

# ASPECTOS LEGALES DE LOS NEGOCIOS EN EL ESPACIO EXTERIOR

## Actividades de clase



### Clase 1: La práctica contractual en el Derecho Espacial

- 1) Supongan que un cliente suyo, la empresa INDAE S.A., titular del satélite de telecomunicaciones INDAESAT-1 desea vender un transpondedor en dicho satélite a la empresa de telecomunicaciones Intrusos TV, cuyos accionistas mayoritarios son Jorge Rial y Luis Ventura, para la provisión de servicios de televisión satelital. Redacten el encabezamiento y los considerandos del contrato.
- 2) LQ, un canal de televisión argentino, renta un transpondedor de la empresa Telesat por dos años para transmitir servicios de televisión en español en Estados Unidos y Canadá a sus suscriptores. El valor de la renta del transpondedor es de US\$ 30 millones por año más US\$ 1 millón en concepto de servicio técnico que LQ debe abonar a Telesat. LQ tiene contratos suscriptos con sus clientes por US\$100 millones por año. Telesat no cumple con su contrato. LQ contrata los servicios de un bróker de transporte de cargas útiles, a quien paga US\$ 50.000 para que le consiga un transpondedor en otra compañía de satélites. Luego de un año, el broker consigue un transpondedor de EchoStar, quien le cobra a LQ US\$ 45 millones por un año. El primer año LQ no logró proveer servicios a sus clientes como consecuencia del

incumplimiento de Telesat. EchoStar no le exige un contrato de servicio técnico a LQ. Calculen los daños.

## **Clase 2: Contratos de transporte espacial**



La empresa INDAE S.A. ha celebrado un contrato de servicios de lanzamiento con la empresa International Launch Services Inc. (“ILS”), de lo Estados Unidos, para el lanzamiento del INDAESAT-1. ILS le comunica a INDAE S.A. que deberá demorar el lanzamiento del satélite para el segundo semestre de 2019 sin compensación alguna.

INDAE ha vendido un transpondedor a la empresa Intrusos TV donde se comprometió a traspasar la propiedad del mismo el día 14 de octubre de 2018.

El contrato, celebrado el 5 de diciembre de 2016, establece un período de lanzamiento entre el 14 de febrero y el 30 de septiembre de 2018 dentro del cual el lanzamiento deberá tener lugar conforme acuerden las partes sobre una propuesta del transportista.

El contrato también prevé que el transportista se reserva facultades para demorar, posponer y suspender un lanzamiento sin incurrir en responsabilidad alguna. En cambio, las posibilidades del usuario de suspender o demorar un lanzamiento están condicionadas a que las mismas se

produzcan con una determinada antelación a la fecha efectiva del lanzamiento y que la demora no supere cierto período breve de tiempo. En todos los casos, el usuario además de tener que afrontar los costos que implique para el transportista tal demora, se ve sujeto al pago de penalidades por cada día de demora producido.

- 1) Como abogados de INDAE S.A., redacten un email a la empresa ILS en respuesta a la comunicación de la demora en el lanzamiento del satélite de su cliente. ¿Qué argumentos legales pueden esgrimir para proteger a su cliente?
- 2) La empresa ILS les pide a Uds., sus abogados externos, que preparen un memorándum con el análisis legal ante una posible queja de INDAE S.A. por la demora en el lanzamiento del INDAESAT-1.

### **Clase 3: Financiamiento y Plan de Negocios Espaciales**

---

---

#### **INTEROFFICE MEMORANDUM**

---

---

**TO:** TODOS LOS ABOGADOS DEL ESTUDIO INDAE, INTERNATIONAL SPACE  
LAW CONSULTANTS

**FROM:** DR. JULIAN HERMIDA

**SUBJECT:** FINANCIAMIENTO ESPACIAL

**DATE:** 9/08/18










**CC:** DR. MARIO FOLCHI


---

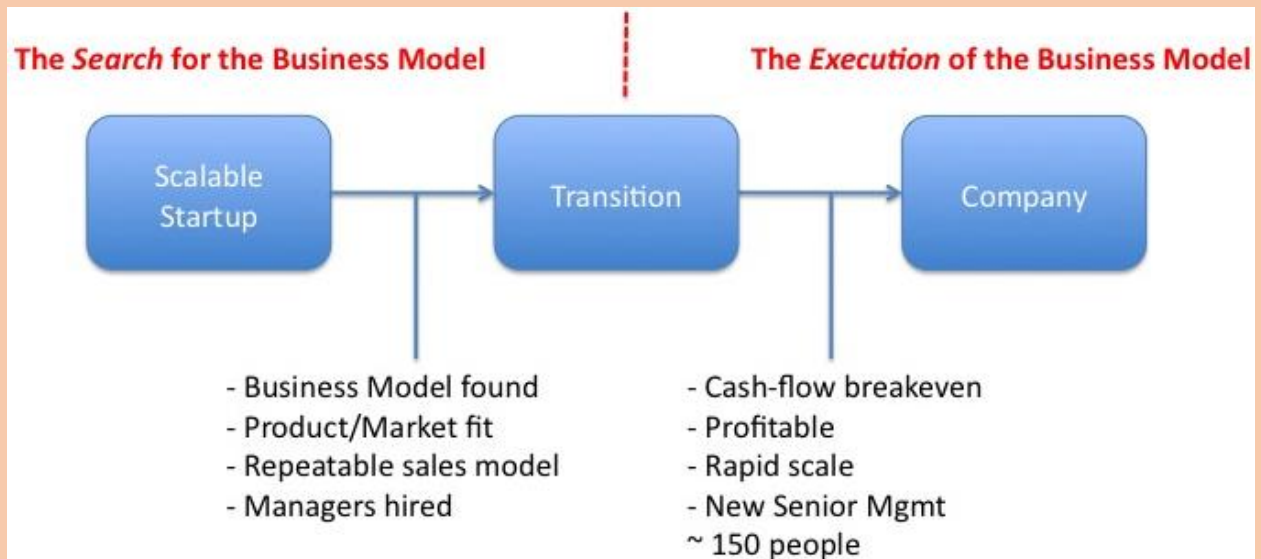
Un nuevo cliente, LQ Space Inc., desea ofrecer servicios de turismo espacial. El cliente no tiene claro qué servicio ofrecer dentro de turismo espacial ni cómo estructurar su modelo de negocios.

El cliente ha constituido recientemente una sociedad anónima en la Argentina y desea proveer estos servicios a individuos que residen en Argentina y otros países de Latino América.

Necesito que planifiquen la estrategia para desarrollar el modelo de negocios del cliente utilizando el *Canvas* de Modelo de Negocios (completar solamente la Propuesta de Valor, Clientes, Socios Claves, Actividades Claves y Estructura de Costos), y que redacten de manera convincente para generar interés en el negocio de nuestro cliente los siguientes aspectos del plan de negocios: (i) el análisis de la industria, (ii) la descripción del negocio, (iii) la competencia y, (iv) el resumen.

<small>Key Partners</small>  <b>(Key Partners)</b>	<small>Key Activities</small>  <b>(Key Activities)</b>	<small>Value Propositions</small>  <b>(Value Propositions)</b>	<small>Customer Relationships</small>  <b>(Customer Relationships)</b>	<small>Customer Segments</small>  <b>(Customer Segments)</b>
	<small>Key Resources</small>  <b>(Key Resources)</b>		<small>Channels</small>  <b>(Channels)</b>	
<small>Cost Structure</small> <b>(Cost Structure)</b> 		<small>Revenue Streams</small> <b>(Revenue Streams)</b> 		

www.businessmodelgeneration.com      The templates here are made available on the same CC license terms as the original canvas.      © 2012 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Business Model Generation, Inc.      



## Estructura del Plan de Negocio Espacial

### **Análisis de la industria**

El análisis de la industria espacial relevante al negocio planeado en el área geográfica, incluyendo oportunidades del mercado, las principales empresas que actúan y toda otra información relevante.

### **Descripción del negocio**

La descripción del negocio y el porqué de la necesidad de los fondos, incluyendo los objetivos a corto y largo plazo.

### **Competencia**

La competencia del negocio propuesto y las razones por las que el negocio propuesto tiene ventajas sobre la competencia existente.

### **Marketing**

Los clientes existentes, los posibles clientes y las estrategias de marketing previstas.

### **Organización de la empresa**

La organización de la empresa, identificando los participantes principales, sus roles y su importancia para el éxito del negocio propuesto y los planes para expansión,

**Capital**

En forma de narrativa se debe explicar el monto de dinero que será necesario, cómo será usado y una proyección de ingresos futuros.

**Estados financieros**

En forma de narrativa se deben resumir brevemente los estados financieros, incluyendo una proyección de ingresos para darle credibilidad y confianza al proyecto.

**Resumen**

De una extensión no mayor a dos páginas, se escribe último pero es colocado al principio del plan. De manera convincente y asertiva debe facilitar la comprensión del plan y generar interés en el proyecto.

**Clase 4: Presentaciones****Preparen una presentación grupal sobre los aspectos centrales del tema asignado**

- Las normas sobre cómo hacer negocios con la Agencia Espacial Europea.
- Las normas sobre cómo hacer negocios con la NASA.
- La Estación Espacial Internacional y las oportunidades comerciales en la investigación y desarrollo tecnológico.
- Japón: La Ley de Actividades Espaciales y los negocios en el espacio exterior.