

Universidad Torcuato Di Tella

La crisis energética en Argentina. Una contribución a un plan estratégico global para su solución

Tesis

Autor: Mariana Etcharran – EMBA 2009/10

Tutora: Mariana Jasin

Índice

1.	Introducción.....	1
2.	Metodología de la investigación.....	5
3.	Características generales del mercado eléctrico a nivel mundial	7
4.	Historia del Mercado eléctrico argentino y regulación vigente	9
5.	Componentes de la tarifa eléctrica en la Argentina	14
6.	Cuadro tarifario, jurisdicciones y benchmarking de tarifas.....	16
7.	Subsidios en las tarifas eléctricas en la Argentina	21
8.	Consecuencias del congelamiento tarifario	23
9.	Campañas de concientización en la República Argentina	24
10.	Campañas de concientización sobre el uso racional de la energía en otros países.....	29
11.	Propuesta para la realización de la Campañas de concientización	33
12.	Conclusiones	36
13.	Apéndice I	39
14.	Apéndice II	40
15.	Apéndice III	41
16.	Apéndice IV	42
17.	Bibliografía	43

1. Introducción

El sector eléctrico es crítico para la vida social y fundamental para el desarrollo de una nación. Su evolución incide directamente en la economía del país y el bienestar de sus habitantes.

Originariamente, la prestación de los servicios públicos en la República Argentina se encontraba, mayoritariamente, en manos privadas¹. Estas empresas, de características monopólicas, prestaban un servicio que no cumplía, cabalmente, con los objetivos sociales y necesidades de los usuarios, hecho que sumando a razones de índole político motivó al Estado, hacia fines de la década de los '40², a iniciar un proceso de estatización de los servicios públicos, que incluyó a los servicios eléctricos.

Durante aproximadamente 30 años, que la prestación de servicios se encontró a cargo del Estado, si bien se realizaron una serie de importantes inversiones, la gestión adoleció de graves ineficiencias operativas y de gestión, que incrementaban los costos operacionales y disminuían el flujo de caja para realizar nuevas inversiones. De hecho, la mayoría de estos prestadores eran fuertemente deficitarios. Esta situación derivó en servicios públicos, en general, de bajo nivel de calidad, escasos en su oferta y de muy poca actualización tecnológica.

El los 90s comienza, entonces, un proceso de privatización, cuyo principal objetivo fue lograr una rápida y sustentable mejora de los servicios, a través de una gestión empresarial eficiente y el logro de nuevas inversiones privadas que posibilitasen un salto notable en cuanto a la calidad y cantidad de los mismos. Por supuesto, ello enmarcado en un régimen legal regulatorio de las actividades empresarias, de modo de asegurar el cumplimiento de los objetivos propios del proceso en cuestión.

En la retrospectiva del análisis, corresponde mencionar que, contemporáneamente al proceso de privatización de los servicios públicos y para hacer frente a la crisis económica e hiperinflación ocurrida hacia fines de los '80s, el gobierno entrante, impulsó una serie de reformas, entre las que se destaca la instrumentación de la Ley de Convertibilidad³, la cual establecía una paridad 1 a 1, entre el dólar estadounidense y el peso argentino, sustentada en la tenencia de reservas en divisas en una cantidad equivalente a la base monetaria en moneda local. El régimen de convertibilidad mencionado tuvo, en sus comienzos y por algunos años, efectos muy positivos en cuanto al logro de la estabilidad económica y detención de la inflación (descenso de los tipos de interés y crecimiento de la economía, recuperación de las exportaciones, etc.).

¹ Fiel a la Constitución de 1853-60 (Art.67, Inc.16) y siguiendo el modelo Europeo, el Estado asume la titularidad de los servicios públicos, pero delega la operación de los mismos en entes privados a través de la figura de la concesión, entendiéndose que esto resulta en beneficio de la prosperidad del país.

² La Constitución de 1949, en su artículo 40, establece que la pertenencia de los servicios público queda en manos del Estado y prohíbe su enajenación o concesión.

³ Ley Nr. 23.928, sancionada por el Honorable Congreso de la Nación y publicada en el Boletín Oficial el 28 de marzo de 1991: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=328>

Sin embargo, hacia 1998, como consecuencia de una política irresponsable en materia de gasto público y endeudamiento externo (déficit fiscal, deuda externa, burbuja cambiaria, etc.), se ingresó a un período de recesión económica, el cual, agravado, durante el 2001, por una abrupta fuga de capitales y, hacia fines de ese año, una “corrida bancaria”, culminó en una crisis política y económica de alcances desastrosos. Entre otras medidas el gobierno debió imponer el llamado “corralito”⁴ para evitar el colapso del sistema bancario como consecuencia de la incesante salida de dinero.

La crisis del año 2001 en la República Argentina (híper devaluación, distorsiones en precios relativos, recesión, desempleo, incremento de la pobreza e indigencia entre otros), motivó una decisión política fundamental para el análisis que nos ocupa, cual es, la promulgación de la Ley de emergencia pública en materia social, económica, administrativa, financiera y cambiaria⁵.

Esta Ley establecía, fundamentalmente, la derogación del citado régimen de convertibilidad⁶ y el inicio de un proceso de pesificación de obligaciones y derechos en moneda extranjera, acordados durante la vigencia de aquélla. Asimismo, alegando el principio de “esfuerzo compartido” (artículo 1198 del Código Civil), disponía el congelamiento de tarifas del servicio eléctrico. Este congelamiento, de importantísimas consecuencias sociales y económicas, es el que, en mayor o menor medida, se mantiene hasta el día de hoy, y ha condicionado, en buena parte, la evolución y el estado actual del sector energético.

En efecto, el congelamiento tarifario ha generado un problema estructural y progresivo en el área energética, como consecuencia de la falta de cobertura de, entre otros, gastos operativos incrementales derivados de aumentos inflacionarios, los que no han sido debidamente compensados a través de una política de subsidios, la que, a su vez, presenta falencias e inconsistencias en su aplicación. Todo ello ha repercutido en una situación deficitaria en buena parte del sector -en especial el área de distribución-, la que ha derivado en una insuficiencia de nuevas inversiones, mantenimiento y renovación del parque. Esta situación se ha tornado crítica, en función del tiempo transcurrido desde la disposición del congelamiento tarifario en el año 2002 y los reducidos aumentos otorgados hasta el día de hoy.

Asimismo, la distorsión provocada en los precios de las tarifas tiene, a su vez, otra relevante consecuencia negativa, que es, la existencia de precios irrisoriamente bajos en importantes sectores de usuarios, lo que deriva en un uso irracional de la energía y en un agravamiento crítico de la situación general. Esto es, **mayor demanda innecesaria, frente a una situación de desinversión y falta de mantenimiento.**

⁴ El gobierno de Fernando de la Rúa impone fuertes restricciones a los retiros de fondos de depósitos en cuentas bancarias (Decreto 1570/2001, publicado en el Boletín Oficial el 3 de diciembre de 2001):

<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=70355>

⁵ Ley Nr. 25.561, sancionada por el Honorable Congreso de la Nación y publicada en el Boletín Oficial el 7 de enero de 2002: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=71477>

⁶ La paridad peso argentino – dólar toma el 6 de febrero un valor de 1,40 pesos por dólar, alcanzando un record de 4,01 pesos por dólar el 26 de junio de 2002.

Es dable mencionar que, si bien la situación arriba descripta afecta en forma importante y negativa al sector, ésta es un factor más que agrava la crisis energética que sufre el país, la cual tiene otras causantes en parte originadas, también, por la ausencia de políticas acertadas en la materia.

El modelo energético en la República Argentina parecería ser que se encuentra agotado, ya que el mismo descansaba, básicamente, en la abundancia relativa de recursos a bajos precios (esto es, gas natural), mientras que en la actualidad, estos recursos se han vuelto escasos y con precios crecientes⁷.

Luego, si bien se requiere sin duda, un nuevo plan estratégico global para afrontar la crisis energética actual y su inevitable agudización, éste debería contemplar en forma insoslayable y dado la distorsión de precios alcanzada, la flexibilización tarifaria, a través de un nuevo régimen regulatorio de las tarifas eléctricas.

En este punto del análisis, no podemos dejar de hacer énfasis en un hecho de suma importancia para esta tesis. Me refiero al efecto político inmediato e inevitable de un eventual aumento en las tarifas del servicio eléctrico (descongelamiento). El costo político eventual de esta situación (disminución del grado de adhesión al gobierno, pérdida de buena imagen, y en definitiva eventual pérdida de votos) es un factor claramente difícil de aceptar y procesar por parte de los gobiernos en ejercicio, y como consecuencia, un costo que no estarían dispuestos a asumir.

En este contexto y, principalmente a lo largo del 2010, tuvieron lugar iniciativas para concientizar a la población respecto del uso racional de la energía. Hay varias experiencias a nivel mundial que sirvieron como modelo para instrumentar las campañas localmente. Además se buscó poner en evidencia las bajas tarifas que actualmente son demandas como prestación del servicio eléctrico.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados y, seguramente, por deficiencias en una adecuada comunicación, que analizaré en el curso de este trabajo, no se habría logrado, aún, concientizar debidamente al usuario, dejando latente el costo político emergente.

En efecto, las campañas de concientización realizadas al momento no habrían sido adecuadas o suficientes para lograr la comprensión y consenso de los ciudadanos en esta materia.

Ya sea que las campañas hayan carecido del alcance masivo necesario, o una apropiada selección de la audiencia objetivo, o la carencia haya estado más relacionado con el contenido de las campañas y el mensaje que se desea transmitir, indudablemente, a través de las mismas, no se ha logrado crear las condiciones sociales adecuadas para afrontar el costo político y social que el encarecimiento, consecuencia de una flexibilización de las tarifas eléctricas, significaría.

⁷ En la Argentina se evidencia una crisis estructural del sector eléctrico hacia el año 2004.

Por supuesto sabemos que este costo es ineludible, pero se trataría, ciertamente, de un costo a corto plazo con claros beneficios de largo alcance, que lo justificarían plenamente.

Debido a esto, y al análisis que se desarrollará a continuación, es mi parecer que, **en nuestro país, no se ha realizado aún una campaña de concientización con suficiente impacto social, y apoyo político que complemente y acompañe una política gubernamental seria y definida que propicie la flexibilización tarifaria.**

Es la hipótesis de esta tesis, que las tarifas no se han flexibilizado, todavía, en ciertas jurisdicciones, en razón del costo político que esto significa, habiéndose debido implementar campañas de concientización con el debido impacto.

En mi opinión la reducción del citado costo político es determinante para facilitar el descongelamiento de las tarifas en cuestión. Asimismo, que **esta concientización debería ser parte necesaria de una política de estado y de un plan estratégico para el sector.**

El objetivo de esta tesis es, entonces, desarrollar la hipótesis planteada anteriormente, basándonos en un buen entendimiento del funcionamiento del mercado eléctrico en la República Argentina, marco regulatorio y situación económica del país.

Por otra parte, se identificarán los actores involucrados y se determinará el rol que juega cada uno en este escenario. Adicionalmente, este trabajo comprenderá un análisis de las campañas de concientización realizadas en la Argentina, así como en otros países. Como proceso de aprendizaje se estudiarán las características principales de las campañas, identificando aspectos positivos a tomar como modelo a seguir, y cuestiones a mejorar o falencias que deban ser consideradas en una nueva propuesta.

Finalmente, como resultado, se espera esquematizar el diseño de una campaña de concientización social, respecto de los múltiples perjuicios del congelamiento tarifario y su consecuente distorsión relativa de precios. El diseño de la campaña debería contemplar los elementos apropiados para concientizar y educar al consumidor en el uso racional de la energía, en su beneficio y en el de la sociedad en su conjunto, como así también, facilitar y posibilitar una decisión política de adecuación de las tarifas del sector eléctrico, tal que la misma tenga una efectiva contribución a la solución de la crisis energética en la que se encuentra el país, y permita proyectar un futuro energético acorde con sus necesidades de crecimiento.

2. Metodología de la investigación

Esta tesis presupone un proceso de evaluación, y en consecuencia resulta esencial lograr un entendimiento del contexto, analizar las distintas problemáticas, identificar acciones tomadas y desarrollar una conclusión en función del análisis presentado. Los principales métodos teóricos a utilizar son el análisis histórico, la investigación documental, análisis pormenorizado y la síntesis:

- Análisis histórico: interrelación de eventos en su sucesión cronológica con el objeto de obtener un entendimiento de las conexiones históricas con la realidad actual.
- Investigación: recopilación de información documental con el propósito de documentar hechos comprobables.
- Análisis pormenorizado: frente a una situación compleja se procede a revisar en forma ordenada y por separado, los hechos y elementos que la componen.
- Síntesis: vinculación de los elementos analizados en forma separada, arribando a conclusiones y resumiendo las cuestiones fundamentales.

Respecto de la metodología, a través de la cual el trabajo ha de desarrollarse y aplicada a la temática objeto de la tesis, se destaca:

- Investigación y análisis histórico a partir de las diversas fuentes que permitan comprender las características del mercado eléctrico en la República Argentina, su contexto y evolución, así como la modalidad de las regulaciones tarifarias.
- Análisis en base a diversas fuentes que esclarezcan la problemática de la realidad actual y el origen de la crisis energética en la República Argentina. Esta autora se enfocará, en especial, a analizar la problemática en la que se encuentran las distribuidoras de energía eléctrica, sector en el cual las tarifas aún se encuentran, en su mayor medida, congeladas, las causas de esta realidad y los daños ya evidenciados. Estas distribuidoras son agentes cautivos dentro del mercado eléctrico. A continuación, se espera explicar la inevitable agudización de la crisis energética, en caso de continuar por esta senda. A partir de este entendimiento se espera surjan los principales efectos y posibles soluciones al problema planteado.
- Caracterización de los roles que juegan los distintos actores involucrados.
- Análisis de las consecuencias positivas y negativas del congelamiento de tarifas, con el objeto prever su evolución y establecer la urgencia e importancia de medidas destinadas a contrarrestar un problema creciente y, muy probablemente, incontrolable en un futuro cercano.
- Identificación de las campañas de concientización realizadas en la República Argentina, particularmente durante el último año. Se evaluarán, asimismo, algunas acciones tomadas por los distintos agentes que componen el mercado eléctrico en la Argentina, ya sea en forma individual o a través de asociaciones, con el objeto de crear conciencia en la población, respecto de esta realidad.

- Complemento del análisis efectuado con la revisión de campañas realizadas en otros países.
- Evaluación comparativa de aspectos negativos y positivos en el diseño e implementación de las distintas campañas individualizadas anteriormente.
- Interrelación de todo el conocimiento obtenido para la elaboración de una propuesta de plan de concientización que promueva una política de flexibilización de las tarifas.

3. Características generales del mercado eléctrico a nivel mundial

Principales agentes del mercado eléctrico:

El mercado eléctrico, excluyendo a los clientes, se encuentra compuesto por 3 agentes principales: los Generadores, los Transportistas y los Distribuidores de energía eléctrica.

- Los Generadores: responsables por la generación de energía eléctrica. La generación, principalmente, es hidráulica, térmica, nuclear y/o eólica; sin embargo también existe la geotérmica, mareomotriz y solar.
- Los Transportistas: son los responsables del transporte de energía eléctrica a lo largo de los territorios, desde la planta generadora hasta los distribuidores. La energía eléctrica se transporta a través de cables de alta y media tensión.
- Los Distribuidores: estos agentes son responsables por el suministro de la energía eléctrica a los usuarios finales, dentro de una determinada área geográfica.

Integración vertical versus división de los negocios en generación, transporte y distribución:

La integración vertical es la terminología que se utiliza cuando negocios con características distintas pero con un objetivo en común comparten el mismo dueño y dependencia jerárquica. Las compañías integradas verticalmente abarcan toda o gran parte de la cadena de valor en la producción, distribución y comercialización de un servicio o producto y se espera gocen de ventajas sinérgicas, sin embargo pueden tener efectos negativos en relación a la libre competencia.

El mercado eléctrico puede encontrarse integrado verticalmente o fragmentado dependiendo del país que estemos observando. Por lo general la integración, o en su defecto división de los negocios, guarda estrecha relación con la privatización o no del sector. Cuando el sector es estatal suele encontrarse integración vertical. Sin embargo como consecuencia de procesos de privatización, los reguladores suelen decidir una integración del tipo horizontal por zonas territoriales y exigir la división de los negocios para evitar excesos de poder y promover una libre competencia. Esta forma de organización del sector, también, busca obtener los beneficios de la especialización y/o de la localización, en la actividad que se trate.

Otras características generales de los mercados eléctricos a considerar:

- Servicio público: el servicio eléctrico es un servicio público esencial cuya prestación el Estado debe garantizar, aún, ante el caso de consumidores que no puedan afrontar el costo del mismo. Por lo general la forma de dar acceso a este servicio a los estratos más humildes de la población se materializa a través del otorgamiento de subsidios.

- Demanda creciente ineludible: el crecimiento de la demanda de energía eléctrica va de la mano del crecimiento demográfico y de la economía de cada país. La oferta de energía debe, entonces, corresponderse con la demanda subyacente, de modo de no constituirse en un factor de impedimento al desarrollo.
- Crisis energética mundial: ocurre principalmente en países subdesarrollados cuando, por distintas razones, los modelos energéticos existentes se agotan. Éste es el caso de Argentina, cuyo sistema energético descansaba en la abundancia relativa de recursos a bajos precios, como era el gas natural, dado que, en la actualidad, estos recursos se han vuelto escasos y con precios crecientes. Ello ha sido el causante, entre otros, de la suspensión de la exportación de gas a Chile y la necesidad de importar este recurso del vecino país Bolivia.
- Planificación estratégica a largo plazo: la nueva generación requiere una planificación estratégica a largo plazo, ya que no sólo implica inversiones considerables, sino que además, requiere la contemplación de plazos de construcción que son prolongados. Aquí vemos, claramente, la necesidad de una consecuente política de estado que, independientemente, de los períodos individuales de los gobiernos elegidos, responda a un plan estratégico global que considere las características propias del país, su base instalada, crecimiento y demografía. En países donde el sector se encuentra privatizado, ello implica definir un contexto de certidumbre, previsibilidad y reglas de juego claras, tales que permitan perfilar una industria lo suficientemente atractiva, considerando rentabilidad y riesgo a asumir, que justifique las cuantiosas inversiones requeridas.

4. Historia del Mercado eléctrico argentino y regulación vigente

4.1 Situación del mercado eléctrico argentino previo al marco regulatorio de la ley N° 24.065⁸

En la República Argentina, la prestación de los servicios públicos, incluyendo la prestación del servicio eléctrico, se encontraba originalmente, en su mayoría, en manos privadas. Sin embargo, estas empresas, de características monopólicas, prestaban un servicio que no cumplía, cabalmente, con los objetivos sociales y necesidades de los usuarios.

Ante este escenario, hacia fines de la década de los '40, el Estado, si bien podría haber optado por regular a las empresas prestadoras del servicio, imponiendo, por ejemplo, multas a efectos de evitar conductas abusivas u obligar a ellas a alcanzar los niveles de calidad de servicio deseados, dio inicio, en cambio, a un proceso de estatización de los servicios públicos, sin duda influenciado por consideraciones de índole político e ideológico de la época.

Desde el año 1960 hasta el año 1992, la regulación del mercado eléctrico argentino se encontraba normada por la Ley N° 15.336⁹. Bajo esta ley todo el SIN (Sistema Interconectado Nacional) estaba integrado por empresas del Estado, nacionales y provinciales, y algunas cooperativas eléctricas de distribución. Además del perfil estatal que identificaba al sector, el mismo se encontraba estructurado en un esquema de integración vertical, unificando la generación, el transporte y la distribución de energía eléctrica.



⁸ Ley de Energía Eléctrica, sancionada por el Honorable Congreso de la Nación y publicada en el Boletín Oficial el 16 de enero de 1992: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=464>

⁹ Ley de Energía Eléctrica, sancionada por el Honorable Congreso de la Nación y publicada en el Boletín Oficial el 22 de septiembre de 1960: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=28195>

4.2 Situación del mercado eléctrico argentino a partir del marco regulatorio de la ley N° 24.065

El rol del Estado y la división de los negocios en generación, transporte y distribución

A partir de la sanción de la ley N° 24.065, en el año 1992, el Estado adquiere un nuevo rol en el sistema, principalmente como regulador, en lugar de generador o prestador de servicio de energía eléctrica. En consecuencia, comienza allí un proceso de privatización y de división en los negocios de generación, transporte y distribución, que presentaba las siguientes características básicas.

Generación	Transporte	Distribución
<ul style="list-style-type: none"> • Privados • Estado Nacional • Binacionales • Conexiones Internacionales de importación 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso libre y no discriminatorio a la red • Actividad regulada (monopolio natural) • La Transportista: <ul style="list-style-type: none"> • no participa en la compra-venta de energía • no es responsable de la expansión • no puede participar en negocios de generación o distribución • Ampliaciones de red solventadas por los agentes • Libre acceso a las nuevas instalaciones de red 	<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser responsable de atender, dentro de un área determinada, toda demanda de usuarios finales que no puedan contratar en forma independiente. • Tener en cada área de prestación del servicio público de electricidad una demanda mínima de potencia de 50 KW. • Tener una Concesión de Servicio Público de Distribución otorgada por Autoridad Competente.

Sistema de Precios¹⁰

Con el objetivo de regular y administrar un sistema de precios, a partir de la ley 24.065, se crean dos entes, el ENRE (Ente Nacional Regulador de la Electricidad) y CAMMESA (Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico S.A.).

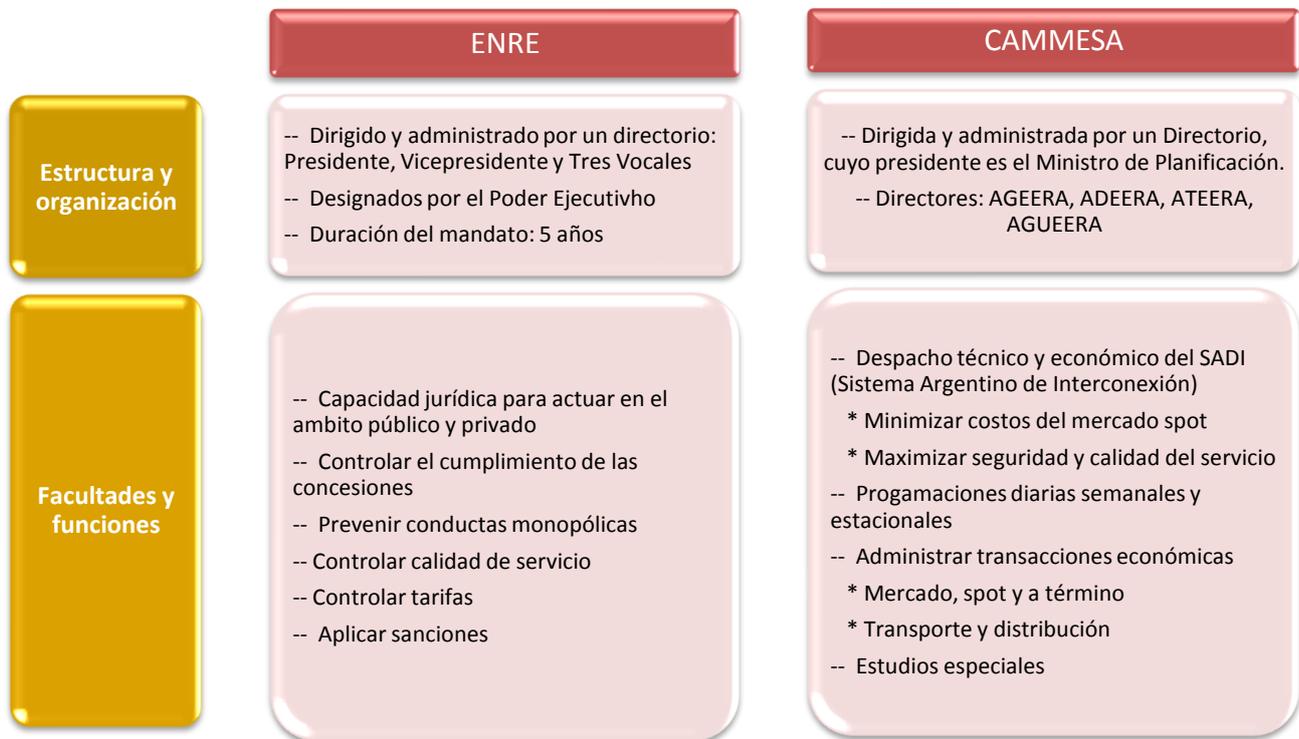
La función del ENRE, como ente autárquico, se concentra en regular y controlar a los agentes del mercado eléctrico (generadores, transportistas y distribuidoras), velando por el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la legislación vigente.

La función de CAMMESA tiene un carácter más operativo, focalizando sus objetivos en la coordinación de operaciones de despacho y administración de transacciones económicas dentro del SIN. Considerando que CAMMESA “es una empresa de gestión privada con propósito público”¹¹, sus accionistas, en partes iguales, son en un 80% los 4 agentes del

¹⁰ Ver “Componentes de la tarifa eléctrica en la Argentina” desarrollado en el capítulo 5

¹¹ Sitio Oficial de CAMMESA: <http://www.cammesa.com/inicio.nsf/marcomem>

mercado eléctrico (AGEERA¹², ADEERA¹³, ATEERA¹⁴, AGUEERA¹⁵), y en un 20% del Ministerio Público. Este último representa el interés general y el de los usuarios cautivos.



Mercados y consumidores

El marco regulatorio distingue mercados y consumidores de acuerdo a los cuales establece el precio del megavatio de energía y las distintas tarifas a los consumidores.

✚ MERCADOS

- **Spot:** a precios instantáneos

Todo usuario que no cuente con un contrato a término (en general, se trata de usuarios finales, de bajo consumo), deberá demandar la energía que consume a precios del denominado mercado spot. El precio de esta energía se basa en el costo marginal declarado por las generadoras. ¿Cómo se establece ese precio?: de acuerdo a la demanda de energía, a cada momento, se consideran los precios de las distintas generadoras, comenzando por aquellas de más bajo costo, siendo la última generadora que entra en servicio la que fija el precio spot.

Es decir, las generadoras entran en servicio en función del costo económico de operar el sistema eléctrico, comenzando por la generación más económica hasta llegar a la generación más cara. CAMMESA administra la entrada y salida de las distintas generadoras en función del análisis que ésta realiza de la demanda. Adicionalmente, en esta priorización, también se consideran otros factores como la administración de recursos escasos, tal es el

¹² Asociación de Generadores de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.ageera.com.ar

¹³ Asociación de Distribuidores de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.adeera.com.ar

¹⁴ Asociación de Transportistas de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.ateera.org.ar

¹⁵ Asociación de Grandes Usuarios de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.agueera.com.ar

caso del gas natural. A modo de ejemplo, en días de mucho frío se prefiere reservar el gas para calefaccionar los hogares, y, en su lugar, se genera con otros combustibles que son más caros, como es el caso del carbón.

- **A término:** se trata de precios libremente pactados entre las partes

Constituye la opción de poder comprar la energía en forma directa a las compañías generadoras, estableciendo el precio, condiciones de entrega y condiciones de pago. Esto no es posible con las distribuidoras, ya que las mismas se encuentran atadas a una tarifa regulada por el Estado.

Esta opción nace como consecuencia de la privatización en los '90s y solo puede ser ejercida por:

- **Grandes Usuarios**
- **Exportación**

- **Estacional:** a precios promedios trimestrales proyectados del Mercado Spot

Corresponde al mercado de los distribuidores. Cabe mencionar que existen mecanismos para compensar las diferencias entre el mercado estacional (lo que pagan los distribuidores) y el mercado spot (lo que cobran los generadores).

CONSUMIDORES

- **Grandes Usuarios**

Los grandes usuarios se dividen en tres categorías de acuerdo al nivel de consumo de energía eléctrica.

- **GUMAS** (Grandes Usuarios Mayores): deben tener una demanda de potencia para consumo propio mayor a 1MW, 50% de mínimo requerido de energía contratada.
- **GUMES** (Grandes Usuarios Menores): deben tener una demanda de potencia para consumo propio mayor 30 KW y menor a 2MW, 100% requerido de energía contratada
- **GUPAS** (Grandes Usuarios Particulares): deben tener una demanda de potencia para consumo propio mayor 30 KW y menor a 100KW, 100% requerido de energía contratada

- **Usuarios Finales**

Se trata del resto de los usuarios que no cumplen los requisitos para clasificar como grandes usuarios.

Resumen de los principales actores y el rol que juega cada uno en la actualidad

Como se hace referencia en los apartados anteriores, la privatización del sector junto con el nuevo marco regulatorio modificaron significativamente el rol que juega cada actor dentro del mercado eléctrico argentino. El sector pasó de ser un monopolio estatal integrado, donde la industria estaba verticalmente integrada, regulada, planificada y operada por el Estado, a un modelo segmentado por negocios, donde el Estado, básicamente, tiene un rol de regulador, mientras que los servicios son prestados, principalmente, por entes privados.

El nuevo modelo contempla la división de los negocios en generación, transporte y distribución, de manera de mermar el poder empresario de los privados. Sin embargo, como ya mencionamos, se crean distintas asociaciones (AGEERA, ATEERA, ADEERA y AGUERA) para garantizar la representatividad de los derechos de todos los agentes, en especial el público consumidor. Finalmente, a efectos de garantizar una operación económicamente óptima del sistema se creó a CAMMESA (Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico S.A.)

Para un mejor entendimiento se procede a caracterizar cada rol:



5. Componentes de la tarifa eléctrica en la Argentina

La tarifa a cargo del consumidor final está formada por dos componentes básicos, el **Precio esperado spot** y el **valor agregado por las distribuidoras (VAD)**. El primero es variable y se recalcula trimestralmente en base a los precios promedios proyectados (precios estacionales), también llamado **precio estacional de compra en el Mercado Eléctrico Mayorista (MEM)**. Este término está compuesto por el costo de la generación más el costo del transporte de la energía por el trazado de las líneas de alta y media tensión, a través de las cuales se lleva la energía desde la planta generadora hasta la red de la distribuidora. Asimismo, este término incluye las pérdidas reconocidas de la distribución. Se trata de las pérdidas técnicas, energía consumida por los propios equipos del sistema, como por ejemplo, las pérdidas de energía que se producen en los transformadores para elevar la tensión para transportarla, en los cables, y en los transformadores para bajar la tensión para inyectarla en la red pública.

El segundo componente es más bien fijo y representa el prorratio de los costos de la red, los costos de operación y mantenimiento, los costos de comercialización y administración, y finalmente un margen de beneficio. Acorde al marco regulatorio que dispone la Ley Nr. 24.065, referida en el capítulo anterior, el VAD debe ser sometido a una revisión tarifaria integral cada 5 años.

En este punto, entiendo necesario destacar el hecho que, en el ámbito nacional, correspondiente a las distribuidoras Edenor, Edesur y Edelap (zonas metropolitanas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata), la primera revisión se estableció a los 10 años. Habiéndose otorgado la concesión en el año 1992, dicha primera revisión debió tener lugar en el año 2002. Sin embargo, la misma fue pospuesta como consecuencia del principio de “esfuerzo compartido” alegado por la Ley de Emergencia Económica, tras la crisis en la Argentina en Diciembre 2001, diferimiento que aún continúa en el presente.

Compréndase, entonces, la magnitud de la distorsión de precios producida y a la que hice referencia precedentemente, considerando las altas tasas inflacionarias acaecidas en la última década.



A título ejemplificativo, podemos comentar que, en un análisis internacional comparativo, en determinados países la tarea de distribución de la energía eléctrica es llevada a cabo por el estado. En este caso el componente de “Margen de Beneficios” suele ser excluido. Sin embargo esto no significa, necesariamente, que el precio final a los consumidores vaya a disminuir, ya que las tareas desarrolladas por entes públicos tienden a caracterizarse por una mayor ineficiencia, lo que repercute en mayores costos que inciden, lógicamente, en el precio final.

Otra modalidad es la de introducción de subsidios donde, si bien el distribuidor es un ente privado, el Estado brinda una ayuda financiera con el propósito de aliviar la obligación del consumidor final.

6. Cuadro tarifario, jurisdicciones y benchmarking de tarifas

De acuerdo al artículo 40 de la ley 24.065¹⁶ los distribuidores ofrecerán sus servicios, con un alto grado de eficiencia y eficacia operativa, a tarifas justas y razonables suficientes para afrontar los costos operativos derivados de la prestación del servicio, impuestos, amortizaciones y una tasa de retorno. Asimismo, a efectos de la determinación del cuadro tarifario, debe ser considerada cualquier otra circunstancia relevante, tales como ubicación geográfica y correspondiente densidad demográfica, que pueden encarecer significativamente el mantenimiento de la red.

Los contratos de concesión incluyen un cuadro tarifario inicial con una vigencia de cinco años. Nuevamente, aclaramos que en el ámbito nacional, para las distribuidoras Edenor, Edesur y Edelap (zonas metropolitanas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata) la primera revisión se estableció a los 10 años. Una vez finalizado este plazo, a través de una Revisión Tarifaria Integral (RTI), se debería volver a fijar las tarifas máximas para cada servicio por periodos sucesivos de cinco años. La intención de estos RTI es mantener los valores de las tarifas actualizados de forma de dotar a las prestadoras de los recursos económicos necesarios para de cumplir con los principios mencionados en el párrafo anterior.

Ahora bien, como ya expresara previamente, el proceso de revisión tarifaria se vio interrumpido en el 7 de enero 2002 con la publicación en el Boletín Oficial de la Ley de emergencia pública en materia social, económica, administrativa, financiera y cambiaria (Ley N° 25.561). Esta ley, alegando el principio de “esfuerzo compartido” (artículo 1198 del Código Civil), dispuso congelar las tarifas en los servicios públicos, congelamiento que , considerando el ejemplo arriba citado del caso de Edeno, Edesur y Edelap, suspendió la revisión que debió haber sido hecha en el año 2002, y que aún sigue siendo pospuesta hasta nuestros días. Aquí observamos, claramente, la inconsistencia del modelo, ya que la omisión de la actualización tarifaria conlleva, necesariamente, en el mediano / largo plazo, un quiebre en la economía de la empresa prestadora, que la imposibilita cumplir los objetivos y principios de la concesión que le fuera otorgada.

En efecto, el congelamiento de tarifas del servicio eléctrico se mantiene en mayor o menor medida al día de hoy. En el área metropolitana de la Argentina, Buenos Aires y La Plata (es decir, Edenor, Edesur y Edelap), las tarifas minoristas para empresas de distribución están reguladas por el Ente Nacional Regulador de la Electricidad (ENRE), mientras que las empresas distribuidoras provinciales están reguladas por organismos locales. Como resultado de la Ley de Emergencia Pública y de Reforma del Régimen Cambiario, las distribuidoras bajo la jurisdicción de ENRE no tienen permitido aumentar las tarifas residenciales desde su congelamiento en 2002.

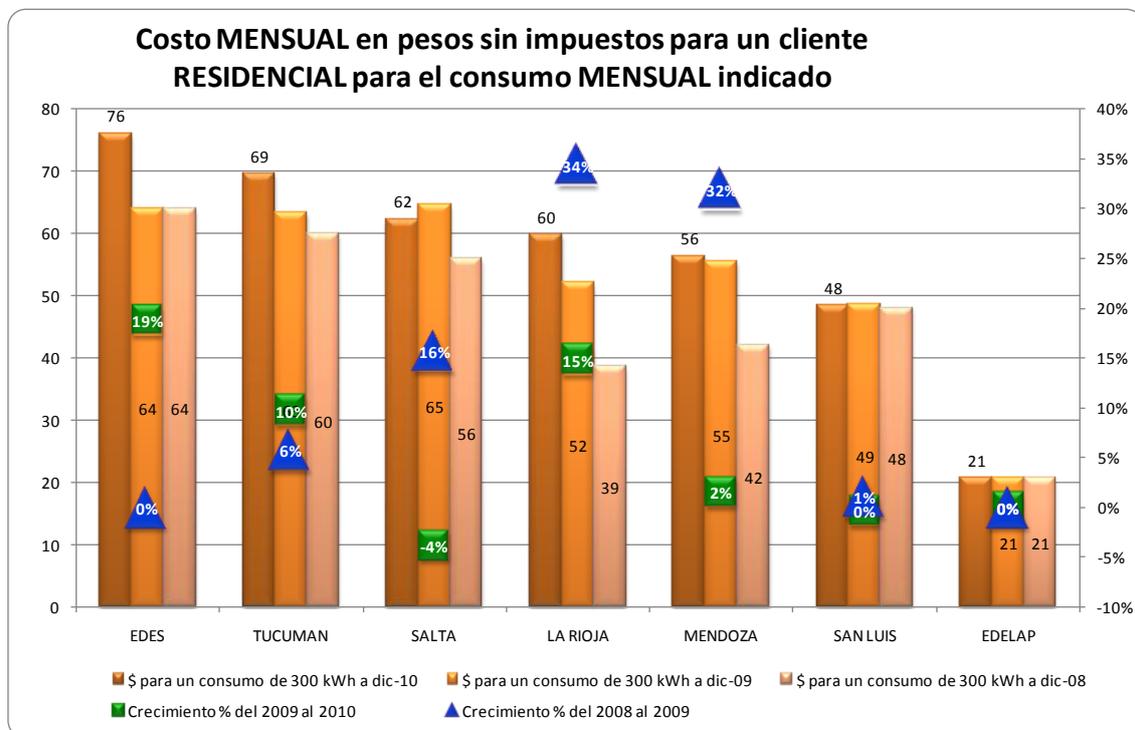
Esta situación general de distorsión de tarifas se ha visto, sin embargo, atenuada en algunas jurisdicciones provinciales, por la acción de sus organismos reguladores , los que han ido aprobando, en los últimos años, aumentos en las tarifas residenciales.

¹⁶ Ley de Energía Eléctrica, sancionada por el Honorable Congreso de la Nación y publicada en el Boletín Oficial el 16 de enero de 1992: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=464>

Véase en ello una incoherencia adicional del actual régimen, ya que, como consecuencia de la variedad de reguladores, se tiene finalmente como resultado una gran divergencia en la actualización de los cuadros tarifarios de las jurisdicciones y, por ende, una posición relativa inequitativa dentro del ámbito de los consumidores.

En este orden de ideas, mientras que en diciembre 2009, la facturación mensual de un usuario residencial, por el consumo de 300kWh, ascendía a 21 pesos en la ciudad de La Plata, el mismo consumo para un residencial en la provincia de Salta ascendía a 65 pesos. Adicionalmente la facturación mensual por el mismo consumo en La Plata no se vio incrementado respecto del año anterior, mientras que en la provincia de Salta se registra un crecimiento de la facturación del 16%¹⁷. Esta información deja en evidencia la disparidad entre jurisdicción, y un indudable desajuste en ciertas tarifas.

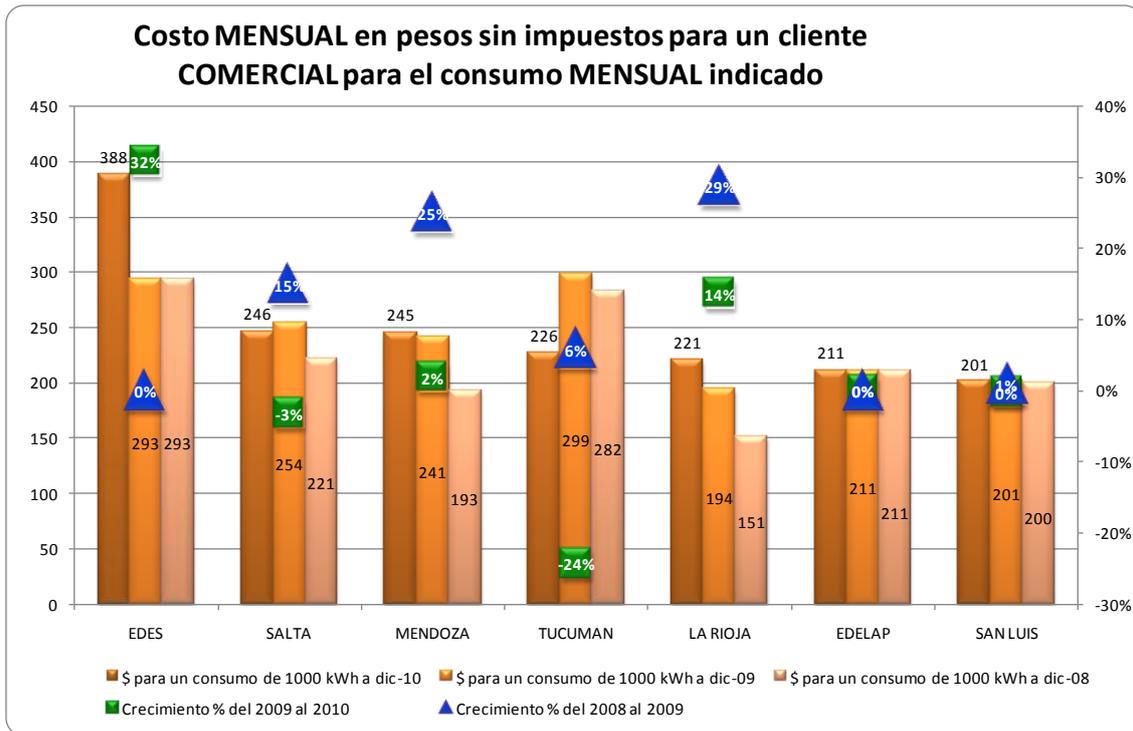
Benchmarking tarifario, principales conclusiones¹⁸:



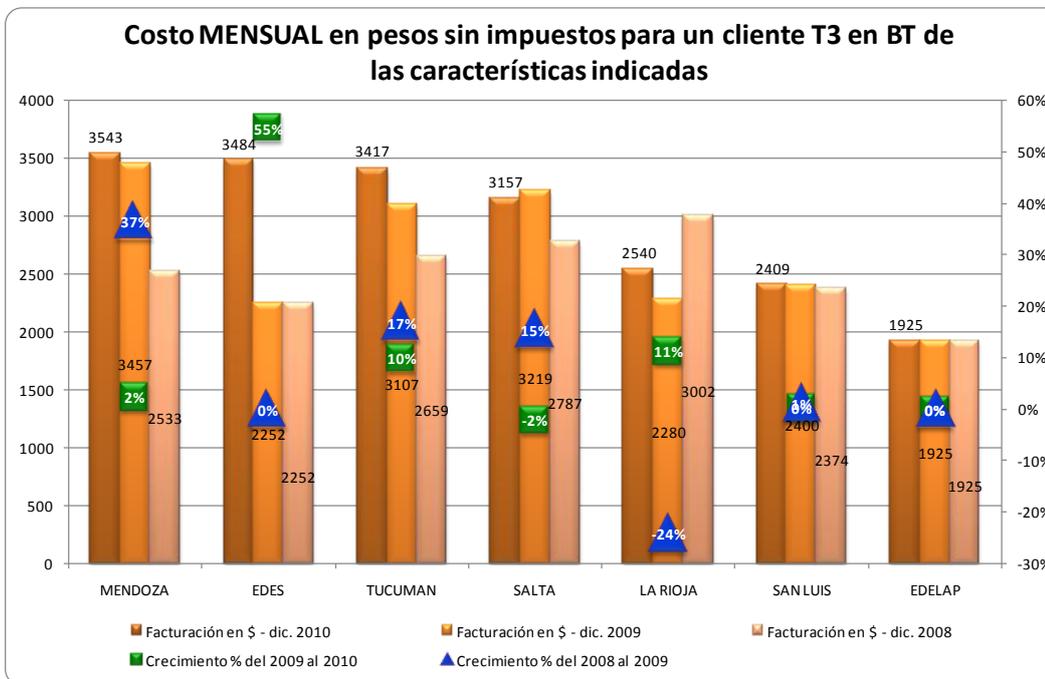
Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 300KWh a dic-10	56
Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 300KWh a dic-09	53
Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 300KWh a dic-08	47
Crecimiento en % del promedio del 2008 al promedio 2010	19%

¹⁷ Para un mayor detalle remitirse a los apéndices IV: Jurisdicciones y empresas distribuidoras de energía.

¹⁸ Gráficos confeccionados en base a cuadros tarifarios extraídos de la página web de la Secretaría de Energía: <http://energia3.mecon.gov.ar>

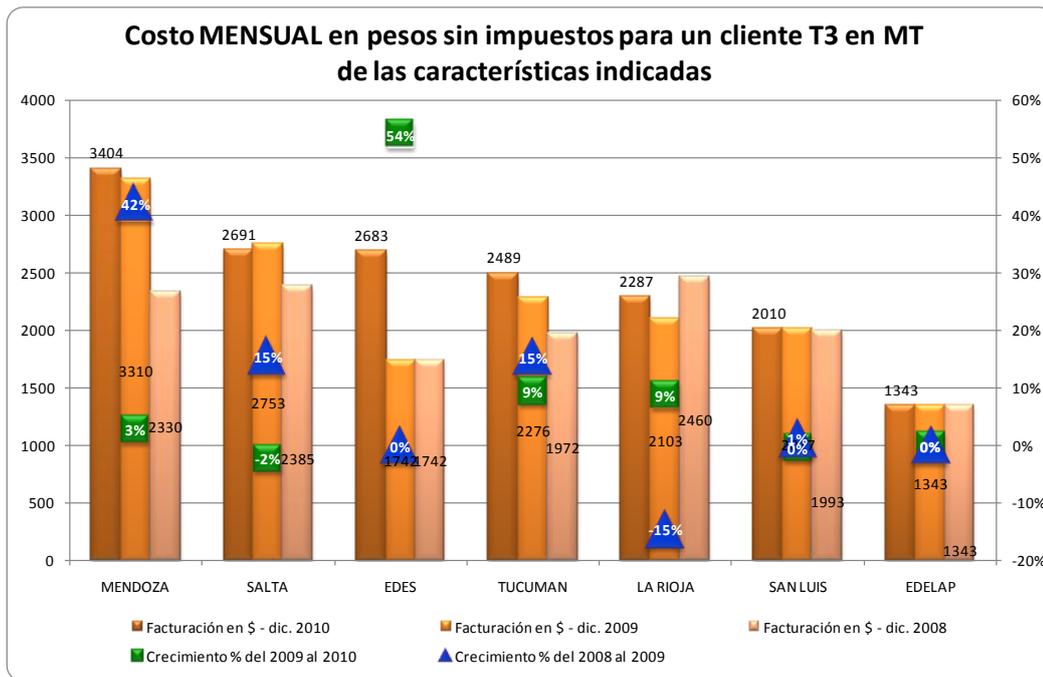


Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 1.000KWh a dic-10	248
Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 1.000KWh a dic-09	242
Facturación mensual promedio en \$ para un consumo de 1.000KWh a dic-08	222
Crecimiento en % del promedio del 2008 al promedio 2010	12%



Tensión:	BT
Potencia Contratada:	50
Consumo en kWh:	7500
Factor de Carga:	20.5%

Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-10	2,925
Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-09	2,663
Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-08	2,504
Crecimiento en % del promedio del 2008 al promedio 2010	17%



Tensión:	MT
Potencia Contratada:	400
Consumo en kWh:	139999
Factor de Carga:	48%

Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-10	2,415
Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-09	2,221
Facturación mensual promedio en \$ para las características indicadas a dic-08	2,032
Crecimiento en % del promedio del 2008 al promedio 2010	19%

✚ Tarifas a los residenciales (T1R¹⁹): consumo de 300 KWh
 En este segmento, corresponde señalar que una de las distribuidoras mayormente relegada es Edelap, la cual abastece a la ciudad de La Plata. Del cuadro surge que su facturación mensual (sin impuestos) alcanza, apenas, el 37% de la facturación mensual promedio (56 pesos²⁰). Asimismo es de destacar que a esta prestadora no se le han reconocido aumentos en los últimos dos años. Al respecto, el aumento de la facturación promedio del 2008 respecto del 2010 ascendió, en este caso particular, a un 19%, pudiéndose observar, en otras jurisdicciones como, por ejemplo, la Rioja, incrementos hasta del 54%.

✚ Tarifas a los comercios e industria (T1G²¹): consumo de 1.000 KWh
 En el caso de los comercios e industrias con un consumo de 1.000 KWh, la facturación mensual (sin impuestos) más baja corresponde a la distribuidora de San Luis seguida por Edelap. Sus facturaciones mensuales (sin impuestos) son el 81% y 85% de la facturación mensual promedio (248 pesos) respectivamente.
 Corresponde señalar que a Edelap no se le han reconocido aumentos en los últimos dos años, y a San Luis, el aumento reconocido fue sólo del 1%. El aumento de la

¹⁹ T1: Pequeñas demandas (menos de 10KW de demanda); R: Residencial; Consumo mayor 200KWh y menor o igual a 400KW; Cargo Variable 3

²⁰ Entiéndase por facturación mensual promedio a el promedio de la facturación mensual a dic-10 de las distribuidoras incluidas a efectos del benchmarking de tarifas

²¹ T1: Pequeñas demandas (menos de 10KW de demanda); G: Servicio general; Consumo menor o igual a 1000KWh; Bajos consumos

facturación promedio del 2008 respecto del 2010 ascendió a un 12%, pudiéndose observar hasta incremento del 46% (en La Rioja).

- ✚ Tarifas a los comercios e industria (T3²² en BT²³): consumo de 7.500 KWh
Para esta categoría la facturación mensual (sin impuestos) más baja vuelve a corresponder a la distribuidora Edelap. Su facturación mensual representa el 66% de la facturación mensual promedio (2.925 pesos). Complementado esta información, es de mencionar que a Edelap tampoco se le han reconocido aumentos en los últimos dos años para esta categoría. El aumento de la facturación promedio del 2008 respecto del 2010 ascendió a un 17%, pudiéndose observar hasta incremento del 55% en Edes (abastece a Bahía Blanca y alrededores dentro de la Provincia de Buenos Aires).

- ✚ Tarifas a los comercios e industria (T3²⁴ en MT²⁵): consumo de 139.999 KWh
La facturación mensual (sin impuestos) más baja corresponde, una vez más, a la distribuidora Edelap. Su facturación mensual representa sólo el 56% de la facturación mensual promedio (2.415 pesos). Nuevamente, a Edelap tampoco se le han reconocido aumentos en los últimos dos años para esta categoría. En general, el aumento de la facturación promedio del 2008 respecto del 2010 ascendió a un 19%, pudiéndose observar un incremento del 54% en la prestadora Edes.

A partir de este análisis, resulta evidente y debo resaltar las incongruencias propias del modelo energético vigente, dado, entre otros, por los distintos criterios de los diferentes reguladores (por ejemplo, en materia de ajuste inflacionario) y la inconsistente asignación de prestadores a jurisdicciones, sin considerar elementos críticos diferenciadores, tales como la densidad demográfica de las áreas concesionadas. A fin de ilustrar este aspecto, destaco la desventajosa situación de Edelap, cuya gestión en el área concesionada de la ciudad de La Plata, Prov. de Bs. As., cae bajo la jurisdicción del regulador Nacional (ENRE) junto con Edenor y Edesur (abastecen el norte y sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires respectivamente), en lugar de estar sometida al regulador provincial. Esta circunstancia afecta crucialmente el poder de negociación de Edelap, ya que es considerada en forma semejante a las otras dos distribuidoras mencionadas, cuyas áreas concesionadas cuentan con una densidad demográfica significativamente mayor. Compréndase que la densidad demográfica de una zona abarata notoriamente los costos operativos de la distribuidora por cliente. Mientras que la densidad poblacional en la zona de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires es de aproximadamente 2.300 habitantes/km², Edelap opera en un área de concesión de 5.700km², con una densidad poblacional de aproximadamente 150 habitantes/km². Ver detalle de la densidad demográfica en las distintas provincias de la Argentina en el apéndice I.

²² T3: Grandes Demandas (igual o mayor a 50KW de demanda)

²³ BT: Baja Tensión

²⁴ T3: Grandes Demandas (igual o mayor a 50KW de demanda)

²⁵ MT: Media Tensión

7. Subsidios en las tarifas eléctricas en la Argentina

Subsidio es la diferencia entre el costo de un bien o servicio y el menor precio que se exige como contraprestación del mismo. En el caso de los servicios públicos estos subsidios, de carácter asistencial y económico, son dictaminados por el regulador.

Actualmente los subsidios a las tarifas eléctricas en la Argentina tienen varios efectos negativos y contribuyen decisivamente al cuestionamiento del modelo vigente y su necesaria adecuación.

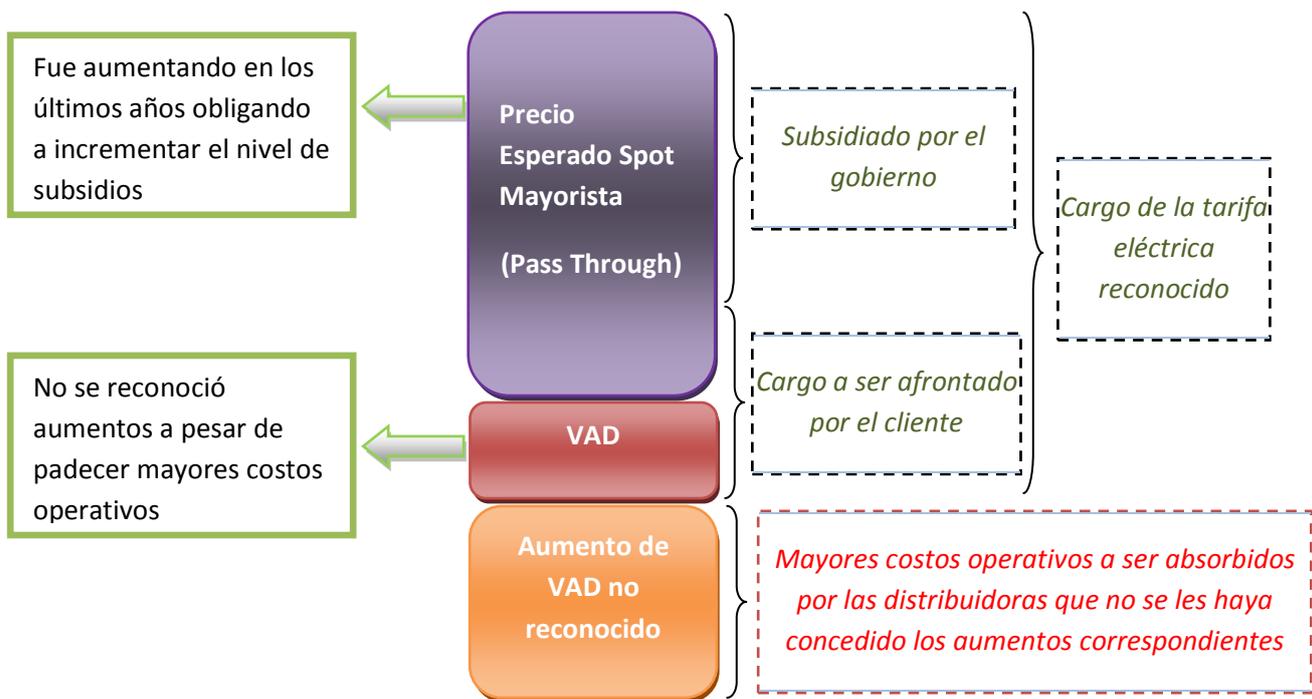
Por un lado, constituyen un fuerte gasto en el presupuesto del país, y, por otro, crea un espejismo en la percepción de la gente en cuanto a la crisis energética y el deterioro del sector. Esto deriva directamente en el comportamiento de la población en lo que se refiere a un uso adecuado y prudente de la energía disponible.

Por su parte, es de mencionar que una correcta política de subsidios implica su otorgamiento en forma específica (sectores pobres, indigentes) y, en general, ante situaciones especiales que los justifiquen y, siempre, por un plazo determinado, ya que, como se mencionó, constituyen una pesada carga para las arcas públicas y afecta directamente a la distribución del ingreso. Los subsidios que se prolongan y, además, acrecientan por un periodo extendido de tiempo generan una distorsión entre las tarifas y el resto de los precios de la economía. En este sentido, la permanencia del congelamiento de la tarifa eléctrica, además de provocar por sí sola una grave distorsión, agudiza la problemática descrita, requiriendo de la continuidad del subsidio y su incremento constante.

La ilusión que genera la introducción de subsidios en las tarifas está vinculada con la falta de claridad en la información respecto a que los subsidios son al cliente y no a las distribuidoras.

Además, existe otro relevante efecto distorsivo en la política de subsidios, dado por el hecho que el incremento de los subsidios está relacionado con el incremento en el costo de la generación de la electricidad y no con el costo de la distribución, lo que implica llevar a una situación deficitaria a las empresas distribuidoras. Esto quiere decir que, si bien el cliente paga menos que el valor de la tarifa real que le correspondería, el subsidio dado a las prestadoras debiera compensar los mayores gastos operativos de éstas, no cubiertos por la tarifa reducida. Sin embargo y en razón de esta forma de cálculo de los subsidios, sigue sin reconocérsele, íntegramente, a las distribuidoras el real aumento del VAD acaecido a lo largo de estos últimos 10 años. En síntesis, otra inconsistencia más que, en este caso, atenta contra la estructura de distribución del sector.

A continuación se muestra un cuadro con el objeto de ejemplificar gráficamente lo anteriormente expuesto:



8. Consecuencias del congelamiento tarifario

Como se dijera, a partir de la crisis del 2001, híper devaluación, distorsiones en precios relativos, recesión, incremento de la pobreza e indigencia entre otros, la sociedad se vio fuertemente afectada en su poder adquisitivo y fue necesario tomar medidas para garantizar los servicios básicos. Ello motivó, principalmente, una política de congelamiento de tarifas del servicio eléctrico.

A su vez, un prolongado congelamiento tarifario, sin una adecuada política de protección y promoción del sector, si bien persigue un beneficio para la sociedad, termina repercutiendo negativamente sobre la misma.

Desde la salida de la convertibilidad, muchas compañías del sector eléctrico tuvieron que afrontar altos niveles de endeudamiento en moneda extranjera ante un escenario en el que sus ingresos se mantenían constantes, en moneda local, mientras que, adicionalmente, sus costos operativos se elevaban. Esta situación motivó una profunda desinversión y la imposibilidad de satisfacer una demanda en constante crecimiento. Estos factores contribuyeron a la crisis energética vigente, situación que empeora en la medida que continúa transcurriendo el tiempo sin incrementos en los cuadros tarifarios.

Por su parte, el gobierno evita aplicar un sinceramiento de tarifas como consecuencia del costo político y económico que traería aparejado. Cabe mencionar, que, según la International Electricity Prices, una entidad inglesa que realiza estudios sobre este sector, las tarifas de la zona metropolitana se encuentran entre las seis más bajas del mundo²⁶.

La gran problemática del congelamiento de las tarifas eléctricas por un periodo prolongado de tiempo radica no sólo en la desinversión del sector y, por ende, no poder abastecer la demanda creciente de energía, sino también, en el paulatino deterioro de las redes actuales, como consecuencia de un insuficiente mantenimiento.

Asimismo, ante el escenario de una crisis energética, con una situación de desinversión y sub-mantenimiento de la infraestructura, el congelamiento de las tarifas y su subvaloración agrava críticamente la misma, ya que el nivel excesivamente bajo de los precios de la energía, lleva a la población, precisamente, a demandar un mayor consumo.

Otro aspecto a resaltar, es que la actual política de subsidios, con sus inconsistencias y generalizaciones, favorece, fundamentalmente, al sector más pudiente (ya que es el mayor consumidor de energía), generando una aún mayor distorsión entre pobre y ricos.

²⁶ Fuente: Notas publicadas en el Heraldo (<http://www.lujanmundo.com/Note.aspx?Note=6>) y Luján Mundo (<http://www.lujanmundo.com/Note.aspx?Note=6>)

9. Campañas de concientización en la República Argentina

Las campañas de concientización realizadas en la Argentina estuvieron, mayormente, orientadas al uso racional de la energía. Ya en la última década se evidenciaba que los modelos energéticos en el país se encontraban agotados y una crisis energética se hacía inminente. Este panorama requería una planificación estratégica a largo plazo que contemplara no solo inversiones en nueva generación, pero también campañas que concienticen a la gente sobre el uso racional de la energía.

Detalle de campañas de concientización impulsadas por el sector eléctrico, el gobierno, argentino y otros actores

Tarifas eléctricas: énfasis en el bajo costo continuado desde 1992

Durante Septiembre 2010 AGEERA²⁷, ATEERA²⁸, EDENOR²⁹, EDESUR³⁰ Y EDELAP³¹ se unieron para lanzar una campaña de concientización a través de avisos publicitarios en medios gráficos, comentarios en radio y televisión, entrevistas en radio, y notas en diarios³².

La particularidad de esta campaña es que es la única que destaca el bajo nivel de las tarifas en la zona de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

El slogan principal enfatiza el hecho de que 9 de cada 10 domicilios en Capital y Gran Buenos Aires paga una suma inferior a \$1,33 por el suministro de energía eléctrica de un día. Acertadamente esta campaña tomo elementos de la vida cotidiana como ser un alfajor, mensaje de texto o un café, y equipara el costo con el del consumo de energía. A continuación se expone una de las gráficas publicadas³³:

²⁷ Asociación de Generadoras de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.ageera.com.ar

²⁸ Asociación de Transportistas de Energía Eléctrica de la República Argentina: www.ateera.org.ar

²⁹ Distribuidora del área norte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires: www.edenor.com.ar

³⁰ Distribuidora del área sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires: www.edesur.com.ar

³¹ Distribuidora del área de los partidos de La Plata, Berisso, Ensenada, Brandsen, Magdalena y Punta Indio: www.edelap.com.ar

³² Para un mayor detalle de los tipos de avisos publicados remitirse a los apéndices II y III: Detalle de tipos de publicación/mención realizadas en septiembre 2010; y Avisos publicitarios

³³ Ver Anexo II, otras dos gráficas utilizadas en la campaña.

Información estadística da sustento objetivo a la declaración

Elemento cotidiano asociado a un bajo costo económico

Costo ciertamente bajo

**Asociaciones y compañía que se unieron para el lanzamiento de la campaña representando a los tres agentes del sector:
AGEERA → Generación
ATEERA → Transporte
EDELAP, EDENOR y EDESUR → Distribución**

Casi 20 años

Esta campaña abarcó numeroso medios gráficos, radiales y televisivos de acuerdo al detalle que se expone a continuación:

Medios gráficos monitoreados:

- ✚ Clarín
- ✚ La Nación
- ✚ Ámbito Financiero
- ✚ El Cronista
- ✚ Página 12
- ✚ Buenos Aires Económico
- ✚ El Día
- ✚ Hoy

Medios radiales y televisivos:

- ✚ Radio 10 AM 710
- ✚ El Mundo AM 1070
- ✚ C5N
- ✚ Mitre AM 790
- ✚ La Red AM 910
- ✚ Del Plata AM 1030

- ✚ Continental AM 590
- ✚ Millenium 106.7

Si bien, como detallaba más arriba, la campaña abarcó una diversidad de medios de alta circulación, la misma sólo se extendió por un periodo de tiempo muy limitado de una semana (días corridos desde un jueves hasta un miércoles inclusive, priorizando los días viernes, sábado y domingo para las notas en los diarios).

Uso racional de la energía eléctrica

Algunas campañas, más bien de carácter espontáneo, tuvieron su origen en problemas de suministro de energía latentes, en períodos determinados. Por ejemplo, en el mes de julio de 2007, la UIA (Unión Industrial Argentina filial Santa Fe) impulsa una acción publicitaria llamando a la población al ahorro de energía³⁴. La demanda de energía estaba superando la oferta poniendo en riesgo el nivel de actividad en la industria, y amenazando, en caso de no poder contener la situación, con posibles despidos.

Sin embargo la acción más importante a señalar, gozó no sólo del apoyo, sino del mandato gubernamental. En efecto, en diciembre 2007 el gobierno nacional da origen al Programa Nacional de Uso Racional y Eficiente de la Energía (PRONUREE)³⁵. Algunos objetivos, que contempla este programa, aún vigente, a mediano y corto plazo se detallan a continuación:

- Desarrollo de una campaña masiva de educación, concientización e información a la población general y particularmente para los niños en edad escolar
- Acciones para reemplazar en forma masiva la utilización de lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo.
- Implementar un marco regulatorio apropiado y sistemas de beneficios para fomentar el uso racional de la energía en el sector público y en el sector empresario.
- Invitar a las provincias, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como a los sectores industrial y financiero a sumarse al esfuerzo del Estado Nacional para ampliar, de la forma más eficiente posible, la oferta de electricidad.
- Iniciar régimen de etiquetado de eficiencia energética para ser aplicados a la producción, importación y/o comercialización de equipos eléctricos.

En este sentido, es posible encontrar información, recomendaciones y un detalle de los compromisos asumidos, en lo que respecta al uso racional de la energía, en la página web oficial de la Secretaría de Energía³⁶.

Asimismo, se evidencian acciones tomadas en las distintas provincias del país, en el sector público y privado: Tierra del Fuego³⁷ - 2008, Tucumán³⁸ - Abril 2011, Cooperativa de Servicios Públicos y Sociales Luque Limitada³⁹ (Ex Cooperativa Luz y Fuerza Luque Ltda), etc.

³⁴ Nota en el Diario Digital de Santa Fé “La UIA realiza una campaña de concientización para ahorrar energía “

http://www.notife.com/noticia/articulo/915740/La_UIA_realiza_una_campana_de_concientizacion_para_ahorrar_energia.html

³⁵ Decreto 140/2007, sancionado por el Poder Ejecutivo Nacional y publicado en el Boletín Oficial el 24 de Diciembre de 2007: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=136078>

³⁶ <http://energia3.mecon.gov.ar/contenidos/verpagina.php?idpagina=2842>

En el marco de las actividades llevadas a cabo, se destacan, por la íntima llegada a la población, los recorridos por distintos barrios con el objeto de canjear focos de bajo consumo por focos incandescentes, concientizando a la gente sobre la necesidad de racionalizar el uso del suministro de energía eléctrica. Esto ha replicado acciones análogas llevadas a cabo en otros países.

Uso racional de la energía eléctrica como consecuencia de movimiento pro ambientales

Finalmente otras campañas estuvieron motivadas por preocupaciones medioambientales. Si bien el fin último es resguardar los recursos naturales y evitar la contaminación del medio ambiente, el énfasis sobre el uso racional de la energía contribuye, ciertamente, a afrontar la crisis energética. Este movimiento es impulsado principalmente, por Greenpeace, si bien, en el último tiempo, a conseguido cada vez más adeptos: del ámbito empresarial (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)⁴⁰), como del ámbito del espectáculo (Recital de U2 en la ciudad de La Plata⁴¹), y de otros actores que, día a día se van sumando a la causa (Familia Weiss en Bariloche⁴²)

Conclusiones:

Las campañas en la República Argentina relacionadas con el sector de energía eléctrica se circunscriben, básicamente, a los últimos 4 años y, fundamentalmente, se encuentran orientadas al uso racional de la energía. La importancia del uso eficiente de la energía viene dado por el marco regulatorio que lo patrocina, mientras que el desajuste tarifario ocupa claramente una posición rezagada en la escala de prioridades de la agenda política.

Si bien se ha realizado una campaña de concientización durante septiembre 2010, la misma careció de dos elementos fundamentales, a saber:

- El primero está relacionado con la modalidad de la campaña. La misma no tuvo el alcance masivo que requiere y demanda una campaña de concientización. Los tipos de publicaciones se limitaron a anuncios en los diarios, alguna que otra gráfica y/o nota en radios. La campaña no abarcó la televisión, ni la realidad actual de las redes sociales como facebook o tweeter. Asimismo, el período de tiempo abarcado fue, notoriamente, breve como para lograr la penetración deseada.

³⁷ Programa Provincial de Uso Racional y Eficiente de la Energía en Tierra del Fuego:

<http://www.dpe.com.ar/dpe/resolucionUsoEnergia.php>

³⁸ Nota en Tucumán Noticias "Campaña de concientización sobre el uso racional de la energía":

<http://www.tucumanoticias.com.ar/noticia.asp?id=27607>

³⁹ http://www.coopservluque.com.ar/noticia_detalle.php?id=128

⁴⁰ <http://contactosolidario.infobae.com/responsabilidad-social/campana-de-concientizacion-en-las-empresas-sobre-el-ahorro-de-recursos-ambientales.html>

⁴¹

http://www.infoplatense.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=6408:greenpeace-y-amnistia-internacional-realizan-campanas-de-concientizacion-en-recital-de-u2&catid=1:la-plata&Itemid=2

⁴² <http://www.restauranteweiss.com.ar/medioambiente.htm>

- El segundo elemento está vinculado con el contenido, ya que no se ha brindado claridad respecto a los componentes de la tarifa, el rol que juegan los subsidios y sus respectivos efectos colaterales, causantes de una desinversión estructural en el sector, que agudiza la crisis energética con repercusiones negativas sobre la economía del país y sus chances de desarrollo.

Al día de hoy parece no estar debidamente clara la importante complementariedad entre la política del uso racional de la energía y la política de precios y de subsidios de los bienes energéticos. Si se continúa afectando la economía de áreas claves de negocios dentro del sector, como son las distribuidoras, y además se realizan subvenciones generalizadas al consumo, beneficiando a quienes, quizás, no corresponda, en detrimento de las arcas públicas, resulta muy difícil establecer políticas de uso eficiente de la energía. Las políticas de eficiencia energética deben estar coordinadas con las políticas de precios internos de los bienes energéticos, y enmarcadas en un plan estratégico global, que promueva nuevas inversiones y cuide del parque instalado.

10. Campañas de concientización sobre el uso racional de la energía en otros países

A partir de la crisis del petróleo (1973-74), el concepto de eficiencia energética comienza a aparecer en la agenda política de la mayoría de los países industrializados. Las campañas de concientización relacionadas con el sector eléctrico estuvieron básicamente orientadas al uso racional del consumo de energía (U.R.E), en el sentido de implementar tecnologías y/o prácticas más eficientes que se traduzcan en un menor consumo energético.

A continuación un breve detalle sobre algunas campañas realizadas en otro países.

Latinoamérica:

Chile

Históricamente, en Chile, el uso racional de la energía no constituía una prioridad, y por más que se observaron ciertas iniciativas en el pasado (ej. Programa de Conservación y Uso racional de la energía (CUREN)), las mismas no prosperaron como hubiera sido deseado. Esto cambia recién en el año 2005, cuando el gobierno pasa a ocupar un papel de liderazgo en la promoción y desarrollo de la eficiencia energética. Ya en el año 2008, cuando se desencadena la crisis del gas y se torna evidente la escasez de la energía, rápidamente se impulsan varias campañas educativas e informativas sobre la eficiencia energética. El pueblo chileno responde ejemplarmente a estas acciones y comienza un periodo de reformas. El Programa País de Eficiencia Energética (PPEE)⁴³ es responsable del desarrollo e implementación de las políticas y programas sobre eficiencia energética es. Actualmente, el gobierno creó la Agencia Chilena de Eficiencia Energética (ACHEE)⁴⁴. En esta agencia participa el sector privado y el estado⁴⁵, con el objeto que las decisiones sean compartidas entre los usuarios y las autoridades a cargo de promover el uso eficiente de la misma.

Brasil:

Programa de Combate al Desperdicio de Energía Eléctrica (PROCEL) de ELECTROBRÁS fue creado en 1985 aunque el marco regulatorio queda constituido recién en los años 2000/01⁴⁶. Se crea el "Sello Procel" para etiquetar artefactos domésticos y motores eléctricos, programas de educación y capacitación (principalmente nivel escolar), reformas en la iluminación de edificios públicos y gestión energética municipal. Actualmente el organismo mayormente involucrado en los planes de ahorro de energía es la Coordinación General de Eficiencia Energética (CGEE) del Departamento de Desarrollo Energético (DDE) de la SPE⁴⁷.

⁴³ Es un programa de la Comisión Nacional de Energía (CNE)

⁴⁴ www.ppee.cl

⁴⁵ Directorio conformado por representantes del Ministerio de Energía, Ministerio de Hacienda y de la Confederación de la Producción y el Comercio

⁴⁶ Ley N° 9.991 y Ley N° 10.295 del año 2000 y 2001 respectivamente

⁴⁷ Secretaría de Planeamiento y Desarrollo Energético (SPE) del Ministerio de Minas y Energía (MME): www.mme.gov.br

Mexico:

El marco regulatorio se formaliza en los años 2008 y 2009⁴⁸. La Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía (CONUEE)⁴⁹ de la SENER⁵⁰, Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE)⁵¹ y Coordinación del Programa de Ahorro de Energía del Sector Eléctrico (PAESE)⁵² de la CFE, desarrollaron programas de eficiencia energética para el sector público y privado, programas de educación y capacitación, y auditorías energéticas y asistencia técnica. A través sello FIDE se certifica a los equipos eléctricos eficientes (eficiencia superior a las normas de eficiencia mínima). Actualmente existen numerosos planes orientados al uso racional de la energía: Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012 de la Presidencia de la República, Programa Sectorial de Energía 2007-2012 de la SENER, Programa Nacional para el Aprovechamiento Sustentable de la Energía 2009-2012, Programa para la Promoción de Calentadores Solares de Agua en México (PROCALSOL) 2007-2012 de la CONUEE de la SENER, Programa de Sustitución de Equipos Electrodomésticos para el Ahorro de Energía de la SENER y el FIDE.

Costa Rica:

A fines de 1994 se aprueba la ley Nr.7.447⁵³, a partir de la cual, durante 1996 a 1998⁵⁴, se implementan proyectos para la popularización de focos ahorradores de energía, se constituyen alianzas para financiar equipos eléctricos eficientes y se impulsa un plan de Olimpiadas sobre ahorro de electricidad en centros educativos. Posteriormente formalizan una serie de planes por distintos organismos: Plan Nacional de Energía 2008-2021 de la DSE⁵⁵ del MINAET⁵⁶, Programa Nacional de Conservación de Energía (PRONACE) del CONACE⁵⁷, y Programa Nacional de Ahorro de Energía (PRONAE) del ICE⁵⁸. Actualmente los organismos mayormente involucrados en los planes de ahorro de energía son: Dirección Sectorial de Energía (DSE) del MINAET, Área de Conservación de Energía (ACEN) del ICE y Comisión Nacional de Conservación de Energía (CONACE).

⁴⁸ Ley para el aprovechamiento sustentable de la energía (del 2008), y Reglamento de la Ley para el aprovechamiento sustentable de la energía (del 2009)

⁴⁹ Comisión creada por la Ley para el Aprovechamiento Sustentable de la Energía (28 de noviembre de 2008) que estipula que la Comisión Nacional para el Ahorro de la Energía (CONAE, 1989) le asigna los recursos humanos y materiales a esta nueva comisión: www.conuee.gob.mx

⁵⁰ Secretaría de Energía (SENER): www.sener.gob.mx

⁵¹ Sociedad privada sin fines de lucro creada en 1990 por la Comisión Federal de Electricidad:

www.fide.org.mx

⁵² www.cfepaese.org

⁵³ Ley N° 7.447, Regulación del uso racional de la energía en Costa Rica (13 de diciembre de 1994); y Decreto 25584-MINAE-H-P, Reglamento para la regulación del uso racional de la energía (1996)

⁵⁴ Iniciativas realizadas en el marco de un Programa Integral de Ahorro de Energía del Sector Eléctrico (PIAESE)

⁵⁵ www.dse.go.cr

⁵⁶ Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones: <http://www.minae.go.cr>

⁵⁷ Integrada por la Dirección Sectorial de Energía (DSE), Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), Refinadora Costarricense del Petróleo (RECOPE), Compañía Nacional de Fuerza y Luz (CNFL) y otras entidades del sector eléctrico

⁵⁸ Instituto Costarricense de Electricidad: www.grupoice.com

Perú:

A través de la ley 27.345⁵⁹ del año 2000 se establece el uso eficiente de la energía como interés nacional, y nacen planes como Lineamientos de Política de Largo Plazo para el Sector Energía del MEM⁶⁰, Plan Referencial del Uso Eficiente de la Energía 2009-2018 del MEM, y el Programa de Ahorro de Energía (PAE)⁶¹. Actualmente los organismos mayormente involucrados en los planes de ahorro de energía son: Dirección General de Electricidad (DGE) del MEM y Viceministerio de Energía (VME) del MEM.

Colombia:

La preocupación por el uso racional de la energía se retrotrae a legislación que data desde el 2001⁶². En junio 2010, a través del decreto 180919, se establece un plan de acción indicativo 2010-2015 para desarrollar el Programa de Uso Racional y Eficiente de la Energía (PROURE)⁶³. Asimismo se identifican otros planes orientados al ahorro energético: Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 (PND) de la DNP⁶⁴ y Plan Energético Nacional 2006-2025 (PEN) del MME⁶⁵. Actualmente los organismos mayormente involucrados en los planes de ahorro de energía son: Grupo de Uso Racional de Energía y Fuentes Alternas de la Subdirección de Planeación Energética de la UPME⁶⁶, Instituto de Planeación y Promoción de Soluciones Energéticas para las Zonas No Interconectadas (IPSE)⁶⁷ del MME, y Comisión Intersectorial para el Uso Racional y Eficiente de la Energía y Fuentes No Convencionales de Energía (CIURE).

Ecuador

Si bien el marco regulatorio orientado al ahorro de energía queda constituido en los años 2009⁶⁸ y 2010⁶⁹, los planes comenzaron a ser ejecutados en forma anterior: Programa de Eficiencia Energética en Edificios Públicos del MEER⁷⁰ con apoyo del Colegio de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos de Pichincha (CIEEPI) y Proyecto Sustitución Masiva de Seis Millones de Focos Incandescentes por Focos Ahorradores del MEER. Actualmente los organismos mayormente involucrados en los planes de ahorro de energía son: Subsecretaría de Energía Renovable y Eficiencia Energética (SEERE) del MEER y la Dirección Nacional de Eficiencia Energética del SEERE del MEER.

⁵⁹ Ley N° 27.345, Promoción del Uso Eficiente de la Energía (8 de septiembre del 2000):

⁶⁰ Ministerio de Energía y Minas (MEM): www.minem.gob.pe

⁶¹ <http://siee.minem.gob.pe/>

⁶² Antecedentes legislativos al PROURE: Ley N° 697 del año 2001, decreto reglamentario 3683/2003 y decreto 2501/2007

⁶³ http://www.minminas.gov.co/minminas/energia.jsp?cargaHome=3&id_categoria=213

⁶⁴ Departamento Nacional de Planeación (DNP) de la Presidencia de la República: www.dnp.gov.co

⁶⁵ Ministerio de Minas y Energía (MME): www.minminas.gov.co

⁶⁶ Unidad de Planeamiento Minero Energética (UPME) del Ministerio de Minas y Energía (MME):

www.upme.gov.co , www.minminas.gov.co

⁶⁷ www.ipse.gov.co

⁶⁸ Decreto Ejecutivo 1681 del 2009, Conformación de Comités de Eficiencia Energética y recambio a tecnologías eficientes e iluminación en entidades y organismos públicos

⁶⁹ Decreto Ejecutivo 238 del 2010, Sanciones en caso de incumplimiento del Decreto Ejecutivo 1681 del 2009

⁷⁰ Ministerio de Electricidad y Energía Renovable: <http://www.mer.gov.ec>

América del Norte, Europa y Asia:

En América del Norte, Europa y Asia también se viene observando una urgencia por impulsar acciones para el ahorro de la energía.

En Estados Unidos, el ahorro de la energía está tratado en el Título 42 del USCode, sobre el bienestar y Salud Pública, particularmente el capítulo 91 sobre políticas nacionales de conservación de la energía. Norma que da origen a estas disposiciones es la Energy Policy Act of 1992.

La Unión Europea si bien no tiene marco regulatorio específico, pero las gestiones se enfoca claramente en tres temas: Integración de los mercados energéticos; gestión de la dependencia energética externa, energía y desarrollo sostenible.

En Asia, por ejemplo en Japón, el ahorro de energía es tratado en la ley denominada “Law concerning the Rational Use of Energy”. Esta ley especifica medidas y obligaciones para el uso eficiente de la energía en fábricas, edificios y otras acciones para promocionar y racionalizar el uso de la energía. El Ministerio de Comercio e Industria es quien determina las políticas básicas y las obligaciones que los usuarios deben acatar.

En China el ahorro de energía está expuesto en la ley denominada “The Law on Energy Conservation of the People’s of China”, la cual determina obligaciones específicas para todos los establecimientos que hacen uso de energía eléctrica

11. Propuesta para la realización de la Campañas de concientización

Como se destacó en el capítulo 9, durante septiembre 2010, AGEERA, ATEERA, EDENOR, EDESUR y EDELAP se unieron para realizar una campaña orientada a concientizar a los residentes de la zona metropolitana de Buenos Aires, respecto a las bajas tarifas que 9 de cada 10 hogares paga desde 1992 por un día de energía.

Es la opinión de la autora de esta tesis que la campaña careció del alcance masivo que requiere y demanda una campaña de sensibilización, y, por otro lado, el mensaje comunicacional no abarcó el suficiente contenido informativo requerido para brindar claridad respecto de los múltiples prejuicios del congelamiento tarifario y el problema estructural y progresivo que el mismo está generando en el sector.

Una campaña de publicidad es una solución comunicacional a un determinado problema. Por lo tanto esta campaña deberá estar enfocada precisamente a resolver el desconocimiento de la población respecto de la necesidad de descongelar las tarifas eléctricas por el bienestar de la economía del país, esto es, el bienestar de ellos mismos.

La elaboración de una campaña es un proceso que debe respetar ciertas etapas:

1. Los objetivos

Esto es la determinación de los objetivos de la campaña que permitirán cumplir las metas establecidas. En el caso de esta tesis podemos decir que los objetivos son:

- Informar: brindar claridad sobre la composición de la tarifa, propósito de los subsidios y repercusiones negativas sobre la crisis energética y economía del país. Asimismo, destacar que la importancia política del uso eficiente de la energía está vinculada con la competitividad industrial y comercial, así como el costo de vida de la población y seguridad de abastecimiento energético.
- Concienciar y sensibilizar: respecto de las tarifas eléctricas irrisoriamente bajas y de la inminente necesidad de un uso racional de la energía disponible
- Incentivar: el uso racional de la energía compensando un aumento de la tarifa imperioso para mantener la calidad de servicio.

2. El briefing

En esta etapa es fundamental el trabajo conjunto con una agencia especializada en campañas comunicacionales. Se debe suministrar al experto de publicidad toda la información que ésta pueda necesitar para desarrollar una buena campaña, como ser: información resumida y relevante sobre el sector, marco regulatorio, estudios realizados, detalle de campañas que ya se hayan llevado a la práctica, etc.

3. El eje de la campaña

Entre los objetivos establecidos corresponde priorizar el mensaje principal de la campaña, el beneficio o ventaja principal para el público objetivo. En nuestro caso el mensaje principal

debe estar orientado a la necesidad imperiosa de superar la crisis energética. Todas las acciones que motive e impulse la campaña deben tener como fin principal el bien común y el bienestar económico del país.

4. El slogan

Si bien el beneficio o ventaja principal es el identificado en el punto anterior, un mismo mensaje puede comunicarse de muchas maneras. El mensaje se sintetiza en un slogan o frase de campaña. Es aconsejable trabajar esta frase con gente capacitada, ya que el nivel de creatividad es fundamental para que el mensaje llegue de manera efectiva al público que va dirigido. El concepto central creativo juega un rol fundamental en el impacto y reminiscencia de la campaña.

5. El Plan de medios

- **Objetivos de medios:** esto es la definición de la cobertura, frecuencia e impacto. Es decir, cantidad de personas del público objetivo a las que se desea llegar, cantidad de veces que aspiramos que este público reciba el mensaje, y el nivel de efecto sobre la memoria que se quiere provocar (entendiendo que con ello aumentan las posibilidades de lograr la reacción buscada). En este caso la campaña de sensibilización debe abarcar medios masivos direccionados al ciudadano promedio, con una frecuencia alta en momentos claves y con un nivel de impacto alto (es necesario para sensibilizar a la población).
- **La estrategia de medios:** de acuerdo a los objetivos arriba definidos, se deben seleccionar los medios específicos más acordes (Ej.: prensa, TV, radio, vía pública, Internet, etc.). En este caso, seguramente los medios que no deberán ser obviados son la Televisión e Internet/ Redes Sociales. Se deberá priorizar la hora de la cena cuando el ciudadano promedio le suele dedicar tiempo a este tipo de medios.
- **Selección de soportes:** una vez seleccionados los medios específicos se debe determinar los soportes concretos en los que se va a insertar el mensaje (Ej.: Tamaño de una gráfica, Publicación de una nota en la página principal o dentro del suplemento de un diario, duración de una propaganda televisiva, etc.). Esto es un paso que se determina junto con la agencia de publicidad con la que se decida trabajar.
- **Asignación del presupuesto:** de acuerdo al presupuesto del cual se dispone, corresponde realizar una distribución entre los soportes específicos seleccionados.
- **Evaluación:** siempre se deben medir los resultados de la campaña realizada a efectos de conocer el nivel de cobertura, frecuencia y recuerdo alcanzados.

6. Lanzamiento y control

Finalmente, una vez lanzada la campaña, se debe realizar un control interno y externo. El primer control está relacionado con la supervisión de la campaña. Se trata de un seguimiento de la efectiva consecución del plan, verificando entre otros, y según corresponda, si los avisos salieron en el momento, lugar y forma acordada.

El control externo se refiere a la evaluación de los resultados de la campaña ante el público objetivo y demás repercusiones.

12. Conclusiones

No hay duda que el sector energético es esencial para el desarrollo económico de un país, ya que va de la mano del desarrollo industrial y comercial, y, consecuentemente, termina incidiendo en el nivel de vida de sus habitantes.

Como se ha desarrollado a lo largo de este trabajo, en la República Argentina, el sector en cuestión ha pasado por grandes transformaciones estructurales. Originalmente, mayoritariamente en manos privadas, y a finales de la década del '40, a cargo del Estado. Finalmente, en los '90 comienza un proceso de privatización. Este proceso es acompañado por una desintegración vertical de los tres negocios (Generación, Transporte y Distribución de la Energía Eléctrica).

En los '90s, contemporáneamente al proceso de privatización del sector, el gobierno argentino aprueba la Ley de Convertibilidad fijando la paridad dólar-peso (1USD = 1 peso) para hacer frente a la crisis económica e hiper inflación sufrida en la década anterior. Irremediamente, una política irresponsable en materia de gasto público y endeudamiento externo (déficit fiscal, deuda externa, burbuja cambiaria, etc.) hace eclosión en la crisis de diciembre 2001. Se declara la Ley de emergencia económica, a través de la cual, entre otras cosas, queda derogada la ley de convertibilidad. En tan sólo seis meses se reevaluaría el dólar, llegando a cotizar un pico de 4,01 pesos por dólar y el poder adquisitivo de la población se ve terriblemente afectado. Asimismo, la ley de emergencia económica, alegando el principio de "esfuerzo compartido", dispone el congelamiento de las tarifas eléctricas.

El congelamiento de las tarifas eléctricas afecta, especialmente, al negocio de distribución de energía. En particular, considerando que la tarifa está conformada por dos términos, el precio estacional de compra en el MEM y el valor agregado de distribución (VAD), es, justamente, sobre el VAD que se dejaron de reconocer aumentos. La ley de emergencia pública suspende las revisiones tarifarias, a través de las cuales las distribuidoras exponen sus mayores costos operativos derivados principalmente de la inflación.

Conforme al marco regulatorio el VAD debe ser sometido a una revisión tarifaria integral cada 5 años. En el caso del ámbito nacional, las distribuidoras Edenor, Edesur y Edelap (zonas metropolitanas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata), la primer revisión se estableció a los 10 años. Habiéndose otorgado la concesión en el año 1992, la primer revisión debió tener lugar en el año 2002, pero aún sigue siendo pospuesta como consecuencia de la ley de emergencia económica. Si bien se han reconocido aumentos de VAD en algunas provincias, a las distribuidoras Edenor, Edesur y Edelap sólo se les ha otorgado ciertos aumentos no significativos. Esto significa que la mayor distorsión tarifaria se da en la C.A.B.A, Gran Buenos Aires y ciudad de La Plata y alrededores, las distribuidoras que caen dentro del regulador nacional. Tal es así que, como acusaba la campaña, "9 de cada 10 domicilio pagan menos de \$1.33 por día desde 1992".

El congelamiento tarifario se da en un contexto mundial de crisis energética. Particularmente en la Argentina, el modelo energético se encuentra agotado, ya que descansaba en la abundancia relativa de recursos a bajos precios (gas natural), y, en la actualidad, estos recursos se han vuelto escasos y con precios crecientes.

El congelamiento tarifario agudiza la crisis energética, ya ha generado un problema estructural y progresivo en el sector, que trae como consecuencias importantes déficits en las compañías distribuidoras, que no se les reconoce la tarifa suficiente para afrontar los gastos operativos incrementales derivados de aumentos inflacionarios, a pesar de operar de manera eficiente. La precaria situación de las distribuidoras dificulta la realización de nuevas inversiones, mantenimiento y renovación del parque, lo que se ha tornado crítico, en función del tiempo transcurrido desde la disposición del congelamiento tarifario en el año 2002 y los reducidos aumentos otorgados al día de hoy.

Por otro lado, si bien existe una política de subsidios en lo que respecta la tarifa eléctrica, los subsidios son al consumidor y no a las distribuidoras. Es decir, el cliente paga un monto significativamente inferior al que corresponde, de acuerdo a los costos operativos reales del servicio, pero el subsidio no llega a cubrir el diferencial. Los subsidios cubren únicamente el residual de la tarifa reconocida (sin o sin el suficiente aumento del VAD). Las distribuidoras deben absorber los aumentos de los costos operativos no cubiertos por la tarifa reconocida.

Al mismo tiempo, para hacer frente a la crisis energética mundial, e impulsado por la crisis del petróleo (1973-74), se observa un fuerte movimiento para concientizar a la gente respecto del uso racional de la energía. Organizaciones, planes y programas orientados a la eficiencia energética comienzan a surgir principalmente alrededor del mundo desde los '90s.

En la República Argentina, el marco regulatorio se constituye en el año 2007, y, gozando del apoyo gubernamental, desde entonces se desarrollan campañas masivas para educar, concientizar e informar a la población general, así como acciones para reemplazar en forma masiva la utilización de lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo, entre otros.

Sin embargo, actualmente en la Argentina resulta muy difícil establecer medidas de uso eficiente de la energía, ya que los precios se encuentran muy por debajo de su costo de producción. La política de precios de los bienes energéticos juega un papel muy importante en el éxito de las políticas del uso racional de la energía. Si no se reconocen los aumentos justos de VAD a las distribuidoras, y además se realizan subvenciones generalizadas al consumo, resulta muy difícil establecer políticas de uso eficiente de la energía. Las políticas de eficiencia energética deben estar coordinadas con las políticas de precios internos de los bienes energéticos.

Por lo cual, la necesidad de aumentar el precio de las “bajas” tarifas residenciales actuales, que fueron congeladas como respuesta a pasadas crisis, sigue siendo un problema político controvertido sin resolver para los distintos sectores que integran el Sector Energético en Argentina. Luego de lo analizado en la presente tesis, uno de los complejos y preocupantes temas en materia política es la inminente y radical, flexibilización de las tarifas eléctricas que sin duda conlleva un alto costo político que en los sectores del gobierno en ejercicio no está realmente claro cuan dispuestos están a asumir.

Pero, sin duda, cabe aclarar que a efectos de disminuir este alto costo político que mencionamos anteriormente, es necesario crear conciencia en la masa ciudadana.

En nuestro país, no se ha realizado aún una campaña de concientización con suficiente impacto social, y apoyo político que complemente y acompañe una política gubernamental seria y definida que impulse la flexibilización tarifaria. En este sentido una forma idónea y eficaz de compensar los efectos económicos y políticos de un eventual ajuste tarifario es, simplemente, propiciar un menor consumo, educando a la población en el uso racional de la energía, contribuyendo ello, asimismo, a paliar los decisivos problemas de oferta de energía, arriba desarrollados.

Como producto del aprendizaje realizado a lo largo de este trabajo, se arriba, en el capítulo anterior, a una propuesta de campaña que contempla los elementos suficientes, en lo que respecta tanto contenido como forma, para concientizar y educar al consumidor en el uso racional de la energía, en su beneficio y en el de la sociedad en su conjunto, como así también, facilitar y posibilitar una decisión política de adecuación de las tarifas del sector eléctrico, tal que la misma tenga una efectiva contribución a la solución de la crisis energética en la que se encuentra el país, y proyectar un futuro energético acorde con sus necesidades de crecimiento.

Finalmente, si se tomaran medidas políticas y económicas que facilitaran la flexibilización tarifaria en Argentina, se podría contribuir con los dos aspectos de la crisis energética, la oferta y la demanda de energía. Al corregir la excesiva distorsión tarifaria, permitiría, por un lado, sanear al perjudicado sector, que debió absorber costos incrementales propios de la economía inflacionaria del país y favoreciendo, así, la realización de nuevas inversiones, mantenimiento y renovación del parque.

Por el otro lado, una política de precios consistente con una política del uso eficiente de la energía, propicia un menor consumo, educando a la población en el uso racional de la energía, contribuyendo, asimismo, a paliar los decisivos problemas de oferta de energía.

13. Apéndice I

Densidad demográfica en las distintas provincias de la Argentina

Provincia	Superficie *) <i>km2</i>	Población **) <i>habitantes</i>	Densidad demográfica <i>hab./km2</i>
Total del país	3,761,274 	40,091,359	10.66
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	200	2,891,082	14,455.41
Buenos Aires	307,571	15,594,428	50.70
Partidos del Gran Buenos Aires	3,680	9,910,282	2,693.01
Resto Buenos Aires	303,891	5,684,146	18.70
Catamarca	102,602	367,820	3.58
Chaco	99,633	1,053,466	10.57
Chubut	224,686	506,668	2.26
Córdoba	165,321	3,304,825	19.99
Corrientes	88,199	993,338	11.26
Entre Ríos	78,781	1,236,300	15.69
Formosa	72,066	527,895	7.33
<u>Jujuy</u>	53,219	672,260	12.63
La Pampa	143,440	316,940	2.21
La Rioja	89,680	331,847	3.70
Mendoza	148,827	1,741,610	11.70
Misiones	29,801	1,097,829	36.84
Neuquén	94,078	550,344	5.85
Río Negro	203,013	633,374	3.12
Salta	155,488	1,215,207	7.82
San Juan	89,651	680,427	7.59
San Luis	76,748	431,588	5.62
Santa Cruz	243,943	272,524	1.12
Santa Fe	133,007	3,200,736	24.06
Santiago del Estero	136,351	896,461	6.57
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	1,002,445	126,190	0.13
Tucumán	22,524	1,448,200	64.30

*) Fuente: INDEC e Instituto Geográfico Militar (IGM).

**) Fuente: INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010

14. Apéndice II

Detalle de tipos de publicación/mención realizadas en septiembre 2010

FECHA	TIPO DE PUBLICACIÓN / MENCIÓN	MEDIO	VOZ / EMPRESA / PERIODISTA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (alfafor)	Clarín	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (alfafor)	El Cronista	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (alfafor)	Ámbito Financiero	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (sms)	La Nación	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (sms)	Página 12	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (sms)	El Día	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	aviso publicitario (café)	BAE	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Radio 10 AM 710, Cada Mañana	MARCELO LONGOBARDI
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	El Mundo AM 1070, Diario por Radio	NÉSTOR SCIBONA, HUGO GRIMALDI
2 de septiembre de 2010	Entrevista	Radio 10 AM 710, Cada Mañana	MARCELO LONGOBARDI, MARCELO MINDLIN, ALBERTO CORMILLOT
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Radio 10 AM 710, El Oro y el Moro	OSCAR GONZÁLEZ ORO, EDUARDO FEINMANN
2 de septiembre de 2010	Comentario en TV	C5N, Mañanas Argentinas	FABIÁN DOMAN
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Mitre AM 790, La Otra Pata	MARCELO ZLOTOGWIAZDA
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	La Red AM 910, Mañana Sylvestre	CARLOS BURGUEÑO
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Del Plata AM 1030, Informativo Del Plata	LOCUTOR
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Del Plata AM 1030, Mónica y Cesar	LUCIO DI MATEO, TUNY KOLLMANN
2 de septiembre de 2010	Entrevista	Mitre AM 790, La Otra Pata	ALEJANDRO MAC FARLANE
2 de septiembre de 2010	Entrevista	Continental AM 590, Antes que mañana	Fernando Pujals, PAULINO RODRIGUES,
2 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Del Plata AM 1030, Mónica y Cesar	CÉSAR MASCETTI, LUCIO DI MATEO, MÓNICA CAHEN D'ANVERS
3 de septiembre de 2010	Nota en diario	Clarín	Marcelo Cantón, Alejandro Macfarlane
3 de septiembre de 2010	Nota en diario	La Nación	Ana Falbo, Marcelo Mindlin
3 de septiembre de 2010	Nota en diario	BAE	Marcelo Mindlin, EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
3 de septiembre de 2010	Nota en diario	Ámbito Financiero	EDELAP, EDENOR, EDESUR, ATEERA, AGEERA
3 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Mitre AM 790, Primera Mañana	NELSON CASTRO
3 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Millenium 106.7, Claro y sencillo	CHARLY FERNÁNDEZ, CARLOS ARBÍA
3 de septiembre de 2010	Entrevista	El Mundo AM 1070, Diario por Radio	Fernando Pujals
3 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Continental AM 590, Magdalena Tempranísimo	MARÍA O'DONNELL
3 de septiembre de 2010	Entrevista	Mitre AM 790, La Otra Pata	MARCELO ZLOTOGWIAZDA, ALEJANDRO MAC FARLANE
3 de septiembre de 2010	Entrevista	El Mundo AM 1070, Diario por Radio	FERNANDO PUJALS, NÉSTOR SCIBONA, HUGO GRIMALDI
3 de septiembre de 2010	Entrevista	El Mundo AM 1070, Después te explico	FERNANDO PUJALS
3 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Mitre AM 790, Hola Chiche	SILVIA NAISHTAT
3 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Continental AM 590, Bravo Continental	MAXIMILIANO MONTENEGRO
3 de septiembre de 2010	Cable	Urgente 24	OSCAR LESCANO
4 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Millenium 106.7, Economía XXI	DANIEL FERNÁNDEZ CANEDO, CARLOS MÉNDEZ
4 de septiembre de 2010	Entrevista	Millenium 106.7, La Letra Chica	ALEJANDRO MACFARLANE
4 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Millenium 106.7, La Letra Chica	DANIEL FERNÁNDEZ CANEDO, MARCELO CANTÓN
4 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Del Plata AM 1030, Semanario 1030	SILVIA PECO
4 de septiembre de 2010	Nota en suplemento online de i-eco	Clarín	MARCELO CANTÓN, ALEJANDRO MAC FARLANE
4 de septiembre de 2010	Nota en diario	Hoy	SUSANA ANDRADA, PEDRO BUSSETTI
5 de septiembre de 2010	Nota en diario	La Nación	NÉSTOR SCIBONA
5 de septiembre de 2010	Nota en diario	Clarín	MARCELO CANTÓN
6 de septiembre de 2010	Entrevista	El Mundo AM 1070, Del Arco Político	OSCAR LESCANO
7 de septiembre de 2010	Nota en diario	El Cronista	PABLO FERNÁNDEZ BLANCO, OSCAR LESCANO
7 de septiembre de 2010	Nota en diario	BAE	OSCAR LESCANO, Alejandro Macfarlane
7 de septiembre de 2010	Nota en diario	El Día	OSCAR LESCANO
7 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Rock & Pop FM 95.9, No Somos Nadie.	JOSE DEL RIO
7 de septiembre de 2010	Nota online	http://www.mdzol.com	OSCAR LESCANO
7 de septiembre de 2010	Comentario en radio	La Red AM 910, Mañana Sylvestre	GUSTAVO SYLVESTRE
8 de septiembre de 2010	Nota en diario	BAE	EDENOR EDESUR EDELAP
8 de septiembre de 2010	Comentario en radio	Radio 10 AM 710, Informativo Radio 10	MARTÍN CASTILLO, OSCAR AGUAD
22 de septiembre	Comentario en radio	Millenium 106.7. Claro y Sencillo	CHARLY FERNÁNDEZ
22 de septiembre	Comentario en radio	El Mundo AM 1070. Buenas Razones	IGNACIO RIVEROL

15. Apéndice III

Avisos publicitarios

TODA LA LUZ DE UN DEPARTAMENTO UN DÍA ENTERO CUESTA LO MISMO QUE MANDAR TRES MENSAJES DE TEXTO

9 de cada 10 domicilios de Capital y GBA pagan menos de \$1,33 de luz por día desde 1992.

AGEERA ATEERA EDELAP
EDENOR EDESUR

Detailed description: This advertisement features a red background. On the left, a black line drawing of a multi-story apartment building has one window highlighted with radiating lines. To the right, bold black text reads 'TODA LA LUZ DE UN DEPARTAMENTO UN DÍA ENTERO CUESTA LO MISMO QUE MANDAR TRES MENSAJES DE TEXTO'. Below the text are three mobile phones, each with 'SMS' written on its screen. At the bottom, there is a list of utility companies: AGEERA, ATEERA, EDELAP, EDENOR, and EDESUR.

TODA LA LUZ DE UNA CASA UN DÍA ENTERO CUESTA MUCHO MENOS QUE UN CAFE

9 de cada 10 domicilios de Capital y GBA pagan menos de \$1,33 de luz por día desde 1992.

AGEERA ATEERA EDELAP
EDENOR EDESUR

Detailed description: This advertisement features a pink background. On the left, bold black text reads 'TODA LA LUZ DE UNA CASA UN DÍA ENTERO CUESTA MUCHO MENOS QUE UN CAFE'. To the right, a black line drawing of a house is shown with radiating lines behind it. Below the house is a black line drawing of a steaming cup of coffee on a saucer. At the bottom, there is a list of utility companies: AGEERA, ATEERA, EDELAP, EDENOR, and EDESUR.

16. Apéndice IV

Jurisdicciones y empresas distribuidoras de energía

Provincia	Empresa
Buenos Aires	EDEN_EDES_EDEA
Capital Federal y Gran Buenos Aires	EDENOR_EDESUR_EDELAP
Catamarca	EDECAT
Chaco	SECHEEP
Chubut	DGSP_ SERV PUB
Córdoba	EPEC
Corrientes	DPEC
Entre Ríos	ENERSA
Formosa	EDEFOR
Jujuy	EJESA
La Pampa	APELP
La Rioja	EDELAR
Mendoza	EDEMSA
Misiones	EMSA
Neuquén	EPEN
Río Negro	EDERSA
Salta	EDESA
San Juan	ESJ
San Luis	EDESAL
Santa Cruz	SPSE
Santa Fe	EPESF
Santiago del Estero	EDESE
Tierra del Fuego	CERG Coop de Rio Grande
Tierra del Fuego	DPE Dir Prov De Energia De T Del Fuego
Tucumán	EDET

17. Bibliografía

- Acta acuerdo firmada entre EDELAP y el Gobierno Nacional – año 2005
- BASTOS, Carlos, y ABDALA, Manuel (1993): Transformación en el sector eléctrico argentino, Santiago, Ed.
- Coello Guevara, Javier y Morales Tremolada, Vanessa (Febrero 2010): “Estudio mapeo de energía y clima en América Latina”
- Comadira, Julio Rodolfo: “Servicios Públicos y Regulación Económica en la Argentina”, <http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1626/11.pdf>
- GUSSOV, Milton “Fundamentos de Electricidad” México McGraw-Hill Interamericana. 2000. 453p. ISBN 0-07-025240-8
- Leyes nacionales
 - Ley N° 15.336 de Energía Eléctrica
 - Ley N° 24.065 de Energía Eléctrica
 - Ley N° 25.561/02 de Emergencia Económica
- Páginas Web de distintos organismos del sector eléctrico
 - ADEERA: www.adeera.com.ar
 - ATEERA: www.ateera.org.ar
 - AGEERA: www.ageera.com.ar
 - ENRE: www.enre.gov.ar
 - Secretaría de Energía: <http://energia3.mecon.gov.ar>
 - CAMMESA: <http://portalweb.cammesa.com>
 - EDELAP: www.edelap.com.ar
 - EDENOR: www.edenor.com.ar
 - EDESUR: www.edesur.com.ar
- SUAZO, Daniel “El proceso de reestructuración y el esquema regulatorio del sector eléctrico argentino - experiencias, reflexiones y perspectivas” En: www.adeera.com.ar [en línea] circa 2003. Disponible en Internet: <http://www.adeera.com.ar/archivos/EI%20Sector%20Eléctrico%20Argentino%20.pdf>