concreción de la transacción modificaría sustancialmente la configuración del mercado de telecomunicaciones en la Argentina, generando un actor monopólico con una posición dominante en la mayor parte de la Argentina.
18. Además, manifestó que la operación violaría el ordenamiento jurídico vigente, atentando contra los principios de libre competencia, igualdad de oportunidades en el mercado y defensa del derecho de los consumidores, y que la conformación de una empresa con semejante poder de mercado generaría efectos nocivos irreversibles, colocando a los usuarios en una situación de indefensión frente a prácticas comerciales abusivas y a la degradación de la calidad y eficiencia de los servicios públicos.
19. En particular, señaló que la operación transgrediría: (i) el artículo 13 de la ley 27.078 y del artículo 10 del Pliego del Decreto 764 como así también el Decreto 62/90, (ii) los artículos 5 y siguientes del reglamento de *refarming* previsto en la Resolución 171/2017, (iii) el reglamento de licencias 697/17 y (iv) los artículos 7 y siguientes de la Ley 27.442.
20. Finalmente, el presidente de ACUDA informó que realizó una presentación ante la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor a fin de que adopte las medidas legales y judiciales en orden de evitar la transacción y garantizar el cumplimiento de la ley 27.078, Decreto 764/2000 y Ley 27.442 y manifiesta que esta CNDC debe abstenerse de intervenir, considerar y dar curso a cualquier presentación que realicen las partes referida a la operación hasta tanto la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor se expida sobre su planteo.
21. Mediante Disposición DISFC-2025-33-APN-CNDC#MEC del 5 de junio de 2025 esta CNDC dispuso dar tratamiento de oposición en los términos del artículo 13° de la Ley 27.442 a la presentación realizada por ACUDA, notificarla a TELECOM a fin de que en el plazo de diez

(10) días formule las consideraciones que estime corresponder y rechazó la solicitud en cuanto requiere que esta Comisión Nacional se abstenga de tramitar las presentes actuaciones.

### III.1.3. Liliana ZABALA

22. El 15 de abril de 2025 se tuvo por recibida la presentación efectuada el 7 de abril de 2025 por la Dra. Liliana Zabala (“ZABALA”) invocando la representación de Jorge Horacio SOMBRA y Sergio José DOBARRO.
23. En su presentación, ZABALA manifestó que sus representados serían accionistas del *Programa de Propiedad Participada* previsto en el Decreto 395/1991 de las empresas TELEFÓNICA y TELECOM y que se encontrarían legitimados para iniciar el reclamo en virtud de lo dispuesto en el artículo 34 de la ley 27.442, en su carácter de acreedores de un derecho que integra el costo fijo indirecto de la tarifa telefónica que perciben las empresas TELECOM y TELEFONICA y que nunca fuera cancelado a sus mandantes.
24. En síntesis, ZABALA solicita: (a) la derogación del artículo 4° del Decreto 395/1992; (b) la subordinación de la autorización de la operación de concentración notificada a determinados condicionamientos y (c) que se aplique a TELECOM la sanción que se encontraría pendiente —según su entendimiento— de conformidad con lo dispuesto en la resolución RESOL-2023-1254-APN-SC#MEC.
25. Solicita la subordinación de la autorización de la operación de concentración económica notificada, en los términos del inciso b) del artículo 14 de la Ley 27.442, a: (i) la cancelación de la deuda de TELECOM con todos los empleados desde la privatización de la ex ENTEL hasta la fecha, por la participación en las ganancias comprometida en los pliegos de licitación de compra, y (ii) la reforma del estatuto social de TELECOM con la incorporación de la participación en las ganancias para todo el personal de la ex ENTEL e incorporado con posterioridad a la privatización, conforme el porcentaje establecido por la ley, de conformidad con los artículos 29 de la Ley 23.696, artículos 227 y 230 de la Ley 19.550, artículo 9° del Decreto 371/1989, artículo 14.2 del Decreto 62/1990 y artículo 20 del Decreto 584/1993.<sup>11</sup>
26. Refiere que el Poder Ejecutivo Nacional, con la sanción del art. 4° del Decreto 395/1992, ha otorgado una ventaja competitiva a las empresas de telecomunicaciones que favorece la posición dominante de la empresa adquirente en el mercado en detrimento de los consumidores y competidores, configurando la definición del artículo 1° de la Ley 25.156.
27. Expone que esa ventaja competitiva estaría dada por la eliminación de un costo fijo indirecto exigido en los pliegos de la licitación de la compra de la ex ENTEL y que consiste en el pago de las participaciones de las ganancias al personal de las empresas.
28. A su vez, afirma que la continuidad de esta falta de pago de las participaciones, que entiende como una irregularidad, habilitaría la posibilidad de algún tipo de cartelización o práctica oligopólica en la manipulación o concertación de tarifas.

---

<sup>11</sup> ENTEL es el acrónimo de *Empresa Nacional de Telecomunicaciones*.

## IV EVALUACIÓN PRELIMINAR DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

### IV.1. Naturaleza de la operación

29. De acuerdo con lo descripto, la operación consiste en la adquisición sobre TELEFÓNICA por parte de TELECOM.
30. TELECOM es una compañía de telecomunicaciones que participa, por cuenta propia y a través de subsidiarias, en mercados minoristas como los de telefonía fija y móvil (con su marca *Personal*), acceso a internet residencial a través de banda ancha fija, televisión por cable (con la marca *Flow*), servicios corporativos y de data center. También presta servicios a empresas de telecomunicaciones como los de conectividad a la red mayorista de internet, transporte de datos, licenciamiento de señales y arrendamiento de infraestructura, además de los servicios de *roaming* y terminación de llamadas en su red. También está presente en el mercado de medios de pago a través de su billetera virtual *Personal Pay*.
31. TELEFÓNICA presta servicios de telefonía móvil y fija, banda ancha fija a hogares y TV paga, los que opera bajo las marcas *Movistar* y *Tuenti*. Al igual que TELECOM, presta servicios corporativos y de data center, y también ofrece servicios mayoristas a otras empresas de telecomunicaciones como los de conectividad a la red mayorista de internet, transporte de datos y arrendamiento de infraestructura, además de los servicios de *roaming* y terminación de llamadas en su red.
32. A continuación, en la Tabla 1 se consignan las empresas afectadas en la operación, junto a una descripción breve de las actividades económicas principales desarrolladas en el país.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Atento la falta de colaboración de la parte notificante en aportar la información correspondiente a la totalidad de empresas afectadas en los términos del artículo 9º de la Ley 27.442, para confeccionar la Tabla 1 — además de la información aportada por la parte notificante— se ha tomado como fuente: el Dictamen emitido por esta CNDC en relación al expediente EX-2017-19218822- -APN-DDYME#MP, caratulado “CABLEVISIÓN S.A., CABLEVISIÓN HOLDING S.A., TELECOM ARGENTINA S.A., FINTECH MEDIA LLC Y FINTECH TELECOM LLC S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156 (CONC. 1507)” y los estados contables publicados en el sitio web de la COMISIÓN NACIONAL DE VALORES (<https://www.cnv.gov.ar/SitioWeb/Empresas/Empresa/30707001735?fdesde=14/6/2021>) , de las siguientes empresas: GRUPO CLARIN S.A., ARTE GRÁFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A., GC GESTIÓN COMPARTIDA S.A., RADIO MITRE S.A., INVERSORA DE EVENTOS S.A., ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A., COMPAÑÍA INVERSORA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.A. Por tales motivos, la composición del grupo comprador podría verse modificada.

**Tabla 1 | Actividades desarrolladas por las empresas involucradas en la República Argentina**

**TELECOM – Grupo Comprador**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TELECOM ARGENTINA S.A.                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Telefonía fija y móvil, bajo la marca <i>Personal</i>.</p> <p>Acceso a internet fija, televisión por cable bajo la marca <i>Flow</i>.</p> <p>Servicios corporativos y data center.</p> <p>Servicios a empresas de telecomunicaciones como los de conectividad a la red mayorista de internet, transporte de datos, licenciamiento de señales y arrendamiento de infraestructura, además de los servicios de <i>roaming</i> y terminación de llamadas en su red.</p> <p>Servicios de medios de pago a través de su billetera virtual <i>Personal Pay</i></p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- CABLE IMAGEN S.R.L.</li> <li>-TELEDIFUSORA SAN MIGUEL ARCÁNGEL S.A.</li> <li>- LA CAPITAL CABLE S.A.</li> <li>- OTAMENDI CABLE COLOR S.A.</li> </ul>                                                                                                                   | Emisora de televisión por cable.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| RED INTERCABLE SATELITAL S.A.U.                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Venta e instalación de servicios de radiodifusión                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| MICRO SISTEMAS S.A.U.                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Prestación y administración de servicios vinculados a utilización de medios electrónicos de pago, transferencias y/o uso electrónico de dinero a través de redes y equipos de telecomunicaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| OPEN PASS S.A.U.                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Desarrollo de productos y servicios relacionados con tecnología de software y hardware.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-ARTE GRÁFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A.;</li> <li>ARTES GRÁFICAS DEL LITORAL S.A.;</li> <li>IMPRIPOST TECNOLOGÍAS S.A.;</li> <li>CÚSPIDE LIBROS S.A.U.;</li> <li>COMERCIALIZADORA DE MEDIOS DEL INTERIOR S.A.;</li> <li>LA VOZ DEL INTERIOR S.A.<sup>13</sup>,</li> </ul> | <p>Edición e impresión de diarios, revistas y publicaciones periódicas (diarios “Clarín”, “La Voz del Interior”, “Olé” y otros). Publicidad.</p> <p>Artes gráficas, sonoras y audiovisuales.</p> <p>Edición, impresión, venta de libros.</p> <p>Distribución de impresos por correo postal.</p> <p>Servicios de consultoría de diseño.</p>                                                                                                                                                                                                                     |

<sup>13</sup> Según lo que surge del estado contable de ARTE GRÁFICO EDITORIAL ARGENTINO S.A. (AGEA), publicado en el sitio web de la COMISIÓN NACIONAL DE VALORES <https://aif2.cnv.gov.ar/presentations/publicview/2b3f63d9-86ed-4469-9bdb-af716f4ca218>



|                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CONTENIDOS<br>MEDITERRANEOS S.A. <sup>14</sup> ,<br>VÍA ROSARIO S.A. <sup>15</sup>                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| RIUNOR S.A.U. (antes UNIR S.A.) <sup>16</sup>                                                             | Servicios postales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| EXPONENCIAR S.A. <sup>17</sup>                                                                            | Organización, ejecución y explotación de ferias, exposiciones, congresos y otros eventos de vinculación.                                                                                                                                                                                                                  |
| URBANO EXPRESS<br>ARGENTINA S.A.<br>DISTRITO B S.A. <sup>18</sup>                                         | Servicios postales distribución de paquetería, encomiendas y de courier internacional en el ámbito del territorio de la República Argentina, servicios logísticos que incluyen: almacenaje, distribución física e integración tecnológica para el desarrollo del comercio electrónico.<br><br>Transporte urbano de carga. |
| ARTE RADIO<br>TELEVISIVO ARGENTINO S.A.,<br>TELECOR S.A.C.I.,<br>CANAL RURAL SATELITAL S.A. <sup>19</sup> | Producción de contenidos audiovisuales.<br>Emisión de TV.<br>TV abierta.                                                                                                                                                                                                                                                  |
| SI MUSICA S.A. <sup>20</sup>                                                                              | Producción/organización/comercialización de eventos o espectáculos.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| POL-KA PRODUCCIONES S.A.,<br>PATAGONIK FILM GROUP S.A. <sup>21</sup>                                      | Producción audiovisual para TV.<br>Comercialización de contenidos, espacios y publicidad para TV. Producción audiovisual cinematográfica.                                                                                                                                                                                 |
| TELE RED IMAGEN S.A., CARBURANDO<br>S.A.U. <sup>22</sup> , AUTOSPORTS S.A. <sup>23</sup>                  | Producción y explotación de eventos deportivos, agencia de publicidad. Titular de la señal <i>TyC Sports</i> .<br>Organización de eventos deportivos y                                                                                                                                                                    |

<sup>14</sup> Como surge del Dictamen dictado en relación a la Conc. 1507.

<sup>15</sup> Como surge del Dictamen dictado en relación a la Conc. 1507.

<sup>16</sup> Según surge del Dictamen emitido respecto a la Conc. 1507.

<sup>17</sup> Según estados contables AGEA publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>18</sup> Todas, según surge del Dictamen emitido en relación a la Conc. 1507.

<sup>19</sup> Todas, según lo que surge de los estados contables de ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. (ARTEAR), publicado en el sitio web de la CNV: <https://aif2.cnv.gov.ar/presentations/publicview/e2346c6c-ec00-4253-bca8-b1b39d833c8f>.

<sup>20</sup> Según lo que surge de los estados contables de ARTEAR publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>21</sup> Todas según lo que surge de los estados contables de ARTEAR publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>22</sup> Según lo que surge de los estados contables de INVERSORA DE EVENTOS S.A. (IESA) publicados en el sitio web de la CNV: <https://aif2.cnv.gov.ar/presentations/publicview/37b5f392-56fe-442b-9ee3-1fd5d15f7327>.

<sup>23</sup> Según surge del Dictamen emitido respecto a la Conc. 1507.

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                     | comercialización de derechos de transmisión.                                                                                                                               |
| RADIO MITRE S.A.,<br>FRECUENCIA PRODUCCIONES<br>PUBLICITARIAS S.A.,<br>CADENA PAÍS PRODUCCIONES<br>PUBLICITARIAS S.A. <sup>24</sup> | Transmisión de Radio AM (Radio Mitre), FM (La 100), <i>streaming</i> de radio (cienrradios.com). Producción y comercialización de programas de radio. Publicidad en radio. |
| PAPEL PRENSA S.A.I.C.F. y de M.,<br>OPORTUNIDADES S.A. <sup>25</sup>                                                                | Fabricación de papel prensa. Publicidad en portales web.                                                                                                                   |
| GC GESTIÓN COMPARTIDA S.A. <sup>26</sup>                                                                                            | Servicios de soporte a empresas, servicios tecnológicos, administración de inmuebles, inversión.                                                                           |
| CLAWI S.A. <sup>27</sup>                                                                                                            | Diseño, desarrollo y explotación comercial de sitios de internet.                                                                                                          |
| TECNOLOGÍA DIGITAL S.A. <sup>28</sup>                                                                                               | Servicios de marketing.                                                                                                                                                    |
| TECH BIMO S.A.U. <sup>29</sup>                                                                                                      | Desarrollo de contenidos y prestación de servicios tecnológicos vinculados a actividades editoriales.                                                                      |
| MAS SERVICIOS<br>EMPRESARIALES S.A.U. <sup>30</sup>                                                                                 | Ventas de circulación. Compras de servicios de distribución.                                                                                                               |
| HIBERUS DE ARGENTINA S.A. <sup>31</sup>                                                                                             | Servicios, soluciones tecnológicas y compra, venta, implementación y distribución de hardware y software.                                                                  |
| QUANIX S.A. <sup>32</sup>                                                                                                           | Outsourcing de payroll, tecnología para la gestión de las personas y el desarrollo de soluciones financieras, de seguros, salud y beneficios a la comunidad de empleados.  |

<sup>24</sup> Todas, según lo que surge de los estados contables de RADIO MITRE S.A. publicados en el sitio web de la CNV: <https://aif2.cnv.gov.ar/presentations/publicview/56367946-4101-4761-a495-9e5d50909b25>.

<sup>25</sup> Las dos, según lo que surge de los estados contables de AGEA publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>26</sup> Según lo que surge de los estados contables de GC GESTIÓN COMPARTIDA S.A. publicados en el sitio web de la CNV: <https://aif2.cnv.gov.ar/presentations/publicview/7e40f823-4574-40d9-844d-d269424ae02c>.

<sup>27</sup> Según surge del Dictamen emitido respecto a la Conc. 1507.

<sup>28</sup> Según surge del Dictamen emitido en relación a la Conc. 1507.

<sup>29</sup> Según lo que surge de los estados contables de AGEA publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>30</sup> Según lo que surge de los estados contables de AGEA publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>31</sup> Según lo que surge de los estados contables de AGEA publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>32</sup> Según lo que surge de los estados contables de GC GESTIÓN COMPARTIDA S.A. publicados en el sitio web de la CNV.

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ARGENSIS S.A. <sup>33</sup>                                           | Gestión, auditoría, administración y servicios a terceros de sector de salud y otros servicios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>TELEFÓNICA</b>                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| TELEFÓNICA<br>MÓVILES ARGENTINA S.A.                                  | Servicios de telefonía móvil y fija, banda ancha fija a hogares y TV paga, bajo las marcas <i>Movistar</i> y <i>Tuenti</i> . Servicios corporativos y de data center, servicios mayoristas a otras empresas de telecomunicaciones como los de conectividad a la red mayorista de internet, transporte de datos y arrendamiento de infraestructura, además de los servicios de <i>roaming</i> y terminación de llamadas en su red. |
| TELEFÓNICA INGENIERÍA DE<br>SEGURIDAD DE ARGENTINA S.A. <sup>34</sup> | Servicios de monitoreo, proyectos de instalación y manutención de dispositivos, aparatos, equipamientos y sistemas de seguridad electrónica o de otra tecnología contra robo, intrusión, incendio u otros.                                                                                                                                                                                                                        |

Fuente: CNDC con base en información aportada por la parte notificante, Dictamen IF-2018-30780664-APN-CNDC#MP, e información pública del sitio *web* de la Comisión Nacional de Valores.

33. A los fines del análisis de este Informe de Objeción (IO), a continuación, se resumen las actividades de las partes en las que se presentarían relaciones horizontales.

**Tabla 2 | Comparación de las actividades de las empresas afectadas en Argentina**

| Servicio de telecomunicaciones ofrecido |                                        | TELECOM | TELEFÓNICA |
|-----------------------------------------|----------------------------------------|---------|------------|
| Servicios minoristas                    | Acceso a internet residencial          | √       | √          |
|                                         | Telefonía fija                         | √       | √          |
|                                         | Telefonía móvil                        | √       | √          |
|                                         | Televisión paga                        | √       | √          |
|                                         | Servicios corporativos                 | √       | √          |
|                                         | Data Center                            | √       | √          |
| Servicios mayoristas                    | Internet mayorista                     | √       | √          |
|                                         | Transporte de datos de larga distancia | √       | √          |

<sup>33</sup> Según lo que surge de los estados contables de GC GESTIÓN COMPARTIDA S.A. publicados en el sitio web de la CNV.

<sup>34</sup> Según la parte notificante, actualmente no se encuentra activa.

|                                        |   |   |
|----------------------------------------|---|---|
| Provisión de enlaces locales           | √ | √ |
| Infraestructura de acceso de red móvil | √ | √ |

Fuente: CNDC con base en información aportada por la parte notificante

34. En virtud de las actividades previamente descritas, resulta posible identificar relaciones horizontales en los siguientes servicios: a) acceso a internet residencial, b) Telefonía fija c) telefonía móvil d) televisión paga, e) servicios de telecomunicaciones al sector corporativo, f) servicios de data center, g) acceso a la red mayorista de Internet, h) transporte de datos de larga distancia i) arrendamiento de enlaces locales (transporte local) j) Infraestructura de acceso de red móvil
35. Además la operación presenta distintas relaciones verticales. Algunas de ellas se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 3 | Actividades en eslabones sucesivos de la cadena de valor (relaciones verticales)**

| <b>Mercados <i>aguas arriba</i></b>                                         | <b>Mercados <i>aguas abajo</i></b> |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Internet mayorista                                                          | Internet residencial               |
| Transporte de datos urbano (enlaces locales) e interurbano                  |                                    |
| Infraestructura de red                                                      |                                    |
| Reventa de banda ancha fija                                                 |                                    |
| Interconexión / Terminación de llamadas                                     | Telefonía fija                     |
| Infraestructura de red                                                      |                                    |
| Infraestructura de red                                                      | TV por suscripción                 |
| Licenciamiento de señales y contenido                                       |                                    |
| Internet mayorista (tránsito IP/ <i>peering</i> )                           | Telefonía móvil                    |
| Transporte de datos urbano (enlaces locales) e interurbano/ <i>Backhaul</i> |                                    |
| Terminación de llamada en red móvil                                         |                                    |
| <i>Roaming</i> Nacional                                                     |                                    |
| Compartición activa ( <i>Ran Sharing</i> ) y pasiva (co-ubicación)          |                                    |
| Interconexión                                                               | Servicios corporativos             |
| Internet mayorista (tránsito IP/ <i>peering</i> )                           |                                    |
| Transporte de datos local y de larga distancia                              |                                    |
| Compartición infraestructura                                                |                                    |
| Servicios corporativos                                                      | Data center                        |

Fuente: CNDC con base en la información aportada por la parte notificante.

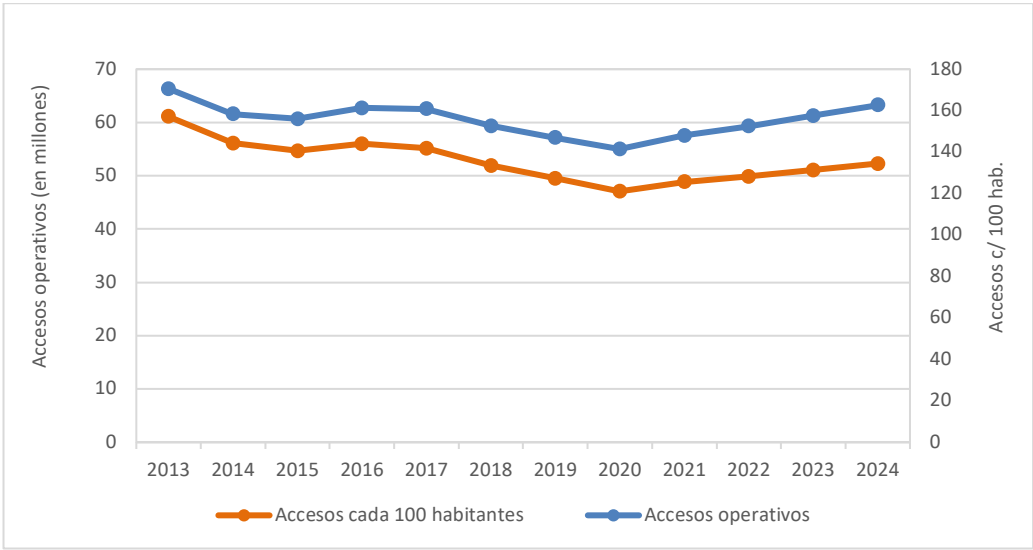
36. Adicionalmente, existen efectos de cartera asociados a la fuerte complementariedad que tienen los cuatro servicios minoristas, a saber: telefonía fija, telefonía móvil, TV por suscripción y acceso a internet residencial. Estos servicios suelen comercializarse de modo conjunto en un paquete de servicios, que suele denominarse comercialmente como *Cuádruple Play*, mientras que los tres servicios residenciales reciben la denominación *Triple Play*.

37. Por lo expuesto, a los fines del análisis de este IO, a continuación, se identificarán los mercados involucrados más afectados desde el punto de vista de la competencia y se analizarán específicamente y de manera preliminar los efectos económicos de la operación sobre los mismos.
38. Cabe aclarar que las relaciones horizontales y verticales identificadas son las que pudieron constatarse al momento de la elaboración del presente IO, a partir de la información analizada hasta entonces, de modo que podrían surgir relaciones adicionales durante otras instancias de la investigación.

**IV.2. Aspectos generales del sector TIC en Argentina**

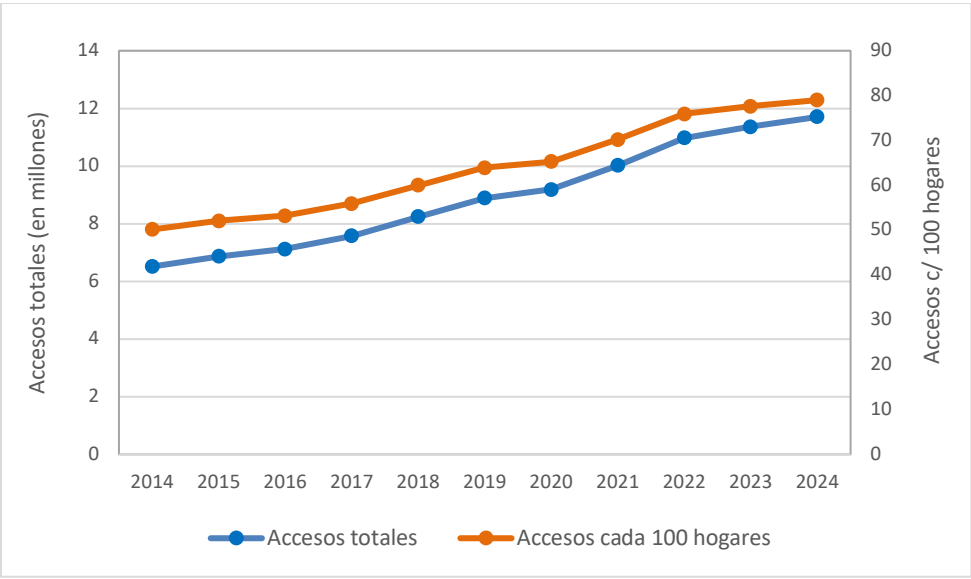
39. El sector de tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) comprende un conjunto de servicios que tanto en Argentina como a nivel mundial resultan de enorme importancia para los hogares, empresas, gobiernos y actividad productiva en general. Los servicios TIC están regulados por la Ley 27.078 de Argentina Digital, cuya autoridad de aplicación es el ENACOM.
40. En Argentina, según datos de ENACOM, en 2024 el sector tuvo una facturación por un valor aproximado de 9 billones de pesos solamente al considerar los servicios de telefonía móvil, internet residencial, televisión paga y telefonía fija.
41. A continuación, se presenta la evolución en la cantidad de usuarios de los principales servicios minoristas de telecomunicaciones en Argentina durante la última década.

**Figura 1 | Evolución en la cantidad de clientes de telefonía móvil.  
República Argentina. Período 2013-2024**



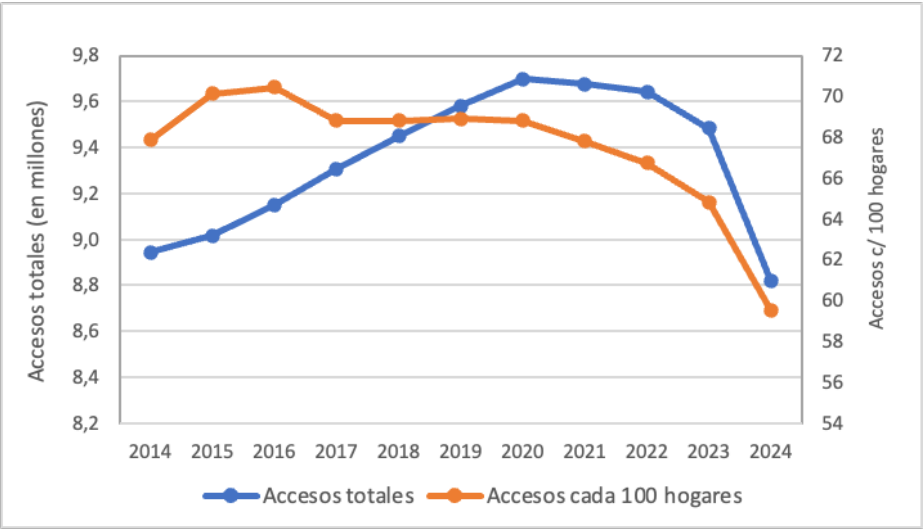
Fuente: Datos abiertos ENACOM

**Figura 2 | Evolución en la cantidad de accesos a internet residencial.  
República Argentina. Período 2013-2024**



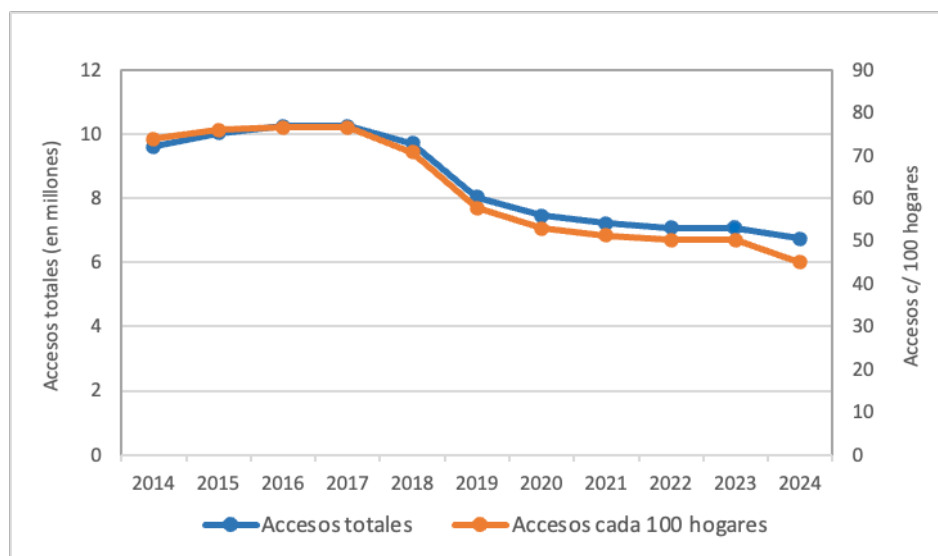
Fuente: Datos abiertos ENACOM

**Figura 3 | Evolución en la cantidad de accesos de televisión paga.  
República Argentina. Período 2013-2024**



Fuente: Datos abiertos ENACOM

**Figura 4 | Evolución en la cantidad de accesos de telefonía fija.  
República Argentina. Período 2014-2024**



Fuente: Datos abiertos ENACOM

42. Como se observa de los gráficos precedentes: i) los indicadores del servicio de telefonía móvil muestran relativa estabilidad; se destaca que existen casi 1,4 líneas por habitante; ii) los de internet residencial muestran crecimiento sostenido a lo largo de todo el período, tanto en cantidad de suscriptores como de penetración por hogar; iii) los del servicio de televisión paga muestran un valor similar en los extremos del período estudiado, sin embargo se observa un crecimiento al comienzo del período y una caída cercana al 10% en el último año; iv) los del servicio de telefonía fija, por su parte, muestran una caída en cantidad de suscriptores y penetración por hogar hacia la mitad del período para luego estabilizarse.

### IV.3. Breve reseña histórica de los operadores del sector en Argentina

43. La operación notificada integra las actividades de las dos empresas de telecomunicaciones más importantes de la Argentina desde el ingreso de capitales privados al sector a partir de la privatización del Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL).
44. En 1990, el decreto de privatización de ENTEL dividió en dos a la empresa y sus redes. El proceso de privatización dividió en dos regiones geográficas al país y garantizó dos monopolios para las licenciatarias del servicio básico de telefonía, el de la zona norte del país para TELECOM y el de la zona sur del país para TELEFÓNICA.
45. Este escenario tuvo su primera modificación con el Decreto 264/98, en el cual se estableció el marco normativo para una transición ordenada desde el régimen de exclusividad hacia un mercado abierto y competitivo, fijando como meta la liberalización del sector para el año 2000. De este modo, mediante el primer artículo del Decreto 465/2000 se dispuso la plena desregulación del mercado para la prestación de servicios de telecomunicaciones. En ese contexto, se dictó el Decreto 764/2000 mediante el cual se establecieron disposiciones más adecuadas a la realidad emergente. Entre otras cuestiones, se estableció la creación de la Licencia Única de Servicios de Telecomunicaciones (Anexo I), la cual permitió ofrecer cualquier tipo de servicio -fijo o móvil, alámbrico o inalámbrico con o sin infraestructura, nacional o internacional- sin necesidad de licencias específicas para cada uno. Esto representó un cambio frente al esquema anterior, donde la clasificación y segmentación de licencias

obstaculizaba el desarrollo del sector. También se implementó un nuevo Reglamento Nacional de Interconexión (Anexo II) con el objetivo de obtener mayor competencia, equidad e interoperabilidad entre redes. Se establecieron principios como la interconexión obligatoria, no discriminación, compensación recíproca, la eficiencia en el uso de redes, la fijación de precios basada en costos incrementales de largo plazo y la prohibición de cláusulas que limitaran la comercialización entre operadores.

46. El nuevo marco regulatorio habilitó la entrada a nuevos operadores y permitió a las empresas incumbentes (TELECOM y TELEFÓNICA) competir en el mercado geográfico donde originalmente no eran licenciatarias. Es decir, TELECOM fue habilitada para prestar servicios en la zona sur y TELEFÓNICA en la zona norte del país. Esto, junto con el crecimiento de las cooperativas preexistentes a la privatización y el ingreso de nuevas empresas, que típicamente orientaron su actividad al negocio de transmisión de datos y servicios corporativos, conformaron un nuevo escenario del mercado de telecomunicaciones.
47. Parte del ingreso de nuevas empresas al sector TIC provino de los numerosos operadores que, en la década de los 80, comenzaron a ofrecer servicios de televisión por cable en distintos puntos del país. Estas empresas, típicamente de carácter local en sus orígenes, llevaban a cabo un tendido de red de cable coaxial unidireccional que cubría la localidad para distribuir las señales a los hogares. Algunas de estas empresas se expandieron en número de localidades. Tal es el caso de CABLEVISIÓN -del grupo TELECOM- que comenzó a prestar el servicio en 1981 en el partido de Vicente López de la provincia de Buenos Aires, y luego se expandió a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a otras localidades del país, tanto a través de la extensión de su red como mediante un proceso de fusión y adquisición de empresas.
48. El desarrollo tecnológico permitió que tanto las redes de cobre de las empresas de telefonía como las redes de cable, originalmente concebidas para distribuir señales de televisión en modo analógico a los hogares, pudieran ser reconvertidas para ofrecer el servicio de acceso a internet a los usuarios residenciales y al mercado corporativo. Esto implicó el inicio de lo que se conoce como proceso convergente que es, precisamente, la integración de distintas tecnologías previamente separadas en un nuevo sistema que las agrupa y les permite crear nuevos usos y funcionalidades. En términos de competencia, la convergencia permitió la prestación de nuevos servicios a todos los operadores del mercado.
49. Además del desarrollo de los servicios fijos de telefonía, internet y audiovisual, a finales de la década del 80 y principios de los 90 comienza en Argentina el desarrollo de la telefonía móvil. El servicio permitía originalmente la transmisión de voz. A partir de la introducción de los mensajes de texto y posteriormente de la posibilidad de conectarse a la red de internet, la cantidad de usuarios creció exponencialmente.
50. La llegada de los servicios móviles a partir de la telefonía celular trajo un nuevo actor que reviste particular relevancia para el sector de las telecomunicaciones en Argentina en la actualidad: el grupo AMÉRICA MÓVIL (AMX, marca CLARO)<sup>35</sup>, que ingresó a la Argentina en el año 2003 mediante la adquisición de la empresa Compañía de Teléfonos del Interior S.A. (CTI). AMÉRICA MÓVIL es una empresa de telecomunicaciones con sede en México y presencia en dieciocho países de América incluyendo Estados Unidos, México y Brasil. En Argentina cuenta con un despliegue de red que cubre gran parte del territorio, por lo que, además de ser un operador de telefonía móvil, la empresa se ha posicionado como un actor relevante en los servicios mayoristas y corporativos de telecomunicaciones. Además, en los

---

<sup>35</sup> A los fines del presente informe se hará referencia alternativamente a AMX o CLARO.



últimos años, y tras sucesivas modificaciones regulatorias, la empresa ha ingresado al mercado de servicios fijos residenciales en algunas localidades.

51. El proceso convergente descripto, que permitió desde el punto de vista tecnológico la oferta conjunta de servicios de internet, telefonía fija, televisión paga y telefonía móvil, estuvo condicionado por el marco regulatorio vigente en cada momento histórico. Es importante subrayar que se observan dos trayectorias marcadamente separadas: por un lado, las empresas licenciatarias del servicio básico de telefonía, como TELECOM y TELEFÓNICA; por otro lado, las cableoperadoras que podían ofrecer conjuntamente internet residencial y televisión paga junto, en algunos casos, al servicio de telefonía fija con tecnología IP, como TELECENTRO.
52. Con respecto a la primera de estas trayectorias, en 1990, el pliego de licitación de ENTEL, que se realizó mediante el Decreto 62/90, estableció límites para la ampliación del objeto social de las licenciatarias de los servicios públicos de telecomunicaciones, lo que impidió a las empresas de telefonía, desde su origen, a prestar servicios de radiodifusión. Concordantemente, la Ley 26.053 estableció la imposibilidad de otorgar licencias para la prestación de servicios de radiodifusión a las empresas prestatarias de servicios públicos, entre las cuales se encontraban las empresas de telefonía.
53. En el año 2009, la Ley 26.522 de servicios de comunicación audiovisual mantuvo la barrera regulatoria para las empresas prestadoras de servicios públicos en la medida en que no fueran asociaciones civiles sin fines de lucro.<sup>36</sup> En su artículo 30, la ley permite expresamente que entidades sin fines de lucro licenciatarias de servicio básico puedan ofrecer servicios de televisión paga. La restricción para empresas con fines de lucro, como TELECOM y TELEFÓNICA, sin embargo, se mantuvo. En definitiva, en la práctica solamente ingresaron al mercado de televisión paga las cooperativas eléctricas y telefónicas.
54. La restricción fue finalmente removida por la Ley 27.078 de Argentina Digital, promulgada en diciembre del año 2014. En su artículo 9º, la Ley estableció que los licenciatarios de servicios básicos quedaban exceptuados de la restricción contemplada en la Ley 26.522. El Decreto 267/2015,<sup>37</sup> sin embargo, prorrogó por dos años, a partir del 1 de enero de 2016, la posibilidad de que las empresas prestadoras del Servicio Básico Telefónico y de Telefonía Móvil —como TELEFÓNICA, TELECOM y AMX— pudieran brindar servicios de radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico y/o radioeléctrico.<sup>38</sup>
55. Finalmente, el Decreto 1340/16 que, entre otras cuestiones exceptuó por quince años a las redes de nueva generación de las obligaciones de compartición y desagregación de infraestructura, estableció la fecha de inicio para la prestación plena de servicios convergentes para el AMBA y las ciudades de Córdoba y Rosario a partir de enero de 2018, y para el resto de

---

<sup>36</sup> La excepción para las licenciatarias sin fines de lucro y sus obligaciones se enmarca en el artículo 30 de la Ley 26.522.

<sup>37</sup> El Decreto 267/15 reformó sustancialmente el marco regulatorio del sector. Se disolvió la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC), organismos que regulaban de manera separada los servicios de comunicación audiovisual y las telecomunicaciones, y se creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) como única autoridad de aplicación de las leyes 26.522 y 27.078. Esta medida respondió a la necesidad de adaptar la regulación a la convergencia tecnológica entre medios, telecomunicaciones e internet, y buscó generar un entorno jurídico más previsible que favoreciera la competencia, la inversión y la modernización del sector.

<sup>38</sup> Ver artículo 10 del decreto 267/15 que modifica el artículo 94 de la Ley 27.078. Esta restricción era prorrogable por un año más a criterio del ENACOM.

las localidades quedó a determinación del ENACOM que, mediante la Resolución 5641/2017, estableció el comienzo a partir de enero de 2019. En consecuencia, recién en el año 2018 el marco regulatorio permitió la prestación de servicios triple y *Cuádruple Play* para las empresas licenciatarias de servicios básicos en AMBA y las ciudades de Córdoba y Rosario, mientras que en el resto del país la posibilidad aconteció en el 2019.

56. Al analizar la trayectoria regulatoria de las cableoperadoras no licenciatarias del servicio básico de telefonía, se observa que pudieron ofrecer acceso a internet y así los dos servicios residenciales con mayor rentabilidad, lo que incentivó el desarrollo tecnológico de las redes. Además, en ciertos casos, algunos operadores obtuvieron numeración para ofrecer servicios de voz bajo protocolo IP. En consecuencia, aquellas empresas que originalmente ofrecían televisión paga y luego ofrecieron internet residencial, estuvieron más preparadas para ofrecer el servicio de *Triple Play* residencial.
57. En lo que comprende al mapa de actores relevantes del sector, la dinámica no estuvo exenta de procesos de fusiones y adquisiciones, algunas de las cuales fueron analizadas por esta CNDC.
58. En el año 2009 se notificó ante esta CNDC la operación de concentración económica por la cual, TELEFÓNICA, S.A. —entonces matriz de TELEFÓNICA— adquirió influencia sustancial en TELECOM ITALIA S.P.A., entonces controlante de TELECOM.<sup>39</sup> La CNDC emitió el Dictamen 835 de fecha 12 de octubre de 2010 mediante el cual recomendó al entonces Señor Secretario de Política Económica —quién la adoptó mediante Resolución 140/2010— subordinar la autorización de la operación al cumplimiento de compromisos que garantizaran la independencia de ambas empresas en el mercado argentino, preservando las condiciones de competencia existentes previas a la concentración.
59. En el año 2013, TELECOM ITALIA S.p.A. y TELECOM ITALIA INTERNATIONAL N.V. decidieron vender su participación en SOFORA TELECOMUNICACIONES S.A., controlante de TELECOM ARGENTINA S.A. y TELECOM PERSONAL S.A., a FINTECH TELECOM LLC, para poner fin a los conflictos societarios con W DE ARGENTINA – INVERSIONES S.L., WAI INVESTMENTS I LLC, WAI INVESTMENTS II LLC y miembros de la familia WERTHEIN. La operación fue autorizada por el entonces Secretario de Comercio mediante la Resolución 356/2016.
60. Esta operación se dio en el marco del compromiso asumido en 2010 por las partes a fin de evitar la influencia de TELEFÓNICA S.A. —la matriz española del Grupo Telefónica— en el mercado argentino a través de su participación accionaria con TELECOM ITALIA. Con la salida de estas últimas y la toma de control por parte de FINTECH TELECOM LLC, dichos compromisos perdieron vigencia.
61. En el año 2017, se produjo la fusión por absorción de CABLEVISIÓN S.A. por parte de TELECOM ARGENTINA S.A.<sup>40</sup> Esto permitió la aparición de la primera empresa con posibilidad de ofrecer telefonía fija, internet residencial, televisión paga y telefonía móvil de manera empaquetada al usuario final, el denominado “*Cuádruple Play*”. La CNDC subordinó la autorización de la operación a una serie de compromisos, entre los que se destacó la cesión de

---

<sup>39</sup> La operación de concentración económica fue analizada en el Expediente S01:0014652/2009, caratulado: “PIRELLI & C S.P.A. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8 LEY 25156 (CONC. 741)”.

<sup>40</sup> La operación de concentración económica fue analizada en el Expediente EX-2017-19218822- -APN-DDYME#MP, caratulado: “CABLEVISIÓN S.A., CABLEVISIÓN HOLDING S.A., TELECOM ARGENTINA S.A., FINTECH MEDIA LLC Y FINTECH TELECOM LLC S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156 (CONC. 1507)”.

143.464 clientes residenciales del servicio de internet de la marca *Arnet* a la firma UNIVERSO NET S.A., en 28 localidades del interior del país; la limitación temporal a la comercialización empaquetada de televisión por suscripción y comunicaciones móviles en ciertas zonas; y la obligación de ofrecer un servicio mayorista de banda ancha mediante ADSL a otros ISP, bajo condiciones no discriminatorias y utilizando la red de cobre de TELECOM.

62. Así, con la consolidación de la operación notificada analizada en el presente expediente, de las cuatro empresas de telecomunicaciones más importantes que existían a nivel nacional hace diez años, entre las cuales estaban TELECOM, TELEFÓNICA, CABLEVISIÓN y AMX, solo permanecerían dos: AMX y TELECOM.

#### **IV.4. Consideraciones generales del sector TIC relevantes para el análisis de competencia**

63. Los servicios TIC están comprendidos en la Ley 27.078 de Argentina Digital. Allí se define que una telecomunicación es toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o información de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos. A la vez, el servicio de telecomunicación se define como el servicio de transmisión, emisión o recepción de escritos, signos, señales, imágenes, sonidos o información de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos, a través de redes de telecomunicaciones
64. En otras palabras, los pasos que sigue una telecomunicación pueden clasificarse como: emisión de la información a través de la terminal del usuario originador, codificación del mensaje y transporte a través de la red de telecomunicaciones y finalmente la decodificación y recepción de la información a través de la terminal del usuario de destino.
65. Desde el punto de vista del usuario, las comunicaciones pueden tener una tipología especial dependiendo de las características de la información enviada y recibida (originador y terminador), por la naturaleza de la interfaz (terminal) a través de la cual éstos se contactan (por ejemplo: PC, teléfonos móviles, teléfonos fijos, receptores de TV, etc.) y por el tipo de red a través de la cual se cursa la comunicación. Las diferencias básicas que se reconocen a nivel consumidor de servicios son la telefonía fija, los servicios de telefonía móvil de voz y datos, el servicio de internet fijo y el servicio de televisión paga.
66. La prestación de estos servicios requiere de determinada infraestructura que comprende los elementos de red y la infraestructura de interfaz. La primera tiene la función de gestionar y transmitir la información y está compuesta por las redes de transmisión conformada por equipos y medios de transporte; la segunda involucra las terminales que permiten la conexión de los usuarios con la red.
67. Si las telecomunicaciones se analizan a nivel de las redes de transmisión, muchas de las diferencias entre los distintos tipos de servicios que se observan desde el punto de vista del consumidor se desdibujan. Esto ocurre debido a que el desarrollo tecnológico convergente permite que se utilicen los mismos medios físicos para la transmisión de la información enviada y recibida de distinta naturaleza y bajo distinto tipo de interfaces.
68. Dentro de la infraestructura de red, resulta relevante mencionar que existen distintos niveles de red, en función de la agregación del tráfico que transportan. Una diferenciación bastante clara puede realizarse entre las redes troncales y las redes de acceso local. Las primeras tienen la característica de soportar grandes niveles de capacidad y tienen como función unir grandes conmutadores que vinculan el tránsito agregado entre distintas áreas. Las segundas son las que soportan bajas capacidades de transmisión y tienen la función de conectar la red a los usuarios finales.

69. Los niveles de red mencionados anteriormente presentan características disímiles que tienen efectos sobre la competencia en sus distintos tramos. El grado de competencia entre redes va a estar condicionado por los costos de construir la red, y por el flujo de tráfico, que en general es función de la densidad poblacional del área y de variables socioeconómicas. Por lo tanto, para medios de transporte con iguales capacidades de transmisión y costos, el mayor tráfico determinará menores costos de entrada al mercado y por ende sería esperable la aparición de un mayor número de firmas, lo que en general se vincula con un mayor nivel de competencia. De esta forma, es esperable que en los tramos de red troncales que vinculan áreas densamente pobladas exista un mayor número de oferentes en el mercado si se lo compara con la cantidad de oferentes que existirían en el tramo de oferta de redes para acceso local.
70. La naturaleza de los servicios de telecomunicaciones, donde es determinante la posibilidad de comunicarse con otros usuarios y de estar disponible para las comunicaciones enviadas por éstos, da a los activos de red un rol muy importante. La valoración de los usuarios respecto de los servicios de telecomunicaciones aumenta en la medida en que puedan comunicarse con una mayor cantidad de usuarios, es decir que, en la medida en que la red de telecomunicaciones tenga mayor alcance, mayor será el bienestar del consumidor.<sup>41</sup>
71. Con base en los efectos anteriores, los operadores deben tener la capacidad de poner en contacto potencial a sus usuarios entre ellos y con el resto de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones. Este objetivo lo pueden llevar adelante a través de la ampliación de la cobertura de sus redes (ya sea mediante tramos de red propia o alquilados) y a través de la interconexión (funcional y física) de su red con las redes de otros operadores.
72. Debe notarse que los trazados geográficos de las redes y sus funciones pueden transformarlas a la vez en activos sustitutos y complementarios. Si dos redes independientes conectan a un usuario A con uno B, el envío de información entre ellos podría ser cursado a través cualquiera de estas redes, cumpliéndose en este caso el carácter de sustituibilidad entre ellas. Por el contrario, si el usuario A solamente es alcanzado por la red “x” y el usuario B solamente por la red “y”, la información enviada entre ellos debe ser cursada a través de ambas redes; en este caso la red “y” es complementaria de la red “x”, siendo indispensable su interconexión.
73. De lo anterior se desprende que los mercados de telecomunicaciones se encuentran organizados en una o más etapas mayoristas *aguas arriba*, en las cuales los oferentes y demandantes son prestadores de telecomunicaciones y una etapa minorista *aguas abajo*, en la cual los servicios están dirigidos a clientes o usuarios finales.
74. La infraestructura utilizada en el sector de las telecomunicaciones es particularmente relevante para analizar las posibilidades de competencia. En algunos segmentos de la red, existen activos que no pueden ser reemplazados por infraestructura y/o servicios alternativos y cuya duplicación no es eficiente.
75. Más allá del mencionado grado relativo de convergencia alcanzado en lo que hace a las redes, cada tipo de servicio requiere distintos elementos y/o funciones de esos elementos de infraestructura. Además, las condiciones de competencia respecto a los proveedores de infraestructura varían dependiendo sobre cuál de esos elementos se focalice el análisis, es decir que, para aquellos activos de difícil o inconveniente duplicación el nivel de competencia será bajo, mientras que en aquellos que no reúnen tal característica el nivel de competencia será mayor.

---

<sup>41</sup> Tal como se describirá más adelante, este efecto es el que se conoce en la literatura económica como efecto de red.

76. En resumen, la provisión de los servicios de telecomunicaciones involucra transacciones entre distintos operadores que pueden ser competidores y proveedores entre sí, lo que dota a la cadena insumo-producto de cierta complejidad. Al estudiar las relaciones económicas a lo largo de la cadena de valor, se observa el arriendo de infraestructura, la interconexión entre operadores, la existencia de cargos por terminación en redes de terceros, etc. Tal como se dijo, esto guarda relación con las economías de red anteriormente descriptas, en la medida en que los usuarios, al contratar un servicio, desean poder comunicarse con cualquier usuario independientemente del proveedor de servicio que contraten. A la vez, desean poder acceder a todo el contenido que esté disponible en la red de internet, independientemente de la red del operador en la que esté alojado.
77. Otro de los aspectos singulares a considerar tiene que ver con la presencia de diferentes tecnologías de red para la oferta de servicios. Tal como se describió, se verifican distintas trayectorias tecnológicas en la adopción de redes y tecnologías por parte de los distintos operadores que, en parte, obedece al servicio por el cual cada operador ingresó al sector TIC. Si bien la evolución tecnológica permitió un proceso de convergencia de servicios y de redes, a lo largo de los años se observa una profundización en el uso de un sendero tecnológico, lo que muestra, de alguna manera, la presencia de elevados costos hundidos. Es así que se observan redes xDSL, HFC y FTTH que compiten dentro de un mismo mercado al ofrecer servicios muy similares. La adopción y profundización de las distintas tecnologías, sin embargo, determina precios, costos, relaciones económicas y hasta la viabilidad de desarrollar servicios empaquetados.
78. Con base en todo lo hasta aquí mencionado, es importante explicitar que los mercados de telecomunicaciones tienen ciertas particularidades que es necesario tener en cuenta para el análisis de los efectos de una operación sobre la competencia. A través del estudio de las características propias de los servicios y sus consumos, se identifica la presencia de economías de escala, de red, de alcance, de densidad, de costos de cambio y la existencia de incentivos para la adquisición y comercialización de servicios empaquetados.
79. La presencia de economías de escala implica, por poner un ejemplo en el sector TIC, que hasta cierto punto, para una red dada, los costos medios serán menores ante un mayor flujo de tráfico. Los efectos de red en la industria TIC se observan en que la valoración que realizan los usuarios del servicio será mayor a medida que aumente la cantidad de usuarios con los que se pueda comunicar y, por lo tanto, cuanto mayor alcance tenga esa red a la cual está conectada. Nótese que esto aplica tanto a consumidores finales como a operadores de telecomunicaciones que demandan servicios mayoristas de red o conectividad a otro operador.
80. Las economías de alcance se verifican cuando para una red dada, la prestación conjunta de servicios tiene costos menores que la prestación de cada uno de esos servicios por separado. Las economías de densidad, por su parte, suponen menores costos unitarios ante una mayor densidad poblacional. Es decir, una red desplegada en un tejido urbano de gran densidad tendrá un costo por cliente menor que una red desplegada en un área del mismo tamaño, pero menos poblada.
81. Finalmente, además de los incentivos para el empaquetamiento de servicios que en parte derivan de las economías de alcance y de minimizar los costos de adquisición de clientes, los incentivos para la contratación empaquetada por parte de los usuarios tienen que ver con disminuir los costos de compra monetarios y no monetarios. Esta particularidad, como se verá oportunamente, puede aumentar los costos de cambio que un usuario enfrenta al momento de cambiar de proveedor. Estos efectos serán explicados con mayor profundidad a la hora de analizar los efectos de cartera de la operación notificada.

82. Todos estos elementos constituyen fenómenos a considerar a la hora de analizar la dinámica competitiva, en la medida en que pueden elevar barreras a la entrada y determinar la permanencia de los jugadores actuales.

#### **IV.5. Definición de los mercados relevantes**

##### **IV.5.1. Servicios minoristas**

83. Los servicios minoristas de telecomunicaciones comprenden un conjunto de productos estándar dirigidos a los clientes residenciales y una más amplia gama de servicios orientados al segmento corporativo.<sup>42</sup>
84. Con relación a la distinción entre los servicios residenciales y corporativos, a grandes rasgos puede decirse que la demanda de servicios corporativos presenta diferencias tanto en volumen como en diversidad, especificidad y complejidad de las prestaciones requeridas. Esta CNDC, en anteriores oportunidades, ha entendido que desde el punto de vista de la demanda los servicios pertenecen a dos mercados distintos y deben ser analizados en forma separada, decisión que es coincidente con la visión actual. La jurisprudencia internacional, por su parte, también realiza esta segmentación entre clientes residenciales y grandes empresas.<sup>43</sup>
85. Por otro lado, tanto los servicios residenciales como los corporativos guardan la particularidad de poder ser adquiridos y ofrecidos de manera empaquetada debido al proceso de convergencia tecnológica que ha sido descripto por esta CNDC.
86. Se destaca, por su importancia en el análisis de competencia, el desarrollo de los servicios *N-Play*, que puede incluir telefonía fija, internet residencial, televisión paga y telefonía móvil, o alguna mezcla entre ellos, que traen beneficios monetarios y no monetarios para los usuarios. En consonancia con lo realizado en anteriores dictámenes, esta CNDC considera necesario incluir un análisis de los efectos de la convergencia tecnológica sobre la competencia en el mercado de las telecomunicaciones.

##### **IV.5.1.1. Servicio de acceso a internet residencial por banda ancha fija**

87. El mercado de servicio de acceso a Internet residencial ha sido definido por esta CNDC en los Dictámenes 417/2004, 835/2010, 2018-30780664-APN-CNDC#MP entre otros.<sup>44</sup> Según esa definición, el mercado está constituido por el servicio que ofrecen los proveedores de acceso a Internet o ISP (por sus siglas en inglés *-Internet Service Provider-*) a usuarios residenciales y/o pequeñas empresas.
88. Como primer elemento, es importante destacar que el proceso de convergencia se manifiesta a través de los servicios y de sus redes. Es decir, las redes originalmente diseñadas para telefonía

---

<sup>42</sup> No deben confundirse los servicios minoristas al sector corporativo y los servicios mayoristas de telecomunicaciones. Los servicios corporativos los puede utilizar cualquier empresa sin distinción del sector productivo al que pertenezca, mientras que los servicios mayoristas están dirigidos a otros operadores de telecomunicaciones y tienen que ver típicamente con arrendar algún elemento de red o servicios de intercambio de tráfico, interconexión o similar.

<sup>43</sup> La Comisión Europea, por ejemplo, distingue entre clientes residenciales, pequeñas oficinas y oficinas en el hogar por un lado y servicios corporativos para otros clientes por otro. Ver, por ejemplo: M.10896 Organe/ MasMovil/ JV del 20/02/2024, M.10663 Orange/ Voo/ Brutélé del 20/03/2023, entre otros.

<sup>44</sup> Los casos corresponden a la fusión entre CABLEVISIÓN y TELECOM *op.cit.*, a la operación entre TELECOM y TELEFÓNICA *op.cit.*; El Dictamen 417/2004 corresponde al Expediente S01:0049723/04 caratulado: “TELEFÓNICA MÓVILES S.A y TELEFÓNICA COMUNICACIONES PERSONALES S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 418)”.

y aquellas desplegadas para distribuir señales al hogar iniciaron un proceso de evolución convergente. Según en qué etapa de la evolución estén, las redes tienen más o menos elementos en común, pero lo que se verifica es que ambos tipos de redes evolucionaron para poder prestar el servicio de acceso a Internet.

89. En particular, TELECOM y TELEFÓNICA cuentan con redes de acceso de diferente tecnología en virtud de su desigual evolución. La red de TELECOM, como se dijo, tiene dos orígenes diferentes. En primer lugar, es la red de cobre heredada de la empresa pública de telecomunicaciones para prestar telefonía fija; en segundo lugar, es la red de CABLEVISIÓN de cable coaxial desplegada inicialmente para distribuir señales a los hogares.<sup>45</sup>
90. Las redes fijas de acceso HFC, xDSL, FTTC y FTTH se denominan redes de nueva generación por sus posibilidades de prestación. Las redes HFC alcanzan utilizan protocolo DOCSIS 3.0 y alcanzan velocidades de hasta 1Gbps, las VDSL hasta 50 Mbps, y las FTTH hasta 10 Gbps.
91. Tras la fusión entre TELECOM y CABLEVISIÓN S.A. en 2017 y luego del proceso de integración de redes, sumado a las inversiones realizadas en los años subsiguientes, la distribución de los accesos de la red de TELECOM a los hogares según su tecnología presenta una participación mayoritaria de HFC. La red de acceso de TELEFÓNICA, por su parte, está conformada casi en su totalidad por fibra óptica al hogar (FTTH).
92. Coincidente con la jurisprudencia nacional e internacional, se considerará a todas las tecnologías dentro del mismo mercado relevante.<sup>46</sup>
93. Las partes han argumentado que el servicio de internet residencial que se presta a través de tecnología satelital de órbita terrestre baja (LEO) es un sustituto del servicio que se presta a través de redes fijas con acceso a los hogares. En Argentina, la única empresa autorizada a dar el servicio es STARLINK. Para poder contar con el servicio, los usuarios deben adquirir un *kit* y luego realizar una suscripción mensual.
94. En primer lugar, vale decir que el servicio de STARLINK en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encontraría inhabilitado para nuevos clientes debido a que su capacidad de ancho de banda llegó al máximo. Conforme surge de su sitio *web* – [www.starlink.com](http://www.starlink.com) –, al consultarlo en fecha 12/6/25 por si está disponible es servicio en, por ejemplo, el domicilio de la sede de esta CNDC, se obtuvo: *“El servicio Starlink alcanzó el límite de capacidad máxima en su zona. Sin embargo, la buena noticia es que aún puede realizar un depósito ahora para reservar su lugar en la lista de espera y recibir una notificación tan pronto como el servicio vuelva a estar disponible. **No podemos proporcionar un plazo estimado para la disponibilidad del servicio**, pero nuestros equipos están trabajando lo más rápido posible para agregar más capacidad a la constelación, así podremos continuar ampliando la cobertura para más clientes alrededor del mundo.”* (el resaltado es propio).
95. En ese sentido, se advierte que la propia tecnología impone un límite técnico que se manifiesta fuertemente en las zonas urbanas de mayor aglomeración. Esta inhabilitación, puede acontecer en otras zonas urbanas del país a medida que STARLINK cuente con nuevos usuarios.
96. De hecho, el presidente de la Cámara Argentina de Internet (CABASE) manifestó, en audiencia ante esta CNDC el 28 de marzo de 2025, que STARLINK es un operador relevante en el

---

<sup>45</sup> Las redes de telefonía tuvieron que digitalizarse mientras que las redes de cable tuvieron que ser dotadas de bidireccionalidad. Ver Dictamen 637/2007 correspondiente al Expediente S01:0373486/2006, caratulado: “GRUPO CLARIN S.A., VISTONE LLC, FINTECH ADVISORY INC, FINTECH MEDIA LLC, VLG ARGENTINA LLC Y CABLEVISION S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (CONC. 596)” y Dictamen 835/2010 *op cit*.

<sup>46</sup> Ver, por ejemplo, M.10986 Vodafone/ MasMóvil/ JV, *op.cit*.

servicio de internet en áreas rurales donde la calidad y la disponibilidad de operadores alternativos es baja, nula o insuficiente. Sin embargo, en zonas donde se verifica la presencia de un operador con redes fijas de alta velocidad, la diferencia en la calidad del servicio resulta significativa.<sup>47</sup>

97. En segundo lugar, al analizar el precio que surge de los sitios webs de TELECOM y TELEFÓNICA, por un lado, y de STARLINK, por el otro, se observa que la opción satelital resulta significativamente más onerosa, incluso considerando el plan más económico frente a planes de operadores que ofrecen una calidad ostensiblemente superior.
98. Del análisis de precios surge, entonces, que internet satelital se descarta como una alternativa sustituta al vínculo físico para los usuarios.

**Tabla 4 | Comparación de precios entre planes de internet al hogar según operador. República Argentina. Junio 2025**

| OPERADOR   | PLAN              | PRECIO       | PRECIO/Mb. (***) |
|------------|-------------------|--------------|------------------|
| STARLINK   | Entre 45 y 130 Mb | \$ 38.000,00 | \$ 292,3         |
| TELECOM(*) | 600 MB            | \$ 28.747,00 | \$ 47,9          |
| TELEFÓNICA | 600 MB            | \$ 22.400,00 | \$ 37,3          |
| CLARO (**) | 600 MB            | \$ 22.999,00 | \$ 38,3          |
| IPLAN      | 500 MB            | \$ 28.538,00 | \$ 57,1          |

(\*) Incluye *Flow TV* sin cargo por dos meses.

(\*\*) Incluye telefonía fija y un mes sin cargo de OTT no lineales.

(\*\*\*) Valor unitario estimado sobre la base del costo del plan y los Mb incluidos. En el caso de STARLINK, se considera el máximo de Mb, de 130.

Fuente: CNDC con base en sitios web de las empresas<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Más precisamente indicó que: “la tecnología satelital facilita el acceso a lugares remotos donde la construcción de facilidades terrestres es costosa o inaccesible. (...) En los lugares donde hay fibra no voy a contratar satelital; no hay otro servicio mejor, por la calidad, velocidad, precio.”

<sup>48</sup> Los precios corresponden al mes de junio de 2025 y surgen de la web de cada una de las empresas. Para descripción del plan Starlink Lite, que se toma en consideración para el análisis, ver <https://www.starlink.com/ar/support/article/6e0a6781-d9e6-8cc1-153e-763daa011f9a>, <https://www.claro.com.ar/personas/internet-wifi-telefonía-tv>, <https://www.iplan.com.ar/hogar>, [https://www.personal.com.ar/internet?icn=internet&ici=homeperso\\_quicklinks](https://www.personal.com.ar/internet?icn=internet&ici=homeperso_quicklinks), [https://ofertas.movistar.com.ar/hogar/multioferta-hogar/?tab=home/&aux\\_utm\\_campaign=AR\\_HOGAR\\_COL-FIBRA-RESTO-MOVISTAR-FIBRA-B2C\\_25-01-01\\_SEM\\_LDS-WEB\\_AON\\_ABT\\_BRAND\\_109272&adgroupid=58700004889960054&keyword=p58033050173&lid=43700058033050173&ds\\_s\\_kwgid=58700004889960054&ds\\_e\\_adid=626539158924&ds\\_e\\_matchtype=search&ds\\_e\\_device=c&ds\\_e\\_network=g&ds\\_url\\_v=2&gclid=CjwKCAjwx8nCBhAwEiwA\\_z\\_0\\_dCnX6tevaSjGDuqjIkI8tR8fnZSrzqgvP5hEeebKVicLX3F6NQRoCFUIQAvD\\_BwE](https://ofertas.movistar.com.ar/hogar/multioferta-hogar/?tab=home/&aux_utm_campaign=AR_HOGAR_COL-FIBRA-RESTO-MOVISTAR-FIBRA-B2C_25-01-01_SEM_LDS-WEB_AON_ABT_BRAND_109272&adgroupid=58700004889960054&keyword=p58033050173&lid=43700058033050173&ds_s_kwgid=58700004889960054&ds_e_adid=626539158924&ds_e_matchtype=search&ds_e_device=c&ds_e_network=g&ds_url_v=2&gclid=CjwKCAjwx8nCBhAwEiwA_z_0_dCnX6tevaSjGDuqjIkI8tR8fnZSrzqgvP5hEeebKVicLX3F6NQRoCFUIQAvD_BwE)



99. Por último, vale aclarar que la jurisprudencia internacional, al momento, no ha incluido a este servicio como sustituto del servicio de banda ancha fija residencial. Algunos de los casos observados pueden verse en la tabla a continuación.

**Tabla 5 | Resumen de jurisprudencia sobre sustitución entre internet satelital y por vínculo físico**

| <b>Países donde se analizan los efectos</b> | <b>Caso</b>                                     | <b>Análisis de sustitución</b>                           | <b>Fecha Dictamen</b> | <b>Fecha de autorización para STARLINK</b> |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------|
| España                                      | Case M.10896 – ORANGE / MASMOVIL / JV           | No se incluye internet satelital en el mercado relevante | 20/2/2024             | ene-22                                     |
| Bélgica                                     | Case M.10994 - LIBERTY GLOBAL / FLUVIUS / NETCO | No se incluye internet satelital en el mercado relevante | 30/5/2023             | may-21                                     |
| Bélgica                                     | Case M.10663 – ORANGE / VOO / BRUTÉLÉ           | No se incluye internet satelital en el mercado relevante | 20/3/2023             | may-21                                     |
| Polonia                                     | Case M.10515 - ILIAD / UPC POLSKA               | No se incluye internet satelital en el mercado relevante | 10/3/2022             | sep-21                                     |

Fuente: CNDC

100. Con relación a una posible sustitución con la banda ancha móvil, esta CNDC ya ha manifestado en anteriores oportunidades que no constituye un sustituto efectivo de la banda ancha fija,<sup>49</sup> decisión que se mantiene para el análisis del presente caso. Esta perspectiva es coincidente con la jurisprudencia internacional en la materia citada en la tabla precedente.
101. Respecto del mercado geográfico, esta CNDC considera que los efectos de la operación deben analizarse a nivel local, debido a que los demandantes solamente pueden sustituir su proveedor con aquellos operadores que se encuentran ofreciendo el servicio de acceso a Internet en el conglomerado urbano en el cual habitan. En particular, los demandantes de Internet residencial reciben el servicio a través de un enlace físico, que no puede ser sustituido por otro enlace que no llegue directamente a su domicilio.<sup>50</sup>
102. Desde el punto de vista de la sustitución por el lado de la oferta, ante un aumento del precio del servicio de acceso a internet en una zona determinada, el operador que se encuentre en un área geográfica próxima deberá realizar un tendido de red de acceso local con acceso a los hogares para poder ofrecer el servicio a nivel residencial en la nueva localidad. Si bien existe la posibilidad técnica y regulatoria de ofrecer el servicio de internet residencial utilizando los elementos de red del operador incumbente, en Argentina dichos casos son marginales y representan una porción ínfima del total de abonados de Internet residencial a nivel nacional.

<sup>49</sup> Ver el análisis de caso de la fusión entre TELECOM y Cablevisión *op.cit.*

<sup>50</sup> La segmentación local ha sido utilizada por la CNDC en el caso Cablevisión-TELECOM *op.cit.*; por la Federal Communications Commission en la fusión entre Charter Communications Inc., Time Warner Cable Inc y Advanced/ Newhouse Partnership, y por la Aurorite de la Concurrence en la adquisición de SFR por Numericable.

103. En consecuencia, teniendo en consideración tanto los argumentos del punto de vista de la demanda como de la oferta, los efectos de la operación se analizarán a nivel local.

#### **IV.5.1.2. Servicio de telefonía fija**

104. El servicio de telefonía fija ha sido definido como un mercado en sí mismo en anteriores oportunidades, independiente del servicio de telefonía móvil. En términos geográficos, esta CNDC ha analizado los efectos a nivel local.
105. Los servicios de telefonía fija para clientes finales comprenden la provisión de suscripciones que permiten el acceso a redes telefónicas públicas en una ubicación fija, con el propósito de realizar y/o recibir llamadas.
106. Al igual que la jurisprudencia internacional, esta CNDC considera que los servicios fijos de telefonía tradicionales y los que utilizan el protocolo de internet (VoiP, por sus siglas en inglés *voice over internet protocol*) forman parte del mismo mercado.<sup>51</sup>
107. La parte notificante ha manifestado que la telefonía fija es un mercado con tendencia a la desaparición debido al creciente uso del teléfono móvil y el uso de plataformas que permiten las comunicaciones de voz a través de la red de internet. Si bien es evidente que el servicio fijo de voz ha perdido relevancia en la facturación de los operadores de telecomunicaciones, la CNDC no ha encontrado evidencia suficiente para sostener tal afirmación y por lo tanto el mercado de servicios fijos de telefonía será analizado en los efectos de la operación de concentración económica.
108. En este sentido, se advierte que de la información provista por ENACOM y que fue detallada previamente, a la fecha existen casi 7 millones de hogares con líneas fijas, lo que implica casi la mitad de las residencias del país. El sector en su conjunto facturó, según datos de ENACOM, casi un billón de pesos en 2024.

#### **IV.5.1.3. Servicio de televisión por suscripción**

109. El mercado de televisión por suscripción ha sido analizado por esta CNDC previamente en los dictámenes 340/2003, 637/2007 y 592/2017.<sup>52</sup> Allí se detalló que este mercado comprende tanto el servicio de televisión por cable como el servicio de televisión satelital.
110. El servicio de televisión paga es provisto por TELECOM bajo la marca *Flow* y el de TELEFÓNICA bajo la marca *Movistar TV*. TELECOM brinda el servicio bajo la marca *Flow*, con dos modalidades: video cable sobre redes HFC o IPTV sobre las redes de HFC, FTTH y redes inalámbricas (Terrestres). En el caso de TELEFÓNICA, ofrece el servicio bajo la marca *Movistar TV*, que utiliza tecnología IPTV.
111. Cabe mencionar que con el avance de las telecomunicaciones, en los últimos años se desarrollaron nuevas formas de consumo de contenido audiovisual. A la luz de esta tendencia,

---

<sup>51</sup> Ver decisiones de la Comisión Europea de Competencia de los casos M.10663 – *Orange/VOO/Brutélé*, M.7637, *Liberty Global/BASE Belgium*, M.7421, *Orange/Jazztel*, entre otros.

<sup>52</sup> Ver Dictamen 592/2017 relativo al Expediente S01:0268071/2016 caratulado “*SAN LUIS CABLE S.A. Y TV CA S.A. S/ NOTIFICACIÓN ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 1338)*”, Dictamen 637/2007 correspondiente al Expediente S01:0373486/2006, caratulado “*GRUPO CLARIN S.A., VISTONE LLC, FINTECH ADVISORY INC, FINTECH MEDIA LLC, VLG ARGENTINA LLC Y CABLEVISION S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (CONC. 596)*” y Dictamen 340/2003 correspondiente al expediente S01:0178180/2002, caratulado “*ESMERALDA TELEVISIÓN S.A., VENADO TUERTO TV S.A. Y TV INTERACTIVA S.A. C 380 S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25.156*”.

TELECOM argumentó que la definición de mercado de TV por suscripción debería incluir las plataformas OTT<sup>53</sup> que ofrecen contenido audiovisual a través de internet, tales como *Netflix*, *PrimeVideo*, *Disney+*, entre otras. La parte notificante también hizo referencia a una disminución de clientes en servicios de TV tradicionales generado por la amplia cantidad de sustitutos a su oferta, refiriéndose a esas plataformas. Esto, toda vez que consideran que cualquier contenido distribuido en sus señales de TV puede ser adquirido a través de las OTT mencionadas.

112. Se pueden describir a los servicios OTT como aquellos que permiten transmitir audio, videos y otros contenidos a través de internet, y pueden incluir: i) servicios en línea mediante suscripción (SVOD), como *Netflix* y *AmazonPrime*, ii) servicios transaccionales que se cobran por acceso a corto plazo del contenido o por cada vez que se accede (*transaction video on demand* o “TVOD”, por su sigla en inglés, como aquel disponible en *Apple*, *iTunes* y *Google Play*), y iii) servicios gratuitos financiados con publicidad (*advertising video on demand* o “AVOD”, por su sigla en inglés, como YouTube).
113. Desde el punto de vista de la oferta, a diferencia de la forma tradicional de los servicios de televisión paga donde un operador distribuye los contenidos al hogar a través de su red, el modelo de negocios OTT le permite al dueño del contenido llegar al usuario final mediante el uso de la red de un operador de telecomunicaciones. Es decir, el modelo OTT puede prescindir, en términos de propiedad y de usufructo,<sup>54</sup> de los activos de red físicos que involucran las redes troncales y de acceso a los usuarios.<sup>55</sup>
114. Desde el punto de vista de la demanda, la diferencia entre las redes no necesariamente es distinguible para el usuario final, con excepción de que el modelo OTT permite que el contenido pueda ser visto mediante distintas terminales (*smartphones*, *tablets*, computadoras). Lo que sí se observa más claramente es la distinción entre televisión lineal y no lineal.
115. Las plataformas OTT más relevantes (como *Netflix*, *Amazon*, *Max*), utilizan un modelo de consumo no lineal de contenidos. Mientras los servicios de TV por suscripción tradicionales ofrecen grillas de señales organizadas por temática (infantil, películas y series, deportes, etc.) cada una con su respectivo contenido lineal, es decir, con una programación fija y predeterminada, las plataformas mencionadas permiten que el usuario pueda acceder al contenido en el momento en el que lo desee, siempre y cuando tenga conexión a internet.
116. En respuesta al ingreso de estos nuevos proveedores de contenidos OTT, la mayoría de los operadores de televisión paga tradicional comenzaron a ofrecer a los usuarios el servicio lineal y no lineal de manera conjunta. Es decir, este servicio de los operadores de televisión paga es un servicio complementario que incluye, además de la grilla de programación lineal, un catálogo de contenidos para ser visto bajo demanda.

---

<sup>53</sup> Un servicio OTT (*over the top*, por sus siglas en inglés) consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de internet sin la implicancia de los operadores de red en el control o la distribución del contenido. Las plataformas OTT involucran no solo contenido audiovisual sino también comunicaciones y otros servicios.

<sup>54</sup> En otras palabras, al menos en términos teóricos, un operador de televisión por cable tradicional debía realizar un tendido de red para distribuir el contenido de su grilla de señales, mientras que un operador OTT puede utilizar, sin contrapartida monetaria alguna, la red de un tercero para distribuir su contenido. Al respecto ver: Wu, Tim, “*Network Neutrality, Broadband Discrimination*”, en *Journal of Telecommunications and High Technology Law*, Vol. 2, 2003.

<sup>55</sup> Esto es en términos teóricos, en la práctica existen convenios entre los operadores de red y los dueños del contenido para garantizarle al usuario una mejor experiencia de consumo, lo que implica distintos tipos de acuerdo entre ellos. Uno de los más utilizados es el CDN, por sus siglas en inglés, *content delivery network*.

117. TELECOM, por ejemplo, ofrece el servicio de TV “*Flow Full*” que incluye aproximadamente 150 canales de TV en vivo, junto con un catálogo de video a demanda propio de *Flow* (VOD) y la posibilidad de acceder además, en los packs *premium*, a los servicios de OTTs como *Disney*, *Max*, *Universal*, etc. En este último caso, permite la suscripción, a través de TELECOM, del servicio de terceros; es decir que es interoperable con sus supuestos competidores.<sup>56</sup> TELECOM provee el servicio de TV por suscripción mediante un decodificador o sin él, a través del servicio de acceso a internet propio (paquete internet + TV paga) o sin necesidad de utilizar su red de internet. En esa línea, utiliza un modelo tradicional y a la vez OTT (utilizando la red de un tercero) pero de televisión lineal y, solo de manera complementaria, ofrece televisión no lineal.
118. TELEFÓNICA ofrece el servicio “*Movistar TV Digital*” y el servicio “*Movistar TV Max*”, que se diferencian por la cantidad de canales de TV en vivo que incluyen. Ambos ofrecen un catálogo adicional de video a demanda (VOD) y la posibilidad de adquirir Amazon Prime Video, Paramount+ y señales *premium*. Además, ambos planes se ofrecen con Disney+ Premium incluido, sin costo adicional. A diferencia de *Flow*, *Movistar TV* puede ser contratado solo si el cliente ya demanda el servicio de internet o el de telefonía móvil con TELEFÓNICA. Si un cliente del servicio móvil cuenta con un proveedor de internet residencial distinto, el contenido de *Movistar TV* se distribuiría al hogar, al menos en el último tramo, utilizando la red de un tercero, pero como condición comercial, debería entonces tener el servicio móvil contratado con TELEFÓNICA.
119. En definitiva, lo que se observa es que ambas empresas ofrecen un servicio de suscripción de televisión lineal que se complementa con un contenido no lineal. A la vez, ambos desarrollaron un producto que puede ser distribuido al usuario final a través de la red de acceso de un tercero.<sup>57</sup> Además, debe destacarse que ambas plataformas agregan como complemento a su oferta de servicio de tv por suscripción el abono gratuito de plataformas OTT que, las cuales según TELECOM, serían sus competidores.
120. La jurisprudencia internacional reciente distingue expresamente los servicios lineales de los no lineales a la hora de definir el mercado relevante y realizar el análisis sobre los efectos de la operación. La Comisión Europea de Competencia, en el caso M.10663, relativo a la operación de concentración económica entre Orange/ Voo/ Brutélé, indicó que: “*la Comisión concluye que el mercado de producto relevante a nivel minorista es el mercado de la provisión minorista de servicios audiovisuales lineales (es decir, excluyendo las ofertas audiovisuales no lineales), abarcando todas las tecnologías de distribución*” (la traducción es propia).<sup>58</sup>
121. En línea con los antecedentes de esta CNDC y la jurisprudencia internacional, para la operación de concentración bajo análisis se evaluarán los efectos de la operación considerando el mercado de televisión lineal por suscripción, excluyendo las plataformas de contenido no lineal como *Netflix*, *PrimeVideo*, etc.

---

<sup>56</sup> De hecho, al consultar las ofertas de los distintos operadores de tv por cable, las ofertas para la suscripción del servicio de tv lineal incluyen períodos de prueba gratis para plataformas OTT de sus supuestos competidores.

<sup>57</sup> Debe señalarse que si el contenido está alojado en un servidor de TELECOM o TELEFÓNICA, según el caso, la distribución por el primer tramo de la red será propiedad de TELECOM o TELEFÓNICA, respectivamente.

<sup>58</sup> El original dice “... *the Commission concludes that the relevant product market at retail level is the market for the retail supply of linear AV services (i.e., excluding non-linear AV offerings) encompassing all distribution technologies*”. Ver párrafo 82 de la página 24 del caso *op.cit.*

122. Con relación a los límites geográficos del mercado, al igual que en los dictámenes 340/2003, 637/2007 y 592/2017, se evaluarán los efectos de la operación a nivel local. Debe notarse que la tecnología satelital que se ofrece en Argentina está disponible en todo el territorio debido a que la pisada del satélite por el cual se transmiten las señales alcanza todo el país.
123. El servicio que utiliza red física al hogar, ya sea a través de HFC, xDSL o FTTH, solo puede ser ofrecido en aquellas zonas donde se verifica la presencia de una red física y, por lo tanto, un consumidor no puede adquirir los servicios de un proveedor que no cuenta con infraestructura de red en el ejido urbano en el cual se encuentra su hogar” debe decir: “El servicio que utiliza red física al hogar, ya sea a través de HFC, xDSL o FTTH, solo es ofrecido por la mayoría de las empresas del sector en aquellas zonas donde se verifica la presencia de una red física y, por lo tanto, un consumidor no puede adquirir los servicios de un proveedor que no cuenta con infraestructura de red en el ejido urbano en el cual se encuentra su hogar.

#### IV.5.1.4. Servicios de telecomunicaciones móviles

124. Los servicios de telecomunicaciones móviles incluyen los servicios de voz, banda ancha móvil y mensajería. Estos presentan la característica distintiva de ser itinerantes y serán considerados como un único mercado, decisión que es coincidente con lo mencionado previamente y lo definido por esta Comisión en los Dictámenes 417/2004, 835/2010, 61/2017, 230/2017, 2018-30780664-APN-CNDC#MP, entre otros. La definición de mercado es coincidente con la jurisprudencia internacional.<sup>59S</sup>
125. Se analizarán los efectos de la operación a nivel nacional dado que todos los operadores prestan servicios en todo el país y que sus licencias abarcan todo el territorio nacional. En particular, cualquier usuario del país puede cambiar su proveedor por cualquiera de los proveedores existentes en el país (a diferencia de lo que sucede con los proveedores con redes fijas). También se considerará el efecto del mercado de servicios de telecomunicaciones móviles a un nivel menor al nacional en función de su impacto en la oferta de servicios empaquetados.

#### IV.5.1.5. Servicios empaquetados N-Play

126. El término *multiple-play* se refiere a ofertas de productos que comprenden dos o más de los siguientes servicios proporcionados a consumidores minoristas sobre la base de uno o varios contratos por el mismo proveedor: servicios de telecomunicaciones móviles, servicios de telefonía fija, acceso a internet fijo y servicios de televisión paga. Las ofertas de *multiple-play* (N-Play) que comprenden dos, tres o cuatro de estos servicios se denominan respectivamente *Doble Play* (2P), *Triple Play* (3P) y *Cuádruple Play* (4P).<sup>60</sup>
127. Tal como hemos descripto en el apartado dedicado a la reseña histórica del sector en Argentina, la evolución de la oferta de servicios empaquetados ha estado condicionada por el diseño regulatorio, el cual ha levantado barreras para la prestación de los servicios.<sup>61</sup> Recién en el año 2019 la regulación permitió la plena oferta de servicios convergentes para todos los operadores en todo el territorio.

---

<sup>59</sup> Ver, entre otros, la decisión de la Comisión Europea de Competencia del caso M.10986 Vodafone/MasMóvil/ JV, *op.cit.*

<sup>60</sup> Algunos países distinguen servicios 5P al dividir telefonía móvil e internet móvil. Ver por ejemplo CNMC de España.

<sup>61</sup> Ver Pérez Vachini, G y Lepere, P (2013) “Evolución regulatoria y convergencia tecnológica en los mercados de telecomunicaciones y servicios audiovisuales de la Argentina”, CNDC-CEPLAD.

128. De este modo, se advierte que el desarrollo de ofertas comerciales empaquetadas no tiene en Argentina una larga tradición por lo que, *a priori*, es difícil reunir evidencia suficiente para respaldar la definición de un mercado relevante en sí mismo.
129. En otros países que cuentan con una larga trayectoria de oferta de servicios empaquetados, la cuestión de si existen uno o varios mercados de *multiple-play* que sean distintos de cada uno de los servicios individuales de telecomunicaciones subyacentes ha sido dejada abierta. Tal ha sido el caso de la operación de concentración entre Orange y MasMóvil, analizada por la Comisión Europea.<sup>62</sup>
130. En dicho caso se señaló, incluso, la posibilidad de varios mercados candidatos como un mercado para paquetes fijos (2P y 3P) y otro mercado separado para paquetes que incluyan tantos los servicios fijos como los servicios de telefonía móvil. Sin embargo, la posibilidad de incluir varias suscripciones móviles en un paquete de *multiple play* agregó mayores dificultades a la definición.<sup>63</sup>
131. En conclusión, si bien los efectos de las ofertas empaquetadas serán analizados en el apartado correspondiente, la definición exacta de un mercado relevante de producto separado de los servicios individuales quedará abierta.

#### IV.5.1.6. Servicios corporativos

132. El mercado de servicios de telecomunicaciones al sector corporativo ha sido definido por esta Comisión en los Dictámenes 417/2004 y 835/2010 y 2018-30780664-APN-CNDC#MP, entre otros. Allí se estableció que los “Servicios Corporativos de voz, datos e Internet” conforman un mercado relevante en sí mismo y que su dimensión geográfica es de alcance nacional.
133. Este mercado comprende a una amplia gama de servicios de comunicaciones a empresas que demandan un conjunto de estos servicios y/o capacidad. En particular, el sector corporativo demanda servicios de transmisión de voz y datos, tanto a través de redes privadas (virtuales o no) como por el acceso a la red de internet.
134. La modalidad de contratación del servicio (generalmente licitaciones o similares) y el tipo de cliente al que los servicios en cuestión están dirigidos (segmento corporativo) puede justificar el tendido o el arrendamiento de redes (alámbricas o inalámbricas) y de enlaces para cada cliente en particular independientemente del lugar donde se demande el servicio.
135. A los fines de la definición del mercado relevante del producto, por el lado de la demanda se observa que, por el tipo de usuario, la amplitud de la gama, la complejidad y el nivel de prestaciones requeridos, los servicios corporativos son un mercado relevante distinto a los servicios de telefonía y acceso a internet residenciales.
136. Por lado de la oferta, este mercado se diferencia también de los mercados de servicios residenciales en que existen algunos actores adicionales especializados, prácticamente ausentes en los mercados de servicios residenciales.
137. TELECOM planteó una definición más amplia del mercado de servicios corporativos que, además de los servicios de telecomunicaciones, incluye los servicios de hardware (*routers, switches*, servidores, sistemas de almacenamiento, WLAN), licencia de software y servicios IT (desde IaaS hasta servicios IT tradicionales como consultorías, desarrollo de aplicaciones, configuración de redes y sistemas informáticos, etc).

---

<sup>62</sup> *Op.cit.*

<sup>63</sup> *Op. cit.*

138. Esta CNDC ha analizado algunos de estos segmentos en anteriores oportunidades.<sup>64</sup> Desde el punto de vista de la demanda resulta evidente que no se puede sustituir un servicio de acceso dedicado a la red de internet o de transporte de datos con la compra de un *router*, un servidor o un sistema de almacenamiento, como tampoco con un sistema informático, ya sea operativo, de integración o de base de datos. Estos servicios son complementarios, dado que conjuntamente forman parte de todos los recursos digitales que puede utilizar una compañía como herramienta de trabajo.
139. Tal como se ha mencionado previamente, internet es una interconexión de redes que permite, en términos simplificados, la comunicación entre dos terminales. Para poder conectarse a esa red se requiere distinto tipo de hardware, el cual demanda licencia de software. A la vez, las empresas suelen demandar diferentes servicios IT para una mayor productividad de su negocio. En definitiva, el hecho de que todos estos servicios sean demandados por un mismo actor no constituye por sí mismo una condición suficiente para ser incluidos en un mismo mercado relevante.
140. Por otro lado, desde el punto de vista de la oferta, se observa que las empresas que ofrecen servicios corporativos de telecomunicaciones no ofrecen otro tipo de servicios corporativos y viceversa. TELECOM ha identificado en el Formulario F0-F1, para los segmentos en los cuales está presente como oferente, a IPLAN, CIRION y CLARO. Ninguna de ellas participa en los segmentos corporativos descriptos previamente de *Hardware*, *Software* y servicios IT.
141. Para estos servicios, TELECOM identificó a HUAWEI, CISCO, NOKIA, HP, DELL, LENOVO, ORACLE, SAP, IBM, AMAZON, MICROSOFT y GOOGLE, por citar los más importantes. Ninguno de ellos se encuentra activo en la provisión de servicios corporativos de telecomunicaciones, que la propia TELECOM identifica bajo los subsegmentos de “servicios de datos” e “internet dedicado”.
142. La Comisión Europea cuenta con una vasta jurisprudencia en la cual analiza el mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones como un mercado en sí mismo.<sup>65</sup> En estos casos señala que el mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones incluye acceso a internet dedicado para grandes clientes, servicios de voz y transmisión de datos. De la lectura de las decisiones mencionadas, además, no se vislumbra la oposición a esta definición de mercado, en los parámetros aquí expuestos, de ninguna de las partes que formaran parte de los casos analizados por la Comisión Europea.

---

<sup>64</sup> Ver por ejemplo Dictamen N°168 correspondiente al Expediente S01:0519035/2016, caratulado “ORACLE CORPORATION Y NETSUITE INC. S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY N° 25.156 (CONC. 1394)”, Dictamen N°135 correspondiente al Expediente S01:0203295/2014, caratulado “ORACLE CORPORATION Y MICRO SYSTEM INC. S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY N° 25.156 (CONC. 1167)”, Dictamen N°7 correspondiente al Expediente S01:0003578/2015 caratulado “LENOVO GROUP LIMITED E IBM ARGENTINA S.R.L. S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25.156 (CONC. 1202)”, Dictamen N°211 correspondiente al Expediente S01: 0005684/2016, caratulado “NOKIA CORPORATION Y ALCATEL -LUCENT S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY N° 25.156 (CONC. 1292)”, Dictamen N°315 correspondiente al Expediente S01:0149964/2002 caratulado: “HEWLETT-PACKARD COMPANY Y COMPAQ COMPUTER CORPORATION s/ NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25.156”, Dictamen N° 144 correspondiente al Expediente S01:0267822/2016, caratulado “NTT DATA INTERNATIONAL LLC Y DELL INC S/ NOTIFICACIÓN ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 1337)”, por citar algunos.

<sup>65</sup> Ver por ejemplo M.10663 op.cit. del año 2023, el caso M.10070 – Eurofiber/Proximus/JV de 2021; M.10087 – Proximus/Nexus Infrastructure/JV de 2021; M.8864 – Vodafone/Certain Liberty Global Assets, de 2019, por citar algunos.

143. En conclusión, esta CNDC entiende que los servicios corporativos de telecomunicaciones forman un mercado en sí mismo, aparte del resto de los servicios corporativos de *hardware*, *software* y servicios IT.
144. En cuanto a la definición del mercado geográfico, si bien la demanda puede ser local, desde el lado de la oferta resulta adecuado considerar al mercado como nacional, teniendo en cuenta que la existencia de un tendido de red propia en cada localización específica no es totalmente determinante para la atención de un cliente. A su vez, las redes a través de las cuales se realiza el transporte de la información suelen alcanzar dimensiones superiores a las áreas locales, con la posibilidad de alcanzar todo el territorio nacional. Además, los proveedores de los servicios de telecomunicaciones al sector corporativo prestan los servicios a través de la instalación de una red o a través de vínculos físicos arrendados a otro operador con infraestructura para proveer estos servicios.
145. Por consiguiente, en la medida en que exista oferta de infraestructura de red en los mercados *aguas arriba*, ante un aumento del precio en alguna región determinada, los oferentes que prestan el servicio en otras regiones pueden establecerse en otras regiones. Por esto se considera al mercado como nacional.

#### **IV.5.2. Servicios mayoristas**

146. La estructura física de una red de telecomunicaciones se compone básicamente de tres elementos: (i) la red troncal que realiza el transporte de larga distancia y de tráfico altamente agregado, (ii) los tendidos al interior de las áreas locales que agrupan las comunicaciones dentro del área local, y (iii) los accesos a los consumidores finales (hogares, comercios, empresas, reparticiones públicas, etc).
147. Estas redes físicas de telecomunicaciones constituyen un soporte sobre el que se prestan distintos servicios mayoristas tales como: acceso mayorista a la red de Internet, transporte de larga distancia de voz y datos, arrendamiento de capacidad en áreas locales, y acceso a terceros para la provisión de servicios minoristas.

##### **IV.5.2.1. Mercado de acceso mayorista a la red de Internet**

148. Internet es una interconexión de redes conformada principalmente por cuatro actores: ISPs (*Internet Service Providers*), operadores de red que cuentan con redes troncales y/o de acceso local, usuarios de Internet que demandan acceso, y los usuarios de red que ofertan contenido.
149. El desarrollo de los mercados puede traer aparejada la integración entre estos actores, como sucede entre los proveedores de Internet minoristas (ISP) y mayoristas y/o entre estos y los proveedores de contenidos para la *web*. A su vez, el desarrollo de las redes sociales hace que los usuarios de Internet se conformen en proveedores de contenidos.
150. Una ejemplificación del funcionamiento integrado de esta red podría suscitarse en el caso en el que un usuario final demanda un contenido a través de la *web*. Este proceso involucra una serie de relaciones entre, en primer lugar, el usuario de Internet y el proveedor de acceso minorista (ISP), entre este último y el proveedor de acceso mayorista a la red de redes nacional y/o internacional, y finalmente entre este último y el servidor donde se aloja el contenido demandado. A su vez, el usuario puede demandar contenido que está en un servidor dentro de



la red del ISP que le provee el acceso, o bien su demanda puede requerir que este ISP deba interconectarse con otra red para llegar a ese contenido.<sup>66</sup>

151. La provisión del servicio de Internet requiere, por definición, la interconexión entre redes de operadores para la prestación de los servicios a los usuarios finales, quienes demandan interconexión con otros usuarios y contenidos a través de la red. En particular, para obtener acceso a contenidos remotos alojados en la red global de internet, los operadores de red requieren interconectarse con redes que le provean el acceso necesario a la red nacional e internacional, dando lugar a un mercado donde se comercializan estos accesos.
152. Existen dos modalidades de interconexión de redes IP<sup>67</sup>: el intercambio gratuito de tráfico entre operadores de características similares (cobertura geográfica, cantidad de tráfico, etc) que realizan el intercambio en determinados puntos y en cantidades comparables (*peering*) o la venta del acceso mayorista a Internet, donde redes de mayor capacidad y cobertura ofrecen el servicio de acceso a nivel mundial (Tránsito IP).<sup>68</sup> De esta manera, la relación entre los operadores de redes se establece de manera jerárquica, con acuerdos de intercambio entre redes similares (*peering*) y oferta mayorista entre redes con desigual cobertura (tránsito IP).
153. Considerando los elementos vertidos hasta aquí, desde el punto de vista de la competencia corresponde realizar un análisis de la estructura jerárquica de la red de Internet en la Argentina para indagar sobre los efectos de la operación. En esta medida, es importante analizar no solo los efectos horizontales en el mercado sino los efectos verticales sobre aquellas áreas en las cuales las empresas fusionadas son proveedoras y competidoras de ISPs de menor jerarquía.
154. En consecuencia, se analizarán los efectos de la operación en el mercado de acceso a la red mayorista de Internet a nivel nacional, sin perjuicio de observar los efectos verticales en cada una de las localidades afectadas.

#### IV.5.2.2. Transporte de larga distancia

155. El mercado de transporte de larga distancia nacional e internacional ha sido definido por esta CNDC en los Dictámenes 417/2004, 835/2010 y 2018-30780664-APN-CNDC#MP entre otros.<sup>69</sup> Allí se estableció que el mercado de transporte de larga distancia incluye la provisión de transporte de datos entre distintas áreas urbanas y el arriendo de determinada capacidad sobre la infraestructura para prestar el servicio de transporte de larga distancia.
156. La demanda de este servicio está compuesta por operadores de red que se encuentran compitiendo con infraestructura propia en la oferta de servicios minoristas (por ejemplo, en la prestación de los servicios de telecomunicaciones al sector corporativo como ser transmisión de datos, internet dedicado, etc.) en un área determinada, y que requieren, para ofrecer estos servicios, complementar su red con la de otro operador en otra área donde no cuentan con infraestructura propia.
157. El transporte de datos también puede ser demandado por un ISP a un proveedor mayorista para extender su red hacia un IXP (*internet exchange point*), de modo tal de poder intercambiar

---

<sup>66</sup> De esta manera, la interconexión entre redes incrementa la valoración que hace el usuario que demanda el servicio a la vez que incrementa la utilidad de los restantes usuarios, lo cual es el fundamento de las externalidades positivas que presentan los servicios de interconexión entre usuarios.

<sup>67</sup> Las redes IP son las redes que utilizan el protocolo de internet (*Internet Protocol*)

<sup>68</sup> Existen modalidades intermedias donde se establece un acuerdo de *peering* entre pares y en forma adicional se compensa el mayor o menor tráfico en la red.

<sup>69</sup> Ver Dictamen 417/2004, 835/2010 y 2018-30780664-APN-CNDC#MP *op. cit.*

tráfico de internet, tener un punto de interconexión de telefonía IP y de acceder a contenido tanto de señales de TV como de plataformas que generan contenido.

158. A su vez, la demanda también puede provenir de empresas que ofrecen servicios mayoristas y que precisan completar su red con la de otro operador. Es decir, en muchos casos, se observa que dos competidoras verifican relaciones horizontales y verticales al mismo tiempo.
159. El servicio de transporte de tráfico puede ser remunerado al *carrier* en función del tráfico efectivamente transportado o puede pagarse por un monto fijo por una determinada capacidad de transporte disponible. A su vez, el arrendamiento puede involucrar a la fibra iluminada o a la fibra oscura. En el primer caso es el dueño de la infraestructura de transporte quien administra los recursos y usa la facilidad para dar un servicio, pudiendo compartirla con otras necesidades (propias o de otros terceros). En el segundo caso, el arrendatario deberá contar con el hardware para iluminar la red y realizar la bajada del tráfico en los puntos que desee.
160. Con relación a los límites geográficos a considerar para evaluar la concentración, esta CNDC ha considerado previamente la competencia entre diferentes “rutas” de redes.
161. En virtud de lo anteriormente descripto se considera que el servicio de transporte de larga distancia (voz y datos) constituye un mercado relevante en sí mismo y se tomarán como referencias geográficas para el análisis de la concentración en este mercado las rutas en donde las empresas fusionadas tengan solapamiento.

#### **IV.5.2.3. Provisión de enlaces locales (capacidad)**

162. El mercado de transporte de provisión de enlaces locales ha sido definido por esta CNDC en los Dictámenes 417/2004, 835/2010 y 2018-30780664-APN-CNDC#MP, entre otros.<sup>70</sup> Allí se estableció que la provisión de enlaces locales consiste en el arriendo de capacidad sobre infraestructura de red en un área local e incluye todas las actividades destinadas a proveer infraestructura, equipos y activos en general, utilizados como un insumo en la prestación de servicios de transmisión de señales de voz y datos.
163. Los enlaces mencionados son medios de transmisión de información “punto a punto” de características específicas, sobre los cuales se pueden brindar servicios de transmisión de datos, de telefonía y de Internet. Un ejemplo de ello sería un operador que le facilita a un ISP la conexión entre dos puntos de su red en la misma localidad tanto para ofrecer servicios residenciales como corporativos.
164. Con relación a los límites geográficos del mercado, el mismo se considerará local dado que no es sustituta la infraestructura de un operador en un área local respecto de la infraestructura de otra área local.

#### **IV.5.2.4. Infraestructura de acceso de red móvil**

165. Para ofrecer servicios de telefonía móvil se requieren dos insumos esenciales: la autorización para utilizar bandas del espectro radioeléctrico atribuidas a servicios de comunicaciones móviles y una infraestructura específica de red móvil.
166. Como se describe en el apartado dedicado al análisis de la operación sobre el espectro radioeléctrico IV.6.2.4.2, el espectro es propiedad del Estado Nacional y se divide en secciones llamadas bandas. Las distintas bandas tienen diferentes características en cuanto a cobertura y

---

<sup>70</sup> Ver Dictamen 417/2004, 835/2010 y 2018-30780664-APN-CNDC#MP *op. cit.*

velocidad. Es el propio Estado el que designa las bandas para los distintos servicios y las asigna a operadores que explotan el servicio en sí.

167. La otra parte de la red de acceso es la infraestructura física. Una red móvil se diferencia de una red fija principalmente por su red de acceso. La red de acceso, es decir el tramo de la red que conecta con la terminal del usuario, está compuesta por un gran número de sitios de estaciones radioeléctricas. Cada uno de ellos cuenta con un mástil o torre sobre el que se colocan antenas, así como un sistema de estación base transceptora. Las antenas y el equipo de la estación transceptora constituyen los principales elementos del equipo de la Red de Acceso Radioeléctrico (RAN, por sus siglas en inglés). Este equipo transmite y recibe señales de voz y datos entre las torres y los dispositivos de los usuarios.
  168. Los operadores móviles pueden desplegar su propia red de manera independiente o en conjunto con otros operadores a través de acuerdos de compartición de infraestructura. Existen distintos tipos de acuerdos que involucran distintos grados de compartición de infraestructura. En principio se identifican los acuerdos de "co-ubicación" y el de "RAN *sharing*" como los más importantes que se dan en el país.
  169. La co-ubicación es una forma de compartición de infraestructura pasiva. En estos casos, los operadores comparten la torre y el espacio físico, pero cada uno instala su equipo activo, es decir la antena y la estación base. En este caso, se facilita el despliegue de la red al reducir el costo logístico sin afectar la independencia técnica de cada red.
  170. Los acuerdos de RAN *sharing* tienen un mayor grado de integración que la co-ubicación, dado que involucran tanto la infraestructura pasiva como la activa. Es decir, involucran no solo la torre y el espacio físico como el terreno o una terraza, sino también, por ejemplo, los equipos que transmiten y reciben las señales de radiofrecuencia, dan cobertura y gestionan el tráfico. Además, dependiendo de dónde se dé la interconexión entre las redes de los dos operadores, en algunos casos también se arrienda el enlace entre la torre y la red troncal del operador demandante con el objetivo de transportar los datos desde el sitio hasta su propia red.
  171. El acuerdo de infraestructura que implica mayor integración es aquel que se da entre el operador de red móvil (OMR) y el operador móvil virtual (OMV). Este tipo de acuerdos, tal como se verá posteriormente en el análisis de efectos y barreras a la entrada, no ha proliferado en Argentina.
- Las distintas modalidades de compartición de infraestructura no han sido informadas por TELECOM como uno o más mercados involucrados, sino advertido por esta CNDC a raíz de la información obtenida durante el transcurso de la investigación. En audiencia con los representantes de AMX, los testigos manifestaron tener acuerdos de co-ubicación y RAN *sharing* con TELECOM y TELEFÓNICA para el despliegue de la red de telefonía móvil, con el objetivo de obtener una mayor cobertura y una mejor calidad y alcance en la provisión del servicio de telefonía móvil en el territorio nacional.
172. Estos acuerdos, según lo manifestado, son el resultado de un intercambio bilateral con cada uno de los operadores por separado. Es decir, en el marco de una negociación, AMX realiza una oferta con un operador donde solicita co-ubicarse en determinada cantidad de sitios dispuestos en algunas zonas geográficas a cambio de ofrecerle co-ubicación en los sitios de su propiedad en las zonas geográficas que sean convenientes para el otro operador. Al mismo tiempo, le ofrece a ese operador la posibilidad de realizar compartición de tipo RAN *sharing* donde AMX le ofrece cobertura en determinadas zonas a cambio de que este operador le ofrezca compartir su infraestructura en otras áreas geográficas.

173. En el mercado de infraestructura para la red de acceso de telefonía móvil también existen operadores independientes que ofrecen servicios, como el caso de AMERICAN TOWER CORPORATION, que cuenta con más de 500 torres en Argentina para arrendar a operadores de servicios móviles, según lo consultado en su sitio *web*.<sup>71</sup>
174. En definitiva, se observa que existe un mercado de infraestructura de red que puede o no tener una contraprestación monetaria pero que, fundamentalmente en el caso investigado, dependería de la capacidad del otro operador de servicios móviles de ofrecer arrendamiento de infraestructura de red como contraprestación.
175. Con relación al mercado geográfico, es de destacar que cada sitio tiene una cobertura geográfica muy limitada, lo que contribuye a una mirada más acotada respecto de los efectos de la operación. A favor de un análisis menos restrictivo, existe el argumento de que dado que los tres operadores de telefonía móvil tienen cobertura nacional, y que los intercambios se realizan mayormente entre estos tres, el mercado podría ser nacional. En esta instancia esta CNDC considera oportuno dejar la definición abierta.

**IV.6. Efectos económicos de la operación**

**IV.6.1. Introducción**

176. Dadas las relaciones identificadas previamente, la operación de concentración notificada presenta efectos horizontales en mercados residenciales, corporativo y mayoristas, así como también efectos verticales y de cartera.
177. A nivel residencial los mercados involucrados y sus participaciones de mercado estimadas a nivel nacional se exhiben en la Tabla 6.

**Tabla 6 | Mercados residenciales y participaciones de mercado  
(en %), nacional, sept. 2024**

|                    | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta |
|--------------------|---------|------------|-------------------|
| Internet           | 33.3%   | 12.4%      | 45.7%             |
| Telefonía fija     | 38.6%   | 29.9%      | 68.5%             |
| TV por suscripción | 33.5%   | 4.8%       | 38.9%             |
| Telefonía móvil    | 33.8%   | 24.4%      | 58.1%             |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

178. A continuación, en primer lugar, se describirán los efectos horizontales en cada uno de los mercados residenciales identificados anteriormente. En virtud de las definiciones de mercado geográfico ya descriptas, inicialmente se identificarán las localidades en las cuales se registra solapamiento de actividades entre TELECOM y TELEFÓNICA —con excepción de telefonía móvil, de alcance nacional— y se detallarán las respectivas cuotas de mercado. En las tablas presentadas por localidad, además, se identificará el HHI pre y post operación como métrica para evaluar los niveles de concentración del mercado y su respectiva variación<sup>72</sup>.

<sup>71</sup> <https://www.americantower.com/es-ar/towers-and-rooftops>. Consultado el: 12 de junio de 2025.

<sup>72</sup> El Índice de Herfindahl-Hirschmann (HHI) es una importante herramienta para la medición de la concentración del mercado. Este índice se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones en el

179. Los indicadores cuantitativos de concentración brindan una primera aproximación a la estructura de mercado que resulta sustancial para el análisis de efectos sobre la competencia. Junto a ellos, otros elementos cualitativos que complementan el análisis permitirán evaluar en qué medida, en una estructura más o menos concentrada, existen elementos que pueden morigerar o agravar el poder de mercado de la empresa fusionada en los mercados involucrados.
180. En ese orden, la información histórica sobre la evolución de las participaciones de mercado, según sean más o menos estables, y la aparición de nuevos competidores o la salida de antiguos competidores del mercado, puede resultar valiosa para evaluar la dinámica competitiva y proyectar su desempeño futuro. También se considera relevante la cantidad de jugadores, su tamaño relativo y su cercanía respecto a las empresas fusionadas, su presencia geográfica y su nivel de integración en la oferta de servicios y de infraestructura, que le permitan competir eficazmente con la nueva entidad que resulta de la operación.
181. Adicionalmente, deben considerarse, por un lado, la presencia de externalidades y características específicas de los mercados que puedan constituir restricciones a la competencia como, por ejemplo, la presencia de economías de escala y, por el otro, el estudio de barreras a la entrada que puedan impedir, obstaculizar o dificultar el ingreso o la permanencia de otros jugadores y que lo configuran como un mercado más o menos desafiante.
182. En los mercados de telecomunicaciones el análisis cualitativo reviste especial interés debido a la relevancia que guardan los activos de red (infraestructura física y espectro radioeléctrico) para la prestación de los servicios.
183. Asimismo, la paquetización de la oferta comercial de servicios minoristas al sector residencial otorga al análisis de efectos de cartera una importancia significativa.
184. Con base en los antecedentes mencionados, en el presente capítulo se analizarán, en primer lugar, los efectos horizontales en cada uno de los mercados minoristas residenciales involucrados (internet residencial, telefonía fija, televisión paga y telefonía móvil, con el consecuente análisis del espectro radioeléctrico). A los fines expositivos, y dada la abundancia de información, los datos referidos a participaciones y variación del HHI se presentan, en general, para el último período disponible. En segunda instancia, se realizará un análisis relativo a los efectos de cartera a través de los paquetes múltiple *play* comercializados al sector residencial.
185. Posteriormente, se presentan el análisis de efectos horizontales sobre los mercados corporativos y mayoristas.
186. En cuarto lugar se esboza el análisis y conclusiones sobre los efectos verticales de la operación. Los siguientes apartados se destinan a evaluar las principales barreras a la entrada identificadas en los mercados analizados y, finalmente, se presenta las conclusiones de esta CNDC como resultado del análisis competitivo realizado en el marco del presente informe.
187. Cabe resaltar que en esta última sección se consideran los efectos preliminares que tendría la concentración en aquellos mercados que esta CNDC considera pertinente analizar, pudiendo ampliarse el análisis a otros mercados en caso de creerlo necesario al momento de la decisión.

---

mercado, y los valores del HHI pueden oscilar entre 0 (mercado completamente atomizado) y 10.000 (mercado monopolístico).

IV.6.2. Efectos en los mercados de servicios minoristas

IV.6.2.1. Efectos horizontales en los servicios de acceso a internet residencial

- 188. TELECOM presta servicios de internet residencial a lo largo de todo el país, a través de 3.945.847 accesos totales, repartidos entre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y un importante número de localidades de las siguientes provincias: Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Rio Negro, Salta, Santa Fe, Santiago del Estero y Tucumán.
- 189. TELEFÓNICA cuenta con 1.474.431 accesos nacionales, distribuidos en CABA y diversas localidades de las siguientes provincias: Buenos Aires, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Rio Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Fe, Santa Cruz, Santiago del Estero, Tierra del Fuego y Tucumán.
- 190. A nivel nacional, las empresas notificantes concentrarán el 45,7% de los accesos a internet residenciales.

Tabla 7 | # de accesos residenciales a internet y participaciones de mercado(en %), nacional, sept. 2024

|                                  | TELECOM   | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Competidores | Total      |
|----------------------------------|-----------|------------|----------------|--------------|------------|
| Accesos residenciales a internet | 3.945.847 | 1.474.431  | 5.420.278      | 6.432.009    | 11.852.287 |
| Participación de mercado         | 33,3%     | 12,4%      | 45,7           | 54,3%        | 100,0%     |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

- 191. Dada la definición geográfica de este mercado, y con el objeto de evaluar los efectos de la operación, esta CNDC analizó las zonas en las cuales se produce un solapamiento a nivel servicio de acceso a internet residencial de TELECOM y TELEFÓNICA.
- 192. En este mercado la presente operación genera solapamientos en 186 localidades, distribuidas en las 16 provincias detalladas en la siguiente tabla. A modo de síntesis, se muestra el número de localidades involucradas (con solapamiento) según el impacto que tendrá la operación en términos de competencia en cada una de ellas.
- 193. Así, en el mercado de acceso a internet residencial se puede verificar un escenario de baja competencia si la participación conjunta tras la operación será mayor a 40% y una variación del HHI mayor a 150, y un escenario sin competencia si tras la operación TELECOM será el único oferente.<sup>73</sup>

<sup>73</sup> El escenario competitivo puede incluir localidades en las que la participación conjunta (TELECOM+TELEFÓNICA) sea superior al 40%, en aquellos casos que presenten una variación HHI inferior a 150. Esto, atento a que la operación no cambiaría la estructura del mercado, toda vez que TELECOM mantendría inalterada su participación. Cabe destacar que el escenario sin competencia considera aquellas localidades en las que TELECOM tendría más del 99% en caso de aprobarse la operación.

**Tabla 8 | # de localidades involucradas, según tipo de impacto a la competencia, con base en accesos a internet residencial, por provincia, sept. 2024**

| Provincia       | Competitivo/<br>sin cambios | Baja<br>Competencia | Sin<br>competencia | Total<br>general |
|-----------------|-----------------------------|---------------------|--------------------|------------------|
| Buenos Aires    | 47                          | 98                  | 3                  | 148              |
| CABA            |                             | 1                   |                    | 1                |
| Chaco           | 1                           |                     |                    | 1                |
| Chubut          | 2                           |                     |                    | 2                |
| Córdoba         | 2                           |                     |                    | 2                |
| Corrientes      | 1                           |                     |                    | 1                |
| Entre Ríos      | 3                           |                     |                    | 3                |
| La Pampa        | 2                           |                     |                    | 2                |
| La Rioja        | 1                           |                     |                    | 1                |
| Mendoza         | 7                           | 7                   | 1                  | 15               |
| Neuquén         |                             | 2                   |                    | 2                |
| Río Negro       |                             | 2                   |                    | 2                |
| Salta           | 1                           |                     |                    | 1                |
| Santa Fe        | 3                           |                     |                    | 3                |
| Sgo. del Estero | 1                           |                     |                    | 1                |
| Tucumán         | 1                           |                     |                    | 1                |
| <b>Total</b>    | <b>72</b>                   | <b>110</b>          | <b>4</b>           | <b>186</b>       |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

194. Como se observa en la tabla anterior, las jurisdicciones que muestran altas participaciones de mercado a nivel local son CABA, y las provincias de Buenos Aires, Mendoza, Neuquén y Río Negro.
195. A continuación, se presentan las localidades en las que existe solapamiento y que se incluyen en los escenarios menos competitivos, por provincia. Cabe resaltar que los datos asignados a TELECOM consideran los accesos informados por ENACOM a nombre de TELECOM ARGENTINA S.A. y NEGOCIOS Y SERVICIOS S.A., subsidiaria que ofrece servicios en la provincia de Mendoza.

#### IV.6.2.1.1. CABA

196. En CABA, TELECOM sumaría el 7,4% de los accesos residenciales de internet, logrando concentrar el 71,6% del mercado tras la operación.

**Tabla 9 | Participaciones de mercado (en %) y variación HHI, CABA, acceso a internet residencial, sept. 2024**

| Localidad | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta | Competidores | HHI<br>pre | HHI<br>post | VAR<br>HHI |
|-----------|---------|------------|-------------------|--------------|------------|-------------|------------|
| CABA      | 64.2%   | 7.4%       | 71.6%             | 28.4%        | 4.800      | 5.749       | 950        |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

197. Como se observa, los niveles de HHI post operación reflejan una estructura muy concentrada. En relación a los competidores, si bien existen distintos operadores en condiciones de ofrecer

el servicio de internet residencial, éstos tienen tamaños relativos muy distintos entre sí. En efecto, sólo uno de estos operadores tiene una presencia relevante cercana al 25% de participación de mercado, mientras que el resto en conjunto explicarían el 3,6% del mercado.<sup>74</sup>

198. Por lo tanto, *a priori* se observa que no existirían rivales con capacidad competitiva suficiente para compensar los posibles abusos de posición dominante por parte TELECOM de consolidarse la presente operación de concentración.

#### **IV.6.2.1.2. Buenos Aires**

199. En provincia de Buenos Aires existen 148 localidades con solapamiento, de los cuales 101 tendrían problemas desde el punto de vista de la competencia, considerando que presentarían una participación conjunta superior al 40%. A continuación, se identifican las mismas, con las participaciones de mercado y los niveles HHI pre y post operación:

---

<sup>74</sup> TELECOM ha declarado la existencia de 16 operadores entre los que puede mencionarse a CLARO, TELECENTRO, DIRECTV, DATOS NET, GIGARED IPLAN, SION, entre otros, muchos de los cuales parecerían tener presencia en los servicios al sector corporativo.



**Tabla 10 | Participaciones de mercado (en %) y Variación HHI, Buenos Aires,  
Acceso a internet residencial, sept. 2024**

| Partido           | Localidad             | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|-------------------|-----------------------|---------|------------|-------------------|-------|---------|----------|---------|
| Almirante Brown   | Adrogué               | 27.0%   | 59.5%      | 86.5%             | 13.5% | 4442    | 7655     | 3213    |
|                   | Burzaco               | 14.6%   | 46.3%      | 60.9%             | 39.1% | 3774    | 5126     | 1352    |
|                   | Claypole              | 11.9%   | 41.0%      | 52.9%             | 47.1% | 4030    | 5003     | 973     |
|                   | Glew                  | 6.3%    | 60.5%      | 66.7%             | 33.3% | 4781    | 5538     | 757     |
|                   | José Mármol           | 29.9%   | 20.9%      | 50.9%             | 49.1% | 3739    | 4992     | 1253    |
|                   | Longchamps            | 13.5%   | 51.9%      | 65.4%             | 34.6% | 4064    | 5463     | 1399    |
|                   | Malvinas Argentinas   | 14.6%   | 28.4%      | 43.0%             | 57.0% | 4246    | 5077     | 831     |
|                   | Ministro Rivadavia    | 3.1%    | 58.5%      | 61.6%             | 38.4% | 4900    | 5265     | 365     |
|                   | Rafael Calzada        | 10.8%   | 50.4%      | 61.2%             | 38.8% | 3986    | 5074     | 1088    |
|                   | San Francisco Solano  | 2.8%    | 58.1%      | 60.9%             | 39.1% | 4814    | 5139     | 325     |
| Avellaneda        | Avellaneda            | 35.6%   | 29.7%      | 65.3%             | 34.7% | 2736    | 4850     | 2114    |
|                   | Sarandí               | 20.0%   | 24.7%      | 44.7%             | 55.3% | 2789    | 3776     | 987     |
|                   | Wilde                 | 19.7%   | 24.4%      | 44.0%             | 56.0% | 2719    | 3677     | 958     |
| Azul              | Azul                  | 87.2%   | 5.4%       | 92.6%             | 7.4%  | 7674    | 8615     | 941     |
| Bahía Blanca      | Bahía Blanca          | 48.4%   | 4.6%       | 52.9%             | 47.1% | 4251    | 4695     | 444     |
|                   | General Daniel Cerri  | 86.9%   | 11.5%      | 98.3%             | 1.7%  | 7682    | 9672     | 1991    |
| Balcarce          | Balcarce              | 84.8%   | 8.3%       | 93.0%             | 7.0%  | 7280    | 8680     | 1399    |
| Berazategui       | Berazategui           | 15.9%   | 26.9%      | 42.8%             | 57.2% | 2676    | 3533     | 856     |
|                   | Juan María Gutiérrez  | 8.7%    | 43.3%      | 52.0%             | 48.0% | 3321    | 4076     | 754     |
|                   | Pereyra               | 29.8%   | 68.9%      | 98.7%             | 1.3%  | 5640    | 9745     | 4105    |
|                   | Ranelagh              | 5.7%    | 60.2%      | 65.9%             | 34.1% | 4229    | 4920     | 691     |
| Berisso           | Berisso               | 47.7%   | 7.4%       | 55.1%             | 44.9% | 3424    | 4128     | 704     |
| Bolívar           | San Carlos de Bolívar | 86.0%   | 9.2%       | 95.2%             | 4.8%  | 7489    | 9078     | 1589    |
| Bragado           | Bragado               | 82.7%   | 10.1%      | 92.8%             | 7.2%  | 6978    | 8645     | 1667    |
| Cañuelas          | Cañuelas              | 43.6%   | 35.1%      | 78.7%             | 21.3% | 3546    | 6604     | 3058    |
| Capitán Sarmiento | Capitán Sarmiento     | 79.0%   | 2.1%       | 81.1%             | 18.9% | 6387    | 6721     | 334     |
| Carlos Casares    | Carlos Casares        | 29.6%   | 12.3%      | 41.9%             | 58.1% | 2725    | 3455     | 730     |
| Carmen de Areco   | Carmen de Areco       | 55.7%   | 8.1%       | 63.8%             | 36.2% | 4118    | 5017     | 899     |
| Chacabuco         | Chacabuco             | 76.9%   | 2.5%       | 79.4%             | 20.6% | 6297    | 6673     | 377     |
| Chascomús         | Chascomús             | 75.3%   | 13.5%      | 88.8%             | 11.2% | 5969    | 7999     | 2030    |

| Partido            | Localidad                       | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|--------------------|---------------------------------|---------|------------|-------------------|-------|---------|----------|---------|
| Chivilcoy          | Chivilcoy                       | 53.7%   | 6.9%       | 60.6%             | 39.4% | 3624    | 4360     | 736     |
| Colón              | Colón                           | 48.6%   | 3.9%       | 52.5%             | 47.5% | 4625    | 5001     | 376     |
| Coronel Dorrego    | Coronel Dorrego                 | 86.5%   | 10.7%      | 97.1%             | 2.9%  | 7593    | 9437     | 1844    |
| Coronel Suárez     | Coronel Suárez                  | 50.8%   | 10.2%      | 61.0%             | 39.0% | 4146    | 5186     | 1040    |
| Dolores            | Dolores                         | 19.1%   | 21.5%      | 40.7%             | 59.3% | 2454    | 3279     | 825     |
| Ensenada           | Ensenada                        | 55.6%   | 2.7%       | 58.2%             | 41.8% | 3719    | 4014     | 295     |
| Esteban Echeverría | Canning                         | 32.0%   | 23.6%      | 55.6%             | 44.4% | 3340    | 4851     | 1511    |
|                    | Luis Guillón                    | 27.4%   | 21.2%      | 48.6%             | 51.4% | 3744    | 4903     | 1160    |
|                    | Monte Grande                    | 12.8%   | 54.4%      | 67.2%             | 32.8% | 4086    | 5479     | 1393    |
| Ezeiza             | Aeropuerto Internacional Ezeiza | 56.7%   | 35.6%      | 92.3%             | 7.7%  | 4518    | 8555     | 4037    |
|                    | Canning                         | 3.1%    | 42.8%      | 46.0%             | 54.0% | 4330    | 4599     | 269     |
|                    | José María Ezeiza               | 8.2%    | 54.1%      | 62.3%             | 37.7% | 4092    | 4980     | 889     |
|                    | Tristán Suarez                  | 10.9%   | 47.9%      | 58.8%             | 41.2% | 4090    | 5138     | 1047    |
| General Alvarado   | Miramar                         | 19.6%   | 31.2%      | 50.9%             | 49.1% | 2894    | 4120     | 1226    |
| General Pueyrredón | Mar del Plata                   | 40.0%   | 19.8%      | 59.8%             | 40.2% | 3384    | 4966     | 1582    |
| General San Martín | Villa Ballester                 | 59.2%   | 15.3%      | 74.5%             | 25.5% | 4078    | 5887     | 1809    |
| Hurlingham         | Villa Santos Tesei              | 16.9%   | 27.1%      | 44.0%             | 56.0% | 2875    | 3791     | 916     |
| Ituzaingó          | Ituzaingó Centro                | 18.3%   | 51.2%      | 69.5%             | 30.5% | 3861    | 5736     | 1875    |
|                    | Villa Gobernador Udaondo        | 28.9%   | 30.2%      | 59.1%             | 40.9% | 3192    | 4940     | 1747    |
| Junín              | Junín                           | 57.1%   | 5.9%       | 63.0%             | 37.0% | 3913    | 4593     | 679     |
| La Matanza         | Ramos Mejía                     | 41.9%   | 21.5%      | 63.4%             | 36.6% | 3536    | 5340     | 1804    |
| La Plata           | La Plata                        | 53.5%   | 30.8%      | 84.4%             | 15.6% | 3938    | 7239     | 3301    |
| Lanús              | Gerli                           | 23.8%   | 26.2%      | 50.0%             | 50.0% | 2541    | 3788     | 1247    |
|                    | Lanús Este                      | 45.1%   | 32.4%      | 77.5%             | 22.5% | 3328    | 6253     | 2924    |
|                    | Monte Chingolo                  | 5.1%    | 66.9%      | 72.0%             | 28.0% | 5274    | 5954     | 680     |
|                    | Remedios Escalada De San Martin | 25.2%   | 37.7%      | 62.9%             | 37.1% | 3249    | 5150     | 1901    |
|                    | Valentín Alsina                 | 17.7%   | 53.4%      | 71.1%             | 28.9% | 3578    | 5467     | 1889    |
| Lincoln            | Lincoln                         | 80.6%   | 6.1%       | 86.7%             | 13.3% | 6689    | 7670     | 981     |
| Lobos              | Lobos                           | 34.4%   | 7.2%       | 41.6%             | 58.4% | 4561    | 5060     | 499     |
| Lomas De Zamora    | Llavallol                       | 17.1%   | 54.5%      | 71.7%             | 28.3% | 4058    | 5927     | 1869    |
|                    | Lomas De Zamora                 | 35.6%   | 25.4%      | 61.0%             | 39.0% | 2879    | 4690     | 1812    |
|                    | Temperley                       | 26.4%   | 30.2%      | 56.7%             | 43.3% | 3471    | 5070     | 1599    |
|                    | Turdera                         | 12.6%   | 77.4%      | 90.0%             | 10.0% | 6244    | 8196     | 1951    |

| Partido         | Localidad            | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|-----------------|----------------------|---------|------------|-------------------|-------|---------|----------|---------|
| Merlo           | Libertad             | 2.9%    | 54.5%      | 57.4%             | 42.6% | 4359    | 4678     | 319     |
|                 | Merlo                | 8.0%    | 41.2%      | 49.3%             | 50.7% | 3938    | 4599     | 661     |
|                 | San Antonio De Padua | 28.6%   | 46.1%      | 74.7%             | 25.3% | 3433    | 6073     | 2640    |
| Morón           | Haedo                | 25.4%   | 45.4%      | 70.8%             | 29.2% | 3130    | 5434     | 2304    |
|                 | Morón                | 28.7%   | 20.6%      | 49.3%             | 50.7% | 2555    | 3737     | 1182    |
|                 | Villa Sarmiento      | 29.0%   | 38.7%      | 67.6%             | 32.4% | 2828    | 5069     | 2241    |
| Necochea        | Necochea - Quequén   | 55.8%   | 7.2%       | 63.1%             | 36.9% | 4236    | 5040     | 805     |
| Olavarría       | Olavarría            | 86.6%   | 1.5%       | 88.2%             | 11.8% | 7640    | 7907     | 267     |
| Pergamino       | Pergamino            | 80.6%   | 8.6%       | 89.2%             | 10.8% | 6642    | 8032     | 1390    |
| Pilar           | Villa Rosa           | 30.0%   | 27.0%      | 57.0%             | 43.0% | 2394    | 4015     | 1621    |
| Quilmes         | Bernal               | 21.3%   | 36.4%      | 57.7%             | 42.3% | 3556    | 5108     | 1552    |
|                 | Bernal Oeste         | 66.3%   | 13.0%      | 79.2%             | 20.8% | 4944    | 6662     | 1717    |
|                 | Ezpeleta             | 24.4%   | 24.8%      | 49.2%             | 50.8% | 3590    | 4800     | 1210    |
|                 | Ezpeleta Oeste       | 22.1%   | 77.5%      | 99.7%             | 0.3%  | 6503    | 9934     | 3431    |
|                 | Quilmes              | 33.5%   | 25.0%      | 58.4%             | 41.6% | 3424    | 5095     | 1671    |
|                 | Quilmes Oeste        | 32.4%   | 67.3%      | 99.7%             | 0.3%  | 5579    | 9935     | 4356    |
|                 | Villa La Florida     | 11.7%   | 56.3%      | 68.0%             | 32.0% | 4265    | 5586     | 1321    |
| Saladillo       | Saladillo            | 46.2%   | 2.1%       | 48.3%             | 51.7% | 4498    | 4693     | 195     |
| San A. de Areco | San Antonio de Areco | 63.6%   | 9.1%       | 72.7%             | 27.3% | 4835    | 5990     | 1155    |
| San Fernando    | San Fernando         | 42.5%   | 22.1%      | 64.5%             | 35.5% | 2905    | 4780     | 1875    |
| San Isidro      | Boulogne Sur Mer     | 44.3%   | 20.2%      | 64.5%             | 35.5% | 2967    | 4757     | 1790    |
|                 | Martínez             | 66.4%   | 11.8%      | 78.2%             | 21.8% | 4773    | 6336     | 1563    |
|                 | San Isidro           | 79.8%   | 4.4%       | 84.2%             | 15.8% | 6509    | 7218     | 709     |
| San Miguel      | Bella Vista          | 26.4%   | 62.9%      | 89.3%             | 10.7% | 4712    | 8038     | 3326    |
|                 | Muñiz                | 64.3%   | 35.4%      | 99.7%             | 0.3%  | 5392    | 9949     | 4556    |
| San Vicente     | Alejandro Korn       | 8.2%    | 70.9%      | 79.1%             | 20.9% | 5412    | 6569     | 1157    |
|                 | San Vicente          | 15.0%   | 54.1%      | 69.2%             | 30.8% | 3780    | 5406     | 1626    |
| Tandil          | Tandil               | 89.0%   | 7.2%       | 96.2%             | 3.8%  | 7977    | 9267     | 1290    |
| Tigre           | Benavídez            | 16.5%   | 26.0%      | 42.5%             | 57.5% | 1937    | 2793     | 856     |
|                 | Don Torcuato Este    | 31.0%   | 30.7%      | 61.7%             | 38.3% | 2671    | 4575     | 1904    |
|                 | El Talar             | 23.0%   | 28.9%      | 51.9%             | 48.1% | 2522    | 3852     | 1329    |
|                 | Tigre                | 51.8%   | 19.4%      | 71.2%             | 28.8% | 3406    | 5415     | 2010    |
| Tres Arroyos    | Tres Arroyos         | 50.0%   | 4.9%       | 54.9%             | 45.1% | 3713    | 4205     | 492     |

| Partido         | Localidad      | TELECOM | TELEFÓNICA | Part.<br>Conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|-----------------|----------------|---------|------------|-------------------|-------|---------|----------|---------|
| Tres De Febrero | Ciudadela      | 23.9%   | 35.4%      | 59.3%             | 40.7% | 2522    | 4211     | 1689    |
|                 | Villa Bosch    | 36.5%   | 29.2%      | 65.7%             | 34.3% | 2783    | 4915     | 2133    |
| Vicente López   | Olivos         | 62.2%   | 5.7%       | 67.9%             | 32.1% | 4484    | 5190     | 707     |
|                 | Vicente López  | 73.5%   | 1.0%       | 74.5%             | 25.5% | 5779    | 5929     | 150     |
|                 | Villa Martelli | 36.0%   | 13.6%      | 49.7%             | 50.3% | 2955    | 3937     | 982     |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

200. Todas las localidades detalladas anteriormente presentan altos niveles de HHI post operación, superando los 2.500 puntos, valor considerado para identificar a los mercados altamente concentrados.

**IV.6.2.1.3. Mendoza**

201. En el caso de la provincia de Mendoza, la operación despertaría problemas desde el punto de vista de la competencia particularmente en zonas aledañas a la capital de la provincia: los partidos de Junín, Las Heras, Maipú y San Martín.

**Tabla 11 | Participaciones de mercado (en %) y Variación HHI, Mendoza, Acceso a internet residencial, sept. 2024**

| Partido    | Localidad          | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|------------|--------------------|---------|------------|----------------|-------|---------|----------|---------|
| Junín      | Ingeniero Giagnoni | 4.4%    | 95.6%      | 100.0%         | 0.0%  | 9160    | 9997     | 837     |
| Junín      | Junín              | 48.6%   | 46.2%      | 94.8%          | 5.2%  | 4516    | 9008     | 4492    |
| Junín      | Los Barriales      | 6.8%    | 86.4%      | 93.2%          | 6.8%  | 7544    | 8717     | 1174    |
| Las Heras  | Las Heras          | 23.0%   | 72.5%      | 95.5%          | 4.5%  | 5806    | 9145     | 3339    |
| Maipú      | Fray Luis Beltrán  | 1.0%    | 88.0%      | 89.0%          | 11.0% | 7846    | 8025     | 179     |
| Maipú      | Maipú              | 26.2%   | 59.1%      | 85.3%          | 14.7% | 4347    | 7445     | 3098    |
| Maipú      | Rodeo del Medio    | 2.4%    | 64.7%      | 67.1%          | 32.9% | 4703    | 5009     | 306     |
| San Martín | Chapanay           | 78.0%   | 2.0%       | 80.0%          | 20.0% | 6288    | 6600     | 312     |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

202. En los partidos de Las Heras y Maipú, TELECOM informó la presencia de competidores como AMX y DIRECTV, pero la presencia en estas jurisdicciones, como puede interpretarse, es muy limitada dada la baja penetración de estos operadores en los hogares.

**IV.6.2.1.4. Neuquén**

203. En el caso de la provincia de Neuquén, la ciudad capital presentaría una participación conjunta post operación de 87,2% y un HHI post operación que refleja un mercado altamente concentrado. En esa ciudad, los competidores tendrían una cuota marginal del mercado local, con poca capacidad de ejercer presión competitiva.

**Tabla 12 | Participaciones de mercado (en %) y Variación HHI, Neuquén, Acceso a internet residencial, sept. 2024**

| Partido     | Localidad          | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|-------------|--------------------|---------|------------|----------------|-------|---------|----------|---------|
| Confluencia | Neuquén            | 58.7%   | 28.5%      | 87.2%          | 12.8% | 4320    | 7667     | 3348    |
| Los Lagos   | Villa La Angostura | 20.4%   | 27.8%      | 48.2%          | 51.8% | 2208    | 3343     | 1136    |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

204. Por su parte, en Villa La Angostura TELECOM también concentraría una parte muy importante del mercado, dado que su participación de mercado pasará de 20,4% a 48,2%, lo que implica una variación del HHI superior a 1.000 puntos.

#### IV.6.2.1.5. Río Negro

205. En la provincia de Río Negro, la localidad de General Roca presentaría un escenario muy poco competitivo de consolidarse la operación, toda vez que la participación de mercado de TELECOM pasaría de 74,6% a 86,6%.

**Tabla 13 | Participaciones de mercado (en %) y Variación HHI, Río Negro, Acceso a internet residencial, sept. 2024**

| Partido      | Localidad               | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Otros | HHI pre | HHI post | VAR HHI |
|--------------|-------------------------|---------|------------|----------------|-------|---------|----------|---------|
| General Roca | General Roca            | 74.6%   | 12.0%      | 86.6%          | 13.4% | 5840    | 7629     | 1789    |
| Bariloche    | San Carlos de Bariloche | 7.3%    | 33.8%      | 41.1%          | 58.9% | 2311    | 2803     | 493     |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información de la parte notificante.

206. La ciudad de Bariloche también mostraría una concentración significativa tras la operación, dado que TELECOM pasaría de 7,3% a 41,1%, con un HHI superior a 2.500 y una variación del HHI cercana a 500 puntos, ambos valores por encima de los estándares que descartan preocupación desde el punto de vista de la competencia.

#### IV.6.2.1.6. Otros factores relativos a la competencia de internet residencial

207. El análisis realizado hasta el momento, fundado en las cuotas de mercado sobre la base de los accesos residenciales, pone el foco en la competencia en servicios. Este enfoque tiene en cuenta la competencia de los distintos operadores que prestan servicios residenciales, ya sea a través de redes propias como de terceros.
208. En consonancia con los antecedentes de esta CNDC, quienes compiten solo a nivel de servicios sin poseer redes propias, asumen menores costos fijos de entrada al mercado, comparados con el costo de desplegar una red propia, pudiendo insertarse como operador alternativo. Ahora bien, estos actores dependen de varios factores tales como la regulación del acceso a redes de terceros, el precio mayorista que cobra el dueño de la red, la calidad de la misma y las condiciones técnicas de interconexión entre las redes.
209. En consecuencia, para el análisis de los efectos de la fusión en los mercados geográficos definidos, es importante evaluar la presencia de operadores alternativos con red propia, ya que son éstos los que pueden reaccionar de manera inmediata —y prácticamente sin incurrir en nuevos costos— ante un aumento de precios por parte de la entidad fusionada.
210. Esta competencia es la más robusta, ya que un operador con red propia es independiente a la hora de fijar su estrategia comercial y en las posibilidades para generar ofertas, ya que puede elegir el nivel de diferenciación de sus productos. Tal como se describirá en el apartado de barreras a la entrada, el despliegue de una red requiere altos costos fijos y hundidos que dan lugar a fuertes economías de escala. Es decir, una vez que el operador cuenta con la

infraestructura de red necesaria para prestar el servicio a los hogares, los costos medios disminuyen a medida que aumenta la cantidad de suscriptores.

211. En el caso de las empresas involucradas, cabe recordar que, tras la fusión con CABLEVISIÓN, TELECOM sumó redes de nueva generación a su infraestructura, lo que permitió ofrecer accesos a mejores velocidades. Actualmente, si se considera el escenario actual post adquisición, TELECOM continuaría ese proceso de modernización, dado que TELEFÓNICA cuenta casi en su totalidad con redes de acceso de fibra óptica al hogar.

**Tabla 14 | Redes fijas por tipo de tecnología, año 2024**

| Tecnología   | TELECOM | TELEFÓNICA |
|--------------|---------|------------|
| ADSL         | 6%      | 7%         |
| Cablemódem   | 76%     | 1%         |
| Fibra óptica | 18%     | 92%        |

Fuente: Elaboración propia con base en información de la parte notificante.

212. Este proceso le permitirá adecuar su oferta a la prestación de servicios múltiples, en particular *streaming* de video y TV, que requiere internet de alta calidad.
213. Cabe destacar que TELEFÓNICA, en algunas zonas ofrece servicios residenciales de banda ancha fija sobre la infraestructura de terceros. Es el caso de distintas localidades de la zona norte de la provincia de Buenos Aires, en las que demanda servicios a AMERICAN TOWER CORPORATION, mientras que en CABA se apoya en los servicios mayoristas de METROTEL e IPLAN, aunque en este último caso el número de accesos que ofrece con esa infraestructura tercerizada es bajo.
214. Desde el punto de vista de los competidores, en primer lugar puede identificarse a TELECENTRO, operador de telecomunicaciones que brinda servicios residenciales y corporativos con fuerte presencia en CABA y Gran Buenos Aires. Fundada en la década de 1990 como una compañía prestadora de televisión por cable en el Partido de La Matanza, expandió su alcance hasta ser un operador residencial relevante en el AMBA<sup>75</sup>. De acuerdo con lo informado por la parte notificante, a nivel nacional es el tercer operador en servicio de internet residencial con el 13.5% del mercado.
215. TELECENTRO brinda sus servicios a través de dos tipos de redes, HFC y FTTH, según la localidad. Al ser indagado por esta CNDC sobre el desarrollo de la infraestructura para prestar servicios residenciales, TELECENTRO informó que “desplegó una red de fibra óptica que interconecta 25 data centers ubicados en la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, esta red de fibra óptica desde cada uno de los data centers se dispersa para llegar a cada uno de los hogares cubriendo una totalidad de 6 millones de hogares pasados. Esta infraestructura consta de la electrónica que se disponibiliza en cada uno de los data centers para dar acceso a cada uno de los servicios y la red de dispersión que lleva los servicios a los hogares.” También manifestó que “Uno de los principales desafíos han sido el despliegue de la red para cada una de las localidades, la continua inversión, con márgenes decrecientes, la inversión necesaria para innovar en

<sup>75</sup> De acuerdo con lo descripto en audiencia testimonial, el testigo representante de TELECENTRO dijo que los servicios “se brindan en la Ciudad de Buenos Aires y el AMBA llegando hacia el norte a Campana, hacia el oeste a Luján, hacia el sur a Cañuelas y a la ciudad de La Plata. Dentro de esta geografía se brindan los servicios al sector residencial y empresarial y dentro de este último también se brindan servicios de data center seguridad y distintos servicios de TI”.

*producto o calidad de servicio y la presión sobre los precios de mercado, toda vez que hay competidores agresivos y algunos que pueden combinar ofertas, como la paquetización de servicios fijos y móviles, que nosotros no podemos ofrecer”.*

216. Por su parte, tras la consolidación de la operación analizada en el presente expediente, el único operador competidor con amplia presencia territorial en cuanto a infraestructura de red mayorista, sería AMX (CLARO).
217. Como se describió previamente, esta empresa ofrece servicios residenciales, corporativos y mayoristas. Sin embargo, en el caso particular del servicio de banda ancha, AMX tiene una cobertura limitada que alcanza a 39 ciudades distribuidas en distintos puntos del país, pero con presencias relativas muy diferentes. De hecho, de acuerdo con lo informado por la parte notificante, AMX es el cuarto proveedor de internet residencial con el 12% del mercado, detrás de TELECENTRO que solamente cuenta con presencia en el AMBA.
218. AMX puso de manifiesto que la expansión de sus servicios depende fuertemente del despliegue de infraestructura de red de acceso, y describió el desafío que representó el desarrollo de redes en los últimos años. En relación a esto, uno de los representantes de AMX declaró *“mirando la experiencia hacia atrás de despliegue de red en Argentina son procesos lentos para que se pueda tener competencia efectiva rápidamente, porque se requieren permisos, desplegar red troncal (hogares pasados) y requiere ingresar tener acceso a cada uno de los edificios (mas complejo) porque requiere autorización del consejo de administración de cada edificio. La cantidad de edificios de CABA es una barrera alta para competir efectivamente. Hay tareas de coordinación, autorizaciones de obras, regulaciones que hacen que sea extremadamente lento. A diferencia de los servicios móviles, que tiene antena, área de cobertura por kms, se cubre el servicio es mucho más rápido.”*<sup>76</sup>
219. Al ser consultados por las zonas en las que ofrece servicios fijos con infraestructura de red de acceso propia, informaron: *“más del 80% de las regiones donde damos servicio es con red propia, solo accedemos vía operador mayorista independiente en noroeste de AMBA, Vicente López, San Isidro, Hurlingham, San Fernando, 3 de febrero, Tigre, San Martín y Morón. Hay una excepción en el sur del AMBA que es Florencio Varela y Quilmes.”* Los operadores a los que recurren son UFINET y AMERICAN TOWER CORPORATION.
220. En relación a otros operadores en servicios de banda ancha fija, para el ámbito de CABA, el representante de AMX destacó *“hay un actor, TELECENTRO, que es público que tiene sus redes y es uno de los dos que quedan con postación en la calle, también METROTEL que tiene una red más corporativa que internet al hogar, con participación chica. Está IPLAN que tiene servicios corporativos y al hogar, con características especiales de red en cuanto a cobertura, porque su despliegue es por centro de manzana y luego no todos los edificios tienen el servicio; tiene una oferta acotada por manzana”.*
221. IPLAN es una compañía argentina fundada en el año 1999 con el objetivo de brindar servicios de acceso a internet a pequeñas y medianas empresas. Actualmente provee servicios de telefonía y acceso a internet residencial y corporativo, haciendo uso de una red propia de FTTH, principalmente en la zona norte de la Ciudad de Buenos Aires. Al igual que

---

<sup>76</sup> Sobre este aspecto AMX, para describir las barreras a las que enfrenta su extensión en la CABA, agregó: *“TELEFÓNICA era incumbente en zona sur de Argentina y CABA con una red de acceso a edificios ya construida que puede suplir la tecnología de cobre, para telefonía fija y servicio de internet por fibra o por HFC porque tiene derechos a ingresar a edificios sin pedir autorización. Y tiene una cantidad efectiva de clientes en CABA de servicios de BAF.”*



METROTEL, son empresas de menor envergadura, que ofrecen fundamentalmente servicios corporativos, y, de forma secundaria, servicios residenciales con un alcance local mínimo.<sup>77</sup>

222. Un factor importante que surge del análisis es que, dadas las características específicas del mercado de acceso a internet residencial, la cantidad de competidores en cada mercado geográfico debería estar fuertemente relacionado a factores como el poder adquisitivo, la densidad poblacional y, por lo tanto, la densidad de clientes de las redes y el tamaño del mercado. En este sentido, es esperable que en los centros urbanos de mayor densidad poblacional exista un mayor aprovechamiento de las economías de escala y de densidad y, por lo tanto, el retorno de la inversión sea mayor y más rápido. Sin embargo, esto no se verifica en CABA.
223. Para ilustrar este escenario, el representante de AMX describió su parecer sobre la situación en AMBA: *“Para tener comparación la densidad a nivel país es de 13 habitantes y respecto a AMBA da 2.875 por km<sup>2</sup>. Adicionalmente en CABA el PBI per cápita anual es de 13.163 USD por habitante y a nivel Argentina es de 4.541 USD anuales por habitante.”* También argumentó: *“Las inversiones que se tienen que dar para proveer estos servicios en un lugar están condicionadas por la densidad poblacional e ingresos per cápita. Hay un mercado relevante que es CABA por estos factores, es un mercado en el cual CLARO tiene una bajísima presencia de clientes de BAF, tenemos 7.453 clientes en CABA sobre la población de 3.121.707”.* Sobre el caso particular de CABA, manifestaron que *“aún teniendo el despliegue descripto, la presencia de AMX es débil en zonas geográficas con alta densidad poblacional”*, debido a las exigencias técnicas impuestas por el GCBA y los acuerdos de compartición de infraestructura aérea.
224. A la hora de evaluar los efectos de la operación, estos elementos deben ser tomados en consideración. En los mercados más grandes, con mayor densidad y mayor poder adquisitivo, es de esperar que existan una mayor cantidad de oferentes. Por el contrario, mercados más pequeños, menos rentables y con menor densidad poblacional, serán mercados donde es esperable un menor número de competidores. No obstante lo anterior, de acuerdo con los desafíos descriptos por los representantes de AMX, no se verificaría precisamente en las zonas más densamente pobladas una rivalidad efectiva vigorosa. De consolidarse la operación de concentración, las condiciones estructurales que limitan la extensión de los operadores ya presentes se verán reforzados.
225. En consecuencia, considerando distintos indicadores cuantitativos para cada uno de los mercados geográficos involucrados se concluye que en el mercado de internet residencial se verifican problemas de competencia en 114 localidades.
226. Estos problemas se refuerzan al evaluar la presión competitiva de los competidores, toda vez que la mayoría de los operadores tiene presencia débil y de forma localmente parcial, mientras que el único operador que tienen mayor presencia a nivel nacional tiene dificultades para aumentar la penetración en las zonas más densamente pobladas, y por ende, las de mayor facturación por servicios.

---

<sup>77</sup> Por citar otras operadoras locales puede mencionarse a las que surgieron en el marco de la fusión TELECOM/CABLEVISIÓN, en Provincia de Buenos Aires, los competidores con redes propia eran, además de TELECOM y TELEFÓNICA, TELECENTRO, CLARO, y otras empresas y cooperativas locales como Telered (San Miguel y parte de AMBA), Usina popular (Necochea), Copetel (Gral. Pueyrredón), Telviso (Pilar), Telpin (Pinamar), Cotelcam (Escobar), Cabeletel (Zárate) y Coop de Agua Potable y Obras (Tandil).

- 227. Por lo expuesto, la teoría del daño entonces que surge del análisis hasta acá realizado por esta CNDC, es que la compradora pasará a tener posición dominante y que podría abusar de esta en caso de aprobarse la operación, afectando al interés económico general.
- 228. Cabe poner de resalto que los datos utilizados para el presente análisis se basaron en la información pública relevada a lo largo de la instrucción hasta el momento de la emisión de este IO, existiendo información adicional pendiente de respuesta y otro tipo de análisis que esta CNDC considera que deben ser ampliados a futuro para realizar una evaluación completa del mercado, en particular en mercados geográficos como Mendoza, Neuquén y Río Negro. Sin perjuicio de lo anterior, y dados los elementos hasta ahora se analizaron, esta CNDC considera que existirían problemas desde el punto de vista de la competencia en el mercado de servicios de acceso a internet residencial.

**IV.6.2.2. Efectos horizontales en los servicios de telefonía fija**

- 229. Dada la trayectoria de cada una de las empresas involucradas en el despliegue de líneas telefónicas a nivel nacional, existe todavía una configuración territorial dividida bastante marcada entre las empresas involucradas. En ese sentido, a grandes rasgos, TELEFÓNICA concentra la mayor parte de las líneas en la región sur, mientras que TELECOM concentra mayormente las líneas en el norte del país. La zona centro del país, conformada por CABA, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe tiene la presencia más repartida, contando con ambos jugadores.
- 230. Tal como se observa en la tabla siguiente, la empresa compradora pasaría a tener control sobre el 68,5 % de las líneas del país.

**Tabla 15 | # de líneas telefonía fija y participaciones de mercado (en %),  
Nacional, sept. 2024**

|                          | TELECOM   | TELEFÓNICA | Part.<br>conjunta | Competidores | Total     |
|--------------------------|-----------|------------|-------------------|--------------|-----------|
| Líneas telefonía fija    | 2.507.366 | 1.938.697  | 4.446.063         | 2.044.383    | 6.490.446 |
| Participación de mercado | 38,6%     | 29,9%      | 68,5%             | 31,5%        | 100,0%    |

Fuente: ENACOM

- 231. De acuerdo con lo definido previamente, el mercado de telefonía fija debe evaluarse bajo una dimensión local. Existen 170 localidades con efectos horizontales. De esas, cerca del 90% tienen participaciones de mercado significativamente altas. Estos mercados geográficos son precisamente las jurisdicciones más pobladas de las provincias Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Neuquén, Río Negro, Catamarca, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Salta, Santa Fe, Santiago del Estero y Tucumán, incluyendo también a CABA.
- 232. A modo de síntesis, puede clasificarse a las localidades involucradas (con solapamiento) según el impacto que tendrá la operación en cada una de ellas en términos de competencia. Así, se puede categorizar un escenario competitivo si la participación conjunta (TELECOM+TELEFÓNICA) será menor a 40%, un escenario de baja competencia si tras la

operación habrá una participación conjunta mayor al 40%, y un escenario sin competencia si tras la operación solo estará TELECOM en esa localidad.<sup>78</sup>

**Tabla 16 | # de localidades afectadas, según tipo de impacto a la competencia con base en accesos a telefonía fija, por provincia, sept. 2024**

| Provincia            | Competitivo/<br>sin cambios | Baja<br>Competencia | Sin<br>competencia | Total<br>general |
|----------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------|------------------|
| Buenos Aires         | 9                           | 16                  | 115                | 140              |
| CABA                 |                             | 1                   |                    | 1                |
| Catamarca            | 1                           |                     |                    | 1                |
| Chaco                | 1                           |                     |                    | 1                |
| Córdoba              | 2                           |                     |                    | 2                |
| Corrientes           | 1                           |                     |                    | 1                |
| Entre Ríos           | 3                           |                     |                    | 3                |
| Jujuy                | 1                           |                     |                    | 1                |
| La Pampa             | 2                           |                     |                    | 2                |
| La Rioja             | 1                           |                     |                    | 1                |
| Mendoza              |                             | 1                   | 5                  | 6                |
| Neuquén              |                             | 1                   | 1                  | 2                |
| Río Negro            |                             |                     | 3                  | 3                |
| Salta                | 1                           |                     |                    | 1                |
| Santa Fe             | 3                           |                     |                    | 3                |
| Sgo. del Estero      | 1                           |                     |                    | 1                |
| Tucumán              | 1                           |                     |                    | 1                |
| <b>Total general</b> | <b>27</b>                   | <b>19</b>           | <b>124</b>         | <b>170</b>       |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante

233. Como se observa en la tabla anterior, en el 73% de las localidades involucradas (es decir, en 124 de las 170) TELECOM sería prácticamente el único oferente de telefonía fija tras la operación sin otro competidor efectivo. En el 11% de las localidades (19) TELECOM tendrá una participación alta, aunque con otros competidores en la zona, y sólo el 16% (27 localidades) no tendrá problemas desde el punto de vista de la competencia.

<sup>78</sup> El escenario competitivo puede incluir localidades en las que la participación conjunta (TELECOM+TELEFÓNICA) sea superior al 40%, en los casos que presenten una variación HHI inferior a 150. Esto, atento a que la operación no cambiaría la estructura del mercado, toda vez que TELECOM mantendría inalterada su participación. No obstante, también cabe destacar que hay algunas localidades en las que si bien la variación HHI puede ser menor a 150, la concentración generaría la transferencia de una alta participación de mercado de TELEFÓNICA a TELECOM. En estos casos, si bien la estructura del mercado no variará, sí cambiará el titular del liderazgo. Por este motivo, serán consideradas en los escenarios menos competitivos según corresponda.

Cabe destacar que el escenario sin competencia considera aquellas localidades en las que TELECOM tendría más del 99% en caso de aprobarse la operación.

234. La distribución geográfica de las localidades más problemáticas desde el punto de vista de la competencia es muy similar a la que se observó en el caso de internet residencial, lo que muestra los efectos de la convergencia en los servicios de acceso fijo.
235. La provincia de Buenos Aires, la jurisdicción más afectada en el mercado de telefonía fija, tiene 131 localidades (correspondiente a 65 partidos) cuya participación de mercado conjunta será significativa tras la operación. A continuación se muestran los indicadores para las 16 localidades con baja competencia, pudiendo ver las 115 localidades restantes en el Anexo I (IF-2025-66171145-APN-CNDC#MEC) que forma parte integrante del presente dictamen.

**Tabla 17 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post  
y Variación HHI, Provincia de Buenos Aires, telefonía fija, sept. 2024.**

| <b>Partido</b>     | <b>Localidad</b> | <b>TELECOM</b> | <b>TELEFÓNICA</b> | <b>Part.<br/>Conj.</b> | <b>Otros</b> | <b>HHI<br/>Pre</b> | <b>HHI<br/>post</b> | <b>Var.<br/>HHI</b> |
|--------------------|------------------|----------------|-------------------|------------------------|--------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Bahía Blanca       | Bahía Blanca     | 39.4%          | 52.6%             | 92.01%                 | 8.0%         | 4385               | 8530                | 4145                |
| Escobar            | Belén de Escobar | 82.3%          | 10.1%             | 92.40%                 | 7.6%         | 6931               | 8596                | 1665                |
| Escobar            | Garín            | 20.3%          | 48.8%             | 69.12%                 | 30.9%        | 3750               | 5731                | 1981                |
| Esteban Echeverría | Canning          | 21.4%          | 76.3%             | 97.63%                 | 2.4%         | 6278               | 9536                | 3259                |
| General Pueyrredón | Mar del Plata    | 1.4%           | 87.4%             | 88.81%                 | 11.2%        | 7759               | 8006                | 248                 |
| José C. Paz        | José C Paz       | 0.0%           | 81.2%             | 81.17%                 | 18.8%        | s/d                | s/d                 | 1                   |
| Junín              | Junín            | 17.6%          | 64.3%             | 81.91%                 | 18.1%        | 4770               | 7037                | 2266                |
| La Plata           | La Plata         | 12.4%          | 85.6%             | 98.03%                 | 2.0%         | 7488               | 9614                | 2126                |
| Luján              | Luján            | 32.7%          | 46.2%             | 78.90%                 | 21.1%        | 3558               | 6580                | 3021                |
| Olavarria          | Olavarria        | 31.3%          | 12.5%             | 43.75%                 | 56.2%        | 4298               | 5078                | 780                 |
| Pergamino          | Pergamino        | 25.4%          | 63.4%             | 88.80%                 | 11.2%        | 4790               | 8010                | 3220                |
| Pilar              | Pilar            | 3.2%           | 64.6%             | 67.75%                 | 32.2%        | 4625               | 5034                | 409                 |
| Pilar              | Villa Rosa       | 25.8%          | 69.0%             | 94.76%                 | 5.2%         | 5449               | 9007                | 3558                |
| Rojas              | Rojas            | 0.2%           | 45.9%             | 46.05%                 | 53.9%        | s/d                | s/d                 | 16                  |
| Tigre              | Benavidez        | 23.5%          | 71.9%             | 95.39%                 | 4.6%         | 5735               | 9111                | 3376                |
| Chacabuco          | Chacabuco        | 0.6%           | 57.0%             | 57.60%                 | 42.4%        | s/d                | s/d                 | 67                  |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante.

236. Como se muestra a continuación, en la CABA la participación conjunta que tendría TELCOM tras la operación será del 91,3%.

**Tabla 18 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post y Variación HHI, CABA, telefonía fija, sept. 2024.**

| Localidad | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Otros | HHI Pre | HHI Post | VAR HHI |
|-----------|---------|------------|----------------|-------|---------|----------|---------|
| CABA      | 65.6%   | 25.7%      | 91.3%          | 8.7%  | 5016    | 8392     | 3377    |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante.

237. En el caso de Mendoza, la localidad con baja competencia es la ciudad capital, en la que TELECOM tenía el 12,8% y pasará a tener el 64,4% del mercado, lo que refleja una concentración significativa. El resto de las localidades mendocinas con problemas desde el punto de vista de la competencia -en las que tendrá el monopolio de la telefonía fija- son Godoy Cruz, Guaymallén, Las Heras, Luján de Cuyo y Maipú.

**Tabla 19 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post y Variación HHI, Mendoza, telefonía fija, sept. 2024.**

| Localidad     | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. conjunta | Otros | HHI Pre | HHI Post | VAR HHI |
|---------------|---------|------------|----------------|-------|---------|----------|---------|
| Mendoza       | 12.8%   | 51.6%      | 64.4%          | 35.6% | 4096    | 5413     | 1317    |
| Godoy Cruz    | 4.7%    | 95.3%      | 100.0%         | 0.0%  | 9104    | 10000    | 896     |
| Guaymallén    | 2.6%    | 97.4%      | 100.0%         | 0.0%  | 9491    | 10000    | 509     |
| Las Heras     | 21.0%   | 79.0%      | 100.0%         | 0.0%  | 6682    | 10000    | 3318    |
| Luján de Cuyo | 0.1%    | 99.9%      | 100.0%         | 0.0%  | 9972    | 10000    | 28      |
| Maipú         | 28.4%   | 71.6%      | 100.0%         | 0.0%  | 5931    | 10000    | 4069    |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante.

238. En el caso de la provincia de Neuquén, la ciudad capital también se ve afectada. TELECOM pasaría de concentrar el 15,9% del mercado al 98,2%. En Villa La Angostura, la estructura de mercado quedará totalmente concentrada tras la adquisición de TELEFÓNICA, dado que TELECOM controlará el 100% de los servicios de telefonía fija.

**Tabla 20 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post y Variación HHI, Neuquén, telefonía fija, sept. 2024**

| Partido     | Localidad          | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conj. | Otros | HHI Pre | HHI Post | VAR HHI |
|-------------|--------------------|---------|------------|-------------|-------|---------|----------|---------|
| Confluencia | Neuquén            | 15.9%   | 82.3%      | 98.2%       | 1.8%  | 7028    | 9647     | 2618    |
| Los Lagos   | Villa La Angostura | 32.1%   | 67.9%      | 100%        | -     |         |          | 4359    |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante.

239. En el caso de Río Negro, existen 3 localidades muy afectadas en caso de consolidarse la operación bajo análisis. TELECOM pasaría a concentrar todo el mercado de telefonía fija en Bariloche, General Roca y Cipolletti.

**Tabla 21 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post y Varíación HHI, Río Negro, telefonía fija, sept. 2024**

| Partido      | Localidad              | TELECOM | TELEFÓNICA | Otros | VAR HHI |
|--------------|------------------------|---------|------------|-------|---------|
| Bariloche    | S. Carlos de Bariloche | 17.1%   | 82.9%      | 0.0%  | 2838    |
| General Roca | General Roca           | 32.5%   | 67.5%      | 0.0%  | 4385    |
| General Roca | Cipolletti             | 98.5%   | 1.5%       | 0.0%  | 290     |

Fuente: Elaboración propia con base en ENACOM e información de la parte notificante.

240. Cabe destacar que TELECOM expuso en el Formulario F0-F1 que existía una caída de la demanda de telefonía fija y que este era un argumento que esta CNDC debía tener en consideración para atenuar las preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en este mercado.
241. En ese sentido, TELECOM afirma que hay una disminución constante en las suscripciones de telefonía fija a nivel mundial, tanto residencial como corporativo, dada la transformación del modelo de telecomunicaciones tradicional, centrado en la voz, a uno donde predominan los datos y el acceso a internet.
242. TELECOM considera que el tráfico y uso de voz fija se ha transferido en gran medida a redes móviles y aplicaciones OTT (*over-the-top*) como *Teams*, *WhatsApp*, *Zoom* u otras, que permiten llamadas de voz sobre internet sin requerir una línea fija tradicional. Es decir, afirman que el crecimiento de los servicios móviles y de banda ancha está inversamente correlacionado con la disminución de las suscripciones de líneas fijas, y que las regiones con alta penetración móvil o una sólida infraestructura de banda ancha tienden a experimentar descensos más pronunciados en las líneas fijas.
243. Alega que esta tendencia se verifica en la mayoría de los países a nivel global, y también en Argentina, que pasó de un máximo de líneas en 2017, a una caída del 36% en la actualidad.<sup>79</sup>
244. También advierten que la pérdida de relevancia en este servicio hizo que se convierta en un mercado complementario, donde el acceso a internet es la oferta principal, y los servicios de voz en general se integran como un componente de valor añadido. Por ese motivo, destacan que las redes de telecomunicaciones cambiaron de propósito, pasando de la transmisión de voz al transporte de datos. En ese sentido, la creciente demanda de aplicaciones que consumen mucho ancho de banda (*streaming*, videoconferencias, servicios en la nube) ha convertido el acceso a datos en el principal motor del desarrollo e inversión de la red, relegando la voz a un papel secundario, motivo por el cual, declaran, los operadores enfocarán sus modelos de

<sup>79</sup> Informan que la tendencia a la baja es tal que en América Latina hacia 2030 pronostican que la telefonía fija convencional quede reducida a un rol marginal o sea completamente migrada a IP, motivo por el cual los principales operadores ya tienen planes de “apagado” de las redes tradicionales: TELEFÓNICA, por ejemplo, ha anunciado globalmente el cierre de sus centrales telefónicas de cobre para 2025–2026, migrando clientes a soluciones VoIP sobre fibra.

negocio en datos, contenido y valor agregado, ofreciendo la telefonía (sea móvil o fija-IP) como funcionalidad básica incluida, sin casi generar incluso ingresos directos.

245. También aclaran que, si bien existen todavía suscripciones fijas registradas en las estadísticas, su uso efectivo tenderá a cero, siendo reemplazado por minutos VoIP OTT. Asimismo señalan que desde la perspectiva de mercado, la voz se convertirá en un *commodity* prácticamente gratuito dentro de una función adicional.
246. A partir de lo expuesto, esta CNDC da cuenta del cambio en la forma en que las personas se comunican y de la menor dependencia en los servicios de voz, así como de las conexiones tradicionales, en relación a otros servicios de telecomunicaciones.
247. En ese sentido, podría pensarse que las múltiples formas de comunicarnos dentro del ecosistema son más bien complementarias. Precisamente puede pensarse a la caída en la telefonía fija como parte del propio proceso de convergencia, es decir, como producto de la integración de voz y datos. Incluso, algunos señalan que la convergencia es la erosión de las fronteras entre servicios, redes y prácticas de negocio que anteriormente operaban separados.
248. En conclusión, sin perjuicio de que este tema pueda ser desarrollado con mayor profundidad a lo largo de la instrucción, esta CNDC considera que, dado el análisis de efectos realizado hasta el momento, la concentración en el mercado de telefonía fija residencial resulta como mínimo preocupante. En este caso, el hecho de reconocer el cambio en los consumos de los distintos servicios de telecomunicaciones no permite por sí solo que los problemas que desde el punto de vista de la competencia se evidencian en el mercado de telefonía fija sean ignorados.
249. Por lo expuesto, en esta etapa preliminar puede concluirse que la operación de concentración económica notificada crea y/o refuerza la posición dominante de TELECOM en el mercado de telefonía fija en 170 localidades, pudiendo restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar en perjuicio del interés económico general.

#### **IV.6.2.3. Efectos horizontales en los servicios de televisión por suscripción**

250. El mercado de servicios de TV por suscripción incluye tanto a la TV por cable como a la TV satelital. En su dimensión geográfica, la evaluación se realiza a nivel de localidades, puesto que la televisión por cable tiene un alcance local, de acuerdo con el medio de acceso, por lo que la cobertura de los servicios de televisión por cable tiene el mismo alcance que los servicios de banda ancha.
251. Según datos de ENACOM, al cuarto trimestre de 2024 había unos 8,7 millones de accesos de TV por suscripción a nivel nacional, con una penetración de 58,4 cada 100 hogares. Del total de accesos, la TV por vínculo físico (VFR) representa el 88%, mientras la TV satelital el 12%. En promedio, más del 99 % de los ingresos en este mercado provienen del abono pagado por sus suscriptores<sup>80</sup>.
252. Según lo declarado por la propia notificante, a nivel nacional, el mercado se encuentra liderado por TELECOM, con 2,9 millones de suscriptores, seguido por DIRECT TV, con unos 1,4 millones de abonados. En tanto, otros competidores importantes como CLARO y TELECENTRO contarían con algo menos de 500 mil abonados cada una de ellas.
253. A continuación se resumen los datos de accesos y participaciones de mercado a nivel nacional.

---

<sup>80</sup> Ver ENACOM. “Indicadores de Mercado TIC y Audiovisual, Argentina Ente Nacional de Comunicaciones (Abril 2025)”. Consultado en: <https://indicadores.enacom.gob.ar/Informes/nacionales>. 27/5/2025



**Tabla 22 | # de accesos de TV por suscripción y participaciones de mercado (en %), Nacional, sept. 2024.**

|                          | <b>TELECOM</b> | <b>TELEFÓNICA</b> | <b>Part. conjunta</b> | <b>Competidores</b> | <b>Total</b> |
|--------------------------|----------------|-------------------|-----------------------|---------------------|--------------|
| Acceso                   | 2.970.568      | 421.643           | 3.392.211             | 5.319.470           | 8.711.681    |
| Participación de mercado | 34,1%          | 4,8%              | 38,9%                 | 61,1%               | 100,0%       |

Fuente: CNDC con base en ENACOM

254. Con base en la tabla precedente, en una mirada de alcance nacional, si bien TELECOM lidera el mercado, la participación de TELEFÓNICA no alcanza el 5% del total. Tal como manifestara ENACOM al ser consultado en el marco de esta operación, no se verifica una modificación significativa en el nivel de concentración post operación desde esta aproximación.
255. No obstante, como se ha esbozado, la competencia en el mercado de TV por suscripción se desarrolla a nivel local. Con base en datos de ENACOM, existen 161 localidades con solapamientos horizontales, según los accesos de TELEFÓNICA y TELECOM, ubicadas en las provincias de Buenos Aires, CABA, Chubut, Mendoza, Neuquén, Río Negro, San Juan, San Luis, Santa Cruz y Tierra del Fuego.
256. A modo de resumen, a continuación se clasifican a las localidades involucradas (con solapamiento) según el impacto que tendrá la operación en cada una de ellas, en términos de competencia. Replicando el análisis realizado para los mercados de servicios de acceso a internet y telefonía fija, se considera un escenario “competitivo o sin cambios” si la participación conjunta de TELECOM y TELEFÓNICA es menor a 40% (o mayor al 40%, en los casos donde TELECOM ya contaba con una participación mayor al 40% en el escenario previo y el HHI varía menos de 150 puntos); un escenario de “baja competencia” si, tras la operación, habría una participación conjunta del 40% al 99% y una variación del HHI superior a los 150 puntos (o una variación del HHI inferior a 150, cuando TELEFÓNICA transfiere una participación elevada, superior al 40%); y un escenario sin competencia si, tras la operación, solo habría un oferente en esa localidad: TELECOM después de haber adquirido una participación del 99 al 100% de TELEFÓNICA.

**Tabla 23 | # de localidades afectadas, según tipo de impacto a la competencia con base en accesos de TV por suscripción, por provincia, sept. 2024.**

| <b>Provincia</b> | <b>Competitivo/<br/>sin cambios</b> | <b>Baja<br/>Competencia</b> | <b>Sin<br/>competencia</b> | <b>Total<br/>general</b> |
|------------------|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Buenos Aires     | 28                                  | 99                          | 4                          | 131                      |
| CABA             | 0                                   | 1                           | 0                          | 1                        |
| Chubut           | 4                                   | 0                           | 0                          | 4                        |
| Mendoza          | 9                                   | 0                           | 0                          | 9                        |
| Neuquén          | 1                                   | 1                           | 0                          | 2                        |
| Río Negro        | 3                                   | 1                           | 0                          | 4                        |
| San Juan         | 5                                   | 1                           | 0                          | 6                        |
| San Luis         | 1                                   | 0                           | 0                          | 1                        |
| Santa Cruz       | 1                                   | 0                           | 0                          | 1                        |
| Tierra del       | 2                                   | 0                           | 0                          | 2                        |

|                      |           |            |          |            |
|----------------------|-----------|------------|----------|------------|
| Fuego                |           |            |          |            |
| <b>Total general</b> | <b>54</b> | <b>103</b> | <b>4</b> | <b>161</b> |

Fuente: CNDC con base en ENACOM

257. A partir de lo anterior, se advierte que en el 66% (107 sobre 161) de las localidades analizadas, tras la operación, se producirían escenarios de baja o nula competencia. La mayoría de estas localidades afectadas (el 96%) pertenecen a la provincia de Buenos Aires. En tanto, en 54 de las 161 localidades analizadas no se producirían efectos preocupantes desde el punto de vista de la competencia, ya sea porque la participación conjunta es inferior al 40% o porque TELECOM ya contaba por sí sola con una participación elevada en el escenario previo y su posicionamiento no es afectado significativamente por la operación (variación del HHI inferior a 150 puntos).
258. A continuación se presentan los indicadores de concentración por localidad para el caso de la provincia de Buenos Aires, allí donde la operación produce una participación ex post superior al 40% y una variación del HHI mayor a 150 puntos

**Tabla 24 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post  
y Variación HHI, Buenos Aires, TV por suscripción, sept. 2024**

| Partido            | Localidad            | TELECOM | TELEFÓNICA | Partic.<br>Conj. | OTROS | HHI<br>pre | HHI<br>post | VAR<br>HHI |
|--------------------|----------------------|---------|------------|------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Almirante Brown    | Adrogué              | 50,9%   | 44,7%      | 95,7%            | 4,3%  | 4607       | 9165        | 4559       |
|                    | Burzaco              | 42,5%   | 44,9%      | 87,4%            | 12,6% | 3905       | 7724        | 3819       |
|                    | Claypole             | 34,1%   | 36,3%      | 70,4%            | 29,6% | 3039       | 5517        | 2478       |
|                    | Glew                 | 21,3%   | 59,2%      | 80,5%            | 19,5% | 4157       | 6677        | 2520       |
|                    | José Mármol          | 70,9%   | 16,1%      | 87,0%            | 13,0% | 5377       | 7661        | 2284       |
|                    | Longchamps           | 38,1%   | 49,8%      | 87,9%            | 12,1% | 4002       | 7794        | 3792       |
|                    | Malvinas Argentinas  | 46,0%   | 39,4%      | 85,5%            | 14,5% | 3785       | 7416        | 3631       |
|                    | Ministro Rivadavia   | 6,8%    | 68,4%      | 75,2%            | 24,8% | 5060       | 5988        | 929        |
|                    | Rafael Calzada       | 27,9%   | 50,1%      | 78,0%            | 22,0% | 3591       | 6390        | 2799       |
|                    | San Francisco Solano | 13,9%   | 67,9%      | 81,8%            | 18,2% | 5012       | 6896        | 1884       |
|                    | San José             | 26,8%   | 27,4%      | 54,2%            | 45,8% | 2854       | 4323        | 1469       |
| Avellaneda         | Avellaneda           | 70,7%   | 14,6%      | 85,3%            | 14,7% | 5309       | 7372        | 2063       |
|                    | Sarandí              | 49,3%   | 16,2%      | 65,4%            | 34,6% | 3314       | 4909        | 1595       |
|                    | Wilde                | 51,3%   | 18,6%      | 69,9%            | 30,1% | 3496       | 5403        | 1907       |
| Bahía Blanca       | Bahía Blanca         | 58,9%   | 1,4%       | 60,4%            | 39,6% | 4754       | 4923        | 169        |
| Berazategui        | Berazategui          | 45,1%   | 19,4%      | 64,5%            | 35,5% | 2963       | 4711        | 1748       |
|                    | Guillermo E. Hudson  | 37,1%   | 18,8%      | 55,9%            | 44,1% | 2819       | 4217        | 1398       |
|                    | Juan María Gutiérrez | 13,8%   | 38,1%      | 51,9%            | 48,1% | 2554       | 3606        | 1052       |
|                    | Pereyra              | 40,9%   | 48,2%      | 89,1%            | 10,9% | 4060       | 7999        | 3938       |
|                    | Ranelagh             | 14,1%   | 60,5%      | 74,6%            | 25,4% | 4094       | 5802        | 1707       |
| Cañuelas           | Cañuelas             | 61,3%   | 17,0%      | 78,3%            | 21,7% | 4509       | 6596        | 2087       |
| Escobar            | Belén de Escobar     | 39,6%   | 3,9%       | 43,5%            | 56,5% | 2676       | 2985        | 309        |
|                    | Ingeniero Maschwitz  | 27,4%   | 16,8%      | 44,2%            | 55,8% | 2118       | 3040        | 922        |
| Esteban Echeverría | Canning              | 70,3%   | 27,6%      | 97,9%            | 2,1%  | 5703       | 9578        | 3876       |
|                    | Luis Guillón         | 70,4%   | 25,9%      | 96,3%            | 3,7%  | 5641       | 9283        | 3643       |
|                    | Monte Grande         | 34,6%   | 62,7%      | 97,3%            | 2,7%  | 5133       | 9471        | 4337       |

| Partido            | Localidad              | TELECOM | TELEFÓNICA | Partic.<br>Conj. | OTROS | HHI<br>pre | HHI<br>post | VAR<br>HHI |
|--------------------|------------------------|---------|------------|------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Ezeiza             | Aeropuerto Int. Ezeiza | 60,4%   | 37,5%      | 97,9%            | 2,1%  | 5061       | 9592        | 4531       |
|                    | Canning                | 7,1%    | 45,9%      | 53,1%            | 46,9% | 3802       | 4458        | 656        |
|                    | Carlos Spegazzini      | 8,4%    | 59,6%      | 68,0%            | 32,0% | 4569       | 5570        | 1001       |
|                    | La Unión               | 29,8%   | 31,8%      | 61,6%            | 38,4% | 3084       | 4979        | 1895       |
|                    | Tristán Suarez         | 23,5%   | 59,3%      | 82,7%            | 17,3% | 4322       | 7103        | 2780       |
| General Pueyrredón | Mar del Plata          | 63,8%   | 8,9%       | 72,7%            | 27,3% | 4641       | 5778        | 1137       |
| General Rodríguez  | General Rodríguez      | 45,9%   | 10,6%      | 56,5%            | 43,5% | 3229       | 4203        | 974        |
| General San Martín | Villa Ballester        | 82,5%   | 9,9%       | 92,3%            | 7,7%  | 6945       | 8572        | 1627       |
| Hurlingham         | Hurlingham             | 56,5%   | 10,9%      | 67,4%            | 32,6% | 3892       | 5121        | 1230       |
|                    | Villa Santos Tesei     | 50,2%   | 20,6%      | 70,8%            | 29,2% | 3429       | 5499        | 2070       |
| Ituzaingó          | Ituzaingó Centro       | 40,7%   | 37,3%      | 78,0%            | 22,0% | 3466       | 6503        | 3038       |
|                    | Villa Gob. Udaondo     | 63,2%   | 27,2%      | 90,4%            | 9,6%  | 4783       | 8215        | 3432       |
| La Matanza         | Ciudad Evita           | 1,8%    | 42,4%      | 44,2%            | 55,8% | 4823       | 4979        | 156        |
|                    | Lomas Del Mirador      | 36,2%   | 33,3%      | 69,6%            | 30,4% | 3217       | 5632        | 2415       |
|                    | Ramos Mejía            | 83,7%   | 13,8%      | 97,6%            | 2,4%  | 7209       | 9526        | 2317       |
|                    | San Justo              | 1,8%    | 79,6%      | 81,4%            | 18,6% | 6658       | 6945        | 287        |
| La Plata           | La Plata               | 73,6%   | 21,7%      | 95,3%            | 4,7%  | 5899       | 9100        | 3200       |
| Lanús              | Gerli                  | 72,3%   | 23,7%      | 96,0%            | 4,0%  | 5805       | 9234        | 3429       |
|                    | Lanús Este             | 73,6%   | 14,5%      | 88,2%            | 11,8% | 5690       | 7831        | 2142       |
|                    | Monte Chingolo         | 20,1%   | 62,7%      | 82,8%            | 17,2% | 4482       | 7006        | 2524       |
|                    | Remedios Escalada      | 47,4%   | 26,1%      | 73,5%            | 26,5% | 3491       | 5963        | 2472       |
|                    | Valentín Alsina        | 46,3%   | 36,9%      | 83,2%            | 16,8% | 3616       | 7031        | 3415       |
| Laprida            | Laprida                | 3,3%    | 60,1%      | 63,5%            | 36,5% | 4962       | 5363        | 401        |
| Lomas De Zamora    | Banfield               | 67,5%   | 20,9%      | 88,3%            | 11,7% | 5076       | 7890        | 2814       |
|                    | Llavallol              | 45,3%   | 44,8%      | 90,1%            | 9,9%  | 4115       | 8178        | 4063       |
|                    | Lomas De Zamora        | 73,0%   | 17,5%      | 90,5%            | 9,5%  | 5684       | 8240        | 2557       |
|                    | Temperley              | 66,7%   | 27,0%      | 93,7%            | 6,3%  | 5199       | 8800        | 3601       |
|                    | Turdera                | 28,6%   | 69,5%      | 98,1%            | 1,9%  | 5650       | 9623        | 3974       |
| Luján              | Luján                  | 64,1%   | 3,1%       | 67,2%            | 32,8% | 4781       | 5177        | 395        |

| <b>Partido</b>      | <b>Localidad</b>     | <b>TELECOM</b> | <b>TELEFÓNICA</b> | <b>Partic.<br/>Conj.</b> | <b>OTROS</b> | <b>HHI<br/>pre</b> | <b>HHI<br/>post</b> | <b>VAR<br/>HHI</b> |
|---------------------|----------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Malvinas Argentinas | Los Polvorines       | 1,5%           | 87,6%             | 89,1%                    | 10,9%        | 7760               | 8018                | 258                |
|                     | Villa De Mayo        | 1,7%           | 80,1%             | 81,8%                    | 18,2%        | 6749               | 7015                | 266                |
| Mercedes            | Mercedes             | 64,7%          | 10,1%             | 74,8%                    | 25,2%        | 4928               | 6231                | 1303               |
| Merlo               | Libertad             | 7,7%           | 70,8%             | 78,5%                    | 21,5%        | 5258               | 6346                | 1089               |
|                     | Merlo                | 24,8%          | 37,5%             | 62,3%                    | 37,7%        | 2643               | 4500                | 1858               |
|                     | San Antonio De Padua | 55,7%          | 37,3%             | 93,0%                    | 7,0%         | 4523               | 8676                | 4153               |
| Moreno              | Moreno               | 28,5%          | 29,4%             | 57,9%                    | 42,1%        | 2742               | 4417                | 1674               |
|                     | Trujui               | 5,5%           | 37,5%             | 43,0%                    | 57,0%        | 3620               | 4033                | 413                |
| Morón               | Haedo                | 58,6%          | 31,2%             | 89,9%                    | 10,1%        | 4473               | 8136                | 3663               |
|                     | Morón                | 66,8%          | 12,6%             | 79,4%                    | 20,6%        | 4860               | 6546                | 1686               |
|                     | Villa Sarmiento      | 64,9%          | 25,4%             | 90,3%                    | 9,7%         | 4921               | 8220                | 3299               |
| Pilar               | Pilar                | 10,8%          | 34,9%             | 45,7%                    | 54,3%        | 2646               | 3399                | 753                |
|                     | Villa Rosa           | 38,2%          | 18,5%             | 56,7%                    | 43,3%        | 2915               | 4326                | 1411               |
| Presidente Perón    | Guernica             | 5,9%           | 62,9%             | 68,8%                    | 31,2%        | 4488               | 5227                | 739                |
| Quilmes             | Bernal Oeste         | 60,5%          | 4,2%              | 64,7%                    | 35,3%        | 4370               | 4878                | 508                |
|                     | Ezpeleta             | 65,7%          | 23,2%             | 88,9%                    | 11,1%        | 4978               | 8028                | 3050               |
|                     | Ezpeleta Oeste       | 43,6%          | 51,2%             | 94,9%                    | 5,1%         | 4556               | 9028                | 4472               |
|                     | Quilmes              | 75,0%          | 21,4%             | 96,3%                    | 3,7%         | 6088               | 9292                | 3204               |
|                     | Quilmes Oeste        | 42,6%          | 29,3%             | 71,9%                    | 28,1%        | 3187               | 5680                | 2493               |
|                     | Villa La Florida     | 29,9%          | 55,1%             | 84,9%                    | 15,1%        | 4075               | 7364                | 3289               |
| San Fernando        | San Fernando         | 62,8%          | 15,6%             | 78,4%                    | 21,6%        | 4402               | 6358                | 1957               |
| San Isidro          | Boulogne Sur Mer     | 66,8%          | 16,4%             | 83,2%                    | 16,8%        | 4864               | 7055                | 2192               |
|                     | Martínez             | 85,4%          | 6,8%              | 92,2%                    | 7,8%         | 7376               | 8540                | 1164               |
|                     | San Isidro           | 93,3%          | 2,1%              | 95,4%                    | 4,6%         | 8715               | 9101                | 386                |
| San Miguel          | Bella Vista          | 32,8%          | 35,9%             | 68,7%                    | 31,3%        | 2875               | 5231                | 2357               |
|                     | Muñiz                | 71,9%          | 20,8%             | 92,7%                    | 7,3%         | 5628               | 8622                | 2995               |
| San Vicente         | Alejandro Korn       | 19,2%          | 54,3%             | 73,5%                    | 26,5%        | 3695               | 5779                | 2084               |
|                     | San Vicente          | 25,4%          | 37,4%             | 62,7%                    | 37,3%        | 3169               | 5065                | 1896               |
| Tandil              | Tandil               | 87,8%          | 1,5%              | 89,3%                    | 10,7%        | 7819               | 8084                | 265                |

| <b>Partido</b>  | <b>Localidad</b>  | <b>TELECOM</b> | <b>TELEFÓNICA</b> | <b>Partic.<br/>Conj.</b> | <b>OTROS</b> | <b>HHI<br/>pre</b> | <b>HHI<br/>post</b> | <b>VAR<br/>HHI</b> |
|-----------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Tigre           | Benavídez         | 41,5%          | 35,4%             | 76,9%                    | 23,1%        | 3243               | 6180                | 2937               |
|                 | Don Torcuato Este | 53,1%          | 27,8%             | 80,9%                    | 19,1%        | 3848               | 6797                | 2949               |
|                 | El Talar          | 57,8%          | 29,5%             | 87,3%                    | 12,7%        | 4295               | 7705                | 3410               |
|                 | Tigre             | 45,7%          | 8,9%              | 54,6%                    | 45,4%        | 3885               | 4701                | 816                |
| Tres De Febrero | Ciudadela         | 57,3%          | 27,6%             | 85,0%                    | 15,0%        | 4171               | 7340                | 3168               |
|                 | Villa Bosch       | 63,1%          | 28,3%             | 91,3%                    | 8,7%         | 4844               | 8411                | 3567               |
| Vicente López   | Olivos            | 87,8%          | 3,2%              | 90,9%                    | 9,1%         | 7770               | 8327                | 557                |
|                 | Villa Martelli    | 63,8%          | 10,1%             | 73,9%                    | 26,1%        | 4623               | 5908                | 1284               |

Fuente: CNDC con base en ENACOM

259. De las 92 localidades listadas previamente donde la variación del HHI es mayor a 150 puntos, en el 35% de los casos, la participación conjunta ex post está dentro del rango del 50-75% y el 60% se ubica entre 75 y 99%.
260. Algunas de las localidades más afectadas por la operación, donde la participación conjunta excede el 90%, son Adrogué, Monte Grande; Ezeiza; La Plata; Lomas de Zamora; Quilmes; Martínez y San Isidro.
261. El análisis al interior de los competidores que componen “otros” permite vislumbrar, en la mayoría de los casos analizados, un reducido número de competidores (en el 60% de los casos está entre 1 y 2), con una distancia significativa en términos de participación en relación a la entidad combinada TELECOM-TELEFÓNICA. En esa línea, en el 63% de los casos no existe ningún competidor que alcance el 20% de participación.
262. Los indicadores de concentración a partir del HHI, junto con el análisis sobre la cantidad de competidores y su posicionamiento actual en el mercado permiten advertir preocupaciones desde el punto de vista de defensa de la competencia en las localidades citadas de la provincia de Buenos Aires originadas a partir de la operación.
263. Se trata, en muchos casos, de localidades que presentan también altos índices de concentración ex post en los mercados de servicios fijos residenciales (acceso a internet y telefonía fija) analizados en apartados previos, lo que da cuenta de los efectos de la convergencia y el empaquetamiento en los mercados residenciales. En esas circunstancias, la operación condiciona también la competencia por servicios convergentes y podría afectar la posibilidad de permanecer en el mercado para los competidores actuales o la entrada de competidores potenciales.
264. De modo complementario, en nueve localidades, si bien la estructura del mercado no se modifica considerablemente post operación, sí se genera un cambio en la posición de la compradora, que pasaría de tener una participación pequeña a liderar el mercado, a partir del paquete de accesos de TV por suscripción que transferiría TELEFÓNICA. Las localidades son: 9 de Abril (partido de Esteban Echeverría); Florencio Varela (partido homónimo); Chapadmalal (General Pueyrredón); Gregorio de Laferrere, Isidro Casanova, Rafael Castillo, Tapiales y Villa Eduardo Madero (La Matanza) y Churruca (Tres de Febrero).
265. Otra de las jurisdicciones afectadas por el impacto de la operación en los servicios de TV por suscripción es CABA. Allí, la entidad combinada TELECOM-TELEFÓNICA pasaría a acumular el 96% del mercado, mientras el conjunto de los competidores alternativos apenas alcanza el 4%. Si bien la cuota de mercado adquirida a TELEFÓNICA en este caso es menos relevante, el impacto en la variación del HHI excede ampliamente los umbrales de no preocupación, considerando la estructura previa ya altamente concentrada que presenta el mercado.

**Tabla 25 | Participaciones de mercado (en %), HHI Pre, Post  
y Variación HHI, otras jurisdicciones, TV por suscripción, sept. 2024**

| Provincia;<br>Partido    | Localidad  | TELECOM | TELEFÓNICA | Partic.<br>conj. | Otros | HHI<br>pre | HHI<br>post | VAR<br>HHI |
|--------------------------|------------|---------|------------|------------------|-------|------------|-------------|------------|
| CABA                     | CABA       | 93,2%   | 2,7%       | 95,9%            | 4,1%  | 8706       | 9204        | 498        |
| Neuquén;<br>Confluencia  | Neuquén    | 53,5%   | 10,2%      | 63,8%            | 36,2% | 3980       | 5075        | 1096       |
| Rio Negro;<br>Gral. Roca | Gral. Roca | 83,3%   | 1,1%       | 84,5%            | 15,5% | 7185       | 7374        | 189        |
| San Juan;<br>Chimbas     | Chimbas    | 3,7%    | 39,6%      | 43,3%            | 56,7% | 4465       | 4760        | 296        |

Fuente: CNDC con base en ENACOM

266. Tal como se exhibe en la Tabla 25, en las localidades de Confluencia (Neuquén); General Roca (Río Negro) y Chimbas (San Juan), también la operación despierta las preocupaciones de esta CNDC en términos de competencia ex post en el mercado de TV por suscripción.
267. Los elementos reseñados tornan probable que, de aprobarse la operación, TELECOM cuente con el poder de mercado suficiente para afectar los precios y/o la calidad de sus servicios y la posibilidad de ser desafiada por parte de competidores.
268. Al respecto, es necesario recuperar una serie de aspectos advertidos por el representante de TELECENTRO, en el marco de la audiencia testimonial llevada adelante en la investigación, según el cual *“históricamente el que tiene mayor cantidad de abonados es el que logra mejor precio de los contenidos, prácticamente impone el precio al proveedor de la señal, si el proveedor de la señal no acepta, hoy TELECOM y TELEFÓNICA con una concentración del 48%, si decidiera bajar una señal de su grilla, el proveedor de esa señal, no podría soportar una baja de esa cantidad de abonados, tanto por el potencial de televidentes como la publicidad que está inserta en esas señales”*.
269. También, en la misma audiencia de TELECENTRO, su representante ha manifestado *“el otro efecto de la operación es la posibilidad de tener contenidos exclusivos, a los que el resto del mercado no va a tener acceso [con esto se refiere a contenidos de eventos, deportes, series, películas] y aquí, a diferencia del segmento móvil, si bien la participación es menor que en el segmento móvil, hay que mirar también la diferencia entre la participaciones de TELECOM y TELEFÓNICA con el resto de los competidores: los competidores van a tener participaciones menores al 10%, con lo cual la posición dominante de TELECOM más TELEFÓNICA y su capacidad de fijar u obtener precios o condiciones diferentes al resto de los competidores, viene dada no tanto por su participación sino por la asimetría con el resto de los competidores”*.

#### **IV.6.2.4. Efectos horizontales en los servicios de telecomunicaciones móviles**

270. La relación horizontal entre TELECOM y TELEFÓNICA en el mercado de servicios de telefonía móvil comprende dos elementos: por un lado, el solapamiento específico en la provisión del servicio y, por el otro, la acumulación de espectro radioeléctrico como resultado de la operación, que es el insumo indispensable e insustituible para la provisión de servicios móviles. Su acumulación determina la posibilidad de expandir la capacidad o construir redes de los operadores existentes y los potenciales entrantes, según se detallará más adelante.

##### **IV.6.2.4.1. Provisión de servicios de telefonía móvil**

271. Según lo declarado por la notificante, las zonas con mayor despliegue y cobertura para TELEFÓNICA se focalizan en la Región III (sur del país) y Región II (AMBA) con mayor presencia de infraestructura en CABA Sur y Sur de AMBA. TELECOM, por el contrario, ha focalizado el desarrollo y despliegue en la región I (norte del país) y Región II, con mayor



desarrollo de infraestructura en CABA Norte y Norte de AMBA. Más allá del análisis a nivel local, el mercado geográfico relevante para los servicios de telefonía móvil se considera nacional.

272. A continuación se presentan las participaciones de mercado correspondientes al mercado de servicios de telecomunicaciones móviles a nivel nacional, con base en la cantidad de accesos de cada una de las empresas.

**Tabla 26 | Participación de mercado de servicios de telefonía móvil a nivel nacional por cantidad de accesos, 2024**

|                          | TELEFÓNICA | TELECOM    | Part. Conjunta | AMX (CLARO) | Total      | HHI Pre | HHI Post | VAR HHI |
|--------------------------|------------|------------|----------------|-------------|------------|---------|----------|---------|
| Accesos                  | 15.453.607 | 21.411.729 | 36.865.336     | 26.528.598  | 63.402.551 | –       | –        | –       |
| Participación de mercado | 24,4%      | 33,8%      | 58,1%          | 41,8%       | 100,0%     | 3.485   | 5.134    | 1.649   |

\* No se exhibe la participación marginal de la OMV *IMOWI* en este mercado, por tener una participación ínfima, cercana al 0,01, según datos ENACOM.

Fuente: CNDC con base en datos provistos por ENACOM.

273. El total de accesos móviles a nivel nacional es de más de 63 millones, según datos del tercer trimestre de 2024. Como puede observarse, en el escenario pre operación, el mercado argentino de telefonía móvil se compone esencialmente de 3 grandes jugadores: las involucradas TELECOM y TELEFÓNICA junto con AMX (CLARO). Existe, marginalmente, un único Operador Móvil Virtual (OMV) que opera en la actualidad bajo la marca *IMOWI*, cuya participación es inferior al 1%.
274. Como resultado de la operación, se perdería uno de los tres grandes competidores y el mercado quedaría repartido en solamente dos jugadores: TELECOM con una participación estimada del 58% y AMX con el 42%.
275. Se trata de un mercado altamente concentrado, donde la operación produce una variación del HHI de 1649 puntos, que excede ampliamente los umbrales de no preocupación desde el punto de vista de la competencia según los estándares internacionales<sup>81</sup> y la propia jurisprudencia de la CNDC.
276. Siguiendo los últimos datos publicados por ENACOM<sup>80</sup>, dentro de la facturación generada por servicios TIC, las comunicaciones móviles representan el 47% del total. La información aportada por la notificante da cuenta de que, para las propias empresas involucradas, estos servicios oscilan entre el 47% y el 64% de las ventas. Esta información debe considerarse como un elemento adicional sobre la relevancia de este mercado en el análisis del impacto potencial de la operación.

<sup>81</sup> De acuerdo con los lineamientos de 2010 de la *Federal Trade Commission* (FTC) y el Departamento de Justicia (DOJ) de los Estados Unidos, un HHI post concentración menor a 1500 sería indicador de un mercado “poco concentrado”, uno que se encuentre entre 1500 y 2500 señalaría una “concentración moderada”, mientras que un HHI mayor a 2500 indicaría la presencia de un mercado “altamente concentrado”. Según estos parámetros una fusión no podría generar preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia, si genera un aumento del HHI menor a 100 puntos en un mercado “moderadamente concentrado”, mientras que, en un mercado “altamente concentrado” un aumento del HHI entre 100 y 200 puntos podría ser motivo de preocupación.

277. Si bien la notificante ha argumentado en sus presentaciones la tendencia a la concentración de las empresas TIC, en virtud de la demanda de inversiones que requieren los despliegues de nuevas tecnologías, el ENACOM, al ser consultado en el marco de la operación en su carácter de autoridad regulatoria, ha destacado que *“en los países más relevantes de la región, en ningún caso la cantidad de operadores con una cuota de mercado relevante es menor a 3”*.<sup>82</sup> Con base en la información aportada, de aprobarse la operación, Argentina sería el único país con solo 2 operadores de envergadura dentro del conjunto de países seleccionados de la región. En el caso de Colombia, la cantidad de operadores alcanzaría a 6, mientras que Brasil, Chile, México, Paraguay y Perú, cuentan con cuatro empresas operadoras de envergadura. Distinto es el caso de Uruguay, que, con una población que puede considerarse levemente superior a la registrada en CABA, operan tres empresas que brindan el servicio de telefonía móvil.
278. En otro orden, en sus presentaciones, TELECOM ha sostenido la necesidad de considerar el impacto de la portabilidad numérica —derecho de los usuarios de cambiar de compañía telefónica conservando su número de celular— en la telefonía móvil y la capacidad de los operadores móviles para atender demanda “capturada” de sus competidores a la hora de evaluar la posibilidad de afectar la competencia, ya sea por efectos unilaterales o coordinados. En esa línea, sostuvo que *“La estabilidad en las participaciones podría estar indicando falta de agresividad o de incentivos a competir por los clientes abonados en operadores alternativos. La información estadística disponible refleja que el mercado de comunicaciones móviles en la última década refleja un retroceso relativo de la empresa Movistar (...) La empresa que creció en términos relativos es CLARO, mostrando capacidad comercial, operativa y espectro para aumentar su participación a costa de los otros operadores”*.
279. Esta CNDC coindice en que la introducción de la portabilidad numérica mediante Res. 98/2010 de la ex Secretaría de Comunicaciones puede considerarse un elemento que favorece la competencia, en la medida que disminuyen los *switching costs* y, por ende, los desincentivos para el usuario para el cambio de proveedor de telefonía móvil.
280. Sin embargo, el análisis estadístico aportado por la misma notificante, y luego replicado por esta CNDC sobre los datos de ENACOM, sugieren, precisamente, una estabilidad en las participaciones de mercado de los 3 grandes operadores del mercado en los últimos años, incluyendo la de TELEFÓNICA.
281. De manera complementaria, se muestran a continuación las estimaciones a nivel provincial, de modo de capturar con mayor detalle el impacto heterogéneo que podría tener la operación en la oferta de paquetes múltiple *play* que incluyan telefonía móvil. Si bien el mercado de servicios móviles se define a nivel nacional, como fuera esbozado previamente, los servicios fijos de acceso a internet, TV por suscripción y telefonía fija, por sus características, enfrentan una competencia a nivel local.
282. En la actualidad, solo los 3 grandes operadores móviles que operan a nivel nacional tienen la capacidad de ofrecer servicios convergentes *Cuádruple Play*, aunque tal como se vio, la presencia local de AMX dista largamente de las de TELECOM y TELEFONICA debido, en parte, a la falta de infraestructura de red de acceso a los hogares. En ese escenario, el refuerzo del poder de mercado que podría adquirir TELECOM ex post en el mercado de telefonía móvil podría afectar la oferta de servicios convergentes y reducir la posibilidad de ser desafiado por competidores actuales o potenciales, en diferentes escalas a nivel sub nacional.

---

<sup>82</sup> Informe ENACOM – IF-2025-32237497-APN-DNDCRYS#ENACOM.

**Tabla 27 | Participación de mercado de servicios de telefonía móvil  
a nivel nacional por cantidad de accesos, 2024**

| Provincia             | Total             |                     | Participaciones |              |              |              |
|-----------------------|-------------------|---------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
|                       | # de accesos      | Distrib. Provincial | TELECOM         | TELEFÓNICA   | CONJ.        | AMX          |
| Buenos Aires          | 17.703.852        | 27,9%               | 32,0%           | 23,3%        | <b>55,3%</b> | 44,7%        |
| CABA                  | 12.561.924        | 19,8%               | 21,9%           | 54,2%        | <b>76,1%</b> | 23,9%        |
| Catamarca             | 534.974           | 0,8%                | 52,5%           | 3,9%         | <b>56,5%</b> | 43,5%        |
| Chaco                 | 1.447.331         | 2,3%                | 72,8%           | 3,6%         | <b>76,5%</b> | 23,5%        |
| Chubut                | 1.069.303         | 1,7%                | 7,6%            | 37,8%        | <b>45,5%</b> | 54,5%        |
| Córdoba               | 5.395.870         | 8,5%                | 34,5%           | 4,9%         | <b>39,4%</b> | 60,6%        |
| Corrientes            | 1.386.659         | 2,2%                | 55,4%           | 3,3%         | <b>58,7%</b> | 41,3%        |
| Entre Ríos            | 1.748.675         | 2,8%                | 52,8%           | 5,8%         | <b>58,6%</b> | 41,4%        |
| Formosa               | 741.542           | 1,2%                | 70,3%           | 1,6%         | <b>71,9%</b> | 28,1%        |
| Jujuy                 | 1.054.532         | 1,7%                | 51,6%           | 3,0%         | <b>54,6%</b> | 45,4%        |
| La Pampa              | 473.312           | 0,7%                | 7,3%            | 29,3%        | <b>36,6%</b> | 63,4%        |
| La Rioja              | 471.134           | 0,7%                | 54,5%           | 4,0%         | <b>58,5%</b> | 41,5%        |
| Mendoza               | 2.863.297         | 4,5%                | 10,3%           | 29,4%        | <b>39,7%</b> | 60,3%        |
| Misiones              | 1.577.458         | 2,5%                | 68,3%           | 1,4%         | <b>69,7%</b> | 30,3%        |
| Neuquén               | 1.275.779         | 2,0%                | 7,6%            | 42,0%        | <b>49,6%</b> | 50,4%        |
| Río Negro             | 916.098           | 1,4%                | 9,6%            | 53,7%        | <b>63,3%</b> | 36,7%        |
| Salta                 | 1.840.492         | 2,9%                | 58,3%           | 4,6%         | <b>62,9%</b> | 37,1%        |
| San Juan              | 1.020.610         | 1,6%                | 18,2%           | 44,1%        | <b>62,3%</b> | 37,7%        |
| San Luis              | 674.131           | 1,1%                | 8,6%            | 28,4%        | <b>37,0%</b> | 63,0%        |
| Santa Cruz            | 274.510           | 0,4%                | 5,5%            | 36,2%        | <b>41,7%</b> | 58,3%        |
| Santa Fe              | 4.694.975         | 7,4%                | 39,7%           | 9,5%         | <b>49,1%</b> | 50,9%        |
| Sgo. Del Estero       | 1.200.510         | 1,9%                | 67,2%           | 2,7%         | <b>69,8%</b> | 30,2%        |
| Tierra del Fuego      | 251.028           | 0,4%                | 4,5%            | 41,9%        | <b>46,4%</b> | 53,6%        |
| Tucumán               | 2.224.555         | 3,5%                | 49,5%           | 5,7%         | <b>55,2%</b> | 44,8%        |
| <b>Total Nacional</b> | <b>63.402.551</b> | <b>100,0%</b>       | <b>33,8%</b>    | <b>24,4%</b> | <b>58,1%</b> | <b>41,8%</b> |

Fuente: CNDC con base en ENACOM e información provista por la notificante.

283. A nivel provincial, pueden identificarse ciertas jurisdicciones donde la cuota de mercado conjunta de TELECOM y TELEFÓNICA es superior al promedio nacional, alcanzando el 70% o más en ciertos casos. En provincias como Chaco, Formosa, Misiones o Santiago del Estero, a pesar de los altos índices de concentración ex post, el impacto de la operación es relativamente menor en la comparación, dada que la participación previa de TELEFÓNICA en esos mercados es inferior al 5%.
284. Una mención particular revisten los casos de provincia de Buenos Aires y CABA, donde los efectos de la operación arrojan valores significativamente preocupantes desde el análisis competitivo. En este caso, el contraste entre la información provista por ENACOM y la notificante presenta diferencias en el modo que se distribuyen los accesos entre ambas jurisdicciones, a pesar de que en el total ambas fuentes son coincidentes.<sup>83</sup> Aun con la alternativa de tomar CABA y Buenos Aires en forma conjunta (de modo de tener coincidencia ante ambas fuentes), en el escenario ex post excede los umbrales de no preocupación adoptados en el análisis.

#### IV.6.2.4.2. Espectro radioeléctrico

285. El espectro radioeléctrico está definido por la Ley 27.078 como un recurso intangible, finito y de dominio público, cuya administración, gestión y control es responsabilidad indelegable del Estado Nacional.
286. Se trata del conjunto de frecuencias que, conforme a la tecnología disponible, pueden ser empleadas para emitir ondas que permitan transportar información y resulta un insumo indispensable para la provisión de servicios móviles. En consecuencia, el espectro determina la posibilidad por parte de los operadores o los entrantes potenciales de expandir la capacidad o construir redes.<sup>84</sup>
287. El conjunto de frecuencias se agrupa a su vez en “bandas de frecuencias” que pueden ser utilizadas por los titulares de una Licencia Única de Telecomunicaciones para la prestación de Servicios de comunicaciones inalámbricas, radiodifusión sonora y televisión, Internet, telefonía fija y móvil, brindados por un prestador o licenciatario.<sup>85</sup> No todas las porciones o bandas del espectro son aptas para cualquier servicio o sistema sino que, por el contrario, determinadas bandas del espectro están especialmente indicadas para proporcionar ciertos servicios concretos.<sup>86</sup>

---

<sup>83</sup> Mientras los accesos de TELECOM y TELEFÓNICA, según ENACOM, presentan una distribución similar entre Buenos Aires y CABA, la información de la notificante asigna un número significativamente mayor de accesos en CABA que en provincia de Buenos Aires. Estas diferencias podrían surgir de lugar de registro entre el domicilio del usuario y/o el uso de la línea, en particular considerando el traslado diario de millones de usuarios en la zona del AMBA, que incluye a CABA y a las localidades más densamente pobladas de la provincia de Buenos Aires.

<sup>84</sup> CONC. 1507 y opinión de ENACOM en el marco de este expediente, presentación del 18/3/2025.

<sup>85</sup> También puede ser utilizado por titulares de Autorizaciones para operar Sistemas relacionados con seguridad, defensa, emergencias, transporte e investigación científica, así como aplicaciones industriales y domésticas (Sistemas de Radionavegación Marítimas y Aeronáuticas; de Seguridad; Servicios Radioeléctricos de uso civil y militar de Fuerzas de Seguridad, Policía, Bomberos, Defensa Civil, Salud Pública, Radioaficionados, Radiotaxis, Radiomensajes, etc.). Consultado el 22/5/25 en: [https://www.enacom.gob.ar/-que-es-el-espectro-radioelectrico-\\_p117](https://www.enacom.gob.ar/-que-es-el-espectro-radioelectrico-_p117)

<sup>86</sup> Esto guarda estrecha relación con los estándares internacionales de la OIT (Organización Internacional de Telecomunicaciones). En el caso de los servicios de telefonía móvil participan los operadores de red, los

288. En esa línea, la Autoridad de Aplicación, el ENACOM, que tiene a su cargo la gestión y planificación del espectro radioeléctrico, se encarga, en primer lugar, de atribuir las bandas de frecuencia a uno o más servicios. A partir de dicha atribución, se configura el "Cuadro de Atribución de Bandas de Frecuencias de la República Argentina" (CABFRA) que refleja las decisiones de la autoridad regulatoria en materia de uso del espectro (para qué y cómo) dentro del territorio nacional.<sup>87</sup>
289. Como complemento, la Autoridad de Aplicación tiene la potestad de asignar dichas bandas a los usuarios, es decir, que otorga los permisos a cada uno de los operadores para explotar determinadas frecuencias.
290. En otras palabras, en primer lugar, la Autoridad de Aplicación atribuye las distintas bandas de frecuencia para un uso específico, por ejemplo servicios de telefonía móvil. En segundo lugar, las bandas atribuidas para la explotación de servicios de telefonía móvil se asignan a distintos operadores de red a través de diferentes procesos (de manera directa, licitaciones, etc).<sup>88</sup>
291. En lo relevante para el caso de análisis, la atribución de espectro para los servicios de comunicaciones móviles (SCM) incluye actualmente las bandas atribuidas a SRMC (Servicio de Radiocomunicaciones Móvil Celular ); STM (Servicio de Telefonía Móvil); PCS (Servicio de Comunicaciones Personales) y SCMA (Servicio de Comunicaciones Móviles Avanzadas. )<sup>89</sup>
292. Los Servicios SRMC, STM y PCS se entienden coloquialmente como tecnologías de segunda y tercera Generación (2G y 3G), mientras que los servicios SCMA como tecnologías de cuarta generación (4G). Desde el punto de vista del usuario, todos ellos brindan servicios de telefonía móvil de similares características. Sin embargo, las bandas atribuidas a SCMA utilizan tecnologías que permiten brindar servicios de valor agregado con mayor capacidad para la transmisión de información.
293. Adicionalmente, la utilidad y, por ende, el valor de las bandas de frecuencia, depende de la altura de las mismas. En este sentido, las frecuencias bajas del espectro (700, 800 o 900 MHz) tienen una cobertura más amplia y pueden penetrar mejor en los interiores de los edificios mientras que las frecuencias altas del espectro (2.1 o 2.6 GHz) ofrecen mayor capacidad, pero cubren una superficie menor.
294. Las bandas de frecuencia atribuidas a los diferentes servicios móviles están asignadas a las empresas de telefonía móvil que operan en la República Argentina. Cabe aclarar que parte de esas bandas están reservadas a la empresa Argentina de Soluciones Satelitales (ARSAT) y no están siendo explotadas en la actualidad.
295. Las asignaciones de las bandas de frecuencia a los operadores que prestan SCM (actualmente TELECOM, TELEFÓNICA y AMX) fueron realizadas por la Autoridad de Aplicación en distintas etapas y con criterios alternativos en relación al alcance geográfico.<sup>90</sup> En algunos casos,

---

desarrolladores de hardware, software, entre otros, para establecer parámetros que permitan, entre otras cosas, la interoperabilidad de los sistemas.

<sup>87</sup> Ver <https://www.enacom.gob.ar/cuadro-de-atribucion-de-bandas-de-frecuencias-de-la-republica-argentina-cabfra-p1588>

<sup>88</sup> Se destaca la diferencia regulatoria entre los términos “atribución” y “asignación”. La primera se utiliza para establecer el uso de las bandas, mientras que la segunda para indicar qué el operador que tiene licencia para la explotación de ese tramo del tramo de la banda.

<sup>89</sup> Para una descripción detallada de cada una de las denominaciones y servicios, ver CONC. 1507.

<sup>90</sup> Ver marco normativo: Res. 498 SC/1987 (SRMC/STM), 60 SC/97 (PCS), 37 SC/2014 (SCMA); Res.575 MEYOSP/1993 (STM Área I); Dec. 506/1992 y Res. 38 SC/2014, Decretos 1950/1987, 663/1992 y Res.

el espectro radioeléctrico fue asignado a nivel nacional; en otros, por regiones, dividiendo el país en 3 regiones: i) Norte (área I), ii) AMBA (área II) y iii) Sur (área III);<sup>91</sup> o por localidades y/o códigos de INDEC (CI) —unidades geográficas asimilables a localidades<sup>92</sup>—.

296. En relación a los plazos, mientras las adjudicaciones para los servicios SRMC, STM y PCS fueron otorgadas sin vencimiento, las de SCMA, que se otorgaron a partir de 2014, fueron cedidas por un plazo de 15 (quince) años a partir de la adjudicación.
297. La Tabla 28 exhibe una síntesis de las asignaciones de bandas a cada uno de los servicios mencionados, que componen conjuntamente los SCM, junto al alcance geográfico de cada asignación y el plazo.

**Tabla 28 | Bandas de frecuencia atribuidas a servicios de comunicaciones móviles**

| Banda   | Rango de frecuencia                        | SCM                                     | Criterio geográfico | Plazo           |
|---------|--------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------|-----------------|
| 5       | 824 MHz – 849 MHz<br>869 MHz – 894 MHz     | SRMC (Área II) y<br>STM (Áreas I y III) | Regional            | Sin vencimiento |
| 2       | 1850 MHz – 1910 MHz<br>1930 MHz – 1990 MHz | PCS (Áreas I, II y III)                 | Regional            | Sin vencimiento |
| 28      | 703 MHz – 748 MHz<br>758 – 803 MHz         | SCMA                                    | Nacional            | 15 años         |
| 4 [AWS] | 1710 MHz – 1755 MHz<br>2110 MHz / 2155 MHz | SCMA                                    | Nacional            | 15 años         |
| 7       | 2500 MHz – 2570 MHz<br>2620 MHz – 2690 MHz | SCMA                                    | Códigos INDEC       | 15 años         |
| 8       | 905 MHz – 915 MHz<br>950 MHz – 960 MHz     | SCMA                                    | Localidades         | 15 años         |

Fuente: CNDC, con base en ENACOM y CNDC - CONC. 1507

1461 CNT/1993 (SRMC Área II); Res. 35 SETYC/1996 (STM Área III); Dec. 266/1998 (PCS Área II); Dec. 301/1999 y Res. 38 SC/2014 (PCS Áreas I y III); Res. 38 SC/2014 y 62 SC/2014 (SCMA Bandas 28 y 4 [AWS]); Res. 1033 ENACOM/2017 y 171; Res. 1034 ENACOM/2017, 171 MCO/2017, 3687 ENACOM/2017 y 798 ENACOM/2022 (SCMA Banda 7) MCO/2017 (SCMA Banda 8).

<sup>91</sup> **Área I:** Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Córdoba, Santiago del Estero, Chaco, Formosa, Catamarca, La Rioja, Tucumán, Salta y Jujuy y Santa Fe excepto los departamentos Constitución, San Lorenzo y Rosario. **Área II:** AMBA, Área Múltiple La Plata, corredor La Plata - Buenos Aires, Tigre, Escobar, Campana, Zárate, Pilar, Luján, Gral. Rodríguez, Gral. Sarmiento, Moreno, Merlo y La Matanza de la Provincia de Buenos Aires. **Área III:** San Juan, San Luis, Mendoza, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, los departamentos Constitución, San Lorenzo y Rosario de la Provincia de Santa Fe y la Provincia de Buenos Aires con exclusión del Área II.

<sup>92</sup> Los CI referidos utilizados en las subastas de espectro son códigos geográficos utilizados en el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 por INDEC. Se trata de un sistema numérico que identifica de forma única cada unidad geográfica en Argentina, para organizar y procesar los datos recolectados durante el Censo. Según lo informado por ENACOM distintos CI conforman una localidad.

298. Conforme a la Resolución MCO 171/2017, el límite máximo de acumulación de espectro radioeléctrico (CAP) para los Servicios de Comunicaciones Móviles fue fijado en 140 MHz. para cada prestador en cada localidad y/o área de explotación específica.
299. De este modo, para evaluar la cantidad de espectro acumulado en una localidad por parte de un operador, corresponde sumar la asignación específica a esa localidad más la asignación que tenga el operador en la región en la cual está esa localidad y, finalmente, la asignación que tenga el operador a nivel nacional. La suma de esos tres componentes determinará si el operador tiene más o menos del límite máximo de acumulación de espectro radioeléctrico para los SCM.
300. En ocasión de la fusión por absorción de CABLEVISIÓN por parte de TELECOM (CONC. 1507), se estableció que la empresa absorbente ya alcanzaba en forma previa los 140 MHz. en todas las áreas donde tenía espectro; con la incorporación del espectro asignado a “NEXTEL” —marca de CABLEVISIÓN— superaría, entonces, el máximo permitido para SCM. En ese contexto, mediante la Resolución ENACOM 5644 /2017 se estableció a TELECOM la obligación de devolver en el plazo de dos años el espectro excedente que, según el área geográfica, alcanzaba hasta los 80 Mhz.
301. En la actualidad, como punto de partida, TELECOM tenía asignados 100 Mhz. de espectro para SCM en todo el país (50 Mhz. por licitaciones a nivel nacional y 50 Mhz. asignados por región, en cada una de las 3 regiones). Además, considerando las licitaciones obtenidas a nivel de localidad o CI, en ciertas localidades TELECOM acumulaba 20 o 40 Mhz. adicionales, dependiendo del caso. En síntesis, en el escenario pre transacción, TELECOM ya alcanzaba por sí mismo el límite de 140 Mhz. en determinadas localidades, mientras en otras localidades acumulaba 100 Mhz.
302. Por su parte, TELEFÓNICA tiene asignados 90 Mhz. de espectro para SCM en todo el país (40 Mhz. en asignaciones a nivel nacional y 50 Mhz. asignados por región, en cada una de las 3 regiones), a lo que se agregan, en ciertas localidades, 40 Mhz. adicionales (licitaciones de la banda 7). En este caso, según la localidad, TELEFÓNICA acumula por sí misma entre 90 y 130 Mhz.
303. En virtud de lo anterior, se advierte, *a priori*, que la acumulación de espectro originada en la concentración de TELECOM y TELEFÓNICA excedería, en todos los casos, el límite regulatorio establecido de 140 Mhz. En los casos de menor impacto —es decir, en aquellos CI donde ni TELECOM ni TELEFÓNICA tienen adjudicaciones a nivel local— el exceso sería de 50 Mhz.<sup>93</sup> En tanto, en los CI donde tanto TELECOM como TELEFÓNICA tenían asignado también espectro a nivel local, el exceso post transacción alcanza hasta los 130 Mhz.
304. En la Tabla 29 se presenta una síntesis sobre el resultado de la acumulación de espectro a partir de la información de ENACOM en el marco de la operación bajo análisis y el impacto en términos de población, considerando las asignaciones de espectro vigentes.

**Tabla 29 | Excedentes de espectro total y por servicio post concentración**

| Excedente CAP<br>SCM Total<br>[MHz] | Excedente<br>SRMC/STM/<br>PCS (2G/3G) | Excedente<br>SCMA<br>(4G)<br>[MHz] | Cantidad de<br>Códigos<br>INDEC 2010 | Población<br>Acumulada<br>2010 |
|-------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
|-------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|

<sup>93</sup> Resultante de sumar los 100 Mhz. que tiene TELECOM de base en todo el país y los 90 Mhz. a nivel nacional de TELEFÓNICA, menos los 140 Mhz. de límite fijado por la regulación.

|            | [MHz]    |          |             |                   |
|------------|----------|----------|-------------|-------------------|
| <b>130</b> | 50       | 80       | 139         | 25.065.936        |
| <b>110</b> | 50       | 60       | 25          | 471.285           |
| <b>90</b>  | 50       | 40       | 227         | 3.263.133         |
| <b>70</b>  | 50       | 20       | 281         | 1.336.500         |
| <b>50</b>  | 50       | 0        | 2854        | 7.645.615         |
| <b>-</b>   | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>3526</b> | <b>37.782.469</b> |

Fuente: CNDC con base en ENACOM

305. Post concentración TELECOM superaría los límites de tenencia de espectro en todo el país, en distinto grado: 130 MHz de exceso en 139 códigos INDEC (entre ellos CABA, La Plata, La Matanza y Tigre en GBA, o Córdoba, Rosario, Salta y San Miguel de Tucumán, por citar solo algunos); 110 MHz, en 25 CI; 90 MHz, en 227 CI, 70 MHz, en 281 CI y 50 MHz, en 2854 CI.
306. Los datos desagregados permiten observar, a su vez, la composición del excedente entre las bandas de SCMA (cuyo estándar tecnológico es el 4G) y las demás bandas, asociados a servicios de tecnologías menos modernas. Además, los datos de la población acumulada de la última columna permiten medir la cantidad de localidades o CI —agrupadas según el exceso de espectro— a la luz de la población teórica que es afectada.
307. Según el análisis de esta CNDC, en casi el 90% de los CI analizados, el único competidor SCM actual con asignación de espectro, AMX, ya posee en la actualidad el máximo de espectro posible según el límite regulatorio.
308. Con los elementos esbozados, se vislumbra una concentración de espectro en manos de TELECOM que excede el límite de la actual normativa.
309. Al respecto, en el marco de las audiencias celebradas durante la investigación, el representante de AMX ha sostenido *“En el caso de la operación, estas empresas [TELECOM y TELEFÓNICA] no solo acumulan mucha cantidad de espectro, sino que combinan en las mismas bandas mucho espectro, lo que le da una ventaja adicional importante, dado que no solo suman rutas a su canal sino que esas rutas se suman y se convierten en autopistas. Esto se convierte en un problema competitivo. A TELECOM y TELEFÓNICA se les asignó espectro en las mismas bandas.”* Y agregó: *“si se excede el nivel máximo global se afecta la competencia en tanto no se resuelva en forma inmediata esta situación, porque el tiempo en el que cuenta con más espectro del máximo le da una ventaja para competir”*.
310. Vale resaltar también que TELECENTRO ha participado de manera activa en diversos procesos licitatorios vinculados a la adjudicación de espectro radioeléctrico. No obstante, la compañía no ha resultado adjudicataria del espectro radioeléctrico que le habilite a operar como prestadora de servicios de comunicaciones móviles, bajo el argumento de que para resultar adjudicataria tenía que haber estado a esa fecha prestando efectivamente servicios móviles.
311. Finalmente cabe mencionar las asignaciones más recientes de bandas de espectro correspondientes a los Servicios de Telecomunicaciones Fiables e Inteligentes (STeFI), para el despliegue de tecnologías 5G, llevadas adelante a nivel nacional en las subastas de 2022 y 2023. Originalmente la Res. de ENACOM N° 1285/2023 fijó el límite máximo de acumulación de espectro radioeléctrico (CAP) para STeFI en 200 MHz por cada Licenciataria para cada Área



de Explotación. Este límite fue modificado recientemente, mediante Res. 611/2025 de ENACOM, que lo redujo a 150 Mhz.

312. Previo a la operación notificada, TELECOM tenía asignados 100 Mhz, de espectro para STeFI a nivel nacional, en tanto TELEFÓNICA alcanzaba los 50 Mhz y AMX los 100 Mhz. En virtud de ello, aún con el límite actualizado, no se observa un excedente de acumulación en este caso. Sin embargo, resulta pertinente advertir que la entidad concentrada TELECOM-TELEFÓNICA tendría en estas condiciones el máximo permitido por la regulación vigente.

**IV.6.2.5. Efectos de cartera: Múltiple *play***

313. Como se detalló previamente, el proceso de convergencia posibilitó, a través de la integración de distintas tecnologías, la expansión de la oferta de nuevos servicios a todos los operadores del mercado. En esa misma tónica, el desarrollo de la telefonía móvil y los cambios regulatorios permitieron incorporar otros actores al mercado residencial de telecomunicaciones.
314. Así, en la actualidad la oferta "*multiple-play*" puede comprender dos o más de los siguientes servicios minoristas: telefonía móvil, telefonía fija, internet fija y televisión paga. De acuerdo con lo detallado en los análisis de efectos previos, las empresas que están en condiciones de ofrecer alguno de los paquetes de servicios residenciales son las que se muestran a continuación.

**Tabla 30 | Principales empresas oferentes de servicios N-Play en Argentina, 2024**

| Empresa    | Tipo de cobertura           | Telefonía a fija | Acceso a Internet residencial | TV paga | Telefonía móvil |
|------------|-----------------------------|------------------|-------------------------------|---------|-----------------|
| TELECOM    | Nacional                    | √                | √                             | √       | √               |
| TELEFÓNICA | Nacional                    | √                | √                             | √       | √               |
| AMX        | Nacional                    | √                | √                             | √       | √               |
| TELECENRO  | Regional (AMBA)             | √                | √                             | √       | X               |
| SUPERCANAL | Regional (Cuyo y Patagonia) | X                | √                             | √       | X               |
| GIGARED    | Regional (Nea)              | √                | √                             | √       | X               |
| DIRECTV    | Nacional (sólo en TV)       | X                | X*                            | √       | X               |

\*En ciertas localidades, a través de terceros ISP

Fuente: Elaboración propia con base en información comercial disponible en los sitios web de las empresas

315. Desde el punto de vista teórico, una empresa puede aprovechar los efectos de cartera cuando su participación en varios mercados distintos le permite captar mayores beneficios respecto de los que podrían obtener varias empresas que operaran separadamente en dichos mercados. En general, los efectos de cartera se asocian al aprovechamiento de algunas economías de alcance. Sin embargo, también es posible que dichos efectos se produzcan a consecuencia de prácticas

de “extensión del poder de mercado”, por las cuales una empresa que posee poder en un mercado logra extender dicho poder a otro.<sup>94</sup>

316. En particular, si bien la oferta de servicios en modalidad múltiple *play* puede generar beneficios para los consumidores, también puede ser utilizada como una herramienta para desplazar a los competidores en cada uno de los servicios que la integran. Esto cobra especial relevancia cuando se trata de ofertas comerciales empaquetadas que resultan “irreplicables” para otros operadores. Desde la perspectiva de la competencia, resulta fundamental ponderar los efectos positivos del empaquetamiento frente a los efectos negativos derivados de su irreplicabilidad, ya que las ventajas competitivas que esto otorga a un actor determinado pueden erosionar la viabilidad de las ofertas individuales del resto de los operadores, afectando así el interés económico general.
317. En términos generales puede pensarse que TELECOM tendrá la capacidad de ofrecer paquetes de servicios con dos efectos sobre la competencia en los mercados individuales: i) por un lado, a través de la oferta de servicios *4-Play*, TELECOM tiene la posibilidad de utilizar su poder de mercado en servicios convergentes residenciales en ciertas localidades para sumar nuevos clientes en servicios móviles, en la medida en que AMX, el único operador de servicios móviles, no ofrezca o pueda ofrecer servicios residenciales en esas localidades; y ii) por otro, podría ofrecer sus servicios fijos a sus clientes de servicios móviles que tengan estos servicios contratados con otro operador, cuya oferta no podrán replicar.
318. En términos concretos, TELECOM será el único operador con la capacidad y el incentivo de realizar ofertas “*Cuádruple Play*” a nivel nacional (considerando que el servicio de telefonía móvil es nacional, y los servicios de acceso fijo son locales) pudiendo trasladar su poder de mercado en un servicio a otro donde compite con otras empresas, para desplazar en el mediano y largo plazo a sus competidores<sup>95</sup>.
319. En ese sentido, si bien CLARO será el segundo operador nacional y único competidor de servicios móviles, no sería un rival simétrico en la oferta de servicios residenciales fijos, por lo que no tendría la capacidad de replicar los packs de TELECOM y responder defensivamente esta estrategia.
320. Cabe recordar que CLARO se constituyó originalmente como oferente telefonía móvil (siendo licenciataria OMR para tal fin) –y en los últimos años desplegó fibra óptica para ofrecer servicios fijos. Si bien es un jugador relevante en lo que se refiere a telefonía móvil, su presencia territorial en servicios de acceso fijo es en general más débil.
321. En ese sentido sus representantes se manifestaron en la audiencia testimonial, haciendo hincapié en que, sin bien en los últimos años realizaron numerosas inversiones para desplegar sus servicios de banda ancha fija, se enfrentan a múltiples desafíos para ganar clientes efectivos en las zonas más densamente pobladas del país, afirmando que “*en nuestro caso la presencia en*

---

<sup>94</sup> Lineamientos para el control de concentraciones económicas realizado por esta CNDC.

<sup>95</sup> Vale recordar que producto de la operación de concentración analizada, podrían existir jurisdicciones en las que, a partir de la creación de una posición dominante, TELECOM pueda desplazar a competidores al ofrecer ofertas comercialmente más atractivas para los consumidores locales. No obstante, a los fines de analizar los efectos de cartera, también es importante considerar que independientemente de los solapamientos con efectos locales, TELECOM y TELEFONICA ya eran de forma previa actores relevantes independientes. En consecuencia, la probabilidad de que extiendan su poder de mercado va más allá de los efectos horizontales descriptos anteriormente.

BAF y TV PAGA es casi nula por la imposibilidad de tender fibra óptica para poder ofrecer servicios convergentes”. Señalaron que la operación “plantea un impacto muy grande en los mercados más relevantes de ofertas combinadas de móvil y BAF que son CABA y AMBA donde vemos por primera vez una operación de este tamaño, la de mayor impacto por lejos, impacto de mayor desequilibrio, una donde hasta el día de hoy la competencia es limitada para ofertas combinadas y que plantea problemas de competencia que se pueda responder competitivamente en el corto plazo por las dificultades del despliegue del servicio de internet al hogar” (...) “si se aprueba la operación el único competidor que puede ofrecer Cuádruple Play comparable, con la información que tenemos a hoy, es CLARO dado que quedarían dos operadores móviles en CABA. Uno con posibilidad limitada de ofrecer Cuádruple Play en CABA (CLARO) porque tiene baja presencia en BAF al día de la fecha” Finalmente concluyen que “La matemática de estos números a los efectos del Cuádruple Play y sin entrar en detalles del resto del país, la operación tendría un impacto fuertísimo a los efectos de competencia efectiva para ofertas Cuádruple Play tanto en mercado CABA como en AMBA que son los mercados más relevantes por población e ingresos”.

322. Por su parte, TELECENTRO ofrece servicios residenciales de acceso fijo, cómo se describió en el apartado anterior. Es un oferente activo de servicios Triple Play, con fuerte ancla territorial en AMBA. No obstante, estaría en clara desventaja frente a TELECOM, que podría rivalizar con fuerza en este territorio al diferenciarse de estos por la oferta de servicios móviles.
323. De acuerdo con lo manifestado a esta CNDC, TELECENTRO tiene licencia para ofrecer servicios de telefonía móvil tanto OMR como OMV, pero no tiene asignado espectro por parte de ENACOM. Al ser indagado sobre la importancia de servicios múltiple play, dijo: “es muy relevante dado que cada vez hay mayor presencia de ofertas combinadas entre servicios fijos y móviles, donde TELEFÓNICA, TELECOM y CLARO ofrecen un precio determinado para los servicios de internet, telefonía fija y televisión paga y sobre esta oferta un descuento adicional si el cliente tiene ya contratada o desea contratar una nueva línea de servicios móviles. Dado que en cada hogar hay un promedio de 4 habitantes y siendo que cada una de estas personas puede tener cualquier de los 3 proveedores móviles mencionados, la probabilidad de encontrar en un hogar una persona que tenga alguno de los servicios móviles o que tenga la posibilidad de cambiarse de proveedor de servicio móvil y que este hecho le permita acceder a la mejor oferta de TELECOM, TELEFÓNICA o CLARO, es muy alto. TELECENTRO, al no tener la posibilidad de realizar el mismo tipo de oferta, se ve obligado a competir con precios más bajos que aquellos que las 3 operadoras móviles ofrecen por sus servicios fijos exclusivamente, porque el cliente final no está dispuesto a perder ese descuento que le ofrecieron. Esta desventaja no impacta solamente en la captura de nuevos clientes, sino que impacta fuertemente también en la retención de los clientes actuales, toda vez que estos clientes reciben ofertas de nuestros competidores”
324. Sobre este punto también se expresó IPLAN, prestador de internet residencial y corporativo, que en respuesta a un requerimiento cursado por esta CNDC informó: “Es altamente relevante para un prestador de servicios de telecomunicaciones de la República Argentina el poder integrar el servicio móvil a su oferta de servicios. Las telecomunicaciones ahora deben seguir al usuario hasta allí donde se ubique. Así lo exige la propia naturaleza de la prestación actual del servicio; y no al revés”.
325. Otro de los operadores que ofrecen servicios empaquetados es DIRECTV, aunque en su caso lo hace ofreciendo únicamente servicios de internet y televisión paga. Esta empresa tampoco tendría capacidad de ejercer presión competitiva, toda vez que los servicios fijos de banda ancha son provistos por otros ISP locales con los que mantiene acuerdos particulares para ese fin. Además, la tecnología satelital que se utiliza para ofrecer el servicio de televisión paga no aparece como una alternativa viable para aumentar la oferta de servicios de telecomunicaciones al hogar.
326. En respuesta a un requerimiento de información cursado por esta CNDC, al ser indagado sobre la oferta empaquetada, el representante de DIRECTV declaró “entendemos que es relevante,

*en la actualidad la telefonía móvil e internet son servicios fundamentales para el consumidor, y los contenidos se consumen a través de la red de internet, por lo que resulta fundamental y necesario poder ofrecer contenido “en combo” o “multiple play” con servicios de internet y telefonía. El no hacerlo supone una desventaja competitiva importante para los prestadores?”.*

327. Otro efecto derivado del empaquetamiento de servicios es que, desde el punto de vista de la demanda, aumentarían los costos de cambio<sup>96</sup>, que ya de por sí serían elevados en la industria, lo que dificulta la migración de consumidores hacia nuevos competidores. En efecto, dejar de consumir uno de los servicios empaquetados puede implicar perder un descuento importante, o tener que buscar alternativas para todos los servicios, o simplemente los consumidores pueden tener una preferencia por agrupar servicios (por ejemplo, por la existencia de costos de compra)<sup>97</sup>. Esta situación es la que puede generar ventajas para el primer oferente de servicios múltiples, conocidas como ventajas de primer movimiento.
328. De acuerdo con lo hasta aquí descrito puede concluirse que de consolidarse la presente operación se verificarían fuertes efectos de cartera que pueden generar ventajas competitivas significativas difíciles de replicar por los operadores establecidos en cada uno de los servicios residenciales individuales. Esta barrera comercial a la que se enfrentan los operadores actuales no solo limita su crecimiento, sino que también determina su sostenibilidad y permanencia en el mercado.
329. De manera coincidente, los Informes ENACOM identifican como particularmente relevante la oferta de servicios *Cuádruple Play*. El ente advirtió “*de producirse la operación de adquisición de TELEFÓNICA por parte de TELECOM, este escenario se vería modificado, y sus principales consecuencias, en términos de la oferta de servicios convergentes de TIC, serían: 1. Desaparecerían las zonas con competencia entre 3 operadores de Cuádruple Play. 2. Las zonas en las que compiten dos prestadores de Cuádruple Play se reducirían significativamente.*” Los Informes ENACOM concluyen que “[e]n términos generales, la operación implicaría que las zonas en las que se registra competencia entre operadores en condiciones de ofrecer paquetes de *Cuádruple Play* se reducirían significativamente. Como contrapartida, las zonas en las que habría un solo operador en condiciones de ofrecer servicios convergentes crecería en forma significativa”.
330. Por lo tanto, de forma preliminar, esta CNDC considera que el análisis sobre los efectos de cartera derivado de la oferta múltiple play debe ser profundizado, toda vez que TELECOM tendría la capacidad y los incentivos de generar perjuicios a la competencia mediante ofertas comerciales empaquetadas, afectando la sostenibilidad comercial de los competidores y a los consumidores en última instancia

---

<sup>96</sup> Los costos de cambio son aquellos costos monetarios y no monetarios que enfrenta el consumidor cuando se cambia de producto, proveedor o marca. Ver Burnet, T. (2014), *The impact of service bundling on consumer switching costs: Evidence from UK communications markets*, y Lee, S. (2017), *Does bundling decrease the probability of switching telecommunications service providers?*.

<sup>97</sup> La ventaja en los costos de compra son aquellos costos no monetarios que tiene un consumidor cuando tiene un servicio contratado (recepción de la factura, contacto con proveedor, etc). Su contrapartida, los costos de adquisición, son los costos que tiene una empresa para captar un cliente. En la medida en que un usuario adquiere más de un servicio con un proveedor, disminuyen sus costos de compra. De la misma forma, si una empresa incurre en los mismos costos para vender dos servicios en lugar de uno, los costos de adquisición disminuyen.

#### IV.6.2.6. Efectos horizontales en el mercado de servicios corporativos

331. Tal como se expuso en el apartado de definición de mercado de los mercados de servicios corporativos, la definición propuesta por TELECOM, difiere a lo definido por la CNDC en casos anteriores, y también a las adoptadas por la Comisión Europea de Competencia en sus últimas decisiones; e incluye servicios que TELECOM y TELEFÓNICA no ofrecen o bien contarían con una posición marginal. La consecuencia directa de adicionar estos servicios a la definición del mercado relevante es una disminución de la participación individual y conjunta de las involucradas en este mercado.
332. Los servicios que incluye la definición propuesta por TELECOM incluyen como competidores en ese mercado a grandes empresas multinacionales como GOOGLE, AMAZON, MICROSOFT, ORACLE, ADOBE, IBM, HP, HUWAEI, CISCO, LENOVO, DELL, ACCENTURE, por citar algunas de ellas. Al incluir a todas estas empresas con servicios IT, de *software*, venta de infraestructura física, etc, la participación conjunta de las notificantes, según su estimación, asciende a 14%.
333. Sin embargo, con fecha 18 de marzo de 2025, la CNDC solicitó a TELECOM las participaciones de mercado considerando una definición de mercado relevante de los servicios corporativos coincidente con su jurisprudencia. Al respecto, el 5 de mayo de 2025, TELECOM en respuesta a dicho requerimiento, incluyó un anexo específicamente dedicado al segmento “B2B” (*business to business*), pero que, no incluyó la información cuantitativa solicitada por esta CNDC.
334. La última información sobre las participaciones del mercado de servicios corporativos provista por TELECOM con la que cuenta la CNDC es la que informó la notificante durante el análisis de la fusión con CABLEVISIÓN, y que se presenta a continuación.

**Tabla 31 | Participaciones del mercado de servicios corporativos por facturación.  
República Argentina. 2016**

| Empresas   | Participación de mercado |
|------------|--------------------------|
| TELECOM    | 37,6%                    |
| TELEFÓNICA | 33,9%                    |
| AMX        | 8,7%                     |
| FIBERCORP  | 4,8%                     |
| LEVEL 3    | 3,3%                     |
| TELECENRO  | 2,2%                     |
| IPLAN      | 1,1%                     |
| Otros      | 8,4%                     |

Fuente: elaboración propia con base en información de IDC  
aportada por las partes en el marco de la CONC. 1507

335. Si se consideran esos valores, que son los últimos provistos por las partes para la definición adoptada por esta CNDC y que continúa vigente en la actualidad según la Comisión Europea de Competencia; la participación conjunta ascendería a 76,3%, como resultado de sumar las participaciones de mercado de TELECOM, TELEFÓNICA y FIBERCORP (ex CABLEVISIÓN). Además, la variación del HHI sería superior a los 2.800 puntos. Tal como lo indican los *Lineamientos* previamente citados, los indicadores de concentración indican que como consecuencia de la operación se generaría una entidad con posición dominante en el

mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones, situación que despierta motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia.

336. Para complementar el análisis de los datos detallados en la tabla precedente, en el marco de la instrucción del expediente para el análisis del caso, esta CNDC celebró audiencias y solicitó requerimientos de información a distintos competidores de TELECOM y TELEFÓNICA en el mercado de servicios corporativos. De la información obtenida por terceros competidores se destaca lo siguiente.
337. AMX presentó participaciones del mercado de servicios de telecomunicaciones al sector corporativo distinguiendo por los tres segmentos identificados por la CNDC y la jurisprudencia internacional, pero sin un valor agregado que pondere cada segmento sobre el total facturado. Además, presentó la información en rangos de 20 puntos porcentuales (p.p.), a excepción de los servicios de voz de “AMX” y de “Otros”. A continuación se detalla la información presentada.

**Tabla 32 | Estimación de la participación del mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones por segmento, 2024. República Argentina**

| Servicio corporativo | AMX     | TELECOM    | TELEFÓNICA | Otros |
|----------------------|---------|------------|------------|-------|
| Internet             | 1-21%   | 48,2-68,2% | 11-31%     | 1-20% |
| Datos                | 6-26%   | 38,8-58,8% | 15-35%     | 1-20% |
| Voz                  | 1-12,7% | 54,7-74,7% | 19,1-39,1% | 1-13% |

Fuente: Resumen no confidencial presentado por AMX en el marco del presente expediente

338. Tal como se observa, la información presentada por AMX en rangos de 20 p.p. genera, lógicamente, una vasta posibilidad de escenarios a la hora de contabilizar la participación conjunta de las empresas que forman parte de la operación. La interpretación de los rangos posibilita suponer que la participación de la empresa en un segmento podría equivaler a cualquier valor incluido en el rango. Por poner un ejemplo, la participación de mercado de TELECOM en el segmento corporativo de internet podría ser 48,2% o 68,2%, lo que podría volver el análisis impreciso y llevar a conclusiones erradas.
339. En virtud de ello, utilizaremos tres escenarios: i) el de mínima, que considerará únicamente la cota inferior de cada rango, ii) el promedio que surja de la cota inferior y superior de cada rango, es decir el punto medio de cada uno de ellos, y iii) el de máxima, que consideraría la suma de las cotas superiores. Nótese que en virtud de la amplitud de los intervalos, la sumatoria del total del mercado puede diferir del 100% que correspondería si esta CNDC tuviera acceso a información más precisa.
340. De todos modos, es importante realizar el análisis conjunto de los tres escenarios, en paralelo a los antecedentes del mercado provistos por TELECOM, y en adición a información provista por otros competidores, de modo que pueda resultar o no concluyente para descartar motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia.
341. Retomando el análisis de la información provista por AMX, para el escenario i) se desprende que la participación conjunta sería de 59,2% para acceso a internet dedicado, 53,8% para transporte de datos y 73,8% para servicios de voz. La variación del HHI equivaldría a 1060,4; 1164 y 2089,54 respectivamente.

342. En el escenario ii) se concluye que la participación conjunta sería de 79,2% para acceso a internet dedicado, de 73,8% en transporte de datos y de 93,8% en servicios de voz. La variación del HHI equivaldría a 2444,4; 2440 y 3765,5, respectivamente.
343. No obstante, al intentar deducir la participación de mercado a partir de la indicada para los competidores, se puede inferir que en los tres casos, la participación conjunta de las empresas es superior al 50%, en específico, la participación mínima indicada por AMX sería del 59% para acceso a internet dedicado, 54% para transporte de datos y 74,3% para servicios de voz.
344. De este modo, de los tres escenarios planteados y de la participación mínima estimada a partir de los *market shares* de los competidores, los indicadores de concentración no permiten descartar la existencia de problemas que despierten preocupación desde el punto de vista de la competencia en ninguno de los tres segmentos que componen el mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones de manera individual. En consecuencia, visto en términos colectivos, la misma conclusión corresponde al mercado de servicios corporativos en su conjunto.
345. En otro orden, el representante de TELECENTRO aportó una estimación cuantitativa de la concentración del mercado, al tiempo que describió algunos elementos cualitativos sobre el análisis estructural que redundan en el análisis de la desafiabilidad del mercado. En cuanto a la información cuantitativa, en audiencia ante esta CNDC, el testigo indicó que “*Estimamos que en el segmento B2B la sumatoria de TELEFÓNICA y TELECOM tendría más del 70% del mercado.*”<sup>98</sup>. El otro elemento a destacar que mencionó el representante de TELECENTRO fue que la entidad fusionada se posicionaría como la única red con presencia en el 100% del territorio nacional, lo que le permitiría tener acceso a clientes que necesitan conectividad en todo el territorio. Un ejemplo de ello podría ser el Banco de la Nación Argentina o áreas de gobierno como la Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA),<sup>99</sup> que de hecho han sido señalados por TELECOM como unos de sus principales clientes en la unidad de negocio de servicios corporativos.<sup>100</sup> En este sentido, la demanda de conectar a clientes con amplias necesidades territoriales solamente podría ser provista por la entidad fusionada. Además, y tal como se verá en el análisis de las relaciones verticales, los activos de red troncal guardan especial relevancia para el ingreso de operadores al mercado.
346. De lo hasta aquí descripto se concluye que todas las fuentes consultadas por esta CNDC al momento del presente informe, coinciden en señalar que la participación conjunta es al menos superior al 50%. El antecedente de mercado de TELECOM muestra un valor conjunto mayor al 75% que, si bien corresponde a años anteriores, es similar a la estimación realizada por TELECENTRO y es incluso menor a dos de los tres escenarios realizados en función de la información provista por AMX. De este modo, se advierte que las participaciones de mercado

---

<sup>98</sup> Para el cálculo, el representante de TELECENTRO incluyó al servicio de Data Center, donde la sumatoria de la participación de las partes sería menor que el 70%. Es decir que, si se quitara el servicio de Data Center, la participación conjunta de TELECOM y TELEFÓNICA sería aún mayor, siempre según la estimación del testigo.

<sup>99</sup> TELECOM informa Administración Federal de Ingresos Públicos, denominación anterior del organismo fiscal.

<sup>100</sup> En palabras del TELECENTRO “*la sumatoria de TELEFÓNICA y TELECOM, los posiciona como la única red con presencia 100% en el territorio nacional, permitiéndoles en el segmento B2B (empresas y gobierno) ser en muchos casos la única alternativa, o por lo menos, la que más eficiencia tendría para dar servicios a clientes que tengan presencia en todo el territorio nacional*”

serían relativamente estables en el tiempo y la conformación de una empresa con una posición dominante tal que podría perjudicar aún más la competencia en el mercado.

347. El escenario menos preocupante desde el punto de vista de la competencia es sin duda el escenario i), que surge de la estimación provista por AMX. Aún en ese caso, los indicadores cuantitativos de concentración se encontrarían por encima de lo recomendado por los *Lineamientos* y por la jurisprudencia internacional para descartar problemas de competencia que pudieran afectar al interés económico general.
348. Por otro lado, a lo largo del informe se ha descripto a TELECOM y TELEFÓNICA como dos de los mayores operadores nacionales del sector TIC en su conjunto, que cuentan con una infraestructura de red superior a la de sus competidores, al menos si se toman la cantidad de accesos y km. de fibra óptica en el país. Esta caracterización permite suponer que los indicadores de concentración podrían incluso subestimar los efectos perjudiciales de la operación sobre la competencia en el mercado de servicios corporativos.
349. Por todo lo hasta aquí descripto y en función de la información a la que tuvo acceso hasta el momento, esta CNDC entiende que la operación de concentración económica bajo análisis reviste especial preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones.

#### **IV.6.2.7. Efectos horizontales en los mercados de servicios mayoristas**

##### **IV.6.2.7.1. Tránsito IP y transporte de datos**

350. Tal como se describió en el apartado relativo a las “consideraciones generales del sector TIC...” del presente informe, la prestación de los servicios minoristas de telecomunicaciones requiere de determinada infraestructura, acuerdos de interconexión y conectividad. Por su naturaleza, internet es una interconexión de redes IP y en la medida en que exista más de una red, un operador necesariamente requerirá al menos de otro operador para que los usuarios de su red puedan acceder a la totalidad de los destinos.
351. Por la evolución que tuvo internet durante los últimos años, los testigos consultados por esta CNDC coinciden en que actualmente el tráfico tiene diversos orígenes y que la gran mayoría proviene de redes de distribución de contenido (CDN).<sup>101</sup> Las CDNs son, en términos simplificados, servidores alojados en data centers que están distribuidos en las redes de los operadores de telecomunicaciones y se ubican, preferentemente, lo más cerca posible del consumidor. El CDN suele ser propiedad de las grandes plataformas de internet como Google, Netflix, etc, y son estas plataformas las que realizan acuerdos con los principales operadores de red de internet (como por ejemplo TELECOM, TELEFÓNICA, entre otros).
352. Cuando el volumen de tráfico así lo justifica, los operadores de red están en condiciones técnicas de alojar servidores de estas plataformas. El volumen de tráfico que se transporta por la red del operador depende de la demanda agregada de datos, por lo que depende de la cantidad de usuarios con los que cuente ese proveedor. En consecuencia, aquellos operadores que tienen una cantidad de usuarios relevantes y las condiciones técnicas necesarias pueden tener estas CDNs que les entreguen el tráfico mencionado en su propia red. Otra posibilidad que tienen estos grandes operadores de internet es hacer conexiones directas con las redes de

---

<sup>101</sup> Del inglés *Content Delivery Network*. Para un detalle de las opiniones vertidas por terceros sobre la evolución de internet en los últimos años, ver audiencias con los representantes de CABASE, ARSAT, AMX y TELECENTRO.



estas grandes plataformas generadoras de contenido, lo que implicaría un acuerdo de *peering*.<sup>102</sup> Este tipo de acuerdos suele ser posible para los operadores que operan en grandes centros urbanos y no para los operadores que están alejados.

353. Aquellos ISPs que por su tamaño o su ubicación no tienen la posibilidad de tener los *peerings* o CDNs antes mencionados, deben obtener el acceso a los contenidos de estas grandes plataformas que representan gran parte del tráfico demandado de otra manera. Una opción es a través de la interconexión con otras redes, donde ambos operadores intercambien su tráfico; otra es contratar el servicio de tránsito IP que ofrecen, típicamente, los grandes operadores de red, como TELECOM, dado que cuentan con CDNs y/o los acuerdos de *peering* mencionados.
354. Las dos alternativas, intercambio de tráfico y transporte IP, no necesariamente son sustitutas; en algunos casos pueden resultar complementarias debido a distintos motivos. Uno de ellos es que a el intercambio de tráfico con otra red no necesariamente permite a un ISP acceder a la totalidad del tráfico existente en la red para ofrecerle a su usuario final. El segundo motivo tiene que ver con la calidad del servicio y reviste diferentes aristas. A grandes rasgos, y para la implicancia que tiene en términos de competencia, a mayor cantidad de opciones de acceder a un contenido, es esperable que mayor sea la calidad del servicio. Es decir, la posibilidad de interconectarse con más redes, ya sea a través de intercambio o tránsito IP, puede permitir establecer más de una ruta posible para acceder al mismo contenido. En consecuencia, el diseño de las redes tiende a incorporar la redundancia en las rutas para una mejor calidad del servicio.
355. Con relación a la redundancia, el representante de AMX indicó que *“Muchos casos son redes propias, en otros, acuerdos con otros proveedores que nos alquilan capacidad o pelos de fibra y son caminos que todos tratamos que tengan redundancia para tener seguridad en el tráfico en las redes. Se hace a nivel mundial y en Argentina también se tienen este tipo de acuerdos con todos los operadores de soportes recíprocos y mantener funcionamiento de las redes.”*
356. El motivo de la redundancia es, entonces, garantizar la disponibilidad del servicio o, lo que es lo mismo, minimizar el efecto de la falla de un servicio o ruta en particular, que pueda degradar la calidad de la experiencia del usuario en el acceso al contenido alojado en la red de internet. Se desprende entonces, que muchos ISPs pueden requerir contar con más de un proveedor de tránsito IP.<sup>103</sup>
357. En Argentina, un ISP puede acceder a gran parte del tráfico de internet que requieren sus usuarios a través de los puntos de intercambio (IXP, por *internet exchange point*) de CABASE, la Cámara Argentina de Internet. CABASE cuenta actualmente con 30 IXP en todo el país donde, además de ISPs, se conectan universidades, municipios, provincias, ministerios, etc, por citar otros actores.<sup>104</sup> Es entonces que, un ISP puede interconectarse a un IXP de CABASE y a la vez contratar tránsito IP con algún proveedor mayorista para completar su acceso a los contenidos. Lógicamente, dado que el intercambio en el IXP es gratuito, priorizará el acceso a

---

<sup>102</sup> A modo de ejemplo ilustrativo, un acuerdo de *peering* entre un operador de red y una plataforma de internet podría ser entre TELECOM y Google.

<sup>103</sup> Ante la pregunta PREGUNTADO PARA QUE DIGA el motivo por el cual TELECENTRO tiene más de un proveedor de tránsito IP, el testigo dijo: “por temas de disponibilidad de servicios, ya que al tener más de un proveedor, mantiene el servicio ante la falla de uno de ellos. Por temas de calidad de servicio ya que diferentes proveedores pueden tener diferentes rutas, o sea, diferentes destinos. Y estas diferentes rutas pueden tener mejores o peores condiciones de calidad. Y también por temas de negociación de precios: al tener más de un proveedor se puede negociar mejor las condiciones comerciales de los contratos mayoristas.”

<sup>104</sup> De los 30 IXP, 29 están activos

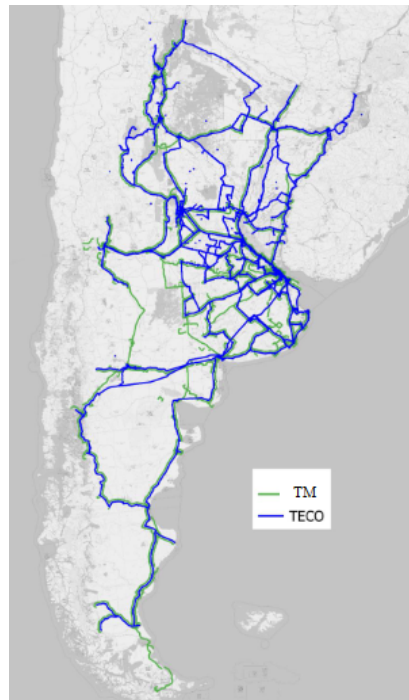
los contenidos a través de esa vía, minimizando el uso del ancho de banda otorgado por el proveedor mayorista. En palabras del representante de CABASE: *“Normalmente en la red de IXP de CABASE, una red conectada hoy accede en promedio a 92% del todo el tráfico que sus usuarios requieren. El mayorista (tránsito IP) ofrece llegar también al 100% quizá, como un complemento de lo anterior”* (la aclaración en negrita es propia).

358. Ahora bien, en términos generales, un ISP puede llegar al IXP de CABASE a través de su propia red o arrendando un tramo de red de un operador que le provea el servicio de transporte desde su red hasta el IXP o hasta otro punto de interconexión que considere (por ejemplo, para volver a su red y desde allí al IXP). En cambio, el servicio de tránsito IP involucra un punto de interconexión con un proveedor, el cual le garantiza el acceso a todo el tráfico.
359. De este modo, según la ubicación geográfica del ISP o el tamaño del ISP puede convenirle contratar a distintos prestadores que le vendan transporte o tránsito IP, según su ecuación económica, que varía con el paso del tiempo. La mayoría de los ISP tratan de hacer *peering* primero, luego contratan, según su tamaño y ubicación geográfica, buscando con base en la disponibilidad presente en el lugar donde están, el mejor precio. Como se dijo, los *peering* son sin compensación económica mientras que el transporte de datos y el tránsito IP tienen compensación monetaria.
360. Como puede advertirse, el tamaño y el despliegue de la red de los operadores juega un papel relevante en términos de competencia. En aquellos lugares donde existen pocas redes físicas, las opciones con las que cuenta un ISP para interconectarse, para arrendar transporte o contratar tránsito IP se reducen. Es importante volver a mencionar que cuando una red tiene presencia física en una determinada localidad puede ofrecer tanto el servicio de transporte de datos (que consiste esencialmente en que el ISP extienda su red hasta un punto) como de tránsito IP (que consiste en acceder a la red de internet en su totalidad).
361. Las redes de TELECOM y TELEFÓNICA tienen un alcance nacional. La red troncal (*backbone*) de TELECOM tiene 30 mil km de fibra óptica propia sumado a 15.600 km más a través de acuerdos IRU.<sup>105</sup> La red troncal de TELEFÓNICA también tiene 30 mil km de fibra óptica, pero suma 6 mil km más a través de acuerdos IRU. Según información de TELECOM, la cantidad de km solapados entre las redes troncales de ambas compañías asciende a 23.008. A través de estas redes, las compañías ofrecen servicios mayoristas tanto de transporte de datos interurbano como de tránsito IP. A continuación, se presenta el mapa con ambas redes.

---

<sup>105</sup> IRU significa “*Indefeasible Right of Use*”, en el ámbito de las telecomunicaciones un acuerdo IRU es un acuerdo contractual de largo plazo ((generalmente no menor a 15 años) que otorga a un operador o *carrier* el derecho exclusivo e irrevocable de utilizar una porción específica de la capacidad de un sistema de comunicaciones, como pelos de fibra óptica o cables submarinos. “*Indefeasible*” significa que el derecho no puede ser anulado ni invalidado. El operador o *carrier* que recibe un IRU esencialmente compra el derecho de uso de esos pelos de fibra óptica durante el período especificado, y a menudo tiene la posibilidad de arrendar servicios de capacidad de transporte a terceros.

**Figura 5 | Superposición de redes *backbone* de TELECOM y TELEFÓNICA en Argentina**



Fuente: Telecom

362. A la hora de analizar los efectos sobre la competencia, resulta relevante observar dos elementos. En primer lugar aquellas zonas geográficas donde se da el solapamiento, debido a que una integración horizontal implica la eliminación de un jugador y, por ende, de un menor nivel de competencia. En segundo lugar, corresponde realizar un análisis nacional, debido a que los grandes operadores realizan intercambio de rutas de manera conjunta con el objetivo de ampliar su red y obtener redundancia. Por lo tanto, la creación de un operador con una red de una extensión mayor puede tener efectos en rutas no solapadas.
363. TELECOM identificó 35 rutas solapadas con sus competidores, que se presenta en la Tabla 33, y se muestran en la

Figura 6 para una mejor comprensión de la distribución geográfica.

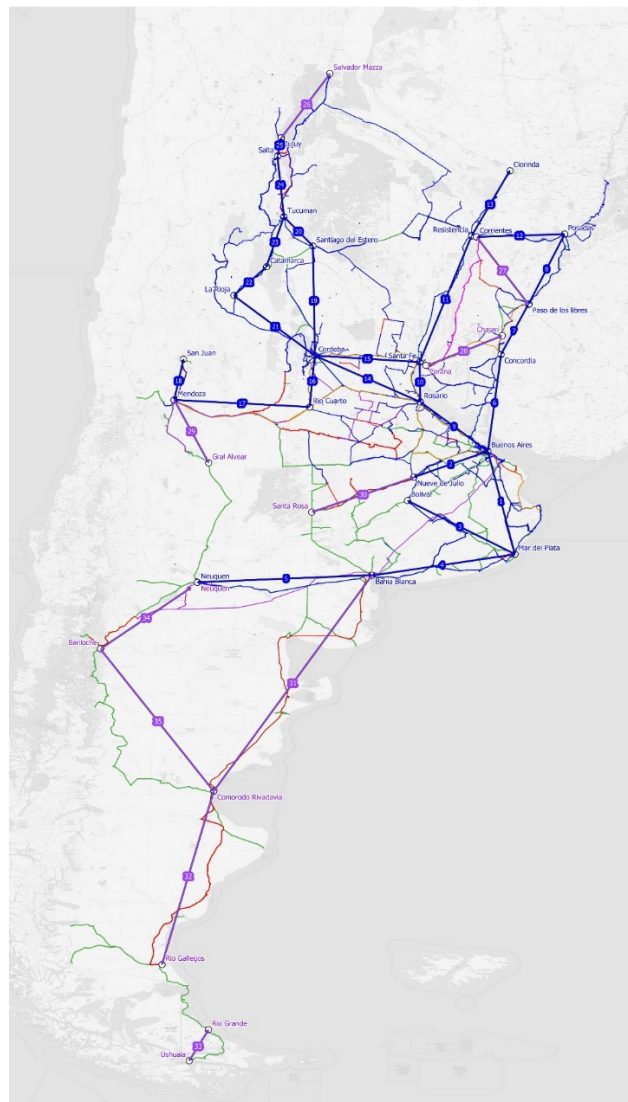
**Tabla 33 | Tramos de red interurbana con solapamiento entre TELECOM y TELEFÓNICA, 2025**

| ID | Tramo                             | Otros operadores              |
|----|-----------------------------------|-------------------------------|
| 1  | Buenos Aires - Mar del Plata      | ARSAT, CLARO, CIRION          |
| 2  | Buenos Aires - 9 de Julio         | ARSAT, DATCO                  |
| 3  | Bolívar - Mar del Plata           | ARSAT, DATCO, CLARO           |
| 4  | Mar del Plata - Bahía Blanca      | ARSAT, CLARO, DATCO, CIRION   |
| 5  | Bahía Blanca - Neuquén            | ARSAT, DATCO, CIRION          |
| 6  | Buenos Aires - Concordia          | ARSAT, CLARO, DATCO           |
| 7  | Concordia - Paso de los Libres    | ARSAT, CLARO, DATCO           |
| 8  | Paso de los Libres - Posadas      | ARSAT, CLARO, DATCO, CIRION   |
| 9  | Buenos Aires - Rosario            | ARSAT, CLARO, DATCO, CIRION   |
| 10 | Rosario - Santa Fe                | ARSAT, CLARO, DATCO, CIRION   |
| 11 | Santa Fe - Resistencia            | ARSAT, DATCO, CIRION, GIGARED |
| 12 | Corrientes - Posadas              | ARSAT, CLARO, CIRION          |
| 13 | Resistencia - Clorinda            | ARSAT, CLARO                  |
| 14 | Rosario - Córdoba                 | ARSAT, CLARO, DATCO           |
| 15 | Santa Fe - Córdoba                | ARSAT, DATCO, CIRION          |
| 16 | Córdoba – Río Cuarto              | ARSAT, CLARO, DATCO, CIRION   |
| 17 | Río Cuarto - Mendoza              | ARSAT, DATCO, CIRION          |
| 18 | Mendoza - San Juan                | ARSAT, CLARO, CIRION          |
| 19 | Córdoba -Santiago del Estero      | ARSAT, CLARO                  |
| 20 | Santiago del Estero - Tucumán     | ARSAT, CLARO                  |
| 21 | Córdoba - La Rioja                | ARSAT, CLARO                  |
| 22 | La Rioja - Catamarca              | ARSAT, CLARO                  |
| 23 | Catamarca - Tucumán               | ARSAT, CLARO                  |
| 24 | Tucumán - Salta                   | ARSAT, CLARO, CIRION          |
| 25 | Salta –Jujuy                      | ARSAT, CLARO                  |
| 26 | Jujuy – Salvador Mazza            | ARSAT, CLARO                  |
| 27 | Corrientes – Paso de los Libres   | CLARO, GIGARED                |
| 28 | Paraná - Chajarí                  | ARSAT, CIRION                 |
| 29 | Mendoza – General Alvear          | ARSAT, CLARO, DATCO           |
| 30 | 9 de Julio – Santa Rosa           | ARSAT, CLARO                  |
| 31 | Bahía Blanca – Comodoro Rivadavia | ARSAT, CLARO, DATCO           |

|    |                                   |                     |
|----|-----------------------------------|---------------------|
| 32 | Comodoro Rivadavia – Rio Gallegos | ARSAT, CLARO        |
| 33 | Rio Grande – Ushuaia              | ARSAT, CLARO        |
| 34 | Neuquén – Bariloche               | ARSAT, CLARO, DATCO |
| 35 | Bariloche - Comodoro Rivadavia    | ARSAT, DATCO        |

Fuente: TELECOM

**Figura 6 | Tramos de red interurbana con solapamiento entre TELECOM y TELEFÓNICA, 2025.**



Fuente: TELECOM

364. Tal como se observa de la información precedente, existirían operadores alternativos en todos los tramos de red interurbanos donde existe solapamiento entre TELECOM y TELEFÓNICA. Sin embargo, de la información recabada a lo largo de la investigación, surge consenso entre los testigos consultados sobre lo siguiente: i) los operadores más importantes a nivel nacional son TELECOM y TELEFÓNICA, y ii) incorporan a ARSAT en términos de extensión de la red, pero aclaran que ARSAT no brinda servicios similares al resto de los operadores en términos de calidad y precio. Al respecto, el propio representante de ARSAT manifestó que *“en el mercado mayorista de internet, en general competimos con los tier two, de nuestra categoría, fundamentalmente con CIRION. Nuestra red no se pisa con otras, competimos sobre todo con redes provinciales. Con COGENTE en tráfico y con CIRION en algunos casos.”*. Por su parte, el representante de AMX indicó que: *“para el caso de la fibra interurbana existen proveedores alternativos*

*como DATCO, ARSAT, SIRION, empresas provinciales, etc. Pero no tienen necesariamente las trazas o las capacidades que CLARO demanda”.*

365. Algunos testigos consultados también incorporan a AMX como un actor nacional en cuanto a la extensión de su red *backbone* pese a no contar con un despliegue de red de acceso a nivel residencial en muchas localidades, entre las cuales se encuentra, por ejemplo, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A su vez se destaca que también existe consenso sobre que TELECOM, TELEFÓNICA y AMX, así como CIRION y SILICA contarían con conexiones internacionales de internet.
366. En función de la información presentada, es importante considerar que la existencia de una red alternativa en un tramo no garantiza necesariamente la conectividad para todas las localidades cercanas a esa ruta. Esto se da, en primer lugar, porque el punto de interconexión requiere no solo de la existencia de fibra óptica sino de otros elementos de red complementarios. En segundo lugar, se requiere verificar la existencia de una oferta comercial o la factibilidad técnica de esos operadores alternativos para incorporar a un ISP adicional. Con respecto a este último punto, por ejemplo, la información brindada por ARSAT indica que la *Red Federal de Fibra Óptica* (REFEFO) tiene una disponibilidad promedio del 25%.
367. Con relación al análisis de estos mercados, en su respuesta al cumplimiento del artículo 17 de la Ley 27.442, el ENACOM indicó que: *“Producto de la operación TELECOM extendería su red mayorista de Conectividad a Internet y Telefonía Fija hasta alcanzar nivel nacional. Asimismo, en ciertas zonas su red mayorista se encuentra solapada con la red mayorista de TELEFÓNICA, (...), lo cual en las zonas solapadas implicaría la eliminación de un competidor, por lo que los operadores TIC minoristas podrían ver reducida su capacidad para elegir un proveedor mayorista de los servicios de Conectividad a Internet y Telefonía Fija.”*
368. Adicionalmente, agregó que: *“Con relación al mercado de Conectividad Mayorista a Internet, a su vez, en ciertas localidades TELECOM se convertiría el único prestador con capacidad para proveer ese servicio y a su vez el principal prestador minorista, por lo que la integración vertical de TELECOM se vería reforzada.”*
369. En línea con lo señalado por el ENACOM, el representante de TELECENTRO indicó que un ISP necesita conectarse a estos operadores para poder brindar a los usuarios el servicio de acceso a internet y “dada la geografía de nuestro país hay muchos lugares, ciudades o localidades donde solamente llega TELEFÓNICA y TELECOM”. De este modo, afirmó que: *“La fusión modificaría esa estructura porque reduciría la oferta mayorista en algunos casos a una sola opción viable. Y aquí para aclarar, en esos casos, donde la oferta mayorista se reduce a uno, probablemente esos ISP no tengan la posibilidad esa de tener peering ni CDN, con los cual no van a tener que pagar solo por el 15% del tráfico, sino por el 100% lo cual incrementaría drásticamente sus costos.”*
370. El representante de CABASE, sin embargo, expresó que, según su parecer, la operación de concentración no modificaría el escenario actual, y que la red de CABASE resolvió el problema del acceso al contenido, dado que el 92% del tráfico puede ser adquirido a través de los IXP, que son de intercambio gratuito. Sin embargo, también indicó que: *“CABASE es el único oferente de IXP en Argentina por ahora, porque no es un servicio comercial. Esto está cambiando en el mundo, hay un movimiento que otros puntos de intercambio en el tráfico pasaron a ser sociedades anónimas con fin de lucro. Ahora hay modelos comerciales.”*
371. En línea con este indicio, el representante de NSS S.A. (IPLAN) indicó que su empresa cuenta con intercambio de tráfico con TELECOM a través del IXP de Buenos Aires de CABASE sin costo para las dos partes, pero que la fusión podría cambiar la operación si TELECOM niega los intercambios actuales no onerosos entre las partes (acuerdo multilateral de *peering* vía

CABASE), llevando este tráfico a esquemas de tránsito IP con búsqueda de monetización por la parte incumbente.

372. En términos de precio y la disparidad en las distintas localidades, el representante de ARSAT afirmó en audiencia ante esta CNDC que: *“el preciado es fijo para todo el país, lo que no significa que en su aplicación no existan diferencias porque depende cómo es la competencia en ese mercado. No es lo mismo un mercado saturado como CABA que Catamarca. (...). El descuento máximo es 50%”*.
373. Lo hasta aquí mencionado, debe notarse, no aborda la complejidad de la necesidad de algunos operadores de contar con redundancia en sus redes o sus ofertas de tránsito IP. En este sentido, por más de que hubiere un operador alternativo, la eliminación de un competidor podría tener la potencialidad de perjudicar la calidad del servicio en los mercados aguas abajo. En efecto, según el representante de TELECENTRO, el hecho de tener más de un proveedor mayorista posibilita dar un mejor servicio, con mayor disponibilidad y calidad de servicios y mejores condiciones económicas, lo que redundaría en un menor precio al usuario final.
374. Con relación al otro posible perjuicio a la competencia señalado, vinculado a una mirada nacional de la extensión de las redes y al intercambio de tramos de red entre operadores relevantes a nivel nacional, el representante de AMX indicó: *“en el caso de intercambio de fibra óptica son acuerdos de mutua conveniencia y están balanceados, en el caso de la fusión, ese balance se rompe. Potencialmente perderíamos demanda por hasta 4800 km de fibra que ya no podríamos ofrecer a una potencial fusión y perderíamos acceso a esa misma cantidad de kms. que necesitamos de transporte interurbano. En el mejor de los casos podríamos comprar ese acceso como una erogación que hoy no tenemos, tiene impacto económico. En el peor de los casos perderíamos acceso total a esa facilidad, tendríamos que construir esa infraestructura en un plazo muy acelerado”*.
375. En otras palabras, AMX tiene un acuerdo vigente con TELECOM por un lado, y otro con TELEFÓNICA. En ambos acuerdos, AMX cede, y obtiene a cambio, km de fibra óptica con alguna compensación monetaria que pudiera existir para balancear. Lo mismo ha sido señalado por el representante de ARSAT, quien indicó que adquiere tránsito IP internacional a TELEFÓNICA y que TELECOM y TELEFÓNICA son en algunos casos proveedores y en otros clientes, dependiendo el lugar del territorio argentino.
376. Si la operación de concentración se efectiviza, es esperable que tenga efectos sobre el punto de equilibrio del intercambio de tramos de red, y que el nuevo punto de equilibrio se traslade a uno donde el operador de red con más extensión, es decir TELECOM, tenga más poder de negociación. Las consecuencias para el resto de los operadores, con los cuales mantiene una relación de proveedor, competidor y cliente, por la propia naturaleza del sector TIC que ha sido explicada a lo largo del informe, podrían redundar en un aumento en el precio de los costos de los operadores y, por ende, en el precio de los servicios minoristas e incluso en la pérdida de calidad del servicio que ofrecen estos operadores a sus clientes. Para dimensionar este efecto, el representante de AMX indicó que: *“Para intercambio de fibra óptica interurbana - consulta papeles- por aproximadamente entre lo que se entrega y se recibe 17.000 km de fibra óptica interurbana, al día de hoy.”*
377. En consecuencia y por todo lo hasta aquí mencionado, la operación de concentración genera preocupación desde el punto de vista de la competencia en los mercados de acceso a internet mayorista (tránsito IP) y transporte de datos.

#### **IV.6.2.8. Red de acceso de telefonía móvil: co-ubicación y RAN sharing**

378. Tal como se describió en el apartado relativo a la definición de mercado relevante, los prestadores de servicios de telecomunicaciones móviles demandan infraestructura de red de acceso para conectar su red *backbone* con las terminales de los usuarios.



379. En el presente apartado incluiremos tanto la demanda de co-ubicación como la demanda de RAN *sharing*, debido a que independientemente de las distintas modalidades contractuales que involucran, el análisis de los efectos en lo que comprende a esta operación de concentración es similar.
380. En Argentina los tres operadores móviles tienen contratos entre sí de co-ubicación y RAN *sharing*. Es decir, al igual que en el caso descripto de los km de fibra óptica que comprenden las rutas interurbanas, los operadores de red realizan acuerdos generales donde intercambian, con base en sus necesidades y poder de negociación, infraestructura de red de acceso móvil en distintas áreas geográficas. Como se ha descripto en reiteradas oportunidades, por la naturaleza del sector TIC, TELECOM, TELEFÓNICA y AMX son proveedores, clientes y competidores entre sí.
381. En este sentido, el representante de AMX en audiencia ante esta CNDC indicó que: *“Tenemos otro acuerdo de compartición de infraestructura pasiva de torres no tengo el nro. exacto, de 300 torres aproximadamente con cada una. Estamos co-ubicados para dar servicio móvil en torres de TELECOM y de TELEFÓNICA. Adicionalmente, tenemos un acuerdo de ran sharing por el cual le damos acceso a TELECOM en 210 sitios y a TELEFÓNICA en 400 sitios. A su vez tomamos de TELECOM 279 sitios y de TELEFÓNICA 246 sitios. (...) es el resultado de haberse ofrecido sitios (antenas ubicadas en determinados lugares que puede) y lo que compró cada compañía según su interés, tuvo variaciones en el tiempo.”*
382. Es decir, sumando los acuerdos de co-ubicación y RAN *sharing* la oferta total de acceso ente los tres operadores ascendería a aproximadamente a 2 mil ubicaciones en todo el territorio nacional. Sin embargo, nótese que la demanda podría duplicarse debido a que el mismo sitio ofertado podría ser co-ubicado por dos demandantes de manera simultánea.
383. En otras palabras, AMX tiene un acuerdo vigente con TELECOM por un lado, y otro con TELEFÓNICA. En ambos acuerdos, AMX cede, y obtiene a cambio, cobertura de red de acceso para dar servicios de telecomunicaciones móviles con alguna compensación monetaria que pudiera existir para balancear.
384. Si la operación de concentración se efectiviza, es esperable que tenga efectos sobre el punto de equilibrio del intercambio descripto, y que el nuevo punto de equilibrio se traslade a uno donde el operador de red con más extensión, es decir TELECOM, tenga más poder de negociación. Las consecuencias para el operador restante, con el cual mantiene una relación de proveedor, competidor y cliente, por la propia naturaleza del sector TIC que ha sido explicada a lo largo del informe, podrían redundar en un aumento en el precio de los costos de red y, por ende, en el precio de los servicios de telecomunicaciones móviles e incluso en la pérdida de calidad del servicio. Finalmente, otro efecto perjudicial para la competencia podría ser la eliminación de oferta de cobertura de red de acceso de servicios móviles en algunas localidades.
385. Hay que tener en cuenta que actualmente los tres prestadores tienen acuerdos bilaterales de compartición de infraestructura activa (*Ran Sharing*) y pasiva (co-ubicación de sitios), y que las condiciones económicas surgen implícitamente del equilibrio que existe entre los operadores. En caso de producirse la operación, las condiciones de negociación se alterarían significativamente, lo cual podría impactar en la continuación de estos acuerdos que resultan beneficiosos para que exista mayor cobertura y competencia en el mercado (sobre todo en áreas alejadas a los centros urbanos).
386. En consecuencia y por todo lo hasta aquí mencionado, la operación de concentración genera preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de infraestructura de red de acceso para la prestación de servicios de telecomunicaciones móviles.

#### IV.6.3. Conclusiones sobre los efectos horizontales

387. Como se verá más adelante, el mercado de las telecomunicaciones es un mercado con altas barreras a la entrada, con costos hundidos elevados, grandes economías de escala, alcance, y de densidad. En consecuencia, la entrada de nuevos jugadores que desafíen el mercado es poco probable.
388. En este contexto, de consolidarse la operación bajo análisis, el mercado de acceso a internet residencial tendría efectos horizontales en 186 localidades distribuidas en todo el país, de las cuáles en 114 habría problemas desde el punto de vista de la competencia, al presentar participaciones superiores a 40% y altos niveles HHI.
389. En el caso de telefonía fija se verifica una situación parecida, toda vez que serían 170 las localidades afectadas por los efectos horizontales, de las cuales 143 tendrían alta concentración post operación. Lo particular de este mercado es que en la mayoría de las localidades (124) la concentración resultante sería total, dado que TELECOM sería el único oferente del servicio.
390. En el mercado residencial de televisión paga si bien no existirían preocupaciones desde el punto de vista de la competencia a nivel nacional (donde la concentración se acercaría a 39% del mercado), sí existen 161 localidades con solapamientos horizontales, de los cuales 107 tendrían un fuerte impacto negativo sobre la competencia como resultado de la operación.
391. En los distintos mercados residenciales con efectos locales (internet, telefonía fija y TV) las jurisdicciones que muestran altas participaciones de mercado a nivel local son coincidentes, lo que refleja una fuerte vinculación con la concentración a nivel infraestructura. Estas son: CABA, y las provincias de Buenos Aires, Mendoza, Neuquén y Río Negro, y San Juan en el caso de TV paga.
392. En el mercado de telefonía móvil nacional, se eliminaría uno de los principales competidores vigorosos y el mercado quedaría altamente concentrado, repartido en dos grandes jugadores: TELECOM con una participación estimada del 58% y AMX con el 42%.
393. Asimismo, se advierte que la acumulación de espectro originada en la concentración excedería, en todos los casos, el límite regulatorio establecido de 140 Mhz. De acuerdo conl análisis realizado, en algunos casos a nivel local el exceso alcanza hasta los 130 Mhz, es decir, todo el espectro asignado a TELEFONICA. Esta situación genera serias alertas desde el punto de vista de la competencia, dada la importancia que tiene el espectro como recurso indispensable para la prestación de servicios SCM.
394. En el caso de los servicios de telecomunicaciones al sector corporativo, a pesar de la complejidad para estimar el impacto de la operación, bajo cualquiera de los escenarios y fuentes consideradas por esta CNDC, los efectos económicos de consolidarse la operación serían preocupantes, dado que la participación conjunta de la empresa fusionada es al menos superior al 50%.
395. Por lo tanto, en todos los servicios minoristas descriptos previamente esta CNDC considera que, dado el análisis preliminar realizado hasta el momento, existen elementos que despiertan preocupación desde el punto de vista de la competencia. En el caso de los servicios residenciales con efectos locales se verificaría una consolidación de la posición dominante de TELECOM tal que incluso lo dejaría como único oferente de servicios convergentes.
396. Esto último, como se expuso previamente, tiene importantes efectos económicos en la oferta de servicios empaquetados, denominados *multiple play*.
397. Esta creación o refuerzo de la posición dominante de TELECOM, según sea el mercado analizado, podría favorecer prácticas anticompetitivas unilaterales, como ser aumentos de

precios a los consumidores, degradación del servicio etc. Asimismo, no puede descartarse que la estructura resultante no favorezca una coordinación tácita. En este sentido, en la mayoría de los mercados analizados TELECOM se constituiría como el líder del mercado con una franja competitiva débil sin capacidad de reacción ante un aumento de precios.

398. De esta manera, con base en lo expuesto y considerando el análisis realizado a lo largo del presente Informe de Objeción, es posible concluir en esta etapa preliminar de la investigación que la operación de concentración económica notificada tiene la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, en relación con los mercados residenciales de telecomunicaciones en Argentina.

#### **IV.6.4. Efectos verticales**

399. Como se ha visto en apartados previos, la operación de concentración entre TELECOM y TELEFÓNICA presenta, además de los efectos horizontales ya comentados en los mercados minoristas y mayoristas, una serie de efectos verticales entre los distintos mercados que los componen.
400. Las características del sector TIC en cuanto a la arquitectura de red, la utilización de la infraestructura y las distintas externalidades, hacen que las empresas puedan ser proveedoras, competidores y clientes en el mismo mercado y en algunos de sus mercados conexos
401. Dado que esta CNDC ya ha manifestado su preocupación sobre los efectos horizontales en los distintos mercados minoristas y mayoristas, el análisis de los efectos verticales tiene como objetivo evaluar la posibilidad de ejercicio de conductas exclusorias que pudieran generar daños a la competencia adicionales a los ya expuestos. Es decir, los efectos horizontales descriptos anteriormente, permiten inferir que la entidad resultante de la operación tendría la capacidad para realizar prácticas verticales restrictivas de la competencia, dada la participación resultante de cada mercado relevante analizado. Resta en los apartados que siguen, analizar los incentivos que las partes tendrían para ponerlas en práctica.
402. Las relaciones verticales poseen un rol importante en el sector TIC, básicamente debido al carácter complementario que pueden tener las redes de los distintos prestadores. El ejemplo tradicional en telefonía fija es el servicio de terminación de llamada, que es aquel servicio que el operador A le abona al operador B cuando un usuario de la empresa A quiere realizar una llamada a un usuario de la empresa B. En este caso sencillo, la llamada se origina en la red A y se cursa hasta un punto donde la red A se interconecta con la red B, cuyo operador se encarga de entregar a destino, o sea en la terminal del usuario B. Si bien las operaciones del sector TIC son múltiples y más complejas que el ejemplo descripto, se observa claramente que muchas veces resulta esencial que cada operador tenga acceso a las redes de los otros operadores para poder brindar servicios.
403. En la Tabla 3 en la descripción de la naturaleza de la operación se identificaron las relaciones verticales entre actividades llevadas a cabo por TELECOM y TELEFÓNICA.
404. Los principales efectos verticales con perjuicios a la competencia podrían provenir, en primer lugar, de la negativa del acceso a la infraestructura de red por parte de TELECOM y TELEFÓNICA a sus competidores en los mercados aguas abajo. En segundo lugar, del aumento del precio del acceso a su infraestructura, lo que incidiría en el costo de sus competidores en los mercados vinculados aguas abajo al reducir sus márgenes, y obstaculizar su permanencia en el mercado. En tercer lugar, una vez consumada la operación, TELECOM podría tener incentivos a degradar la calidad del servicio prestado a sus competidores con el objetivo de perjudicar su desempeño competitivo en los mercados aguas abajo. A continuación desarrollaremos brevemente estos tres escenarios.

#### IV.6.4.1. Infraestructura de red, terminación de llamada y servicios de telecomunicaciones móviles

405. En Argentina los tres operadores móviles minoristas tienen contratos entre sí de co-ubicación y RAN *sharing*. Aquí, los operadores de red realizan acuerdos generales donde intercambian, con base en sus necesidades y poder de negociación, infraestructura de red de acceso móvil en distintas áreas geográficas. Como se ha descripto en reiteradas oportunidades, por la naturaleza del sector TIC, TELECOM, TELEFÓNICA y AMX son proveedores, clientes y competidores entre sí.
406. En el caso particular, AMX demanda infraestructura de red de TELECOM y TELEFÓNICA para: i) ampliar su cobertura y ii) mejorar la calidad de su servicio.
407. Tal como se explicó en el apartado de efectos horizontales, al cual nos remitimos, el acuerdo existente es producto de una negociación entre las partes, las cuales, a su vez, tienen una participación de mercado relativamente similar en los servicios minoristas de servicios móviles.
408. En la medida en que se concentre la infraestructura de red y las participaciones de mercado en los servicios minoristas, es esperable que la nueva entidad tenga incentivos de modificar el acuerdo y ceder menos infraestructura de red, no solo debido a que contaría con mayor infraestructura sino porque contaría con un mayor poder de negociación derivado de una posición dominante en ambos mercados.
409. El efecto análogo ocurre en la terminación de llamadas, en un mercado con participaciones de mercado relativamente similares, los cargos por terminación de llamada podrían ser prácticamente neutros, en la medida en que el balance de tráfico entre los operadores se encuentra equilibrado. En la medida en que ese balance se rompe y se inclina en favor de un operador, este podría tener incentivos a incrementar los cargos por terminación de llamada y de este modo aumentar el valor de llamada de aquellos usuarios que originan llamadas en la red del operador con menor densidad de tráfico.
410. Con relación a la infraestructura de red de acceso, la instalación de sitios para reemplazar aquellos que no pudieran no ser cedidos implicaría un costo hundido por parte del operado al cual se le niega el acceso. El valor de instalar un sitio fue estimado por AMX en aproximadamente 130 mil dólares estadounidenses (USD). En un escenario de máxima, que no sería esperable que sucediera en esta magnitud, dado que AMX demanda conjuntamente a TELECOM y TELEFÓNICA cerca de 1.200 sitios entre co-ubicación y RAN *sharing*, el costo de inversión de reemplazar estos servicios por infraestructura propia resultaría mayor a 150 millones de USD.
411. Más allá del valor pecuniario, el tiempo estimado de la puesta en marcha de la nueva red no es inmediato, por lo que los usuarios de AMX podrían experimentar perjuicios durante el tiempo transcurrido desde el inicio de la inversión hasta la puesta en marcha de la nueva infraestructura de red. En ese lapso podrían i) perder la cobertura de red de AMX y así quedar sin servicio en algunas zonas, o bien ii) ver degradada la calidad del servicio de AMX en algunas zonas debido a la congestión de tráfico en algunos sitios (ante una menor cantidad de antenas para cursar el tráfico y ante la ausencia de rutas alternativas ante alguna congestión) o a través de interrupciones debido a una mayor distancia al sitio más cercano.
412. En caso de que alguno de estos dos escenarios sucediera, es esperable que algunos usuarios de AMX tengan incentivos para cambiar al único proveedor de servicios de telecomunicaciones móviles que existiría, es decir de TELECOM, que vería aumentada su participación de mercado. Esta migración de clientes, además, se vería potenciada por los efectos de cartera y los costos de cambio previamente descriptos, lo que implicaría, en el mediano plazo, mayores

dificultades, para AMX o un operador entrante, para la recuperación de los usuarios migados o, en términos más generales, una mayor dificultad para desafiar el mercado.

413. Si bien se ha descrito el caso extremo de la negativa de acceso a la infraestructura, en el caso de existir un aumento de costos o una degradación del servicio, los efectos podrían ser similares. En primer lugar, si el costo de acceso a la red aumenta, es esperable que el precio de los servicios móviles en el mercado aguas abajo también aumente y así, algunos usuarios podrían considerar oportuno migrar hacia la única alternativa posible en el mercado, es decir TELECOM, o bien que AMX vea reducidos sus márgenes ante la competencia en el mercado aguas abajo de TELECOM y que esto dificulte su permanencia en el mercado. Análogamente, ante una pérdida en la calidad del servicio, las consecuencias podrían ser similares a las descritas en el párrafo precedente.
414. Con relación a la terminación de llamadas, los efectos serían similares a los estrechamientos de márgenes detallados previamente.
415. En definitiva, por todo lo hasta aquí mencionado, los efectos verticales entre la infraestructura de red, la terminación de llamadas y los servicios de telecomunicaciones móviles agudizan la preocupación despertada tras el análisis de los efectos horizontales en los mercados aguas arriba y aguas abajo. Es importante volver a destacar que los efectos de cartera de los servicios NPlay descriptos potencian aún más la preocupación por el efecto vertical analizado.

#### **IV.6.4.2. Internet mayorista y transporte de datos - Servicios residenciales y corporativos**

416. Como se explicó oportunamente en el análisis de efectos horizontales de los mercados mayoristas de internet y transporte de datos, los ISPs locales demandan conectividad y/o transporte (hasta un punto de intercambio de tráfico) para poder conectar a sus usuarios con la red de internet y así ofrecerles acceso a todos los contenidos.
417. Si se las analiza de manera conjunta, TELECOM y TELEFÓNICA prestan servicios minoristas en la mayoría de las localidades del país, lo que en parte, proviene de la herencia de las redes de acceso de telefonía fija de ENTEL.
418. Si bien el despliegue de redes de acceso por parte de TELECOM y TELEFÓNICA para la prestación de servicios minoristas en localidades que no formaban parte del régimen de exclusividad establecido por la regulación del sector hasta el año 2000 no fue significativo, lo contrario no es cierto para redes troncales, que verifican presencia a nivel nacional, ni tampoco para otros activos de red como enlaces locales e infraestructura vinculada a los servicios móviles u otros servicios fijos como los corporativos.
419. De este modo, la integración horizontal en los mercados mayoristas que tiene parte como consecuencia de la operación de concentración, tiene efectos verticales en buena parte de las localidades donde cualquiera de las dos empresas ofrece sus servicios residenciales y no solo en aquellas localidades donde se verificó solapamiento en el mercado minorista y que han sido oportunamente detalladas.
420. Como se dijo previamente, los principales efectos verticales podrían provenir de la negativa del acceso a la infraestructura de red, del estrechamiento de márgenes producto del aumento del precio del acceso a su infraestructura a su competidor aguas abajo, y de la degradación en la calidad del servicio que le provee a su competidor aguas abajo. Todas estas conductas tendrían la potencialidad de lesionar el interés económico general al obstaculizar la entrada al mercado de nuevos competidores y dificultar la permanencia de los actuales.
421. Esto ha sido señalado por el ENACOM en su opinión sobre los efectos de la operación de concentración de la siguiente manera: *“Con relación al mercado de Conectividad Mayorista a Internet, a*

*su vez, en ciertas localidades TELECOM se convertiría el único prestador con capacidad para proveer ese servicio y a su vez el principal prestador minorista, por lo que la integración vertical de TELECOM se vería reforzada.”.*

422. También fue señalado por el representante de NSS S.A. (“IPLAN”) cuando indicó que *“la fusión podría afectar la operación [el servicio de internet] si niega los intercambios actuales no onerosos entre las partes (acuerdo multilateral de peering vía CABASE), llevando este tráfico a esquemas de tránsito IP con búsqueda de monetización por parte de la incumbente [TELECOM]”* (las aclaraciones son propias). En efecto, IPLAN, así como otras de las 600 asociadas a CABASE que intercambian tráfico gratuito con TELECOM, podrían comenzar a abonar el servicio de tránsito IP si TELECOM decidiera dejar de participar de los intercambios gratuitos.
423. A este respecto vale aclarar que, conforme surge de la audiencia con el representante de CABASE, TELEFÓNICA no se encuentra interconectada de manera directa a los IXP de CABASE sino de manera indirecta, es decir, a través de otro operador. Además, como es de público conocimiento y ha sido desarrollado en el Dictamen 835 del año 2010 relativo a la operación de concentración entre TELECOM y TELFONICA, en el año 2004 tanto TELECOM como TELEFÓNICA se retiraron de CABASE y pasaron de intercambiar el tráfico de internet de manera gratuita a ofrecer el servicio de tránsito IP a los ISPs.
424. A este respecto COLSECOR, entidad que reúne cooperativas y PyMEs telefónicas a lo largo del país, señaló que: *“Es imprescindible decir que la concentración económica en las comunicaciones representa un enorme obstáculo en términos de tarifas razonables de la totalidad de los servicios tic, de interconexión nacional e internacional; o, en el caso de la televisión por cable, cuando logra determinar un costo excesivo de las señales audiovisuales para el mercado, en particular para las cooperativas y operadores pyme”.*
425. Vale recordar las manifestaciones vertidas por el representante de TELECENTRO, quien destacara que en algunas localidades, la conectividad mayorista de los ISPs dependerá en un 100% del tránsito IP, al no tener acceso a un IXP de CABASE.
426. Debe notarse que los efectos verticales derivados de la posición en los mercados mayoristas de TELECOM no se circunscriben únicamente a los mercados residenciales de internet, tv paga y telefonía fija sino también a los servicios corporativos y los data centers, estos últimos derivados del acceso a internet dedicado contabilizado, precisamente, en el mercado de servicios corporativos.
427. En efecto, y en lo que comprende a los servicios corporativos, al efecto vertical entre el enlace de internet dedicado y el servicio de conectividad a internet mayorista, debe agregársele la infraestructura de red para transporte de datos que permite complementar la red de los operadores que ofrecen servicios al sector corporativo.
428. Como se describiera oportunamente en los apartados de definición del mercado relevante y análisis de los efectos horizontales del mercado de servicios corporativos de telecomunicaciones, la oferta de servicios corporativos, en lo que concierne al transporte de datos, requiere para algunos operadores el arrendamiento de infraestructura para complementar la red propia. De ese modo, los oferentes pueden alcanzar territorios en los cuales no están presente, o bien pueden conectar dos ubicaciones donde tienen red propia pero que no están conectados entre sí por infraestructura propia. En otras palabras, la posibilidad de arrendar infraestructura para completar la red de los operadores permite una mayor oferta en el mercado minorista. En contraposición, una negativa al acceso tiene la potencialidad de afectar la estructura de mercado.
429. Así lo indicó el representante de TELECENTRO cuando afirmó que: *“la sumatoria de TELEFÓNICA y TELECOM, los posiciona como la única red con presencia 100% en el territorio*

*nacional, permitiéndoles en el segmento B2B (empresas y gobierno) ser en muchos casos la única alternativa, o por lo menos, la que más eficiencia tendría para dar servicios a clientes que tengan presencia en todo el territorio nacional. Estimamos que en el segmento B2B la sumatoria de TELEFÓNICA y TELECOM tendría más del 70% del mercado. B2B implica servicios de telefonía fija, conectividad, acceso a internet, data center, y televisión paga a empresas y gobierno, etc.”.*

430. En definitiva y por todo lo hasta aquí mencionado, los efectos verticales entre los mercados aguas arriba de internet mayorista y transporte de datos, y los mercados aguas abajo tanto residenciales como corporativos presentan preocupación desde el punto de vista de la competencia, en la medida en que pueden profundizar los efectos de preocupación analizados en los mercados horizontales que han sido objeto del presente informe.

#### **IV.6.5. Barreras a la entrada**

431. Los *Lineamientos* establecen que altos niveles de concentración o incrementos significativos en la misma constituyen una “condición necesaria, aunque no suficiente” para objetar una operación de concentración.
432. En efecto, los *Lineamientos* establecen que, aun si una operación aumenta significativamente el nivel de concentración en un mercado relevante, es posible que no afecte negativamente al interés económico general si no existen barreras que impidan el ingreso de nuevos competidores. La amenaza del ingreso de nuevos competidores puede actuar como freno a la capacidad de las empresas existentes de subir precios.
433. Por lo tanto, un análisis correcto de las barreras de entrada y su impacto sobre el funcionamiento competitivo de los mercados es trascendental para valorar los efectos que la operación notificada habrá de tener sobre la competencia efectiva y potencial.
434. A los fines de dimensionar las barreras a la entrada se considerará tanto las correspondientes al mercado de telecomunicaciones, como así también las que surgirían específicamente de aprobarse lisa y llanamente la operación bajo análisis.
435. Como se puede observar a lo largo del presente informe, el análisis de la competencia en esta industria está fuertemente determinado por la estructura de la oferta en cada uno de los mercados relevantes que la componen.
436. Tal como se mencionó en apartados anteriores, los mercados de telecomunicaciones tienen ciertas particularidades que es necesario tener en cuenta para el análisis de los efectos de una operación sobre la competencia. A través del estudio de las características propias de los servicios y sus consumos, se identifica la presencia economías de escala, de red, de alcance, de densidad, de costos de cambio y la existencia de incentivos para la adquisición y comercialización de servicios empaquetados.
437. Todos estos elementos constituyen fenómenos a considerar a la hora de analizar la dinámica competitiva en la medida en que pueden elevar barreras a la entrada y determinar la permanencia de los jugadores actuales.
438. Se detallan a continuación las principales barreras a la entrada de nuevos competidores en aquellos mercados relevantes donde se han identificados motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia.

##### **IV.6.5.1. Servicios de acceso fijo a internet residencial**

439. Las barreras a la entrada más importantes para comenzar a ofrecer servicios de internet residencial son los costos fijos y hundidos implicados en la obra civil para el despliegue de la red. Asimismo, ciertos permisos municipales para la realización de la obra civil y barreras

regulatorias municipales para la instalación aérea de la red en las zonas urbanas, constituyen también barreras para la entrada de nuevos operadores.

440. Al respecto, como se describió previamente, el representante de AMX, en audiencia manifestó que el despliegue de red en Argentina es lento, porque se requieren permisos, desplegar red troncal, e ingresar a cada uno de los edificios, lo que es sumamente complejo porque requiere autorización de los consejos de administración.
441. Para describir el proceso, el representante de AMX detalló: *“el primer desafío es tener los permisos de las autoridades locales para hacer los despliegues ese trámite puede durar 1 o 2 años o períodos más largos, o incluso nunca. Luego, hay que hacer diseño de planificación para que los permisos sean otorgados, relevamientos de la ciudad y donde se planifica el despliegue y luego la situación macroeconómica hubo problemas para importación de equipos, con regímenes más engorrosos o lentos o que se suspendió el ingreso de equipos a precios razonables. Estos despliegues se hacen en la vía pública, dominio jurídico de la autoridad local y cada autoridad tiene criterio distinto en cuanto a exigencias, autorizaciones a veces son por subzonas, donde uno construye primero un administrador de la red a donde llega la capacidad técnica de hacerlo HUBs, donde está el equipamiento que administra esa subzona, como una red de x cantidad de cuadras. Uno tiene un permiso general, y luego autorizaciones por subzona. Es un proceso que tiene sus dificultades con criterios variables por municipios.”*
442. Sobre la infraestructura necesaria para llegar a los hogares, detalló *“Es fundamental el acceso a la postación a la vía pública. En Argentina se construyen redes aéreas porque las soterradas llevan más tiempo, más complejidad por habilitaciones e impacto para los vecinos porque se requiere construir red paralela a línea de edificación de cada manzana y edificio y después hacer acceso desde cada línea que pasa soterrada por cada calle y accesos a cada casa o edificio (múltiples cortes en cada manzana para ingresar a cada edificio). Tiene complejidad constructiva que hace que predominen tendidos aéreos que plantean otra dificultad que esos postes en vereda no pueden exceder determinada cantidad porque tienen efecto en los vecinos y estéticos. Hay normativa federal en Ley 27.078 como a nivel regulatorio que propicia y obliga a compartición de estructura soporte sobre vereda de la ciudad, de los operadores, de compañías eléctricas, de luminarias que pone la ciudad. En procesos de ejecución de cada localidad usa infraestructura existente para causar menor impacto en la localidad. Esta normativa de compartición de infraestructura, recurso que tiene limitaciones para replicabilidad, no fue aplicado en forma efectiva por parte del regulador federal de comunicaciones. Son casos limitados los que se usó esta normativa. Establece el principio de compartición de infraestructura porque esa postación tiene permiso de uso precario, porque el dueño de la vía pública no es el que pone el poste sino la Autoridad de Aplicación. Entonces lo que se observa es un bajo nivel de efectividad de estas normas jurídicas de compartición o como se pueden desplegar postaciones en la vía pública. Hace más lento las construcciones en vía pública. Las compañías eléctricas salvo que den telecomunicaciones no están obligadas a compartir los postes que tienen”*.
443. Por su parte, el representante de CABASE al ser preguntado en la audiencia celebrada ante esta CNDC el 28 de marzo de 2025, por cuáles son las principales barreras (económicas, tecnológicas, regulatorias, etc.) que afectan el desarrollo de los proveedores asociados a CABASE para la prestación de servicios mayoristas y minoristas, dijo que: *“las mayores barreras no son económicas ni tecnológicas; las mayores barreras son políticas y regulatorias, por ejemplo, los permisos municipales, para hacer tendido de redes, permisos provinciales, acceso a infraestructuras pasivas (postes de luz). No es un problema económico hoy, que no haya un prestador que quiera desarrollar o ampliar su red y llegar a otras localidades, el problema hoy es que no se consiguen los permisos. Los permisos de obra no se consiguen, o son tan caros que son antieconómicos (te dicen que tenés que soterrarlo, no se puede aéreo y son pocas casas). Hay municipios que promueven el desarrollo y otros que lo impiden (a nivel nacional). A nivel provincial y nacional, implica cruzar una ruta, un ferrocarril, un puente, un túnel, se deben pedir permisos provinciales o nacionales”*.



444. Por lo tanto, las barreras a la que se enfrentan los operadores que deseen ingresar al mercado residencial de internet van desde el alto costo hundido que implica el despliegue de la red, el cumplimiento de la normativa vigente, hasta la dificultad para acceder a la infraestructura al hogar. En ese sentido, TELECOM cuenta con una ventaja única (la cual extenderá post operación) que es contar con los permisos administrativos para brindar servicios, tanto municipales como a nivel de los consejos de administración de los edificios.
445. Esto último influye directamente en los costos de cambio (*switching costs*), que cómo se detalló antes son también característicos en estos mercados. Estos son los costos que enfrenta un usuario cuando decide cambiar su proveedor de internet residencial que incluyen, costos monetarios (como podrían ser los costos de instalación), y costos no monetarios tales como dar de baja al actual proveedor, estar algunos días sin servicio, dar el alta con el nuevo operador, etc.
446. Por todo lo desarrollado hasta aquí, el servicio de provisión de acceso fijo a internet presenta barreras a la entrada de un operador alternativo en forma rápida, probable y significativa.

#### **IV.6.5.2. Telefonía fija**

447. Respecto al mercado de telefonía fija local, aplican las mismas consideraciones del punto anterior. La relación entre los costos de interconexión y los precios finales (en este caso regulados), no ha permitido un desarrollo de proveedores del servicio sin infraestructura propia.
448. En cuanto a su evolución futura y las barreras a la entrada cabe indicar que sólo tendría sentido esperar un ingreso de competidores para la prestación de servicios de voz como parte de una canasta de servicio convergentes.

#### **IV.6.5.3. Telefonía móvil**

449. Respecto a las barreras para la oferta de servicios de telefonía móvil, una de las principales que determinan el ingreso de nuevos operadores es la regulatoria. Como se especificó antes, se destaca la necesidad de contar con espectro radioeléctrico para ofrecer servicios de telefonía móvil, un recurso finito asignado por el regulador sectorial. Cabe destacar que si bien depende del organismo regulador, éste no es solo un requisito regulatorio, sino que resulta indispensable desde el punto de vista técnico, entendiéndolo como insumo para que los teléfonos móviles puedan conectarse con las radiobases y de este modo, poder comunicarse con otros dispositivos.
450. Para una correcta administración del espectro radioeléctrico, el ENACOM asigna bandas o canales de frecuencias, de forma compartida o exclusiva. Sobre esto se manifestó el representante de AMX, en audiencia: *“El sistema de espectro tiene característica pro competitiva al fijar la misma regla de acumulación de espectro para todos los operadores por grupo de bandas. Lo que se hizo es llamar a operadores existentes en rondas de subasta de permiso precario de espectro para que compren o no y eso explica el hecho de que TELECOM y CLARO tienen el máximo espectro a nivel global de SCM y TELEFONICA tiene 130 mhz a nivel global porque en alguna ronda decidió no comprar o comprar menos”*.
451. De esta forma, quien desee ingresar como operador móvil tiene que, indispensablemente, tener asignado espectro. Cabe señalar que otra forma alternativa que desde el punto de vista regulatorio posibilitaría la oferta de servicios de telefonía móvil es solicitar licencia como operador móvil virtual (OMV) y prestar servicios a través de las redes de terceros. No obstante, en la práctica se observa que la penetración de estos jugadores fue muy poco significativa hasta el momento.

452. A fines de ejemplificar, TELECENTRO tiene licencia tanto para operar como OMR y como OMV, pero no tiene asignado espectro pese a los intentos en reiteradas oportunidades de obtenerlo y de lograr algún tipo de acuerdos con los OMR para el servicio de OMV. De acuerdo con lo manifestado por sus representantes, en relación a los procesos de asignación de espectro: *“el llamado había sido exclusivamente para los operadores que se encontraban en la efectiva prestación del servicio de comunicaciones móviles avanzadas, que en ese momento eran únicamente los tres prestadores oligopólicos: CLARO TELEFÓNICA y TELECOM”*
453. En este sentido, y dado el nivel de concentración alcanzado en este mercado donde la presente operación implicaría la existencia de dos competidores a nivel nacional, presenta elevadas barreras a la entrada dadas fundamentalmente por las inversiones necesarias para constituir una red con cobertura en la mayor parte del país como requisito para tener capacidad de competir con las empresas que actualmente participan de este mercado y, en particular, con la firma que surgiría de la presente operación, que ostentaría una participación del 61%.

#### IV.6.5.4. Paquetes de servicios

454. Tal como se expuso a lo largo del presente informe, existen algunos obstáculos para que diferentes empresas de telecomunicaciones puedan proveer paquetes de servicios.
455. Por otro lado, existe una barrera económica para la provisión de servicios de TV paga mediante vínculo físico dada por los requerimientos de inversión para el despliegue de redes de nueva generación.
456. En cuanto a las barreras comerciales, se ha señalado que las prácticas de empaquetamiento de servicios (*Triple Play* o *Cuádruple Play*) generarían ventajas competitivas para los operadores establecidos. El empaquetamiento de servicios aumentaría los costos de cambio, que ya de por sí serían elevados en la industria, lo que dificulta la migración de consumidores hacia nuevos competidores.
457. TELECENTRO al respecto en la audiencia celebrada el 4 de abril de 2025, al ser preguntado por si la oferta de servicios *múltiple play* es relevante para que permanezca en el mercado, indicó que *“sí, es muy relevante dado que cada vez hay mayor presencia de ofertas combinadas entre servicios fijos y móviles, donde TELEFÓNICA, TELECOM y CLARO ofrecen un precio determinado para los servicios de internet, telefonía fija y televisión paga y sobre esta oferta un descuento adicional si el cliente tiene ya contratada o desea contratar una nueva línea de servicios móviles. (...) Al no tener la posibilidad de realizar el mismo tipo de oferta, se ve obligado a competir con precios más bajos que aquellos que las 3 operadoras móviles ofrecen por sus servicios fijos exclusivamente, porque el cliente final no está dispuesto a perder ese descuento que le ofrecieron. Esta desventaja no impacta solamente en la captura de nuevos clientes, sino que impacta fuertemente también en la retención de los clientes actuales, toda vez que estos clientes reciben ofertas de nuestros competidores. La suma de los dos procesos, presión sobre los precios de captura y presión sobre las acciones de retención, dan como resultado una caída constante a lo largo del tiempo del abono promedio (ARPU)”*.
458. Las ventajas de primer movimiento también han sido reconocidas como un factor que beneficia a los operadores tradicionales, particularmente en la oferta integrada de servicios múltiples.
459. Finalmente, los operadores con redes fijas desplegadas se enfrentan con limitaciones para la provisión de servicios de comunicaciones móviles dadas por las necesidades de espectro y la ausencia de un mercado desarrollado de operadores móviles virtuales.

#### **IV.6.5.5. Mercados de mayoristas o de infraestructura (acceso mayorista a Internet, transporte y acceso local).**

- 460. Lo dicho anteriormente es extensible para cada uno de los mercados de infraestructura.
- 461. Es importante recordar que el desarrollo de la infraestructura implica un costo hundido, que en el marco de esta industria presenta altas magnitudes. A su vez, la industria presenta la particularidad de tener fuertes economías de escala producto de la capacidad ociosa de los ductos existentes.
- 462. La combinación de los altos costos hundidos y las economías implican altas barreras a la entrada. A esto debe sumarse lo analizado en la introducción de este apartado, en tanto la posibilidad de que el operador con posición dominante no ofrezca interconexión.
- 463. Cabe destacar que para que un operador encuentre rentable el tendido de red en una zona determinada debe contar con una masa crítica de tráfico.
- 464. En este sentido resulta importante señalar que la integración vertical existente en los distintos mercados analizados en esta operación, en tanto las empresas fusionadas contarían una posición dominante en el transporte del tráfico, iniciación y terminación del mismo; acrecienta las barreras a la entrada naturales del sector.
- 465. Por todo lo desarrollado hasta aquí, se observa que de aprobarse la presente operación se generaría un mercado altamente concentrado sin la posibilidad efectiva de que un operador alternativo ingrese en los mercados relevantes analizados, debido a las importantes barreras a la entrada que tiene la actividad y que, a su vez, se verían incrementadas por la operación.

#### **IV.7. Conclusiones generales sobre los potenciales efectos de la operación**

- 466. Tal como se ha desarrollado a lo largo del presente informe, la operación de concentración tendría efectos horizontales significativos en nuestro país, en los mercados minoristas residenciales de telefonía fija, telefonía móvil, internet por banda ancha, televisión paga y servicios corporativos y en los mercados de servicios mayoristas (tránsito IP, transporte de datos y red de acceso de telefonía móvil). Asimismo, se verifican distintos efectos verticales que tienen lugar en mercados en los cuales una o ambas empresas operan alternativamente como oferentes y como demandantes.
- 467. De consolidarse la operación, en ciertas jurisdicciones, TELECOM incrementaría sustancialmente su poder de dominio. Las áreas más afectadas considerando los distintos mercados residenciales con efectos horizontales locales (internet, telefonía fija y TV) serían CABA, y las provincias de Buenos Aires, Mendoza, Neuquén y Río Negro, y San Juan en el caso de TV paga.
- 468. En el mercado de telefonía móvil nacional, se eliminaría uno de los principales competidores vigorosos y el mercado quedaría altamente concentrado, repartido en solo dos grandes jugadores: TELECOM con una participación estimada del 58% y AMX con el 42%, lo que podría reducir significativamente el vigor competitivo del mercado.
- 469. Asimismo, se advierte que la acumulación de espectro originada en la presente operación de concentración excedería, en todos los casos, el límite regulatorio establecido por el ENACOM de 140 Mhz. De acuerdo con el análisis realizado, en algunos casos a nivel local el exceso alcanza hasta los 130 Mhz. Esta situación generaría serias preocupaciones desde el punto de vista de la competencia, dada la importancia que tiene el espectro como recurso indispensable para la prestación de servicios SCM.

470. En el caso de los servicios de telecomunicaciones al sector corporativo, a pesar de la complejidad para estimar el impacto de la operación, bajo cualquiera de los escenarios y fuentes consideradas por esta CNDC, los efectos económicos de consolidarse la operación serían preocupantes, dado que la participación conjunta de la empresa fusionada es al menos superior al 50%.
471. La teoría del daño bajo la que se desarrolló el análisis supone que la operación genera fuertes efectos unilaterales que aumentan la probabilidad de que la empresa fusionada incremente los precios de los servicios a sus clientes y/o degrade la calidad de los mismos, como consecuencia de un mayor poder de mercado y de negociación obtenido por la entidad resultante a partir de la operación, afectando al interés económico general.
472. Del mismo modo, se advierte que la operación aumentaría la capacidad y los incentivos para que TELECOM realice oferta de servicios empaquetados como estrategia para desplazar a los competidores de cada uno de los servicios individuales. El mayor poder de mercado derivado de la concentración hace que estas ofertas comerciales aumenten su carácter de “irreplicable”, lo que genera ventajas competitivas por sobre las ofertas comerciales individuales que puedan encarar los competidores. Esta asimetría entre operadores hace que las estrategias comerciales no puedan ser rivalizadas lo que no solo limita su crecimiento, sino que también determina su sostenibilidad y permanencia en el mercado.
473. Los efectos horizontales en los mercados mayoristas analizados dan muestra que de efectivizarse la operación de concentración, es esperable que tenga efectos negativos sobre el punto de equilibrio del intercambio de tramos de redes entre operadores, y que el nuevo punto de equilibrio se traslade a uno donde el operador de red con más extensión, es decir TELECOM, tenga más poder de negociación.
474. Las consecuencias para el operador restante, con el cual mantiene una relación de proveedor, competidor y cliente, por la propia naturaleza del sector TIC, podrían redundar en un aumento en el precio de los costos de red y, por ende, en el precio de los servicios de telecomunicaciones móviles e incluso en la pérdida de calidad del servicio. Finalmente, otro efecto perjudicial para la competencia podría ser la eliminación de oferta de cobertura de red de acceso de servicios móviles en algunas localidades.
475. Se advierten, junto con los efectos horizontales y de cartera ya mencionados, efectos verticales con perjuicios a la competencia que, de consolidarse la operación, podrían provenir, en primer lugar, de la negativa del acceso a la infraestructura de red por parte de TELECOM y TELEFÓNICA a sus competidores en los mercados aguas abajo. En segundo lugar, del aumento del precio del acceso a su infraestructura, lo que incidirá en el costo de sus competidores en los mercados vinculados aguas abajo al reducir sus márgenes, y obstaculizar su permanencia en el mercado. En tercer lugar, una vez efectivizada la operación, TELECOM podría tener incentivos a degradar la calidad del servicio prestado a sus competidores con el objetivo de perjudicar su desempeño competitivo en los mercados aguas abajo.
476. En definitiva, por todo lo hasta aquí mencionado, los efectos verticales entre la infraestructura de red, la terminación de llamadas y los servicios de telecomunicaciones móviles y entre el mercado de acceso a Internet mayorista y transporte de datos y los servicios residenciales y corporativos agudizan la preocupación despertada tras el análisis preliminar de los efectos horizontales en los mercados aguas arriba y aguas abajo. Es importante volver a destacar que los efectos de cartera de los servicios NPlay descriptos potencian aún más la preocupación por el efecto vertical analizado.

477. Por último, a priori no hay elementos que permitan descartar que la compradora no pueda abusar de la posición dominante derivada de la operación, toda vez que la estructura del mercado resultante y los competidores no tendrían la capacidad de impedir o limitar la estrategia potencialmente abusiva de la adquirente. Asimismo, las barreras técnicas, regulatorias y comerciales, que aumentan producto de la operación, tampoco permiten el ingreso probable y significativo de nuevos operadores que contrarresten las potenciales prácticas abusivas. Por ende, siguiendo con lo concluido previamente, la adquisición de TELEFÓNICA por parte de TELECOM aumenta la probabilidad de que la compradora abuse de la posición dominante resultante en los mercados analizados, restringiendo la oferta de servicios mediante el incremento unilateral de precios, el deterioro de la calidad, y/o mediante prácticas exclusorias.
478. Este escenario podría verse agravado por la reacción de la franja competitiva, que ante aumentos de precios del líder del mercado —TELECOM— pueda disminuir su vigor competitivo y resultar en un incremento de los precios promedios del mercado.
479. Todos estos elementos constituyen fenómenos a considerar a la hora de analizar la dinámica competitiva en la medida en que pueden elevar barreras a la entrada y determinar la permanencia de los jugadores actuales.
480. Por todo lo expuesto, el análisis efectuado a lo largo de este informe permite concluir en esta etapa preliminar que la operación de concentración económica notificada tiene la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, en relación con varios mercados del sector de las telecomunicaciones, tanto por los efectos horizontales —unilaterales como coordinados— y verticales detallados, como así también por los efectos de conglomerado o cartera.
481. Por tal razón se emite el presente Informe de Objeción en los términos del artículo 14 de la Ley 27.442 para comunicar a la parte notificante las objeciones fundadas que surgen del análisis.

## **V CONCLUSIONES**

482. Con base en las consideraciones expuestas en los párrafos que anteceden, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA:
- (a) Comunicar el presente informe de objeción y su Anexo I (IF-2025-66171145-APN-CNDC#MEC) a la parte notificante de la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo sobre TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A. por parte de TELECOM ARGENTINA S.A., en los términos del artículo 14 de la Ley 27.442;
  - (b) Otorgar un plazo de QUINCE (15) días para que la empresa TELECOM ARGENTINA S.A. efectúe las consideraciones que crea oportunas y/u ofrezca soluciones que puedan mitigar los potenciales efectos sobre la competencia que surgen del presente informe de objeción;
  - (c) Convocar a una audiencia especial que será fijada mediante providencia simple por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, conforme lo dispone el artículo 14 de la Ley 27.442 y el punto 12 del Anexo al artículo 1° de la Resolución (ex) SC 359/2018, para considerar las medidas que la parte notificante ofrezca para mitigar el posible efecto negativo sobre la competencia que surge de las objeciones aquí señaladas;

- (d) Publicar el presente Informe de Objeción en la página web de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, de conformidad con lo establecido en el artículo 14 de la Ley 27.442 y su Decreto Reglamentario 480/2018;
  - (e) Una vez que la parte notificante de total respuesta a las observaciones que fueran efectuadas respecto del formulario F1, mantener suspendido el plazo establecido en el artículo 14 de la Ley 27.442, hasta tanto efectúen las consideraciones que crean oportunas u ofrezcan soluciones que puedan mitigar los potenciales efectos sobre la competencia que surgen del presente informe de objeción, o en su defecto venza el plazo otorgado para ello, y se celebre la audiencia a la que hace referencia el apartado (c);
483. Se recomienda también la notificación del presente dictamen y la resolución que pudiese dictarse en consecuencia al ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES, a la COMISIÓN NACIONAL DE VALORES, a la INSPECCIÓN GENERAL DE JUSTICIA y a TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A.
484. Elévese el presente Dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO a sus efectos.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Dictamen de Firma Conjunta**

**Número:**

**Referencia:** CONC. 2025- Informe de Objeción

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 103 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 10:28:51 -03:00

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 10:31:25 -03:00

Digitally signed by Lucas TREVISANI VESPA  
Date: 2025.06.19 10:32:39 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Eduardo Rodolfo Montamat  
Date: 2025.06.19 10:34:41 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL  
ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 10:35:21 -03:00

# Anexo I



## Solapamientos de TELECOM y TELEFÓNICA en servicios fijos, por localidad

| Provincia    | Partido                      | Localidad                         | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|--------------|------------------------------|-----------------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|              |                              |                                   | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Buenos Aires | 9 de Julio                   | 9 de Julio                        | 21.0%    | 1.8%       | 22.7%          | 0.0%           | 16.5%      | 16.5%          |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Adrogué                           | 27.0%    | 59.5%      | 86.5%          | 15.0%          | 85.0%      | 99.9%          | 50.9%   | 44.7%      | 95.7%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Burzaco                           | 14.6%    | 46.3%      | 60.9%          | 15.5%          | 84.3%      | 99.9%          | 42.5%   | 44.9%      | 87.4%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Claypole                          | 11.9%    | 41.0%      | 52.9%          | 18.1%          | 81.9%      | 100.0%         | 34.1%   | 36.3%      | 70.4%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Glew                              | 6.3%     | 60.5%      | 66.7%          | 5.0%           | 95.0%      | 100.0%         | 21.3%   | 59.2%      | 80.5%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | José Mármol                       | 29.9%    | 20.9%      | 50.9%          | 47.2%          | 52.7%      | 99.9%          | 70.9%   | 16.1%      | 87.0%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Longchamps                        | 13.5%    | 51.9%      | 65.4%          | 14.1%          | 85.8%      | 100.0%         | 38.1%   | 49.8%      | 87.9%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Malvinas Argentinas               | 14.6%    | 28.4%      | 43.0%          | 21.3%          | 78.6%      | 100.0%         | 46.0%   | 39.4%      | 85.5%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Ministro Rivadavia                | 3.1%     | 58.5%      | 61.6%          | 0.1%           | 99.9%      | 100.0%         | 6.8%    | 68.4%      | 75.2%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | Rafael Calzada                    | 10.8%    | 50.4%      | 61.2%          | 13.7%          | 86.3%      | 100.0%         | 27.9%   | 50.1%      | 78.0%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | San Francisco Solano              | 2.8%     | 58.1%      | 60.9%          | 4.2%           | 95.8%      | 100.0%         | 13.9%   | 67.9%      | 81.8%          | C          |
| Buenos Aires | Almirante Brown              | San José                          | 6.8%     | 17.4%      | 24.2%          | 17.6%          | 82.4%      | 100.0%         | 26.8%   | 27.4%      | 54.2%          | C          |
| Buenos Aires | Arrecifes                    | Arrecifes                         | 12.4%    | 6.5%       | 18.9%          | 0.5%           | 99.5%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Avellaneda                   | Avellaneda                        | 35.6%    | 29.7%      | 65.3%          | 26.1%          | 73.7%      | 99.8%          | 70.7%   | 14.6%      | 85.3%          | C          |
| Buenos Aires | Avellaneda                   | Sarandí                           | 20.0%    | 24.7%      | 44.7%          | 20.8%          | 79.2%      | 99.9%          | 49.3%   | 16.2%      | 65.4%          | C          |
| Buenos Aires | Avellaneda                   | Wilde                             | 19.7%    | 24.4%      | 44.0%          | 24.8%          | 75.1%      | 99.9%          | 51.3%   | 18.6%      | 69.9%          | C          |
| Buenos Aires | Ayacucho                     | Ayacucho                          |          |            |                |                |            |                | 4.5%    | 0.3%       | 4.8%           | A          |
| Buenos Aires | Azul                         | Azul                              | 87.2%    | 5.4%       | 92.6%          | 0.7%           | 99.3%      | 100.0%         | 91.4%   | 0.0%       | 91.4%          | C          |
| Buenos Aires | Bahía Blanca                 | Bahía Blanca                      | 48.4%    | 4.6%       | 52.9%          | 39.4%          | 52.6%      | 92.0%          | 58.9%   | 1.4%       | 60.4%          | C          |
| Buenos Aires | Bahía Blanca                 | General Daniel Cerri              | 86.9%    | 11.5%      | 98.3%          | 2.1%           | 97.9%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Balcarce                     | Balcarce                          | 84.8%    | 8.3%       | 93.0%          | 0.6%           | 99.4%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Berazategui                       | 15.9%    | 26.9%      | 42.8%          | 27.6%          | 72.4%      | 99.9%          | 45.1%   | 19.4%      | 64.5%          | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Guillermo E. Hudson               | 14.4%    | 19.7%      | 34.1%          | 19.1%          | 80.9%      | 100.0%         | 37.1%   | 18.8%      | 55.9%          | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Juan María Gutiérrez              | 8.7%     | 43.3%      | 52.0%          | 6.4%           | 93.6%      | 100.0%         | 13.8%   | 38.1%      | 51.9%          | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Pereyra                           | 29.8%    | 68.9%      | 98.7%          | 9.5%           | 90.5%      | 100.0%         | 40.9%   | 48.2%      | 89.1%          | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Ranelagh                          | 5.7%     | 60.2%      | 65.9%          | 5.0%           | 95.0%      | 100.0%         | 14.1%   | 60.5%      | 74.6%          | C          |
| Buenos Aires | Berazategui                  | Villa España                      |          |            |                | 74.6%          | 25.4%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Berisso                      | Berisso                           | 47.7%    | 7.4%       | 55.1%          | 1.4%           | 98.6%      | 100.0%         | 83.3%   | 0.0%       | 83.3%          | C          |
| Buenos Aires | Bolívar                      | San Carlos de Bolívar             | 86.0%    | 9.2%       | 95.2%          | 0.3%           | 99.7%      | 100.0%         | 100.0%  | 0.0%       | 100.0%         | C          |
| Buenos Aires | Bragado                      | Bragado                           | 82.7%    | 10.1%      | 92.8%          | 10.8%          | 89.2%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Brandsen                     | Coronel Brandsen                  | 8.3%     | 17.6%      | 25.9%          | 39.1%          | 60.9%      | 100.0%         | 14.6%   | 7.2%       | 21.8%          | C          |
| Buenos Aires | Campana                      | Campana                           |          |            |                | 99.2%          | 0.8%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Cañuelas                     | Alejandro Petión                  | 40.4%    | 0.7%       | 41.1%          |                |            |                |         |            |                | B          |
| Buenos Aires | Cañuelas                     | Cañuelas                          | 43.6%    | 35.1%      | 78.7%          | 0.5%           | 99.5%      | 100.0%         | 61.3%   | 17.0%      | 78.3%          | C          |
| Buenos Aires | Capitán Sarmiento            | Capitán Sarmiento                 | 79.0%    | 2.1%       | 81.1%          | 1.0%           | 99.0%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Carlos Casares               | Carlos Casares                    | 29.6%    | 12.3%      | 41.9%          | 48.8%          | 51.2%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Carmen de Areco              | Carmen de Areco                   | 55.7%    | 8.1%       | 63.8%          | 0.2%           | 99.8%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Chacabuco                    | Chacabuco                         | 76.9%    | 2.5%       | 79.4%          | 0.6%           | 57.0%      | 57.6%          |         |            |                | B          |
| Buenos Aires | Chascomús                    | Chascomús                         | 75.3%    | 13.5%      | 88.8%          | 1.0%           | 99.0%      | 100.0%         | 78.3%   | 0.0%       | 78.3%          | C          |
| Buenos Aires | Chivilcoy                    | Chivilcoy                         | 53.7%    | 6.9%       | 60.6%          | 28.6%          | 71.4%      | 100.0%         | 89.2%   | 0.0%       | 89.2%          | C          |
| Buenos Aires | Colón                        | Colón                             | 48.6%    | 3.9%       | 52.5%          | 70.4%          | 29.6%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Coronel de Marina L. Rosales | Punta Alta (Est Almirante Solier) | 33.2%    | 2.3%       | 35.5%          | 43.5%          | 56.5%      | 100.0%         |         |            |                | C          |

| Provincia    | Partido               | Localidad                   | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|--------------|-----------------------|-----------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|              |                       |                             | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Buenos Aires | Coronel Dorrego       | Coronel Dorrego             | 86.5%    | 10.7%      | 97.1%          |                |            |                |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Coronel Suárez        | Coronel Suárez              | 50.8%    | 10.2%      | 61.0%          | 0.5%           | 99.5%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Dolores               | Dolores                     | 19.1%    | 21.5%      | 40.7%          | 10.4%          | 89.6%      | 100.0%         | 29.6%   | 5.4%       | 35.0%          | C          |
| Buenos Aires | Ensenada              | Ensenada                    | 55.6%    | 2.7%       | 58.2%          | 4.2%           | 95.8%      | 100.0%         | 93.7%   | 0.0%       | 93.7%          | C          |
| Buenos Aires | Escobar               | Belén de Escobar            | 21.0%    | 3.0%       | 24.0%          | 82.3%          | 10.1%      | 92.4%          | 39.6%   | 3.9%       | 43.5%          | C          |
| Buenos Aires | Escobar               | Garín                       | 4.6%     | 12.8%      | 17.3%          | 20.3%          | 48.8%      | 69.1%          | 13.7%   | 23.1%      | 36.8%          | B          |
| Buenos Aires | Escobar               | Ingeniero Maschwitz         | 19.5%    | 15.1%      | 34.7%          | 57.9%          | 42.1%      | 100.0%         | 27.4%   | 16.8%      | 44.2%          | C          |
| Buenos Aires | Esteban Echeverría    | 9 De Abril                  |          |            |                |                |            |                | 1.1%    | 48.4%      | 49.5%          | B          |
| Buenos Aires | Esteban Echeverría    | Canning                     | 32.0%    | 23.6%      | 55.6%          | 21.4%          | 76.3%      | 97.6%          | 70.3%   | 27.6%      | 97.9%          | C          |
| Buenos Aires | Esteban Echeverría    | Luis Guillón                | 27.4%    | 21.2%      | 48.6%          | 41.2%          | 58.6%      | 99.9%          | 70.4%   | 25.9%      | 96.3%          | C          |
| Buenos Aires | Esteban Echeverría    | Monte Grande                | 12.8%    | 54.4%      | 67.2%          | 10.8%          | 89.1%      | 100.0%         | 34.6%   | 62.7%      | 97.3%          | C          |
| Buenos Aires | Exaltación de la Cruz | Capilla del Señor           |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 0.5%       | 0.6%           | A          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | Aeropuerto Int. Ezeiza      | 56.7%    | 35.6%      | 92.3%          | 78.9%          | 21.1%      | 100.0%         | 60.4%   | 37.5%      | 97.9%          | C          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | Canning                     | 3.1%     | 42.8%      | 46.0%          | 0.6%           | 99.4%      | 99.9%          | 7.1%    | 45.9%      | 53.1%          | C          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | Carlos Spegazzini           |          |            |                |                |            |                | 8.4%    | 59.6%      | 68.0%          | B          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | José María Ezeiza           | 8.2%     | 54.1%      | 62.3%          | 10.0%          | 89.9%      | 99.9%          | 23.5%   | 76.5%      | 100.0%         | C          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | La Unión                    | 4.5%     | 13.3%      | 17.9%          | 11.6%          | 88.4%      | 100.0%         | 29.8%   | 31.8%      | 61.6%          | C          |
| Buenos Aires | Ezeiza                | Tristán Suarez              | 10.9%    | 47.9%      | 58.8%          | 11.8%          | 88.1%      | 99.9%          | 23.5%   | 59.3%      | 82.7%          | C          |
| Buenos Aires | Florencio Varela      | Bosques                     |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 21.5%      | 21.5%          | A          |
| Buenos Aires | Florencio Varela      | Florencio Varela            | 0.0%     | 50.6%      | 50.6%          |                |            |                | 0.6%    | 50.4%      | 51.0%          | B          |
| Buenos Aires | General Alvarado      | Miramar                     | 19.6%    | 31.2%      | 50.9%          | 7.1%           | 92.9%      | 100.0%         | 0.4%    | 1.1%       | 1.5%           | C          |
| Buenos Aires | General Pueyrredón    | Chapadmalal                 |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 99.9%      | 100.0%         | C          |
| Buenos Aires | General Pueyrredón    | Mar del Plata               | 40.0%    | 19.8%      | 59.8%          | 1.4%           | 87.4%      | 88.8%          | 63.8%   | 8.9%       | 72.7%          | C          |
| Buenos Aires | General Rodríguez     | General Rodríguez           | 21.1%    | 12.4%      | 33.5%          | 43.4%          | 56.6%      | 100.0%         | 45.9%   | 10.6%      | 56.5%          | C          |
| Buenos Aires | General San Martín    | Villa Ballester             | 59.2%    | 15.3%      | 74.5%          | 72.2%          | 27.8%      | 99.9%          | 82.5%   | 9.9%       | 92.3%          | C          |
| Buenos Aires | Hurlingham            | Hurlingham                  | 20.6%    | 14.6%      | 35.2%          | 38.7%          | 61.2%      | 99.9%          | 56.5%   | 10.9%      | 67.4%          | C          |
| Buenos Aires | Hurlingham            | Villa Santos Tesei          | 16.9%    | 27.1%      | 44.0%          | 24.8%          | 75.2%      | 100.0%         | 50.2%   | 20.6%      | 70.8%          | C          |
| Buenos Aires | Ituzaingó             | Ituzaingó Centro            | 18.3%    | 51.2%      | 69.5%          | 14.1%          | 85.8%      | 99.9%          | 40.7%   | 37.3%      | 78.0%          | C          |
| Buenos Aires | Ituzaingó             | Villa Gobernador Udaondo    | 28.9%    | 30.2%      | 59.1%          | 32.6%          | 67.4%      | 100.0%         | 63.2%   | 27.2%      | 90.4%          | C          |
| Buenos Aires | José C. Paz           | José C Paz                  | 0.0%     | 32.4%      | 32.4%          | 0.0%           | 81.2%      | 81.2%          | 0.8%    | 36.7%      | 37.5%          | C          |
| Buenos Aires | Junín                 | Junín                       | 57.1%    | 5.9%       | 63.0%          | 17.6%          | 64.3%      | 81.9%          | 88.4%   | 0.5%       | 89.0%          | C          |
| Buenos Aires | La Costa              | San Clemente del Tuyú       | 1.6%     | 2.2%       | 3.8%           | 0.9%           | 99.1%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | La Costa              | Santa Teresita/Mar del Tuyú | 0.2%     | 3.9%       | 4.1%           | 0.1%           | 99.9%      | 100.0%         |         |            |                | C          |

| Provincia    | Partido             | Localidad               | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|--------------|---------------------|-------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|              |                     |                         | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Buenos Aires | La Matanza          | Ciudad Evita            | 0.0%     | 28.7%      | 28.8%          |                |            |                | 1.8%    | 42.4%      | 44.2%          | B          |
| Buenos Aires | La Matanza          | González Catán          |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 4.1%       | 4.1%           | A          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Gregorio De Laferrere   |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 71.9%      | 72.0%          | B          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Isidro Casanova         | 0.0%     | 61.1%      | 61.1%          | 0.0%           | 100.0%     | 100.0%         | 0.5%    | 83.8%      | 84.3%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | La Tablada              | 0.0%     | 8.3%       | 8.4%           |                |            |                | 2.1%    | 31.6%      | 33.7%          | A          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Lomas Del Mirador       | 4.9%     | 14.8%      | 19.7%          | 15.3%          | 84.6%      | 99.9%          | 36.2%   | 33.3%      | 69.6%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Rafael Castillo         | 0.0%     | 41.9%      | 41.9%          |                |            |                | 1.0%    | 63.0%      | 64.1%          | B          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Ramos Mejía             | 41.9%    | 21.5%      | 63.4%          | 45.3%          | 54.6%      | 99.9%          | 83.7%   | 13.8%      | 97.6%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | San Justo               | 0.0%     | 43.1%      | 43.1%          |                |            |                | 1.8%    | 79.6%      | 81.4%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Tapiales                | 0.0%     | 75.3%      | 75.3%          |                |            |                | 0.2%    | 90.9%      | 91.1%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Villa Eduardo Madero    |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 99.5%      | 99.6%          | C          |
| Buenos Aires | La Matanza          | Villa Luzuriaga         | 27.7%    | 0.0%       | 27.7%          | 92.5%          | 7.3%       | 99.8%          |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | La Plata            | La Plata                | 53.5%    | 30.8%      | 84.4%          | 12.4%          | 85.6%      | 98.0%          | 73.6%   | 21.7%      | 95.3%          | C          |
| Buenos Aires | Lanús               | Gerli                   | 23.8%    | 26.2%      | 50.0%          | 21.4%          | 78.6%      | 100.0%         | 72.3%   | 23.7%      | 96.0%          | C          |
| Buenos Aires | Lanús               | Lanús Este              | 45.1%    | 32.4%      | 77.5%          | 36.9%          | 63.0%      | 99.9%          | 73.6%   | 14.5%      | 88.2%          | C          |
| Buenos Aires | Lanús               | Monte Chingolo          | 5.1%     | 66.9%      | 72.0%          | 6.1%           | 93.8%      | 100.0%         | 20.1%   | 62.7%      | 82.8%          | C          |
| Buenos Aires | Lanús               | Remedios Esc San Martin | 25.2%    | 37.7%      | 62.9%          | 24.7%          | 75.2%      | 99.9%          | 47.4%   | 26.1%      | 73.5%          | C          |
| Buenos Aires | Lanús               | Valentín Alsina         | 17.7%    | 53.4%      | 71.1%          | 14.9%          | 85.1%      | 100.0%         | 46.3%   | 36.9%      | 83.2%          | C          |
| Buenos Aires | Laprida             | Laprida                 |          |            |                |                |            |                | 3.3%    | 60.1%      | 63.5%          | B          |
| Buenos Aires | Lincoln             | Lincoln                 | 80.6%    | 6.1%       | 86.7%          | 0.8%           | 99.2%      | 100.0%         | 64.6%   | 0.0%       | 64.7%          | C          |
| Buenos Aires | Lobos               | Lobos                   | 34.4%    | 7.2%       | 41.6%          | 45.5%          | 54.5%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Lomas De Zamora     | Banfield                | 15.8%    | 16.4%      | 32.2%          | 30.7%          | 69.2%      | 99.9%          | 67.5%   | 20.9%      | 88.3%          | C          |
| Buenos Aires | Lomas De Zamora     | Llavallol               | 17.1%    | 54.5%      | 71.7%          | 15.7%          | 84.3%      | 100.0%         | 45.3%   | 44.8%      | 90.1%          | C          |
| Buenos Aires | Lomas De Zamora     | Lomas De Zamora         | 35.6%    | 25.4%      | 61.0%          | 37.9%          | 61.9%      | 99.9%          | 73.0%   | 17.5%      | 90.5%          | C          |
| Buenos Aires | Lomas De Zamora     | Temperley               | 26.4%    | 30.2%      | 56.7%          | 29.9%          | 70.0%      | 99.9%          | 66.7%   | 27.0%      | 93.7%          | C          |
| Buenos Aires | Lomas De Zamora     | Turdera                 | 12.6%    | 77.4%      | 90.0%          | 7.0%           | 93.0%      | 100.0%         | 28.6%   | 69.5%      | 98.1%          | C          |
| Buenos Aires | Luján               | Luján                   | 19.5%    | 6.4%       | 25.9%          | 32.7%          | 46.2%      | 78.9%          | 64.1%   | 3.1%       | 67.2%          | B          |
| Buenos Aires | Malvinas Argentinas | Ingeniero Pablo Nogués  | 4.4%     | 0.1%       | 4.5%           | 44.7%          | 55.3%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Malvinas Argentinas | Los Polvorines          | 0.1%     | 50.8%      | 50.9%          | 0.4%           | 99.6%      | 100.0%         | 1.5%    | 87.6%      | 89.1%          | C          |
| Buenos Aires | Malvinas Argentinas | Villa De Mayo           | 0.1%     | 46.5%      | 46.7%          | 0.2%           | 99.8%      | 100.0%         | 1.7%    | 80.1%      | 81.8%          | C          |
| Buenos Aires | Marcos Paz          | Marcos Paz              |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 25.7%      | 25.8%          | A          |
| Buenos Aires | Mercedes            | Mercedes                | 12.0%    | 27.8%      | 39.7%          | 10.8%          | 89.2%      | 100.0%         | 64.7%   | 10.1%      | 74.8%          | C          |
| Buenos Aires | Merlo               | Libertad                | 2.9%     | 54.5%      | 57.4%          | 3.9%           | 96.1%      | 100.0%         | 7.7%    | 70.8%      | 78.5%          | C          |
| Buenos Aires | Merlo               | Merlo                   | 8.0%     | 41.2%      | 49.3%          | 9.0%           | 91.0%      | 100.0%         | 24.8%   | 37.5%      | 62.3%          | C          |
| Buenos Aires | Merlo               | San Antonio De Padua    | 28.6%    | 46.1%      | 74.7%          | 24.7%          | 75.3%      | 100.0%         | 55.7%   | 37.3%      | 93.0%          | C          |

| Provincia    | Partido              | Localidad                  | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|--------------|----------------------|----------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|              |                      |                            | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Buenos Aires | Monte                | San Miguel del Monte       | 24.7%    | 0.1%       | 24.7%          | 0.0%           | 2.0%       | 2.0%           |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Moreno               | Francisco Álvarez          | 22.9%    | 10.2%      | 33.1%          | 54.4%          | 45.6%      | 100.0%         | 30.6%   | 5.5%       | 36.1%          | C          |
| Buenos Aires | Moreno               | La Reja                    |          |            |                |                |            |                | 1.8%    | 31.9%      | 33.8%          | A          |
| Buenos Aires | Moreno               | Moreno                     | 8.1%     | 23.2%      | 31.3%          | 20.1%          | 79.4%      | 99.6%          | 28.5%   | 29.4%      | 57.9%          | C          |
| Buenos Aires | Moreno               | Trujui                     |          |            |                |                |            |                | 5.5%    | 37.5%      | 43.0%          | B          |
| Buenos Aires | Morón                | Haedo                      | 25.4%    | 45.4%      | 70.8%          | 19.7%          | 80.2%      | 99.8%          | 58.6%   | 31.2%      | 89.9%          | C          |
| Buenos Aires | Morón                | Morón                      | 28.7%    | 20.6%      | 49.3%          | 39.9%          | 60.0%      | 99.9%          | 66.8%   | 12.6%      | 79.4%          | C          |
| Buenos Aires | Morón                | Villa Sarmiento            | 29.0%    | 38.7%      | 67.6%          | 20.4%          | 79.6%      | 100.0%         | 64.9%   | 25.4%      | 90.3%          | C          |
| Buenos Aires | Necochea             | Necochea - Quequén         | 55.8%    | 7.2%       | 63.1%          | 71.9%          | 28.1%      | 100.0%         | 91.9%   | 0.0%       | 91.9%          | C          |
| Buenos Aires | Olavarría            | Olavarría                  | 86.6%    | 1.5%       | 88.2%          | 31.3%          | 12.5%      | 43.8%          | 85.6%   | 0.0%       | 85.6%          | C          |
| Buenos Aires | Patagones            | Carmen de Patagones        |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 0.0%       | 0.2%           | A          |
| Buenos Aires | Pehuajó              | Pehuajó                    | 0.0%     | 34.3%      | 34.3%          |                |            |                |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Pergamino            | Pergamino                  | 80.6%    | 8.6%       | 89.2%          | 25.4%          | 63.4%      | 88.8%          | 72.0%   | 0.9%       | 72.9%          | C          |
| Buenos Aires | Pilar                | Fátima                     | 2.1%     | 0.5%       | 2.5%           | 0.1%           | 13.8%      | 13.9%          |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Pilar                | Pilar                      | 3.2%     | 25.3%      | 28.5%          | 3.2%           | 64.6%      | 67.8%          | 10.8%   | 34.9%      | 45.7%          | B          |
| Buenos Aires | Pilar                | Villa Rosa                 | 30.0%    | 27.0%      | 57.0%          | 25.8%          | 69.0%      | 94.8%          | 38.2%   | 18.5%      | 56.7%          | C          |
| Buenos Aires | Pinamar              | Pinamar                    | 13.5%    | 0.2%       | 13.7%          | 5.9%           | 0.5%       | 6.4%           |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Presidente Perón     | Guernica                   | 1.3%     | 49.4%      | 50.7%          | 0.4%           | 99.6%      | 100.0%         | 5.9%    | 62.9%      | 68.8%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Bernal                     | 21.3%    | 36.4%      | 57.7%          | 19.4%          | 80.4%      | 99.8%          | 61.5%   | 38.5%      | 100.0%         | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Bernal Oeste               | 66.3%    | 13.0%      | 79.2%          | 71.1%          | 28.9%      | 100.0%         | 60.5%   | 4.2%       | 64.7%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Ezpeleta                   | 24.4%    | 24.8%      | 49.2%          | 37.7%          | 62.2%      | 100.0%         | 65.7%   | 23.2%      | 88.9%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Ezpeleta Oeste             | 22.1%    | 77.5%      | 99.7%          | 13.7%          | 86.3%      | 100.0%         | 43.6%   | 51.2%      | 94.9%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Quilmes                    | 33.5%    | 25.0%      | 58.4%          | 34.3%          | 65.5%      | 99.8%          | 75.0%   | 21.4%      | 96.3%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Quilmes Oeste              | 32.4%    | 67.3%      | 99.7%          | 19.3%          | 80.7%      | 100.0%         | 42.6%   | 29.3%      | 71.9%          | C          |
| Buenos Aires | Quilmes              | Villa La Florida           | 11.7%    | 56.3%      | 68.0%          | 9.3%           | 90.7%      | 100.0%         | 29.9%   | 55.1%      | 84.9%          | C          |
| Buenos Aires | Rojas                | Rojas                      | 20.8%    | 5.6%       | 26.3%          | 0.2%           | 45.9%      | 46.1%          | 42.2%   | 0.0%       | 42.3%          | B          |
| Buenos Aires | Roque Pérez          | Roque Pérez                | 20.7%    | 4.3%       | 24.9%          |                |            |                |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Saladillo            | Saladillo                  | 46.2%    | 2.1%       | 48.3%          | 0.1%           | 31.1%      | 31.2%          |         |            |                | B          |
| Buenos Aires | San Andrés de Giles  | San Andrés de Giles        | 14.8%    | 5.7%       | 20.5%          |                |            |                |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | San Antonio de Areco | San Antonio de Areco       | 63.6%    | 9.1%       | 72.7%          | 65.1%          | 34.9%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | San Fernando         | San Fernando               | 42.5%    | 22.1%      | 64.5%          | 61.1%          | 38.8%      | 99.9%          | 62.8%   | 15.6%      | 78.4%          | C          |
| Buenos Aires | San Isidro           | Boulogne Sur Mer           | 44.3%    | 20.2%      | 64.5%          | 62.2%          | 37.7%      | 99.9%          | 66.8%   | 16.4%      | 83.2%          | C          |
| Buenos Aires | San Isidro           | Martínez                   | 66.4%    | 11.8%      | 78.2%          | 82.1%          | 17.7%      | 99.8%          | 85.4%   | 6.8%       | 92.2%          | C          |
| Buenos Aires | San Isidro           | San Isidro                 | 79.8%    | 4.4%       | 84.2%          | 93.1%          | 6.6%       | 99.6%          | 93.3%   | 2.1%       | 95.4%          | C          |
| Buenos Aires | San Miguel           | Bella Vista                | 26.4%    | 62.9%      | 89.3%          | 19.9%          | 80.1%      | 100.0%         | 32.8%   | 35.9%      | 68.7%          | C          |
| Buenos Aires | San Miguel           | Muñiz                      | 64.3%    | 35.4%      | 99.7%          | 54.3%          | 45.7%      | 99.9%          | 71.9%   | 20.8%      | 92.7%          | C          |
| Buenos Aires | San Miguel           | San Miguel                 | 8.1%     | 15.1%      | 23.2%          | 25.0%          | 74.9%      | 99.9%          | 36.6%   | 3.3%       | 39.9%          | C          |
| Buenos Aires | San Nicolás          | San Nicolás de los Arroyos | 66.3%    | 0.0%       | 66.3%          | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | San Vicente          | Alejandro Korn             | 8.2%     | 70.9%      | 79.1%          | 1.4%           | 98.6%      | 100.0%         | 19.2%   | 54.3%      | 73.5%          | C          |
| Buenos Aires | San Vicente          | San Vicente                | 15.0%    | 54.1%      | 69.2%          | 1.8%           | 98.2%      | 100.0%         | 25.4%   | 37.4%      | 62.7%          | C          |
| Buenos Aires | Tandil               | Tandil                     | 89.0%    | 7.2%       | 96.2%          | 75.7%          | 24.3%      | 100.0%         | 87.8%   | 1.5%       | 89.3%          | C          |
| Buenos Aires | Tigre                | Benavídez                  | 16.5%    | 26.0%      | 42.5%          | 23.5%          | 71.9%      | 95.4%          | 41.5%   | 35.4%      | 76.9%          | C          |
| Buenos Aires | Tigre                | Don Torcuato Este          | 31.0%    | 30.7%      | 61.7%          | 45.2%          | 54.8%      | 100.0%         | 53.1%   | 27.8%      | 80.9%          | C          |

| Provincia    | Partido            | Localidad                    | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|--------------|--------------------|------------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|              |                    |                              | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Buenos Aires | Tigre              | El Talar                     | 23.0%    | 28.9%      | 51.9%          | 39.7%          | 60.2%      | 99.9%          | 57.8%   | 29.5%      | 87.3%          | C          |
| Buenos Aires | Tigre              | Tigre                        | 51.8%    | 19.4%      | 71.2%          | 67.9%          | 31.4%      | 99.3%          | 45.7%   | 8.9%       | 54.6%          | C          |
| Buenos Aires | Trenque Lauquen    | Trenque Lauquen              | 10.4%    | 1.3%       | 11.6%          | 15.6%          | 6.7%       | 22.3%          |         |            |                | A          |
| Buenos Aires | Tres Arroyos       | Tres Arroyos                 | 50.0%    | 4.9%       | 54.9%          | 0.5%           | 99.5%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Tres De Febrero    | Churruca                     | 0.1%     | 65.4%      | 65.5%          | 0.5%           | 99.5%      | 100.0%         | 0.3%    | 95.5%      | 95.8%          | C          |
| Buenos Aires | Tres De Febrero    | Ciudadela                    | 23.9%    | 35.4%      | 59.3%          | 24.0%          | 75.9%      | 99.9%          | 57.3%   | 27.6%      | 85.0%          | C          |
| Buenos Aires | Tres De Febrero    | Villa Bosch                  | 36.5%    | 29.2%      | 65.7%          | 48.3%          | 51.7%      | 100.0%         | 63.1%   | 28.3%      | 91.3%          | C          |
| Buenos Aires | Vicente López      | Munro                        | 44.4%    | 0.1%       | 44.4%          | 99.4%          | 0.1%       | 99.5%          |         |            |                | C          |
| Buenos Aires | Vicente López      | Olivos                       | 62.2%    | 5.7%       | 67.9%          | 90.5%          | 9.3%       | 99.8%          | 87.8%   | 3.2%       | 90.9%          | C          |
| Buenos Aires | Vicente López      | Vicente López                | 73.5%    | 1.0%       | 74.5%          | 97.6%          | 1.8%       | 99.4%          | 92.4%   | 0.6%       | 93.0%          | C          |
| Buenos Aires | Vicente López      | Villa Martelli               | 36.0%    | 13.6%      | 49.7%          | 70.5%          | 29.4%      | 99.8%          | 63.8%   | 10.1%      | 73.9%          | C          |
| Buenos Aires | Zárate             | Zárate                       |          |            |                | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| CABA         | CABA               | CABA                         | 64.2%    | 7.4%       | 71.6%          | 65.6%          | 25.7%      | 91.3%          | 93.2%   | 2.7%       | 95.9%          | C          |
| Catamarca    | Capital            | S. F. del Valle de Catamarca |          |            |                | 99.7%          | 0.3%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Chaco        | San Fernando       | Resistencia                  | 38.8%    | 0.0%       | 38.8%          | 76.7%          | 0.2%       | 76.9%          |         |            |                | B          |
| Chubut       | Biedma             | Puerto Madryn                | 0.0%     | 4.8%       | 4.8%           |                |            |                | 0.2%    | 0.1%       | 0.3%           | A          |
| Chubut       | Escalante          | Comodoro Rivadavia           | 0.0%     | 28.2%      | 28.2%          |                |            |                | 0.4%    | 4.2%       | 4.6%           | A          |
| Chubut       | Escalante          | Rada Tilly                   |          |            |                |                |            |                | 0.1%    | 0.1%       | 0.1%           | A          |
| Chubut       | Rawson             | Rawson                       |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 0.0%       | 0.0%           | A          |
| Córdoba      | Capital            | Córdoba                      | 51.5%    | 0.0%       | 51.5%          | 93.6%          | 0.0%       | 93.6%          |         |            |                | C          |
| Córdoba      | Río Cuarto         | Río Cuarto                   | 54.3%    | 0.0%       | 54.3%          | 99.6%          | 0.0%       | 99.6%          |         |            |                | C          |
| Corrientes   | Capital            | Corrientes                   | 61.6%    | 0.0%       | 61.6%          | 92.7%          | 0.0%       | 92.7%          |         |            |                | C          |
| Entre Ríos   | Gualectuaychú      | Gualectuaychú                | 78.8%    | 0.0%       | 78.9%          | 99.9%          | 0.1%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Entre Ríos   | Paraná             | Paraná                       | 61.6%    | 0.0%       | 61.7%          | 78.9%          | 0.0%       | 78.9%          |         |            |                | B          |
| Entre Ríos   | Uruguay            | Concepción del Uruguay       | 63.6%    | 0.0%       | 63.6%          | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Jujuy        | Dr Manuel Belgrano | San Salvador de Jujuy        |          |            |                | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| La Pampa     | Capital            | Santa Rosa                   | 2.6%     | 2.2%       | 4.8%           | 0.6%           | 13.5%      | 14.1%          |         |            |                | A          |
| La Pampa     | Maracó             | General Pico                 | 0.0%     | 6.9%       | 7.0%           | 0.0%           | 20.3%      | 20.3%          |         |            |                | A          |
| La Rioja     | Capital            | La Rioja                     | 19.4%    | 0.0%       | 19.4%          | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Mendoza      | Capital            | Mendoza                      | 6.5%     | 19.6%      | 26.1%          | 12.8%          | 51.6%      | 64.4%          | 5.0%    | 8.9%       | 13.9%          | B          |
| Mendoza      | Godoy Cruz         | Godoy Cruz                   | 1.1%     | 18.5%      | 19.6%          | 4.7%           | 95.3%      | 100.0%         | 0.7%    | 5.7%       | 6.4%           | C          |
| Mendoza      | Guaymallén         | Guaymallén                   | 5.0%     | 27.8%      | 32.8%          | 2.6%           | 97.4%      | 100.0%         | 9.0%    | 8.6%       | 17.6%          | C          |
| Mendoza      | Junín              | Ingeniero Giagnoni           | 4.4%     | 95.6%      | 100.0%         |                |            |                |         |            |                | C          |
| Mendoza      | Junín              | Junín                        | 48.6%    | 46.2%      | 94.8%          |                |            |                | 0.2%    | 5.1%       | 5.4%           | C          |
| Mendoza      | Junín              | Los Barriales                | 6.8%     | 86.4%      | 93.2%          |                |            |                |         |            |                | C          |
| Mendoza      | Las Heras          | Las Heras                    | 23.0%    | 72.5%      | 95.5%          | 21.0%          | 79.0%      | 100.0%         | 12.2%   | 15.1%      | 27.3%          | C          |
| Mendoza      | Luján de Cuyo      | Luján de Cuyo                | 0.1%     | 43.3%      | 43.4%          | 0.1%           | 99.9%      | 100.0%         | 0.4%    | 7.7%       | 8.1%           | C          |
| Mendoza      | Maipú              | Fray Luis Beltrán            | 1.0%     | 88.0%      | 89.0%          |                |            |                |         |            |                | C          |
| Mendoza      | Maipú              | Maipú                        | 26.2%    | 59.1%      | 85.3%          | 28.4%          | 71.6%      | 100.0%         | 11.0%   | 9.0%       | 20.0%          | C          |
| Mendoza      | Maipú              | Rodeo del Medio              | 2.4%     | 64.7%      | 67.1%          |                |            |                | 0.2%    | 9.8%       | 10.0%          | B          |
| Mendoza      | Maipú              | San Roque                    | 0.5%     | 97.0%      | 97.5%          |                |            |                |         |            |                | C          |
| Mendoza      | Rivadavia          | Rivadavia                    | 1.0%     | 25.6%      | 26.6%          |                |            |                |         |            |                | A          |
| Mendoza      | San Martín         | Chapanay                     | 78.0%    | 2.0%       | 80.0%          |                |            |                |         |            |                | B          |

| Provincia           | Partido          | Localidad               | Internet |            |                | Telefonía fija |            |                | TV      |            |                | Escenarios |
|---------------------|------------------|-------------------------|----------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------|------------|----------------|------------|
|                     |                  |                         | TELECOM  | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM        | TELEFÓNICA | Part. Conjunta | TELECOM | TELEFÓNICA | Part. Conjunta |            |
| Mendoza             | San Rafael       | San Rafael              | 0.0%     | 62.7%      | 62.8%          |                |            |                | 0.1%    | 1.9%       | 2.0%           | B          |
| Neuquen             | Confluencia      | Neuquén                 | 58.7%    | 28.5%      | 87.2%          | 15.9%          | 82.3%      | 98.2%          | 53.5%   | 10.2%      | 63.8%          | C          |
| Neuquen             | Los Lagos        | Villa La Angostura      | 20.4%    | 27.8%      | 48.2%          | 32.1%          | 67.9%      | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Neuquen             | Zapala           | Zapala                  |          |            |                |                |            |                | 2.3%    | 21.7%      | 24.0%          | A          |
| Río Negro           | Bariloche        | San Carlos de Bariloche | 7.3%     | 33.8%      | 41.1%          | 17.1%          | 82.9%      | 100.0%         | 1.5%    | 9.0%       | 10.5%          | C          |
| Río Negro           | General Roca     | Cipolletti              |          |            |                | 98.5%          | 1.5%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Río Negro           | General Roca     | General Fernández Oro   |          |            |                |                |            |                | 0.3%    | 0.1%       | 0.4%           | A          |
| Río Negro           | General Roca     | General Roca            | 74.6%    | 12.0%      | 86.6%          | 32.5%          | 67.5%      | 100.0%         | 83.3%   | 1.1%       | 84.5%          | C          |
| Río Negro           | Pilcaniyeu       | Dina Huapi              |          |            |                |                |            |                | 0.9%    | 0.5%       | 1.4%           | A          |
| Salta               | Capital          | Salta                   | 38.5%    | 0.0%       | 38.5%          | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| San Juan            | Capital          | San Juan                |          |            |                |                |            |                | 0.2%    | 17.3%      | 17.5%          | A          |
| San Juan            | Caucete          | Caucete                 |          |            |                |                |            |                | 0.5%    | 13.3%      | 13.7%          | A          |
| San Juan            | Chimbas          | Chimbas                 |          |            |                |                |            |                | 3.7%    | 39.6%      | 43.3%          | B          |
| San Juan            | Rawson           | Rawson                  |          |            |                |                |            |                | 0.3%    | 19.9%      | 20.2%          | A          |
| San Juan            | Rivadavia        | Rivadavia               |          |            |                |                |            |                | 0.7%    | 6.3%       | 6.9%           | A          |
| San Juan            | Santa Lucía      | Santa Lucía             |          |            |                |                |            |                | 1.1%    | 7.8%       | 8.8%           | A          |
| San Luis            | La Capital       | San Luis                |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 0.0%       | 0.1%           | A          |
| Santa Cruz          | Güer Aike        | Río Gallegos            |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 0.0%       | 0.0%           | A          |
| Santa Fe            | General Obligado | Reconquista             | 25.7%    | 0.0%       | 25.7%          | 100.0%         | 0.0%       | 100.0%         |         |            |                | C          |
| Santa Fe            | La Capital       | Santa Fe                | 47.3%    | 0.0%       | 47.3%          | 89.0%          | 0.1%       | 89.1%          |         |            |                | C          |
| Santa Fe            | Rosario          | Rosario                 | 36.3%    | 0.0%       | 36.3%          | 81.8%          | 0.2%       | 82.0%          |         |            |                | C          |
| Santiago del Estero | Capital          | Santiago del Estero     | 12.7%    | 0.0%       | 12.7%          | 45.2%          | 0.0%       | 45.2%          |         |            |                | B          |
| Tierra del Fuego    | Río Grande       | Río Grande              |          |            |                |                |            |                | 0.0%    | 0.0%       | 0.1%           | A          |
| Tierra del Fuego    | Ushuaia          | Ushuaia                 |          |            |                |                |            |                | 0.3%    | 0.0%       | 0.3%           | A          |
| Tierra del Fuego    | Capital          | San Miguel de Tucumán   | 33.9%    | 0.0%       | 33.9%          | 99.8%          | 0.1%       | 99.9%          |         |            |                | C          |

\*Las localidades clasificadas como “A” contemplan un escenario de competencia o reflejan una estructura que no se verá modificada post operación. Las localidades catalogadas como “B” contemplan una situación de poca competencia, entendiendo esta por la existencia de al menos un mercado con participación superior a 50%. Finalmente, el escenario C debe ser interpretado como una situación de muy poca competencia, caracterizada por la participación en alguno de los mercados superior a 80%.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo firma conjunta**

**Número:**

**Referencia:** CONC. 2025 - Anexo I

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 7 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 09:49:03 -03:00

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 09:50:34 -03:00

Digitally signed by Lucas TREVISANI VESPA  
Date: 2025.06.19 09:51:17 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Eduardo Rodolfo Montamat  
Date: 2025.06.19 09:57:26 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL  
ELECTRONICA - GDE  
Date: 2025.06.19 09:58:29 -03:00