

En todo está Roggio:

Negocios colaterales en Metrovías S.A.

En este Segundo Informe analizamos en profundidad el esquema de negocios estructurado por Metrovías para desviar todas las ganancias que puede generar la explotación del Subterráneo de Buenos Aires y el tren Urquiza en beneficio de su principal accionista, el Grupo Roggio.

Mayo 2012

Participaron en su elaboración **Hernán González Badián** y **Rafael Gentili**.



RAFAEL GENTILI
Diputado Porteño

Resumen

En un contexto signado por fuertes cuestionamiento hacía los operadores privados de los diferentes ferrocarriles de la Región Metropolitana de Buenos Aires, en el cual, además, no se avizora la puerta de salida al régimen de gestión y regulación que tantos beneficios les trajo a estos operadores, este informe pretende ser un aporte al debate sobre la concesión del Subterráneo de Buenos Aires, a cargo de Metrovías.

Profundizaremos y ampliaremos aquí lo esbozado en “Negocios Subterráneos: Deficiencias en la regulación de Metrovías S.A.”, **con énfasis en los negocios colaterales a la explotación del subte, llevados a cabo por Metronec S.A.**

Metronec es la compañía cabeza de la división Roggio Desarrollo de Negocios, a partir de la cual se explotan oportunidades de mercado con alta potencialidad. En el año 2000, Metrovías –empresa también del Grupo Roggio- suscribió con esta empresa un convenio mediante el cual se le cedía en forma exclusiva las facultades para la explotación comercial, arriendo de locales, espacios y publicidad en estaciones, coches e inmuebles y el tendido de fibra óptica en los túneles.

A lo largo del informe se exhibirá con claridad cómo el Grupo Roggio utiliza al ámbito del subte como plataforma para la incubación, desarrollo y lanzamiento de actividades lucrativas sin beneficio para la empresa concesionaria del subte ni para sus usuarios. Todo ello sumado a una extensa red de proveedores conformado por empresas del mismo Grupo Roggio que abastece al concesionario del subte.

Este esquema de negocios redundó en magnificas ganancias para Roggio y, al mismo tiempo, aumentos constantes en los requerimientos de ingresos por parte de Metrovías, lo cual se evidenció en el crecimiento de las transferencias directas por parte del Estado Nacional y en el reciente aumento de tarifas dispuesto por el Gobierno de la Ciudad.

En definitiva, veremos aquí cómo se repite el esquema vigente en la mayoría de las concesiones de los servicios públicos, de concesionarios pobres y accionistas y proveedores ricos.

RAFAEL GENTILI
Diputado Porteño

Información de Prensa

 rafael.gentili  rafagentili | www.rafagentili.com.ar

1. Esquema de Negocios de Metrovías

Metrovías S.A. es la empresa operadora de la red de subterráneos de Buenos Aires y el Ferrocarril Urquiza. En la actualidad, Benito Roggio Transporte SA posee el 90,66 % de las acciones, lo que representa el 96,96 % de los votos en mesa directiva de la empresa.

La empresa Metrovías es concesionaria de la red de transporte de subterráneo de Buenos Aires desde 1993, contrato de concesión llevado adelante mediante el Decreto N° 2608. El plazo de dicho contrato se extiende hasta diciembre de 2017, con posibilidad de ser prorrogado por períodos sucesivos de diez años¹.

En 1999 se llevó adelante una Addenda del contrato de concesión mediante Decreto N° 393 a partir del cual se redefinieron algunas condiciones. Allí se estableció como objetivo para la gestión del sistema que "El CONCEDENTE espera que los CONCESIONARIOS privados empleen modernas técnicas de gestión para mejorar la eficiencia y la calidad de los Ferrocarriles Metropolitanos. Esto, a su vez, inducirá una mayor demanda de servicios que se traducirá en una mayor cantidad de pasajeros transportados y de ingresos, reducirá los costos y tenderá a disminuir la necesidad de subsidios, lo que permitirá que el aporte de fondos públicos disponibles para el sostenimiento del servicio ferroviario metropolitano se canalice cada vez más hacia las inversiones de capital, con beneficios de largo plazo para la comunidad".

A lo largo del presente trabajo se intentara comprobar si efectivamente el esquema de negocios estructurado por Metrovías –y no objetado hasta ahora por el concedente– permitió cumplir con los objetivos mencionados.

Por otra parte, en la Addenda se determinó que el ingreso total del concesionario se conformaría con: la tarifa, el subsidio, los peajes, los ingresos por inversiones y los ingresos por explotaciones colaterales². Asimismo, se señaló que los contratos de arrendamiento o de concesión de inmuebles tales como terrenos, edificios, galpones, etc. ubicados en áreas operativas del grupo de servicios concedidos, son espacios que el concesionario podrá disponer para su arrendamiento u otra forma de explotación colateral.

En relación a los ingresos por explotaciones colaterales, Metrovías suscribió, el 7 de septiembre de 2000, con la empresa Metronec SA un convenio mediante el cual le cedía en forma exclusiva y excluyente de cualquier tercero, la totalidad de las facultades para la explotación comercial, arriendo de locales, espacios y publicidad en estaciones, coches e inmuebles y tendido de fibra óptica en los túneles. A cambio, Metronec SA abonó una llave de negocio de U\$S 15.000.000 más IVA, y se comprometió a pagar un canon mensual de U\$S 125.000 más IVA durante el período 2000-2008. Posteriormente, el canon sería de U\$S 166.667 más IVA para el plazo comprendido entre 2008 y 2017,

¹ Art. 5.1 Addenda al Contrato de Concesión de 1999.

² Art. 7 Addenda al Contrato de Concesión de 1999.

año en que finaliza el contrato de concesión. Dicho canon luego de la salida de la convertibilidad fue pesificado y ajustado por Coeficiente de Estabilización de Referencia (CER).

La empresa Metronec SA es la compañía del Grupo Roggio que tiene a su cargo la explotación de todos los negocios colaterales en el ámbito de los Subterráneos de la Ciudad de Buenos Aires y el F.C. Gral. Urquiza. Asimismo, es la compañía cabeza de la división Roggio Desarrollo de Negocios a partir de la cual se explotan oportunidades de mercado con alta potencialidad. La misma es controlada por Benito Roggio e Hijos SA y Benito Roggio Transporte SA que poseen el 5 y 95 por ciento de sus acciones respectivamente.

Los actividades que Metronec SA explota de forma directa o a través de sus empresas controladas abarcan los negocios inmobiliarios, la publicidad, internet y comunicaciones, el pago electrónico de boletos de medios de transporte, el segmento de micropagos, la comercialización de tarjetas de crédito, servicios financieros, seguridad y vigilancia, agencia de viajes y gerenciamiento de sistemas para transacciones en el ámbito de salud, entre las principales.

Asimismo, la sociedad controla de forma directa a Compañía Metropolitana de Seguridad SA, Traditum SA, C.P.S Comunicaciones SA (su nombre comercial es Metrotel), Multiplataforma SA y Educación Tecnológica SA. Por su parte, se ha desprendido de forma reciente de su participación accionaria en las empresas Monedero SA y Metroshop SA.

Sin lugar a dudas, el Subte representa para Metronec SA una plataforma de creación y lanzamiento de diversos proyectos comerciales. Dicha afirmación quedará evidenciada a partir de la información de las próximas secciones.

2. Los Negocios Colaterales

Bajo esta denominación se agrupan las actividades de arriendo de locales y espacios, la publicidad en estaciones, coches e inmuebles y el tendido de fibra óptica en los túneles. Tal como se señaló, la empresa Metronec SA paga un canon anual a Metrovías a fin de contar con la facultad de la explotación de la totalidad de estos negocios colaterales.

Según definiciones de la propia empresa, la subconcesión de los negocios colaterales fue una medida tendiente a aliviar el peso de las actividades llevadas adelante por Metrovías para focalizarse en el transporte de pasajeros. Dicha afirmación será estudiada a la luz de los beneficios que efectivamente trajo aparejado para el servicio concesionado esta política empresarial de Metrovías.

En el Cuadro N° 1 se presenta el flujo de transacciones entre Metrovías y Metronec en el período 2001 – 2011. En las siguientes secciones analizaremos la dimensión de cada uno de estos negocios colaterales y la ganancia que por su explotación obtiene Metronec.

Cuadro N° 1: Canon por Subconcesión, Comisiones y Asesoramiento

Año	Canon y llave de subconcesión	Comisiones	Asesoramiento en la Gestión del Servicio	Monto Neto Percibido por Metrovías
2001	\$ 931.875	-	\$ 0	\$ 931.875
2002	\$ 2.726.734	-\$ 303.492	\$ 0	\$ 2.423.242
2003	\$ 2.856.132	-\$ 683.157	\$ 0	\$ 2.172.975
2004	\$ 2.820.953	-\$ 1.111.075	\$ 0	\$ 1.709.878
2005	\$ 3.055.539	-\$ 1.286.209	\$ 0	\$ 1.769.330
2006	\$ 3.373.637	-\$ 1.508.426	\$ 0	\$ 1.865.211
2007	\$ 3.679.917	-\$ 1.699.206	\$ 0	\$ 1.980.711
2008	\$ 2.400.734	-\$ 1.787.301	-\$ 1.750.000	-\$ 1.136.567
2009	\$ 5.116.731	-\$ 2.031.890	-\$ 1.408.333	\$ 1.676.508
2010	\$ 5.034.811	\$ 0	\$ 0	\$ 5.034.811
2011	\$ 5.534.111	\$ 0	\$ 0	\$ 4.102.541
Total	\$ 37.531.174	-\$ 10.410.756	-\$ 3.158.333	\$ 22.530.515

Resulta necesario realizar algunas aclaraciones. El Cuadro 1 se encuentra confeccionado a partir del enfoque del concesionario del subte. Es decir, los importes que aparecen con signo positivo corresponden a flujos que Metrovías percibe por parte de Metronec. Mientras que los montos negativos representan sumas de dinero que Metrovías gasta, siendo las comisiones y asesoramiento a la gestión del servicio erogaciones del concesionario hacia Metronec. En la última columna se presenta el flujo neto producto de los ingresos menos los egresos de dinero que corresponden a lo que efectivamente Metrovías cobró por parte del subconcesionario.

Resulta de particular interés analizar lo expuesto. Si bien Metrovías recibe un canon anual por ceder la totalidad de los espacios a Metronec, dicho monto se ve atenuado por efecto de las comisiones cobradas a Metrovías, junto a montos específicos por “asesoramiento” por la gestión de negocios, entre empresas de un mismo dueño.

Es necesario remontarse al 27 de diciembre de 2001 cuando Metronec suscribió con Metrovías SA un contrato en el cual se entregaba al concesionario del subte la tarjeta Subtecard como medio alternativo de pago. En el marco de dicho contrato, Metrovías se comprometió a abonar a Metronec un cargo fijo mensual de U\$S 10.000 y un cargo variable mensual en función de las tarjetas vendidas. Dichas operaciones son las que originaron comisiones a pagar por parte de Metrovías a Metronec.

En lo que respecta al asesoramiento prestado por Metronec a Metrovías para los años 2008 y 2009 se desconoce su justificación, debido a que no se comprende exactamente que conocimiento podría brindarle Metronec al concesionario del subte.

Analizando la información precedente se evidencia que el costo en el que realmente incurre Metronec para hacerse de la totalidad de las áreas de publicidad y espacios para locales es poco relevante para la envergadura del negocio. De hecho, en el año 2008 Metrovías mostró una posición deficitaria, teniendo que pagarle a Metronec valores cercanos a \$1.1 millones. Esto es una flagrante evidencia de que los negocios colaterales que surgen a partir de la explotación del servicio del subte traen escasos o nulos beneficios para el concesionario.

Para el resto de los años la situación no es mucho mejor, siendo que Metrovías percibe un monto insignificante a la luz del crecimiento tanto del precio como de los metros cuadrados disponibles para comercializar en concepto de publicidad.

Observando el magro canon que paga Metronec a Metrovías, el monto total entre 2001 y 2011 ascendió a \$ 37.531.174 (ver cuadro N°1). Pero, por efecto del pago de comisiones y cargos por asesoramiento, lo que verdaderamente percibió Metrovías –en estos 11 años- fueron \$ 22.530.515 (a razón de \$ 2.048.229 por año). Es decir, un 40% menos de lo que Metrovías hubiera recibido en caso de haber embolsado en términos netos los \$37.5 millones. En consecuencia, no solo el canon es un monto muy pequeño en relación a la magnitud del negocio, sino que las comisiones y cánones de asesoramiento reducen aun más dicho monto.

A continuación analizaremos la magnitud de cada uno de estos negocios colaterales, partiendo de información que surge de los balances de ambas empresas y cotejándola con otras fuentes públicas y privadas.

Explotación de Espacios y Locales Comerciales

Según sus propios balances, Metronec contaba, en 2010, con 3.508m² para el arrendamiento de locales comerciales a empresas de rubros tales como bancos, gastronomía, drugstore, telefonía móvil, consumo masivo, etc. Al mismo tiempo, ha concesionado espacios para la instalación de maquinas expendedoras de snacks, bebidas y café en algunas estaciones de la red. Esto le ha permitido ingresar y comenzar a posicionarse en la industria del "vending". La disponibilidad de espacios aun potencialmente explotables es importante, en consecuencia se presume que los m² susceptibles de ser explotados está en constante aumento.

La importante densidad de pasajeros sumado a su perfil o nivel socio-económico (medio y medio-alto)³ hacen que los valores de los locales del subte estén a la par de los locales en avenidas comerciales.

Según un relevamiento privado⁴, ajustados a diciembre de 2011, los valores de los locales comerciales en las principales arterias de la Ciudad de Buenos Aires presentaban los siguientes valores:

- Peatonal Florida: U\$S 107.1 m²
- Av. Cabildo y Juramento: U\$S 76.5 m²
- Santa Fe y Callao: U\$S 67 m²
- Santa Fe y Pueyrredor: U\$S 74 m²

Esto arrojaría un precio promedio de U\$S 74 por m² en las calles y avenidas comerciales de alta confluencia. Si eso lo multiplicamos por la cantidad de m² disponibles, consignados en los balances de Metronec, la facturación anual total por el rubro alquiler de locales y espacios comerciales ascendería a \$13.679.8205.

³Según datos de INTRUPUBA el 88,3 % de los pasajeros tiene un nivel socio-económico medio o superior. Esto se refuerza, por ejemplo, en el nivel educativo de los pasajeros: el 90.4% posee secundario o más y el 55.2% posee terciario completo, universitario incompleto o universitario completo.

⁴Informe elaborado por Colliers Internacional " Research & Forecast Report Buenos Aires 2011",

<http://dsg.colliers.com/document.aspx?report=2208.pdf>

⁵Tomado al tipo de cambio 1U\$S igual a \$4.40.

Explotación de Publicidad en Estaciones, Andenes y Vagones

Sin dudas, este es el rubro de mayor desarrollo y facturación, siendo el “corazón” de los negocios colaterales por su alta rentabilidad. Según datos de la CNRT, el Subte, Premetro y Ferrocarril Urquiza transportaron 329 millones de pasajeros en 2011, lo que arroja una confluencia aproximada 1.2 millones de usuarios por día hábil.

El negocio de la publicidad en estos tres medios de transporte se estructura de forma clara bajo un esquema de comercialización que presenta además de Metrovías y Metronec, a un tercer actor, Estatic S.A., que es la empresa subcontratada por Metronec para la comercialización de la publicidad, desarrollo de nuevos espacios, productos no tradicionales y el contenido de SubTV. En el Anexo N° 1 se detalla un mapa de las empresas involucradas en el negocio, haciendo hincapié en el circuito de servicios prestados y flujos monetarios.

Inicialmente, la explotación de esta actividad estaba tercerizada en dos empresas del mercado publicitario: Estatic S.A. y Enterprise S.A. En Agosto de 2005, la empresa Estatic S.A. compró las acciones de Enterprise S.A. y en la actualidad controla el 95 % del capital de dicha empresa. Como consecuencia de la operación de adquisición mencionada, Estatic S.A. incorporó los relojes ubicados en los andenes y los indicadores de próxima estación alojados en el interior de los vagones. De esta manera, la empresa pasó a comercializar, en forma exclusiva, la totalidad de los medios publicitarios y promocionales de la red de Subterráneo de Buenos Aires.

Vía Subte, empresa controlante de Estatic S.A.⁶, cuenta con cuatro divisiones o segmentos de negocios: Vía Subte, Vía Shopping, Vía Retail y Vía Trenes. Vía Subte es el departamento a través del cual se comercializa los productos publicitarios en la red de Subterráneos de Buenos Aires, contando con la exclusividad en el subte, un verdadero nicho de negocio.

Según afirmaciones de la propia empresa, en la vía pública exterior la exposición de los potenciales consumidores a la propaganda es corta, no mayor a siete segundos, mientras que en el subte la persona permanece cuatro o cinco minutos esperando en la estación. Asimismo, el tiempo de viaje promedio es de 15 minutos lo que genera la posibilidad de captar la atención de los pasajeros a través de publicidad dentro de los vagones. Esto es a lo que la empresa llama un mayor índice de recordación por parte de los usuarios. Es decir, la factibilidad de comercializar publicidad en el subte ofrece una ventaja comparativa estructural respecto al resto de los medios disponibles.

Conforme a los relevamientos realizados, la empresa ha desarrollado una importante cantidad de alternativas para vender y colocar publicidad en el subte. Según información brindada por la compañía, es posible exhibir publicidad a través de 11 medios tradicionales y 15 medios "especiales".

⁶ La compañía Estatic SA cuenta con dos accionistas: el mayoritario es Grupo Vía el cual posee el 88 % de las accionistas, mientras que el minoritario es Metrocop SA con el 12 % de las mismas.

Esto evidencia el importante crecimiento del negocio, ganando cada vez más espacios dentro del ámbito del subterráneo.

Por otra parte, según un informe realizado por la Asociación Argentina de Publicidad (AAP), hasta 2008 la relación inversión en publicidad respecto al PBI rondo valores cercanos a 0,82%. En 2009 y 2010 dicho coeficiente aumento a valores cercanos a un punto porcentual del Producto Bruto Interno, demostrando el dinamismo del sector. El comportamiento de sector es fuertemente pro-cíclico, con importantes aumentos en períodos de auge de la actividad económica. A continuación se presentan los montos de la inversión publicitaria en el período 2003 a 2010:

Cuadro Nº 2: Inversión Publicitaria 2003 a 2011 en Argentina (en millones de pesos)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TV Abierta	914,90	1.138,10	1.547,90	1.939,70	2.376,90	2.945,80	3.416,00	4.833,60	7.329,00
TV Cable	122,70	150,90	230,00	352,00	450,70	614,50	816,00	1.033,60	6.217,00
Diario	963,30	1.107,80	1.526,80	1.700,00	2.041,20	2.516,30	2.852,00	4.124,50	5.668,00
Revista	128,30	181,80	255,40	283,90	343,00	374,40	423,00	582,50	781,00
Radio Capital	82,70	93,50	126,20	151,30	190,60	244,90	310,00	395,70	526,00
Vía Pública	128,00	188,20	218,40	319,40	377,70	549,80	604,80	676,50	828,00
Cine	36,90	43,50	56,70	65,70	100,70	113,00	127,60	166,40	215,00
Internet	16,90	24,00	32,50	91,00	151,00	236,00	353,00	527,60	1.147,00
Producción	245,80	296,90	409,60	491,90	600,30	744,00	868,60	1.218,90	1.589,00
Total General	4.642,50	5.228,70	6.408,50	7.400,90	8.639,10	10.346,70	11.780,00	15.569,30	18.082,00

Fuente: Informe oficial de inversión publicitaria 2010 en la Argentina - Asociación Argentina de Publicidad.

Como queda de manifiesto, la evolución de la publicidad aumentó de 2003 a 2011 un 389%, pasando de \$ 2.600 millones a \$ 18.082 millones. Asimismo, en lo referido específicamente a publicidad en vía pública⁷ es posible observar una evolución por encima de la media, pasando de valores cercanos a los \$ 128 millones en 2003 a \$ 828 millones en 2011. Lo cual representa un aumento punta a punta de 647%.

Estimaciones de la Magnitud del Negocio

Es de vital importancia realizar algún aporte referido a la magnitud del negocio de la publicidad en el Subterráneo de Buenos Aires. Si bien dicho análisis no pretende ser exhaustivo, y solo una profunda auditoría estatal permitiría tal nivel de detalle, consideramos pertinente dicho esfuerzo.

Se ha optado por elaborar una metodología con el objetivo de estimar un horizonte de negocio lo más cercano a la realidad. Sin perjuicio de ello, lo calculado en la presente sección es una conjetura conservadora de la magnitud potencial del negocio.

⁷ La publicidad en el Subterráneo de Buenos Aires es considerada como Vía Pública.

En primera medida, hemos tomado y trabajado con los precios públicos exhibidos en la página web del Grupo Vía. Asimismo, se ha consultado a especialistas del sector publicitario con conocimiento específico en la cuestión a fin de determinar la cantidad de espacios disponibles en el subte. Todo ello utilizando como variable de control la información brindada por la empresa comercializadora en sus diferentes canales de comunicación, a fin de corroborar y ajustar los parámetros de cálculo.

Por su parte, se ha optado por tomar un comportamiento moderado en el cálculo, por tal motivo se han seleccionado los tipos de publicidad con mayor demanda, reduciendo el total de 26 tipo a tan solo 8. Además, se ha agregado como "residuo" del cálculo todos aquellos medios comercializados no incluidos en los 8 tipos seleccionados. El residuo del negocio fue denominado "Resto de alternativas" en el Cuadro N° 2 y representa solo el 15 % de la facturación total⁸. Asimismo, a partir de relevamientos empíricos y consultas con especialistas se ha estimado un factor de ocupación anual promedio por cada tipo de canal publicitario. El mismo varía entre un 10 % y un 70% según la alternativa. Por su parte, se ha computado un factor de descuento sobre el precio de lista mensual con IVA del orden del 30%, valor que fue cotejado y corroborado con el resto de las prácticas del sector y con las políticas particulares de la empresa. A continuación en el Cuadro N° 3 se exhiben los montos estimados: **Cuadro N° 3: Estimación Negocio de Publicidad en el Subte (en pesos valores 2011)**

Tipo	Precio Unitario Mensual (de lista con IVA)	Factor de Ocupación (promedio anual)	Disponibilidad (cantidad de espacios)	Bonificación sobre precio de lista	Facturación Anual (con IVA)
Bocas de Acceso	2.662	70 %	312	30 %	4.883.559
Transluminados	4.162	70 %	156	30 %	3.818.086
Afiches	549	70 %	3.000	30 %	9.676.128
Sextuples	4.437	70 %	600	30 %	15.652.560
Vagones	4.840	10 %	658	30 %	2.675.165
Indicadores	3.630	70 %	132	30 %	2.808.923
Relojos	3.630	70 %	312	30 %	6.659.453
Escaleras	4.477	10 %	215	30 %	808.546
Resto del alternativas					8.008.367
Total					54.990.787

Fuente: Elaboración propia en base a información de precios de Grupo Via S.A.

⁸ Este supuesto se justifica por el hecho de que los medios denominados "no tradicionales" o "especiales" se utilizan mayormente para campañas publicitarias muy puntuales y acotadas en el tiempo. Es por ello que si bien sus valores de comercialización son elevados, dicho tipo de publicidad no es tan recurrentes.

El resultado de este ejercicio de estimación arroja un nivel de negocio con valores superiores a los \$ 54.9 millones anuales. Debe tenerse en cuenta que si el concesionario del subte explotase por sí y no a través de terceros dicho negocio el margen de ganancia sería muy significativo. Esto se debe a que los espacios del subte representan una ventaja comparativa estructural, siendo únicamente necesaria mano de obra para la colocación y mantenimiento de los carteles ya que los soportes para la publicidad son parte de la explotación por parte del concesionario. Debe mencionarse adicionalmente que la producción gráfica de la cartelería que finalmente se coloca en los canales publicitarios no se incluye en los precios unitarios mensuales esbozados, sino que la empresa comercializadora lo factura aparte.

El resultado obtenido ha sido producto de un ejercicio de estimación mesurada, por cuanto el volumen potencial del negocio podría alcanzar valores muy superiores.

Algunas Reflexiones sobre el Negocio de la Publicidad en el Subte

Se observan dos fenómenos bien definidos dentro del actual esquema de gestión y negocios de la publicidad en el subte.

Por un lado, el canon anual que recibe Metrovías es insignificante en términos de la magnitud del negocio. Resulta inconcebible que la empresa Metronec pague un canon fijo hasta la finalización del contrato cuando queda en evidencia que, la publicidad en el subte y los medios de difusión masivos de propaganda en general, exhiben un crecimiento extraordinario en los últimos años. Esto tiene una consecuencia evidente, el concesionario del subte recibe montos fijos por ceder espacios que presentan una potencialidad de negocio muy importante. Es decir, buena parte de la ganancia que debería ir a los flujos de ingresos de Metrovías es canalizada, a través de la compleja estructura antes descrita, hacia Metronec y Vía Subte, aumentando en vez de disminuir los subsidios o el nivel tarifario requerido.

Por otro lado, la posesión de la exclusividad por parte Metronec y por intermedio de la subcontratada Vía Subte, del negocio de la publicidad en el subte otorga un nicho comercial con un crecimiento potencial importante. Esto se observa a partir del relevamiento en el cual ha podido contabilizarse un total de 26 alternativas de comercialización de espacios publicitarios dentro del subte, lo cual se contrapone con el monto fijo que recibe Metrovías por ceder todos los espacios explotables comercialmente.

Esta situación queda evidenciada, y refuerza lo afirmado hasta aquí, a partir de la reunión del 9 de Marzo de 2012 correspondiente a la Asamblea conformada por los accionistas de Metrovías SA9. En dicha reunión los representantes de la ANSES, entidad pública que posee el 8.55 % de las acciones de Metrovías, solicitaron rever el contrato celebrado con Metronec SA en función de entender que el canon mensual debe ser incrementado luego de la incorporación de nuevas estaciones a la red, dado que ello trajo aparejado una mayor cantidad de pasajeros transportados. Además, se señala que el tiempo transcurrido desde la firma del acuerdo ha sido importante, y el canon no se ha visto alterado. Cabe señalar que las mociones de los representantes del accionista minoritario de Metrovías fueron rechazadas, por cuanto el accionista mayoritario Benito Roggio Transporte SA posee el 96,96 % de los votos en la mesa directiva.

Ante este panorama, no resulta evidente el motivo por el cual el canon mensual abonado por Metronec SA no se ajusta anualmente en función de un índice de precios y de cantidades. Esto obedece a que, por un lado, el valor del m2 de publicidad aumento por efecto de la inflación. Por otra parte, la cantidad de espacios susceptibles de ser comercializados dentro del subte también fueron en aumento, en consecuencia la confluencia de ambos factores torna injustificable el pago de un canon fijo.

Cableado de Fibra Óptica

En septiembre de 2001, Metronec y Prominente (otra empresa del Grupo Roggio) comenzaron a controlar CPS Comunicaciones S.A., conocida en el mercado como Metrotel. La compañía es proveedora de servicios de telefonía prepaga y básica, obras de instalación de fibra óptica, acceso a internet y conexiones punto a punto e inalámbricas, prestando servicios en Capital Federal, Gran Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Neuquén.

En la Ciudad de Buenos Aires cuenta con un tendido de red de más de 1000 km de fibra óptica, de los cuales más del 50% se extiende utilizando la infraestructura del subte y el ferrocarril Urquiza, explotados por Metrovías. Así, la compañía llega con fibra óptica hasta la puerta de los edificios que circundan el subte y el tren Urquiza, y a partir de allí instalan el cobre para llegar a cada unidad. Asimismo, la empresa vende como un diferencial del servicio el hecho de la red se encuentra a lo largo de los túneles del subte, lo que la vuelve más segura que la del resto de las empresas. Esto se debe a que los cables no están sometidos a los arreglos en la vía pública y las obras de mayor trascendencia.

Según definiciones de la propia empresa, Metrotel tiene la misión de desarrollar y explotar productos y servicios de telecomunicaciones en distintas áreas de negocios con ventajas competitivas, buscando la satisfacción de los clientes, el crecimiento continuo y la rentabilidad con innovación tecnológica.

⁹ Información documentada en Balance Metrovías SA 2011. Acta N° 375 de la Sociedad Metrovías SA. Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Metrotel se relaciona comercialmente con Metrovías a través de dos canales. En primera medida como proveedora, y en segunda medida, como subconcesionaria del contrato para la explotación de los negocios colaterales.

A continuación se presentan las transacciones resultantes de su condición de proveedora de Metrovías: **Cuadro N° 4: Operaciones entre C.P.S Comunicaciones y Metrovías**

	Concepto		Total
	Servicios	Ejecución de Obras	
2001	\$-19.059		\$-19.059
2002	\$-40.937		\$-40.937
2003	\$-31.725	\$-1.293.247	\$-1.324.972
2004	\$-28.951	\$-530.604	\$-559.555
2005	\$-95.460	\$-59.083	\$-154.543
2006	\$-203.627	\$-17.277	\$-220.904
2007	\$-193.635		\$-193.635
2008	\$-234.367		\$-234.367
2009	\$-161.249	\$-1.069.605	\$-1.230.854
2010	\$-227.314		\$-227.314
2011	\$-336.493,00		\$-336.493,00
Total	\$-1.572.817	\$-2.969.816	\$-4.542.633

Fuente: Balance Metrovías varios años- Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Del análisis del flujo de transacciones entre la empresa y Metrovías es posible observar el volumen de operaciones por los servicios de telefonía, enlace punto a punto e internet. Asimismo, a lo largo del período analizado se exhiben algunas operaciones por ejecución de obras. La más reciente erogación, para el año 2009 por valores cercanos a \$ 1 millón, corresponde al proyecto llevado adelante por Metrotel en asociación con Cisco para la provisión de internet inalámbrico para las estaciones del subte.

Por su parte, respecto a los negocios colaterales, debe mencionarse que el 4 de Octubre de 2001, Metronec SA cedió parcialmente y en forma exclusiva a C.P.S Comunicaciones SA los derechos y facultades de explotación que tiene y le corresponden a dicha empresa en virtud del contrato de subconcesión que le fuera otorgado por Metrovías. Dicha cesión se refiere específicamente al derecho de explotación de los espacios existentes en los túneles del Subterráneo de Buenos Aires,

aunque no se especifica si la cesión ha sido realizada a título gratuito u oneroso. El objetivo último de la empresa es la instalación de las redes de fibra óptica propias para la prestación de los servicios que la compañía ofrece. Dicho cableado es apto para la transmisión de datos (internet), telecomunicaciones, radio y teledifusión.

Tal como se observa en el Cuadro N° 4 no existe ninguna retribución a Metrovías por la utilización de los espacios en los túneles efectuada por Metrotel. Si bien no se posee información acerca de si la empresa Metrotel abona a Metronec por la cesión de parte del convenio para la explotación de los colaterales, lo que queda demostrado es que no existe erogación alguna hacia el concesionario del subte. Es decir, visto desde el foco del concesionario, el canon que paga anualmente Metronec a Metrovías incluye no solo la explotación de los espacios de la publicidad y los locales comerciales, sino también la potestad por parte de C.P.S Comunicaciones para la utilización de los espacios en los túneles.

Resulta de particular interés señalar que en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la Ley Tarifaria en su artículo 44 establece que las canalizaciones en el subsuelo que no sean de TV por cable deben pagar anualmente un canon anual de \$14.65 por metro lineal. Siendo que Metrotel cuenta con un tendido de red de alrededor de 500 km a través de los túneles del subte, la empresa se ahorra de pagar al GCBA, por año, la suma de \$7.325.000 por este concepto. O sea, que no paga nada a Metrovías y además se ahorra de pagar esa cifra, lo cual pone en una posición de competencia desleal al resto de los proveedores de internet por fibra óptica, que si abonan dicho impuesto.

Todo lo expuesto vuelve a dejar en claro que el desarrollo de negocio de la empresa Metrotel, controlada por Metronec SA, se sirve de la plataforma del subte para el crecimiento de su actividad y le genera un ahorro de \$7.32 millones anuales en concepto de impuestos. Dichos flujos podría disminuir los requerimientos de ingresos a Metrovías, aunque como se evidencia dichos montos son fugados hacía empresas privadas sin generar ningún beneficio para el concesionario.

3. El Subte como Plataforma de Nuevos Negocios

La explotación de negocios colaterales no se encuentra limitada únicamente a la publicidad y espacios comerciales. En esta sección se expondrán aquellas actividades colaterales que encuentran como punto común al ámbito del subterráneo como plataforma para el desarrollo de negocios.

La concesión otorgada a Metrovías SA ha abierto la puerta para que su accionista principal pueda desarrollar actividades por fuera de la explotación principal, sin ningún beneficio para el concesionario ni para los usuarios. El denominador que aúna dichas actividades comerciales es la utilización de los espacios cedidos en la concesión para el desarrollo y crecimiento de diferentes negocios privados. La confluencia masiva de pasajeros que presentan mayormente un nivel socioeconómico medio o medio-alto es un importante polo de atracción para el desarrollo de actividades que requieren asegurarse una demanda consistente.

En esta sección se retoman y profundizan algunos puntos del informe “Negocios Subterráneos: Deficiencias en la regulación de Metrovías SA” en el cual se describen y exponen las relaciones entre Metrovías y su red de proveedores.

Subtecard, Monedero y Metroshop

El negocio de las tarjetas para el pago electrónico, en un principio solo del boleto del subte y el ferrocarril Urquiza, tiene sus orígenes junto al resto de las explotaciones colaterales en el año 2001. En diciembre de dicho año, Metronec SA firmo un convenio con Metrovías en virtud del cual le cedía el uso de la tarjeta Subtecard previamente desarrollada. A cambio, el concesionario del subte debía pagar un monto fijo de U\$S 10.000 mensuales y un cargo variable mensual en función de las tarjetas vendidas¹⁰. A partir de aquí resulta evidente cómo el Grupo Roggio a través de Metronec ha persistido en desarrollar actividades y negocios utilizando a la explotación del subte como punto de partida.

Posteriormente, en 2004 se crea la empresa Metroshop SA, sociedad entre Tarshop SA (Tarjeta Shopping)¹¹ y Metronec SA (Subtecard).

Entre las actividades que hacen a su objeto social se incluye la emisión, desarrollo y explotación comercial de una tarjeta de crédito denominada “Tarjeta Shopping Metroshop”. La conformación de la nueva sociedad a partir de dos empresas en funcionamiento comenzó a ofrecer la posibilidad de

¹⁰ Dicho contrato fue sometido al proceso de pesificación a razón de un peso=un dólar.

¹¹ Tarjeta Shopping es un desarrollo de la sociedad Tarshop SA cuyos accionistas actuales son el Alto Palermo centros comerciales con una participación del 80% y León Halac (20%), creador de Provencred, socio fundador de Tarjeta Shopping.

pago para el acceso al subterráneo de la Ciudad de Buenos Aires y Ferrocarril General Urquiza, (atributos y beneficios que poseía la Tarjeta Subtecard) y la posibilidad de compra en la totalidad de los comercios adheridos a Tarjeta Shopping.

Según dichos de la propia empresa, Tarjeta Shopping es un proyecto integral que abarca procesamiento, administración, emisión de resúmenes, gestión de mora y administración de estudios externos, propietaria del software, con desarrollos y adaptaciones realizados a medida por programadores propios, marketing, comercialización, evaluación y altas de clientes, finanzas, call center, atención a socios, adhesión de socios y de comercios, cumpliendo la función de entidad procesadora, emisora y pagadora. El principal canal de comercialización se encuentra en las líneas de Subterráneos de Buenos Aires y los principales Shoppings.

La alianza estratégica de los accionistas permitió desarrollar un negocio de servicios financieros y crédito al consumo utilizando la clientela cautiva del subte, sumado a la experiencia y know how en la comercialización de productos financieros en zonas de masiva concurrencia de Tarshop. El desarrollo en un principio de Subtecard por parte de Roggio y su posterior comercialización a Metrovías sirvo como plataforma de negocios para la ulterior unión y creación de Metroshop S.A. Una vez más se evidencia que los pasajeros transportados por el subte son utilizados como elemento central en la proliferación de emprendimiento privados alrededor de la prestación del servicio de transporte de pasajeros.

El aprendizaje del negocio y los desarrollos tecnológicos y de software permitieron al Grupo Roggio poner en marcha la Tarjeta Monedero. La misma se consolidó progresivamente como referente en el segmento del pago de boletos, pero ahora no solo para el subte y el ferrocarril Urquiza sino también para algunas líneas de autotransporte público de pasajeros. Sumado a ello, la versatilidad de la plataforma sobre la cual se administra el funcionamiento la tarjeta permitió incursionar en la esfera de los micropagos. En la actualidad, según datos de la empresa, existen 3 millones de tarjetas emitidas y 2800 validadores de carga y consumo instalados.

El 27 de marzo de 2007 Benito Roggio Transporte (principal accionista de Metrovías y de Metronec) celebró con la Municipalidad de Neuquén un contrato de concesión -producto de ser la adjudicataria de la licitación pública Nº 1/2006- del servicio de cobro, pago, expendio de pasajes y abonos del Sistema Público de Transporte Urbano de Pasajeros por Ómnibus de la ciudad de Neuquén. A cambio de prestar el servicio, la sociedad recibe el 10.26 % de la totalidad de los ingresos de todas las empresas que integran el sistema. En la Ciudad de Neuquén existe una única empresa operadora denominada INDALO SA, la cual presta el servicio de todos los ramales que operan en dicho distrito. Según los datos de 2011 la empresa facturo en concepto de venta de pasajes \$ 28.305.708, por lo cual el 10.26 % de dicho monto asciende a \$ 2.904.165,64 anuales¹².

Todo ello producto de la experiencia adquirida por Metronec a partir de Subtecard y Monedero.

¹² El monto de la recaudación total para 2011 surge de datos públicos utilizados por la Secretaria de Transporte de la Nación para la liquidación de los subsidios.

Posteriormente, en 2009 la implementación del Sistema Único de Boleto Electrónico (SUBE) por parte de la Secretaría de Transporte de la Nación comenzó por desplazar del negocio a Monedero. Pese a ello, el desarrollo del sistema que la empresa Metronec había realizado a través de Monedero le sirvió como antecedente para ganar la licitación junto con Siemens e Indra por un monto cercano a los U\$S 55 millones para la implementación del SUBE.

La plataforma sobre la cual se montó el SUBE se lanzó a comienzos de 2002 en lo que originalmente era el sistema de Subtecard. La licitación que ganó la UTE integrada por Metronec resultó adjudicataria de la provisión, instalación, puesta en marcha y mantenimiento de equipos validadores para colectivos, consolas de conductor, terminales de inspección y concentradores de transacciones para el SUBE. También Metronec junto a Siemens resultaron adjudicatarias de la provisión, instalación, mantenimiento y puesta en marcha de un sistema integral de gestión de back-office, liquidación a prestadores, switch transaccional, aplicación para tarjeta, módulo de seguridad e infraestructura informática para el SUBE. En 2011 la empresa del Grupo Roggio fue nuevamente beneficiaria de una ampliación de la licitación inicialmente asignada a la UTE Metronec-Siemens-Indra. En dicha oportunidad Metronec fue la compañía que proveyó el 55% del total de la ampliación.

Luego de la consolidación de los segmentos de negocios de Metroshop y Monedero, ambas compañías fueron vendidas. Por el lado de Metroshop, el 50 % que pertenecía a Metronec fue vendido el 21 de mayo de 2010 al accionista que poseía la otra mitad del capital, Alto Parlermo SA. Por su parte, Monedero luego de perder parcialmente el negocio del pago electrónico de boletos de distintos medios de transporte reconvirtió y encauzó su negocio, posicionándose en el segmento de los micropagos (consumos de bajo monto y gran masividad como quioscos, peajes, etc). Ello le permitió atraer los intereses de VISA, que finalmente compró la empresa en marzo de 2012.

El inicio del proceso de negocios antes descripto tiene un punto de partida claro: la explotación de negocios colaterales por parte de Metronec SA – empresa cabeza del Grupo Roggio en actividades tales como la publicidad, servicios inmobiliarios, software, turismo, etc- a partir de los convenios firmados con Metrovías. El proceso y devenir de los diferentes emprendimiento ha permitido al Holding Roggio hacerse de una serie de empresas que toman como base el público cautivo del Subterráneo de Buenos Aires, sin ningún beneficio para el concesionario del subte ni mucho menos para los usuarios.

Red de Proveedores propios

Para el funcionamiento y el normal desarrollo del concesionario del subte la empresa requiriere el abastecimiento de una amplia gama de bienes y servicios, con diferentes grados de especificidad y complejidad. Los rubros y funciones que demanda la prestación del servicio son: higiene en estaciones, vagones y edificios; servicios de seguridad y vigilancia; servicios de recaudación; reparación de material rodante; sistemas de comunicación y telefonía; servicios de computación; ejecución de obras de mantenimiento y ampliación del servicio. A ello se suma, el personal de boletería, conductores, choferes y administrativos.

El Grupo Roggio controla las acciones de Metrovías a través de Benito Roggio Transporte SA. Y el mismo se ha consolidado como un holding de empresas altamente diversificadas, con compañías que se desenvuelven en rubros tan variados como construcción, transporte, ingeniería ambiental, servicios sanitarios, entretenimiento y turismo, tecnología e informática, concesiones viales y desarrollos inmobiliarios.

En el Anexo Nº 2 se exhiben los montos correspondientes a las operaciones realizadas entre Metrovías y las empresas proveedoras pertenecientes al Grupo Roggio entre 2001 y 2011. En dicho esquema es posible apreciar el amplio espectro de actividades y rubros abastecidos por empresas controladas por Benito Roggio Transporte SA y Metronec SA. El monto total de las operaciones entre proveedores del Grupo Roggio y Metrovías en el período mencionado asciende a \$ 919.635.02013.

Por su parte, resulta relevante destacar las actividades llevadas adelante por Prominente SA. La compañía es la encargada del gerenciamiento y operación del Departamento de Sistemas de Metrovías, desde el 27 de Junio de 2003. Sin perjuicio de ello, Prominente SA ya era proveedora antes de la tercerización completa del sector. Los montos erogados por el concesionario en 2001 ascendían a \$3.5 millones, mientras que para 2011 fueron de \$10.2 millones.

Por su parte, Cía. Metropolitana de Seguridad es la encargada de los servicios de vigilancia y seguridad, llevando adelante además tareas del control de evasión del pago de boleto y la asistencia al pasajero. La suma acumulada entre 2001 a 2011 por el pago del servicio es de \$68 millones.

Asimismo, Taym SA era la compañía que prestaba servicio de limpieza en vagones y estaciones. En Diciembre de 2006 a partir de los acuerdos alcanzados en respuesta a los reclamos gremiales, se firmó la resolución anticipada del servicio de limpieza incorporando al personal afectado al cumplimiento del contrato a la nómina laboral de Metrovías. Por su parte, Neoservice SA prestaba servicio de vigilancia y seguridad, y servicios de recaudación. A partir de 2007 los trabajadores fueron absorbidos, tal como ocurrió con Taym, por Metrovías.

Un caso que merece particular atención es la empresa Benito Roggio FerroIndustrial. La firma brinda soluciones para la industria ferroviaria y automotriz, realizando trabajos de reacondicionamiento y reparación de vagones, locomotoras y boogies, material eléctrico y fabricación de cajas para camiones

¹³ Valores ajustados a 2011 mediante Índice de Precios Implícitos (IPI) del PBI.

recolectores de basura, entre otros. La compañía fue creada en 2008 y su puesta en pleno funcionamiento se realizó en 2010. Según especialistas del sector, la empresa fue creada para disputarle el mercado a otras firmas ya existentes. En 2010 se registraron en el Balance operaciones de bajo monto con Metrovías. En 2011 las operaciones entre el concesionario del subte y la empresa ascienden a \$ 1.016.070. Con anterioridad, los trabajos que ahora pasaran a manos de la reciente empresa del Grupo Roggio eran enviados a la actual competidora, Emprendimientos Ferroviarios, del holding de los hermanos Cirigliano.

Ingresos Brutos anuales de Metrovías y Metronec

Hasta aquí hemos calculado los posibles ingresos que Metronec podría tener por la explotación de los negocios colaterales del subte, utilizando la información que figura en sus balances y otras fuentes alternativas. Así y todo con esos datos es difícil precisar la magnitud del negocio que lleva adelante Metronec. O, dicho de otra manera, lo que deja de facturar Metrovías.

Para ello hemos calculado los ingresos de ambas compañías para los años 2010 y 2011 a partir de lo que han pagado de Ingresos Brutos.

Cuadro Nº 5: Los Ingresos Brutos de Metronec y Metrovías

Año	Ingresos Brutos Metronec	Ingresos Brutos Metrovías
2010	\$ 204.389.930,67	\$ 150.699.320,00
2011	\$ 170.497.656,67	\$ 235.836.354,67

Fuente: Elaboración Propia en base a lo pagado por Ingresos Brutos.

Como puede notarse, en 2010 la empresa Metronec percibió ingresos brutos mayores a los de Metrovías. Y si bien en 2011 dicha situación se revierte, los ingresos brutos de Metronec representan el 72 % de los de Metrovías. Ahora bien, mientras que Metrovías cuenta con un plantel de 3300 trabajadores aproximadamente, Metronec tan solo posee empleados al nivel de una pequeña y mediana empresa. Todo ello vuelve evidente cómo Metronec, siendo una empresa de pequeña magnitud y gran facturación, extrae parte de la ganancia generada y/o propiciada por Metrovías.

En definitiva, no resulta aventurado afirmar que los negocios que explota Metronec a partir de su asiento en el subterráneo son de alta rentabilidad, de la mano de una actitud parasitaria para con Metrovías. Sin embargo, Metrovías recibe una retribución insignificante por permitirle desarrollar tan buenos negocios.

Si tomamos la cuenta lo expuesto en el Cuadro N° 1, obtenemos que Metronec abonó a Metrovías, en concepto de canon por subconcesión desde 2001 a 2011 la suma de \$37.5 millones. Esto equivale al 18.36% y al 22.01% de lo que Metronec habría facturado en 2010 y 2011 respectivamente, según el Cuadro N°5.

Relación entre Metrovías y Benito Roggio Transporte

Benito Roggio Transporte SA (BRt) es la compañía que posee el 90.66 % de las acciones de Metrovías, lo cual le otorga 96,96 % de los votos en las Asambleas de accionistas de la compañía. De la empresa BRt dependen todas aquellas sociedades relacionadas con el negocio del transporte. Dicha empresa tiene una antigüedad relativa, dado que fue creada por escisión de parte del capital de Benito Roggio e Hijos en 2003. Actualmente cuenta con injerencia en los negocios del transporte subterráneo y el ferrocarril.

Al inicio de la concesión, Burlington Northern Railroad CO., una sociedad constituida en Estados Unidos, asumió responsabilidad técnica por la operación del servicio ferroviario. Por su parte, Transurb Consult, una sociedad constituida en Bélgica, asumió la responsabilidad técnica por la operación del servicio de la red de subterráneos.

La importancia de señalar esto radica en que el esquema de concesión estableció e hizo partícipe a actores que, por contar con la experiencia y el conocimiento en el negocio del transporte, fueron necesarios para la operación del servicio. La empresa Metrovías SA fue creada para el llamado a licitación, y por tal motivo no contaba con experiencia en la operación de los servicios en cuestión, lo cual tornó necesario introducir jugadores con conocimiento en el transporte de pasajeros por ferrocarril y subterráneo.

A partir del comienzo de la operación de Metrovías, es posible observar una suerte de proceso de transferencia de conocimiento de los operadores con el know how (empresas extranjeras) hacia la compañía concesionaria del Subterráneo de Buenos Aires. Dicho proceso se desarrolló entre el comienzo de la concesión en 1993 y la fecha de la Addenda del contrato en 1999. Allí, la curva de aprendizaje habría llegado a su máximo, lo que le permitió a Metrovías prescindir de los servicios de las empresas Burlington Northern Railroad y Transurb Consult, pero en vez de apropiarse ella de ese know how se lo transfirió gratis a su principal accionista, Benito Roggio Transporte SA,

que de esta manera pudo seguir cobrando el canon por supuestos servicios de asesoramiento tanto de la parte operativa como la de obras.

Hasta el 2005 los servicios de asistencia y asesoramiento implicaban, conforme al convenio firmado entre las partes, un gasto por parte de Metrovías del 3,918 % de los ingresos brutos por venta de pasajes. Es decir, Benito Roggio Transporte S.A. le cobraba al concesionario del subte –del cual es dueña- casi el 4 % de los ingresos generados por la venta de boletos a los pasajeros. A partir de agosto de 2005 dicho canon se redujo levemente, pasando a representar, de aquel entonces hasta hoy, el 2,60 % de los ingresos por venta de pasajes. Sobre este punto nos extendimos profusamente en nuestro Informe anterior por lo que remitimos al mismo para más detalles.

Un caso similar ocurrió con el asesoramiento que prestaba Metrovías a la Unidad de Gestión Operativa de Emergencia SA (UGOFE)¹⁴. El concesionario del subte había acordado con UGOFE la prestación de servicios de asesoramiento ferroviario -en función de la experiencia que Metrovías adquirió en el negocio-, a cambio de una suma no superior al 2% de los ingresos mensuales. Esto se vio reflejado en los Balances de Metrovías, en donde es posible observar en 2009 un ingreso por asesoramiento de \$20.826.627, y en 2010 de \$15.199.435. A partir de Septiembre de 2010 Metrovías cedió la prestación del servicio a su controlante Benito Roggio Transporte SA, quien comenzó a cobrar por los servicios que antes prestaba Metrovías.

Asimismo, la experiencia adquirida a partir de la operación del concesionario del subte le sirvió para resultar adjudicataria de la licitación para la prestación y operación del servicio de la Línea 4 del Metro de San Pablo. A dicho concesionario presta servicios de asesoramiento a partir de Benito Roggio Transporte SA, siendo que el know how del servicio fue adquirido por la operación de Metrovías. De hecho, ello se evidencia en la adjudicación por parte del Estado Nacional de UGOFE, sociedad en la cual es accionista Metrovías del 33 % y no Benito Roggio Transporte.

Benito Roggio Transporte asesora también a la Sociedad Operativa Ferroviaria SA y a la Sociedad Operadora de Emergencia SA, percibiendo montos que deberían ir a las arcas de Metrovías. Ambas compañías son gerenciadas por UGOFE.

Por otra parte, del análisis exhaustivo de los Balances Contables de Metrovías SA surge que le presta fondos a Benito Roggio Transporte, a cambio de lo cual cobra intereses. De forma preliminar, no es posible afirmar si dichas operaciones atentan contra la calidad de prestación del servicio y los intereses de Metrovías, aunque el panorama quedará más claro a partir de los intercambios entre los accionistas en la última Asamblea convocada por la empresa en Marzo de 2012.

En el Cuadro N° 6 se observa que los intereses ganados por Metrovías de parte de Benito Roggio Transporte de alguna forma suavizan el déficit originado en el compromiso de pago del 2,60 % de los ingresos por venta de pasajes (el canon). Pero aquí caben dos interrogante ¿por qué motivo Metrovías presta dinero a su empresa controlante BRT? y, además ¿cuáles son las condiciones de dichas operaciones?

No resulta claro ni evidente la causa por el cual el concesionario de un servicio público debería funcionar como prestamista, menos aun por qué motivo estaría interesado en realizar colocaciones a plazo a otras entidades o empresas. Lo que se vuelve realmente grave en esta situación son las condiciones de dichas colocaciones. Según surge del análisis de la asamblea de accionistas llevada adelante el 9 de Marzo de 2012 con motivo de la aprobación de los balances del ejercicio 2011, los representantes de la ANSES –entidad que posee el 8.55 % de Metrovías- plantearon que la tasa de los préstamos a Benito Roggio Transporte era del 12 % anual. En contraposición con una tasa de 13.7 % que pagan los pasivos de la empresa. Esto implicaría que existe una transferencia de recursos de Metrovías hacia su accionista mayoritario Benito Roggio Transporte. Asimismo, en el marco de un

¹⁴ Metrovías posee el 33% de las acciones en esta compañía.

contexto inflacionario con niveles superiores al 20 % anual, la colocación de fondos a una tasa menor al índice de aumento de precios genera una tasa real negativa.

En dicha asamblea, los representantes del accionista minoritaria, pusieron en tela de juicio la pertinencia del canon de asesoramiento siendo que “los gastos asociados a la Asistencia en la administración y ejecución del servicio” contratada con Benito Roggio Transporte SA y su incremento de \$ 4.6 millones a \$8.3 millones del año 2010 al año 2011 y atendiendo asimismo a que es posible presumir un fuerte incremento durante 2012 por efecto del aumento de tarifa, solicita junto con la Cra. Ferré mayor información sobre los servicios concretos que efectivamente están siendo prestados bajo este contrato y mocionan que la sociedad busque mecanismos alternativos tendientes a que dichos servicios sean brindados directamente por el personal de Metrovías SA”¹⁵(el subrayado nos pertenece).

Por estos motivos, es necesario replantear el rol ejercido por Benito Roggio Transporte en el marco de la concesión del Subterráneo de Buenos Aires. Esto se debe a que existe una transferencia de recursos desde Metrovías hacia BRT por dos vías. La primera es el canon de asesoramiento -que se desconoce cuál es el servicio que efectivamente presta-. El segundo aspecto son los préstamos realizados por Metrovías hacia su empresa controlante, que la Asamblea del 9 de Marzo de 2012 evidenció como una maniobra perjudicial para los intereses del concesionario y la ANSES.

¹⁵ Información documentada en Acta N° 375 correspondiente a la Asamblea llevada adelante el día 9 de Marzo de 2012. Balance Metrovías 2011. Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Subrayado propio.

Cuadro N° 6: Operaciones entre BRt/BR e Hijos y Metrovías (en pesos)

Año	Canon Asesoramiento - Benito Roggio Transporte SA	Canon Asesoramiento - Benito Roggio e Hijos SA	Intereses Ganados	Total
2001		-21.074.444	3.724.743	-17.349.701
2002		-11.128.817	1.311.117	-9.817.700
2003	-6.982.497	-2.873.020	1.413.690	-8.441.827
2004	-10.235.596		1.451.685	-8.783.911
2005	-8.276.230		2.386.741	-5.889.489
2006	-4.433.700		1.784.566	-2.649.134
2007	-4.397.713		1.784.566	-2.613.147
2008	-4.637.517		1.789.455	-2.848.062
2009	-4.197.682		4.785.399	587.717
2010	-4.624.278		6.365.419	1.741.141
2011	-8.372.508		6.026.457	-2.346.051
Total	-56.157.721,00	-35.076.281,00	32.823.838,00	-58.410.164,00

Fuente: Balance Metrovías varios años- Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Fuga de Ganancias de Metrovías a favor del Grupo Roggio

El presente documento ha pretendido realizar un aporte fundado y exhaustivo acerca de la situación en la cual se gestiona y administra el concesionario del Subterráneo de Buenos Aires. Análisis que resulta complementario a lo desarrollado en el informe “Negocios Subterráneos: Deficiencias en la regulación de Metrovías SA”.

Como ha quedado evidenciado existen múltiples mecanismos de fuga de ganancia a través de los cuales el Grupo Roggio extrae ingresos que deberían ir a las arcas del Metrovías. Como resulta evidente, dichos mecanismos operan disminuyendo el flujo de caja, lo cual redundaría en un mayor requerimiento de ingresos. En este contexto, en la presente sección se ensayará una sistematización de la totalidad de los canales a través de los cuales el Holding Roggio fuga ganancias y se estimará el monto aproximado.

Los mecanismos a través de los cuales los ingresos de Metrovías se reencauzan hacia el Grupo Roggio pueden clasificarse en dos: aquellos susceptibles de ser contabilizados directamente y aquellos que no son fácilmente mesurables. Dentro del segundo grupo podemos identificar conceptos que por falta de información no se conoce su verdadero valor y por otro lado aquellos activos intangibles de compleja contabilización.

Los conceptos que integran el primer grupo son:

- Canon de Asesoramiento cobrado por Benito Roggio Transporte a Metrovías.
- No tributación de CPS Comunicaciones por tendido en túneles.
- Red de proveedores propios.
- Negocio de locales y espacios comerciales en estaciones.
- Publicidad.
- Asesoramiento a UGOFE.
- Asesoramiento a Sociedad Operativa de Emergencia SA.
- Asesoramiento a Sociedad Operadora Ferroviaria SA.
- Asesoramiento a Línea 4 del Metro de San Pablo.
- Canon por administrar el sistema de pago electrónico de autotransporte público de Neuquen.

Por su parte, los conceptos que por los motivos vertidos no son de sencilla conmensuración son:

- Ganancia anual de Metronec relacionada a la licitación del SUBE a partir de la experiencia desarrollada por Subtecard y Monedero.
- Ganancia anual de Metronec por prestación del servicio de “Consortio de Boleto Inteligente Paraguay”, a partir de la experiencia desarrollada en Subtecard y Monedero.
- Fuga de ganancia a través de préstamos de Metrovías a Benito Roggio Transporte a una tasa inferior a la de mercado.
- Dividendos ganados por parte de Benito Roggio Transporte en la prestación del servicio Línea 4 de San Pablo (ganancia que debería ir a Metrovías).

- Activo Intangible de Metrotel por ventaja comparativa estructural por utilizar los túneles y en consecuencia contar con una red más segura.
- Ingresos por la venta de servicios Tarjeta Shopping.
- Ingresos por la venta de Metroshop SA y Monedero SA.

En el Cuadro N° 7 se presentan los conceptos correspondientes a la fuga de ganancia pasible de ser contabilizada:

Cuadro N° 7: Fuga de Ganancias de Metrovías al Grupo Roggio

	Importe Anual
Canon de Asesoramiento Benito Roggio Transporte	\$ 19.393.988
Impuesto Cableado	\$ 7.325.000
Locales comerciales	\$ 13.679.820
Asesoramiento UGOFE	\$ 20.826.627
Asesoramiento Metro San Pablo	\$ 3.772.226
Asesoramiento Sociedad Operadora de Emergencia	\$ 2.634.724
Asesoramiento Sociedad Operativa Ferroviaria	\$ 147.000
Ingreso por Servicios de Recaudación de Transporte de Neuquén	\$ 2.904.165
Proveedores¹⁶	\$ 2.235.605
Publicidad¹⁷	\$ 27.495.394
Total	\$ 100.414.549

Fuente: Elaboración propia en base a Balance Metrovías y Estimaciones Propias.

Como se observa, la magnitud de la fuga es muy significativa. Llega al **27% del total de subsidios que recibirá Metrovías en 2012.**

¹⁶ Se ha considerado que si Metrovías realizará llamados a licitación pública de los servicios que contrata directamente a empresas del Grupo Roggio podría conseguir una mejora promedio del precio cercana al 15% de lo que actualmente le facturan los proveedores de Roggio al concesionario del subte.

¹⁷ Del ejercicio de estimación del negocio de la publicidad que arrojó valores de \$54.9 millones anuales se tomó una pauta del 50% como potencial fuga. Esto se debe a que si Metrovías explotase por sí la publicidad el costo de explotación es considerablemente bajo por cuanto no debería pagar por los espacios, ya que los mismos están incluidos en la concesión.

Sumado a ello, el segundo grupo de rubros que exceden la accesibilidad informativa con la cual se cuenta para este informe, adicionaría un monto por encima de los \$100 millones contabilizados. Esto implicaría que el monto total real de la canalización de ingresos desde el concesionario del subte hacía el grupo empresario dueño del mismo podría alcanzar entre el 40 y el 50 por ciento de los subsidios presupuestados para 2012.

CONCLUSIONES

A lo largo del presente Informe se pretendió evidenciar los procesos económicos y legales mediante los cuales el Grupo Roggio, dueño de Metrovías, utiliza al concesionario del subte para la explotación de negocios privados. La utilización del subte como plataforma para la incubación, desarrollo y lanzamiento de actividades lucrativas sin beneficio para la empresa concesionaria del subte resultan evidentes.

En la misma línea, consideramos que no se han cumplido los objetivos planteados en la Addenda de 1999 debido a que no es posible aseverar que la calidad de prestación del servicio haya mejorado significativamente. Como tampoco se ha comprobado un descenso de los costos, factor que según la declaración de principios de la Addenda induciría a un menor requerimiento de subsidios. Esto queda evidenciado en las mayores demandas de transferencias directas por parte del Estado, y en la necesidad de aumento de tarifas (fenómeno que se evidencio recientemente).

Los factores que influyeron en un sentido negativo para el cumplimiento de los objetivos loables especificados en la Addenda de 1999 pueden encontrarse tanto en el presente informe como en “Negocios Subterráneos: Deficiencias en la regulación de Metrovías SA”. Los elementos mencionados se presentan a continuación:

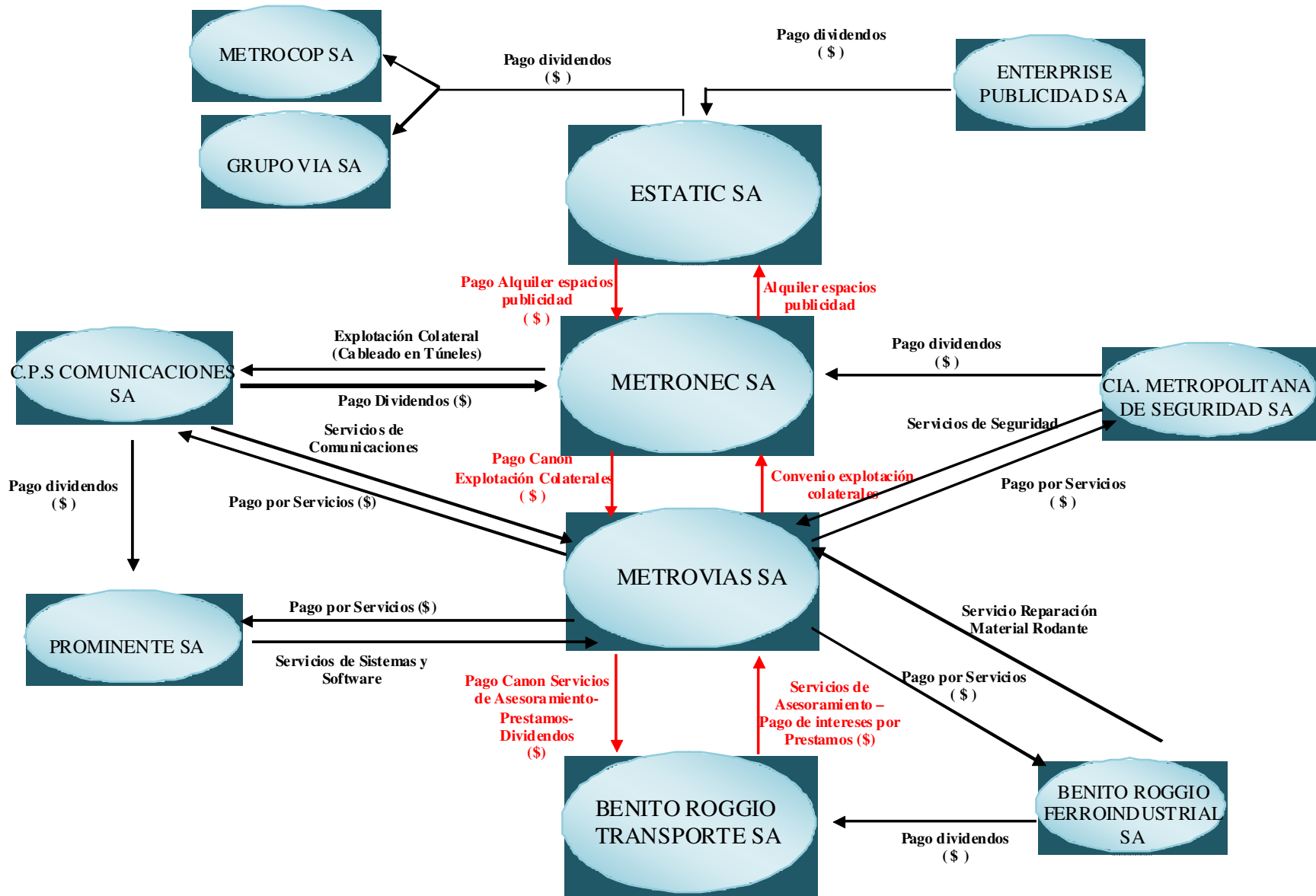
- Benito Roggio Transporte S.A., -empresa que posee el 90.66 % de las acciones del concesionario - brinda servicios de asesoramiento a Metrovías S.A. a cambio del 2,6 % de los ingresos por venta de pasajes. Lo que representa una ganancia libre de riesgo, por no estar sometida a la necesidad de reparto de ganancias.
- Los montos en concepto de asesoramiento han ido en franco aumento, sin que se conozca fehacientemente el servicio efectivamente prestado. En 2010 dicho canon de asesoramiento ascendió a \$4.624.278, en 2011 a \$8.372.508 y en 2012 se estima una fuerte suba respecto a 2011 producto del incremento de la tarifa.
- El conocimiento adquirido por Metrovías SA a lo largo de los años le permitieron, en primera medida ser accionista de la Unidad de Gestión Operativa de Emergencia SA con el 33% de las acciones. En segunda medida, prestar asesoramiento ferroviario a UGOFE, servicio por el que Metrovías percibió en 2009 \$20.826.627, y en 2010 de \$15.199.435. A partir de Septiembre de 2010 Metrovías cedió la prestación del servicio a su controlante Benito Roggio Transporte SA, quien comenzó a cobrar a UGOFE por los servicios que antes prestaba Metrovías. Ello repercutió por el lado de los ingresos del concesionario, haciéndolos descender.
- De acuerdo con los Balances Contables de Metrovías SA, el concesionario le otorga préstamos a su accionista mayoritario Benito Roggio Transporte SA a tasas por debajo de las de mercado. Lo que produce una transferencia de recursos desde Metrovías hacia la empresa controlante, lo cual atenta contra los intereses de los accionistas minoritarios.

- Metrovías SA realiza colocaciones de fondos a plazo a través de Compañía Latinoamérica de Infraestructura y Servicios, empresa que posee el 97 % de las acciones de Benito Roggio Transporte SA, y que en consecuencia controla indirectamente a Metrovías. Esto evidenciaría que el concesionario del subte tiene un flujo de caja excedente por encima de sus requerimientos operativos que torna necesaria la colocación de fondos a tasa de interés para evitar su desvalorización.
- Los subsidios percibidos por Metrovías SA aumentaron considerablemente desde su implantación, en vez de disminuir, aun realizando su medición a precios constantes.
- Metrovías SA cuenta con una red de proveedores en donde es posible identificar una vasta cantidad de empresas pertenecientes al Grupo Roggio. Según los Balances Contables de Metrovías SA, el concesionario erogó entre 2001 y 2011 en concepto de pago a proveedores pertenecientes al mismo Grupo Roggio la suma de \$ 919.635.020 (medido a precios de 2011).
- Mediante convenio firmado entre Metrovías SA y Metronec SA -empresa integrante del grupo Roggio- se le cede a cambio de un canon la explotación de la totalidad de los negocios colaterales, entre los que se encuentra la publicidad, los espacios comerciales en estaciones, los espacios en túneles para tendido de cableados, entre otros.
- Siendo el canon establecido en U\$S 125.000 + IVA anuales entre 1993 y 2007, pasando posteriormente a U\$S 166.667 + IVA entre 2008 y 2017. Montos luego pesificados y ajustados por CER. Esto implicó un perjuicio de los intereses del concesionario por cuanto percibe un canon fijo, solo ajustado en 2008, por negocios en importante crecimiento.
- El negocio de la publicidad creció según estimaciones de la Asociación Argentina de Publicidad, un 414 % entre 2003 y 2011. En particular, la empresa que vende la publicidad en el subte ha logrado potenciar e incrementar a gran escala los espacios para comercializar, llegando en la actualidad a 26 alternativas, con claros perjuicios para Metrovías SA en contraposición con ingentes beneficios para Metronec SA. Maniobra en la cual se podría inducir una fuga de ganancia a través de las empresas subsidiarias.
- El desarrollo de Subtecard, emprendimiento de Metronec SA, que vendió sus servicios a Metrovías a cambio de comisiones que ascendieron, en el período 2001 a 2009 a \$10.410.756, evidencian como el Grupo Roggio desarrollo negocios utilizando la plataforma del subte como puntapié.
- Posteriormente el know how desarrollado por Subtecard permitió la creación de Tarjeta Monedero. Negocio que le permitió a la empresa del Grupo Roggio incursionar en el rubro de los micropagos y pago electrónico de boletos. A su vez, el antecedente de Tarjeta Monedero le permitió ganar la licitación, junto a Siemens e Indra, para la instalación del Sistema Único de Boleto Electrónico por valores cercanos a U\$S 55 millones. Asimismo, el conocimiento adquirido le permitió asociarse con TarShop SA, dando lugar a Metroshop, conocida comercialmente como Tarjeta Shopping.

Los argumentos precedentemente mencionados evidencian cómo el Grupo Roggio ha utilizado sistemáticamente los pasajeros del subte para la proliferación de negocios privados. El actual esquema de gestión del servicio de Subterráneos de Buenos Aires atenta contra los intereses del Estado y, en consecuencia, del conjunto de la sociedad. Esto queda expuesto en los más de \$100 millones que anualmente el Grupo Roggio desvía de las arcas de Metrovías.

Los resultados que surgen como consecuencia de lo expuesto precedentemente evidencian el fracaso de la política llevada en materia de transporte en general, y en las cuestiones específicas del Subterráneo de Buenos Aires en particular. Esto queda expuesto en los mayores requerimientos de ingresos, lo cual confiere una presión hacia el aumento de los subsidios y, asimismo, a un incremento de la tarifa, sin una clara mejora en términos reales para los usuarios y pasajeros de dicho modo de transporte.

ANEXO N° 1: Circuito de intercambio de servicios y flujos monetarios



Anexo N° 2: Intercambio Metrovías y proveedores Grupo Roggio (en pesos - ajustado por IPI a valores de 2011¹⁸)

	Benito Roggio e Hijos	Benito Roggio Transporte	Taym	Prominente	C.P.S Comunicaciones	Cía. Metropolitana de Seguridad	Neoservice	Benito Roggio FerroIndustrial	Metroline	Total
2001	81.928.778	-	58.212.094	13.907.714	74.094	-	-	-	147.291.330	301.414.010
2002	33.286.294	-	15.910.518	5.199.327	122.443	-	-	-	101.687.615	156.206.196
2003	7.750.284	18.836.044	14.744.428	8.603.243	3.574.256	3.267.702	-	-	-	56.775.957
2004	-	25.281.554	15.320.715	13.185.221	1.382.081	10.952.176	-	-	-	66.121.747
2005	-	18.793.073	27.390.670	12.650.400	350.925	14.391.670	-	-	-	73.576.738
2006	-	8.873.423	33.094.722	12.408.350	442.108	22.354.369	21.606.245	-	-	98.779.216
2007	-	7.712.114	603.818	17.104.927	339.571	18.851.051	3.987.539	-	-	48.599.020
2008	-	6.824.832	-	17.109.192	344.908	15.608.666	-	-	-	39.887.597
2009	-	5.616.362	-	9.653.524	1.646.842	12.740.113	-	-	-	29.656.842
2010	-	5.365.907	-	6.805.323	263.770	12.906.155	-	-	-	25.341.154
2011	-	8.372.508	-	10.266.213	336.493	3.285.258	-	1.016.070	-	23.276.542
	122.965.356	105.675.816	165.276.965	126.893.435	8.877.490	114.357.160	25.593.783	1.016.070	248.978.945	919.635.020

Fuente: Balances Contables Metrovías – años 2001 a 2011. Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

¹⁸ Se utilizó el Índice de Precios Implícitos (IPI) del PBI utilizando a 1993 como año base del PBI a precios constante a fin de llevar los valores de cada año a las magnitudes de 2011. Esto permite tener una visión realista y de conjunto de la masa de erogaciones involucradas en el transcurso del período en análisis.