

Este es un estudio comparativo de la experiencia de entes reguladores que forman parte de la Asociación de Reguladores de Energía (ARIAE)

## Investigación

Experiencias de comunicación en agencias reguladoras de energía

Ana Carolina Mora Rodríguez  
Coordinadora GTCS

---

## Investigación: Experiencias de comunicación

### Introducción

Las consecuencias del cambio climático son evidentes. Recientes noticias revelan el deterioro en la prestación de servicios públicos y la vulnerabilidad de los sistemas ante fenómenos naturales que tienen un impacto cada vez más devastador.

Ecuador registró desde setiembre 2024 una crisis energética provocada por una severa sequía que afectó la producción de energía hídrica, ya que su matriz depende en un 72% de esta fuente y la ciudadanía ha tenido que sufrir más de 14 horas sin servicio. Las fuentes indican que se normalizará el servicio hasta diciembre. Cuba experimentó durante la segunda semana de octubre del 2024 más de 20 horas, en un mismo día, sin fluido eléctrico al dejar de funcionar la principal central termoeléctrica del país, dicha situación se expandió por varios días y es la peor crisis en 30 años. Más de 2 millones de personas no tuvieron electricidad en la Florida, Estados Unidos por el impacto que provocó el Huracán Milton en octubre reciente y los expertos pronostican que, cada año, estos fenómenos meteorológicos serán más severos. Estos son algunos ejemplos de cómo se manifiesta el cambio climático y la vulnerabilidad de los sistemas de servicio público.

Es por eso que los organismos reguladores deben tomar acciones y participar en la adaptabilidad y resiliencia ante los vertiginosos cambios que se están produciendo.

El estudio se enmarca en una colaboración conjunta entre ARIAE y la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), entidad que organiza cada dos años la Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y de Gobierno.

El Grupo de Trabajo de Comunicación Social (GTCS) de ARIAE inició un estudio para identificar estrategias de comunicación de los reguladores que puedan incrementar el conocimiento de los consumidores residenciales sobre el suministro energético (especialmente de electricidad y de gas natural), pero no sólo en relación con su precio y sostenibilidad, sino en sus derechos y en el proceso de transición energética hacia la descarbonización. El instrumento y las respuestas fueron enriquecidas con el aporte del GTCS. El análisis de los datos los realizó la Coordinadora del GTCS.

## Planteamiento del problema

El presente estudio exploratorio descriptivo reúne la experiencia desarrollada por siete entes reguladores de energía, que forman parte de la Asociación Iberoamericana de Entidades Reguladoras de la Energía (ARIAE).

La primera fase del estudio consistió en la recopilación de información suministrada por los departamentos de comunicación de los distintos reguladores energéticos de ARIAE. Posteriormente se realizó el análisis de los datos en cinco ejes principales:

1. Tarifas que aplican
2. Eficiencia energética
3. Energías renovables
4. Cambio climático
5. Estrategias de comunicación

La Secretaría General de la ARIAE impuso el siguiente objetivo:

Conocer las experiencias desarrolladas en los organismos reguladores para que se puedan compartir mejores prácticas entre los países, para comunicar temas que son cada vez más sensibles para garantizar el servicio eléctrico.

Esta investigación tuvo la limitación de disponer de solo 7 respuestas al cuestionario, lo que reduce la posibilidad de conocer más acciones desarrolladas por los organismos reguladores de Iberoamérica. Además, esta investigación no califica el éxito o impacto de las experiencias implementadas.

## Marco teórico

Esta investigación introduce las interrogantes planteadas por Berlo, D (1984), para lograr una comunicación efectiva:

“Al analizar la comunicación, y al tratar de que ésta sea lo más efectiva posible, lo primero que debemos preguntarnos es cuál es el fin que persigue y qué resultado espera el emisor al emitir su mensaje. ¿Qué es lo que está tratando de lograr en lo que respecta a influir sobre el medio circundante? ¿Qué es lo que desea que la gente crea como resultado de su comunicación, y qué quiere que ésta sea capaz de decir o hacer? En términos psicológicos, ¿Cuál es la respuesta que está tratando de obtener?”.

Destacan en este texto el fin, resultado y la capacidad de influir a través de la comunicación que generen las organizaciones reguladoras.

Berlo, D (1984) señala la simplicidad que debe tener el mensaje, para lograr el proceso exitoso de comunicación:

“Cuando aprendemos a utilizar las palabras apropiadas para expresar nuestros propósitos en términos de respuestas específicas de aquellos a quienes van dirigidos nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia la comunicación eficiente y efectiva” (p. 7).

Cuando los organismos reguladores se comunican lo hacen hacia el vasto público; no obstante, se requiere precisar aspectos medulares del entorno, como la cultura y la composición social:

“Los sistemas sociales y culturales determinan en parte la elección de las palabras que la gente usa, los propósitos que tiene para comunicarse, el significado que da a ciertos vocablos, su elección de receptores, los canales que utiliza cada uno u otro tipo de mensaje, etc.” (Berlo, 1984, p. 29).

Mattelart (1988) sentencia que “la manera de comprender lo social requiere de una lectura de la vida cotidiana”, es decir, las entidades reguladoras tienen que entender los procesos que afectan a la ciudadanía. No solo entender la necesidad de energía para mantener la calidad de vida, sino las particularidades por género, etnia, características de las zonas donde habitan, aspectos culturales, entre otros.

Los Reguladores deben garantizar que su mensaje es comprensible para la gran mayoría, además de acercarse físicamente a las realidades de la población.

Berlo, K (1984) indica el paso a paso del propósito de la comunicación:

“Como fuentes, necesitamos tener constantemente presente al receptor. Elegimos códigos que nuestro receptor **pueda entender**. Seleccionamos elementos del código que habrán de llamarle la atención, que le resulten **fáciles** de decodificar. Estructuramos estos elementos con el fin de **reducir al mínimo el esfuerzo** exigido para decodificar e interpretar el mensaje. Elegimos un **contenido que habrá de resultar convincente** para el receptor y **pertinente a sus intereses y necesidades**. Finalmente, por lo general, tratamos el mensaje para obtener el máximo efecto posible, a fin de lograr nuestro propósito” (p. 36).

Se destaca la simplificación del mensaje para que pueda ser entendible, fácil, que el receptor no desarrolle ningún esfuerzo (o sea el mínimo) para su comprensión y finalmente, utilizar elementos que le sean afines a su realidad y sea así un mensaje convincente. Pero si, además, el mensaje es pertinente a sus intereses y le resuelve o se relaciona con sus necesidades, se logrará el objetivo de comunicación.

De ahí se deriva la importancia de que la entidad reguladora ofrezca información que sea de utilidad y necesaria para la población, presentada de forma sencilla, simple y sin tecnicismos.

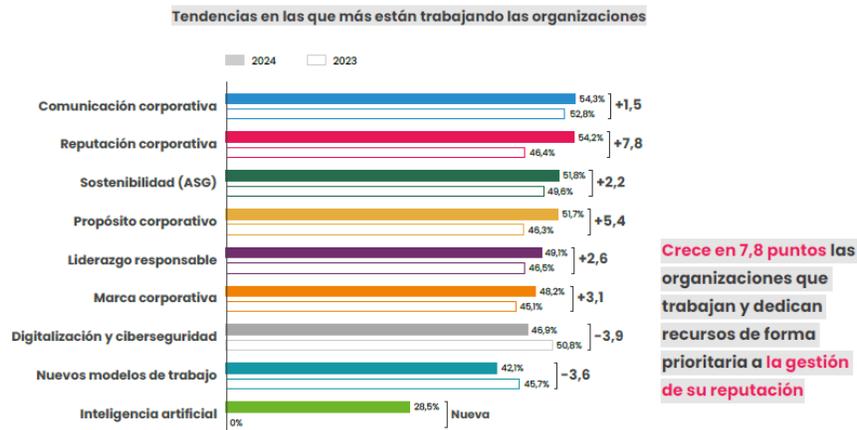
La tarea de los Reguladores es “el suministro de análisis e información minuciosa para la **participación racional de los ciudadanos en los asuntos públicos**, como en el sector del consumo más rápido de conocimiento inmediato de las cuestiones más relevantes”, tarea que se realiza a través del sitio Web de las entidades o sus redes sociales. El fin último es lograr una participación racional de la población en los temas de regulación de servicios públicos.

El reto que enfrentan hoy día los organismos reguladores es que se exige que estén listos para los cambios y este proceso requiere una capacidad de aprendizaje y adaptación:

“La capacidad de aprendizaje de una organización va a depender de la manera en que maneje la información, tanto de lo que acontece al interior como al exterior de ella. Y esto constituye un referente vital para la elección eficiente de decisiones, lo que proyecta a la creación de instrumentos generadores de información como las fortalezas organizacionales más importantes para prever los cambios, y hasta adelantarse a ellos” (Alarcón, 2006).

Approaching The Future (2024) realizó un análisis de la comunicación desde las organizaciones y sus principales resultados destaca la comunicación y la reputación corporativa como los elementos más importantes, y con tendencia de crecimiento.

Todas las organizaciones trabajan por mantener una mayor credibilidad hacia sus públicos y esto solo se logra con el posicionamiento de una comunicación que abarque las diferencias, sea inclusiva y transmita la información de manera clara.



La OCDE (2020) enfatiza en que “el incremento de la desconfianza en las instituciones públicas y de la insatisfacción con los servicios públicos en América Latina y el Caribe indica un debilitamiento del pacto social, que podría deteriorarse aún más por el impacto del coronavirus (Covid-19). La transformación digital constituye una oportunidad única para mejorar el funcionamiento y la calidad de los servicios públicos”.

Ahora bien, el desarrollo del ecosistema digital también genera una nueva oportunidad para alcanzar el objetivo comunicativo de las organizaciones reguladoras.

Esta entidad señala que la transformación digital será útil para llegar a la población más desfavorecida de la sociedad, además de generar datos y a posibilitar procesos de construcción de políticas públicas más innovadoras.

En este mismo sentido, la Universidad Autónoma de Madrid (UAM, 2023) dice que las redes sociales “son verdaderos instrumentos de gobernanza interna y externa”, porque a través de su uso se fortalece “la transparencia, participación y generación de servicio público”.

El estudio realizado por la UAM señala que las redes sociales no solo deben utilizarse para el envío de información, sino aprovechar la herramienta para establecer un diálogo con la población, es

decir, favorecer la interacción, por medio de la cual se reciben las colaboraciones de la ciudadanía en forma de queja, denuncia, consulta o crítica.

Como indica Kolb, David (1989) las organizaciones tienen la capacidad de aprender de la experiencia de las otras, y este es el objetivo de esta investigación: conocer las experiencias de entes reguladores para abordar los temas energéticos que están en cambio y bajo amenaza constante, para fortalecer a los Entes Reguladores.

Como señalaba Samuelson, Paul (1965), continúa vigente 60 años después:

“(…) Al variar los deseos y las necesidades de la población, al variar la técnica, **al variar las disponibilidades de recursos naturales** y otros factores productivos, en el mercado varían los precios y las cantidades vendidas de bienes y de factores de la producción” (p. 63).

En este entorno cambiante los organismos reguladores deben intervenir y realizar la función que les corresponde en el mercado y la sociedad, y al mismo tiempo cumplir con una serie de condiciones para la comunicación con sus diversos públicos.

El Informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) “Comunicación Pública: el contexto global y el camino a seguir” indica los principios clave para promover una comunicación pública eficaz:

1. “Potenciar la función de la comunicación pública mediante el establecimiento de mandatos adecuados y el desarrollo de estrategias que orienten la comunicación al servicio de los objetivos de las políticas y de los principios del gobierno abierto de transparencia, integridad, rendición de cuentas y participación de las partes interesadas, separándola, en la medida de lo posible, de la comunicación política.
2. Institucionalizar y profesionalizar la función para contar con suficientes capacidades, incluida la incorporación de las competencias y especializaciones que actualmente guían los cambios en curso en este ámbito, y garantizar una dotación adecuada de recursos humanos y materiales.
3. Avanzar hacia una comunicación más informada, construida en torno a objetivos mensurables y fundamentada en evidencia, mediante la adquisición de conocimientos acerca de los comportamientos, las percepciones y las preferencias de públicos diversos, y evaluar las actividades comunicativas en función de parámetros que midan su repercusión.
4. Acompañar la adopción de tecnologías y de datos con reflexiones acerca de su uso ético, y también el promover la inclusión y la participación.
5. Fortalecer el uso estratégico de la comunicación pública para contrarrestar la desinformación.
6. Comunicación organizacional: Son los procesos de comunicación al interior de la organización, para que los colaboradores manejen una misma versión de la información y no se expongan a interpretaciones por la poca información o claridad. Esto incide en el clima laboral y repercute en la gestión administrativa.
7. Transparencia: Es el acceso a la información por parte de la ciudadanía, sobre el entorno regulatorio.
8. Posicionamiento: Son las acciones que se realizan para el posicionamiento positivo de la organización, en todos los ámbitos y actores con los que interactúan”. (OCDE, pág. 6, s.f).

Finalmente, García-Gordillo, Mar y Pérez-Curiel, Concha (2021), sentencian que “la imagen corporativa de las instituciones públicas supone el ejercicio de la transparencia y de la ética y la garantía de una información veraz y de responsabilidad hacia la opinión pública”.

## Metodología

En el mes de julio 2024 se distribuyó un formulario entre las entidades reguladoras que integran ARIAE, para explorar los medios de comunicación utilizados, estrategias y enfoque en los temas de eficiencia energética, energías renovables y cambio climático.

Posteriormente se analizaron las respuestas de las entidades que completaron el cuestionario. La encuesta la llenaron de manera voluntaria 7 países integrantes de ARIAE:

- Argentina: Ente Nacional Regulador del Gas (ENARGAS)
- Costa Rica: Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP)
- Cuba: Oficina para el control y uso racional de la energía (ONURE)
- El Salvador: Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET)
- Panamá: Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP)
- Portugal: Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE)
- Uruguay: Unidad Reguladora de los Servicios de Energía y Agua (URSEA)

Para la recopilación y análisis de los datos se iba a contratar a un consultor externo, sin embargo, no se mostró interés en realizar la investigación, por lo que la coordinadora del GTCS de ARIAE hizo este análisis preliminar, con el fin de disponer de una primera aproximación de la forma de comunicarse de las entidades reguladoras.

Se visitaron los sitios Web y Facebook de cada una de las entidades reguladoras participantes en el estudio, para mostrar la dinámica de su gestión comunicativa.

## Resultados

La encuesta que se remitió a los organismos reguladores adscritos a ARIAE, abordó los siguientes ejes temáticos:

1. Tarifas que aplican
2. Eficiencia energética
3. Energías renovables
4. Cambio climático
5. Estrategias de comunicación

A continuación, el análisis de cada ítem:

### 1. Análisis tarifario:

En todos los países existe un precio fijo para los servicios eléctricos. Además, existe una tarifa variable o por tiempo de uso de la energía.

En Cuba, Argentina y El Salvador existe un subsidio. Únicamente en Portugal se aplica una tarifa denominada “verde”. Y la modalidad de prepago solo se aplica en Panamá y Costa Rica.

Existen otras modalidades tarifarias como la compra de excedentes en Costa Rica, o tarifas estacionales para zafra e incentivos para la movilidad eléctrica en Cuba.

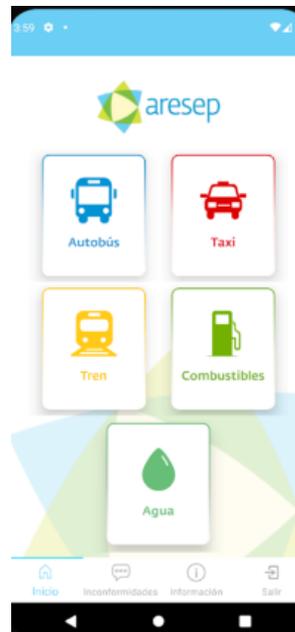
## 2. Eficiencia energética:

Cuba y Costa Rica han adoptado aplicaciones que permite al usuario conocer su consumo. En el caso de Cuba es para el servicio de electricidad y en Costa Rica permite calcular el cobro correcto en combustibles, localización de las Estaciones de Servicio en cualquier parte del país y resultados de calidad.

### App de Cuba: Kilowatts



### App de Costa Rica: ARESEP Contigo



## Materiales pedagógicos e informativos.

[GAÉLICO](#) [PPEC](#)

Alertas de malas prácticas	▼
Consejos	▼
Tomar apuntes	▼
Folletos informativos	▼
ERSExplica	▼
¿Cómo funciona?	▼
Videos	▼
Pódcasts	▼

### 3. **Energías renovables:**

Solo tres países indican que sí realizan difusión de programas sobre tarifas renovables: Costa Rica, Cuba y El Salvador. Para Argentina, Panamá y Uruguay no es un tema de su competencia, sino que es una función del operador (es) del servicio. En Portugal, los mercados de electricidad y gas natural están liberalizados y no hay programas ni incentivos del Regulador, pero los comercializadores tienen varias ofertas, incluidas las de energía renovable con descuentos. El Regulador pone a disposición de los consumidores residenciales un simulador para comparar precios y condiciones contractuales, como herramienta de información y capacitación.

Las experiencias son las siguientes:

- Cuba exime el pago de aranceles a quienes utilizan fuentes renovables, lo que se convierte en un incentivo para colocar calentadores, aerogeneradores, bombas solares, biodigestores. Motobombas de biogás y alumbrado y climatización con fuente solar. Para el caso de las empresas, se exige de pago de utilidades anuales para compensar el costo de colocación de paneles solares. También se da la posibilidad de venta de excedentes de energía fotovoltaica.
- Costa Rica aplica una tarifa residencial horaria para que la población traslade su consumo a horarios con menor demanda de energía.
- En Portugal, el Gobierno es responsable de promover políticas para el uso racional de la energía y fomentar el uso de recursos renovables, la eficiencia energética y la descarbonización de la economía y la promoción de la calidad medioambiental. Las políticas del Gobierno se recogen en documentos como el Plan Nacional de Energía-Clima 2030 y la Ruta para la Neutralidad de Carbono 2050.

ERSE es responsable de garantizar que los operadores de la red del Sistema Energético de electricidad y del gas natural reciban incentivos adecuados para aumentar la eficiencia de la red, promover la integración del mercado y contribuir a la descarbonización y la

innovación del sector. En el sector gasista es obligatorio la introducción de gases renovables en la red de transporte y distribución de gas.

- En Panamá, Cuba y El Salvador se promueven prácticas como el autoconsumo, e incentivos para sistemas aislados.
- Costa Rica, Uruguay, Cuba y Argentina realizan esfuerzos con otros organismos y socios estratégicos para la promoción de energías renovables.

#### 4. **Cambio climático:**

Costa Rica y Argentina desarrollan campañas sobre cambio climático. Los demás países no, porque escapa de su competencia.

En el caso de Portugal, ERSE indica:

“... se apoya financieramente en medidas educativas para dar a conocer e informar sobre el cambio climático. Se destacan las medidas dirigidas a las escuelas”.

#### 5. **Estrategias de comunicación:**

Los 7 países que respondieron la encuesta utilizan estrategias de comunicación para alcanzar los públicos meta.

Entre las buenas prácticas que señalan están:

- Campañas educativas y formativas (Portugal, Costa Rica)
- Adaptación del mensaje y segmentación de cada público (Portugal, Costa Rica, Uruguay, Cuba, El Salvador)
- Utilización de medios tradicionales, redes sociales y eventos para posicionar mensajes de interés regulatorio (Portugal, Panamá, Costa Rica, El Salvador, Uruguay)
- Entrevistas informativas con personas funcionarias de la entidad reguladora (Costa Rica, Uruguay)
- Realización de centros de arbitraje de conflictos de consumo (Portugal)
- Formación de Centros de Información Municipal (Portugal, Costa Rica)
- Educación a población infantil por diversos mecanismos (Portugal, Argentina, Cuba)
- Alianzas de cooperación con diversas asociaciones y organizaciones; por ejemplo, en la industria y la agricultura. (Portugal, Costa Rica, Argentina, Cuba)
- Protocolos con organizaciones de solidaridad social (Portugal)

También utilizan diversas redes sociales (RRSS), de acuerdo con la tendencia de cada país. Las que se mencionan son Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter. Cada una de estas redes sociales mide su impacto a través de las métricas que genera (reproducciones, comentarios, interacciones, réplicas, etc.).

Las métricas que se utilizan para medir el impacto en las redes sociales son:

- Impresiones o alcance: se refiere a la cantidad de público que se alcanza con las publicaciones.
- Visitas del perfil: cantidad de personas que consultan el sitio Web o las RRSS.
- Nuevos seguidores: crecimiento orgánico que se genera mensualmente.
- Respuestas/reacciones/interacciones: es la interacción con la organización, en espacio público o privado.
- Reposteos: cantidad de veces que se comparte el contenido. Los vídeos cortos tipo Reels tienen mayor posibilidad de ser compartidos.
- Visualización de contenido multimedia / Reproducción: El video es la preferencia para difundir los contenidos.

Las entidades reguladoras también incursionan en otros lenguajes como braille y lenguaje de señas para personas sordas o traducción simultánea en lengua aborigen.

La experiencia de comunicación de Uruguay señala:

“Comunicamos novedades en RRSS adaptando los contenidos a los distintos formatos para facilitar el mensaje a nuestros seguidores y a toda la población. Contestamos todos los mensajes de los usuarios y compartimos imágenes y videos sobre los temas y los eventos en los que se encuentra trabajando el organismo. También tenemos contenidos que explican lo que hacemos en la Unidad, ya que en general existe un desconocimiento del regulador y sus competencias por parte de la población”.

### **Medios de divulgación:**

Los siete países se comunican a través de su sitio Web. Además, utilizan sus propias redes sociales y los medios de comunicación para que se reproduzca el mensaje institucional, excepto Uruguay que al momento de realizar esta investigación no tenía en funcionamiento la red social de Facebook.

El material en video corto (Reels) es el que tiene mayor preferencia entre la población, cuya extensión es de 10 segundos, por lo que exige un esfuerzo de abstracción y de resumen por parte de los creadores de contenido de las Entidades Reguladoras.

Estos son los sitios Web de los organismos reguladores:

**Argentina: Ente Nacional Regulador del Gas (ENARGAS)**

<https://www.enargas.gob.ar/>

ENARGAS

**SIMPLE, ÚTIL, FEDERAL**



miEnargas

DESCARGALA AHORA EN FORMA GRATUITA

Red de Transporte y Distribución de Gas

Gas Natural Vehicular

Precios y Tarifas

Regímenes de Beneficios

Consultas y Reclamos

Elaboración participativa de normas

**Vías de atención**



**Personalmente**  
En CABA, Suapacha 656 (usuarios de gas por redes), Tucumán 930 (usuarios de GNC) o en las delegaciones del ENARGAS.



**Oficina virtual**  
En esta plataforma digital podrás gestionar tus solicitudes ante el ENARGAS y hacer el seguimiento de una manera más rápida.



**Formularios en línea**  
Realiza tu Consulta o Reclamo, o inicia un trámite en nuestra Mesa de Entradas virtual del ENARGAS.

**Costa Rica: Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP)**

<https://aresep.go.cr/>

100 m Norte de Ciudadpaz, complejo MultiPark, Escazú | Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

Buscar...  8000 ARESEP (8000 273737)



Inicio Somos ARESEP Transparencia Institucional Servicios Regulados Gestión usuarios SIR



OPERADORES DE SERVICIOS PÚBLICOS

Conozca cómo funciona la App ARESEP Operadores para mejorar la gestión de quejas e inconformidades.

**Cuba: Oficina para el control y uso racional de la energía (ONURE)**

<https://www.minem.gob.cu/es/estructura/oficina-nacional-para-el-control-del-uso-racional-de-la-energia-onure>

## Oficina Nacional para el Control del Uso Racional de la Energía (ONURE)

#PorUnDesarrolloSostenible para Cuba



Son la entidad consultora líder en el mercado de servicios energéticos reconocidos dentro y fuera del país por la capacidad para regular, diagnosticar, controlar y capacitar en el uso racional de la energía para el beneficio de las actuales y futuras generaciones.

- Regulamos la importación de equipos de uso final de la electricidad.
- Regulamos la eficiencia energética y el uso de las energías renovables en las nuevas inversiones.
- Inspeccionamos y diagnosticamos el control y el uso de los portadores energéticos.
- Capacitamos en la gestión del uso racional y eficiente de la energía.
- Promovemos el ahorro de energía en la sociedad.

Para saber que equipos puedes importar a Cuba nuestra oficina cuenta con un **Reglamento técnico de eficiencia y seguridad energética en equipos de uso final de la Electricidad** además de un **listado de equipos homologados, marcas y modelos**, aquí puedes descargarlos: Reglamento y Listados de equipos.



## El Salvador: Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET)

<https://www.siget.gob.sv/>



## Panamá: Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP)

<https://asep.gob.pa/>



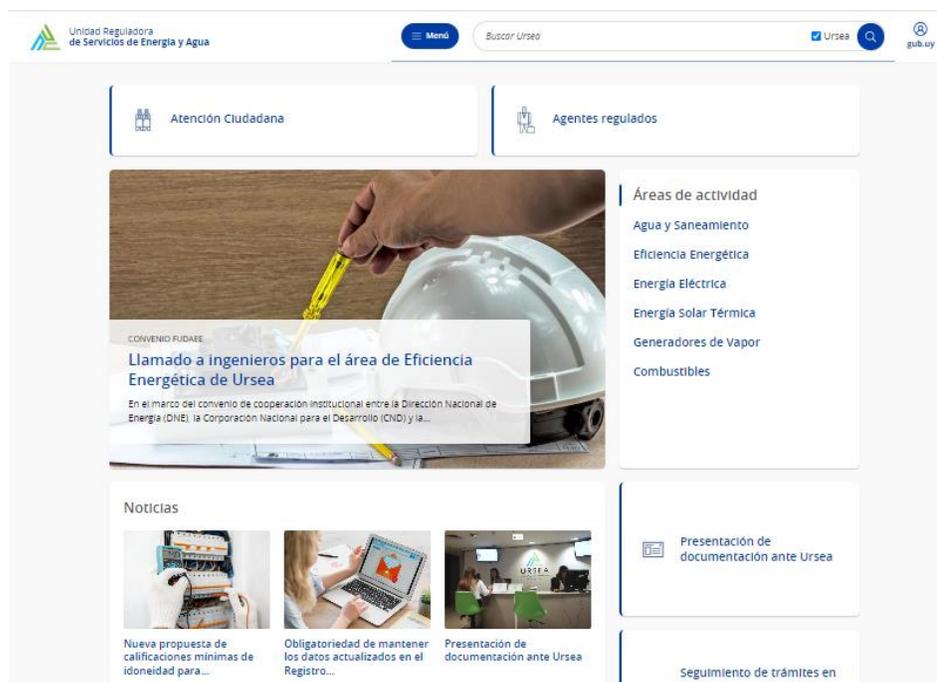
## Portugal: Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE)

<https://www.erse.pt/inicio/>



## Uruguay: Unidad Reguladora de los Servicios de Energía y Agua (URSEA)

<https://www.gub.uy/unidad-reguladora-servicios-energia-agua/>



### Información contenida en los sitios Web y uso de redes sociales:

Las 7 entidades poseen información sobre los servicios que regulan, así como información estadística de estos (Datos Abiertos). También tienen una sección para las personas usuarias y desarrollan campañas informativas, con consejos de ahorro, uso eficiente de la energía y abordan el cambio climático dentro de boletines de prensa o material informativo.

Datos Generales		Información del sitio Web			Campañas	Redes sociales (principal)
País	Entidad Reguladora	Descripción actividad regulada	Mensajes a usuarios	Datos estadísticos		
Panamá	Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP)	si	si	si	si	<a href="https://www.facebook.com/asepfiscaliza/">https://www.facebook.com/asepfiscaliza/</a>
Costa Rica	Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP)	si	si	si	si	<a href="https://www.facebook.com/aresepCR/">https://www.facebook.com/aresepCR/</a>
Uruguay	Unidad Reguladora de los Servicios de Energía y Agua (URSEA)	si	si	si	si	No
Portugal	Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE)	si	si	si	si	<a href="https://www.instagram.com/erse_pt/">https://www.instagram.com/erse_pt/</a> <a href="https://www.linkedin.com/company/erse/?originalSubdomain=pt">https://www.linkedin.com/company/erse/?originalSubdomain=pt</a>
Cuba	Oficina para el control y uso racional de la energía (ONURE)	si	si	si	si	<a href="https://www.facebook.com/usoracionaldelaenergia">https://www.facebook.com/usoracionaldelaenergia</a>
Argentina	Ente Nacional Regulador Del Gas (ENARGAS)	si	si	si	si	<a href="https://www.facebook.com/enargas/">https://www.facebook.com/enargas/</a>
El Salvador	Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET)	si	si	si	si	<a href="https://www.facebook.com/SIGETSV/">https://www.facebook.com/SIGETSV/</a>

## Conclusiones y recomendaciones

Del estudio del proceso de comunicación que realizan siete entes reguladores de energía, se generan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Los Entes Reguladores emiten información clara, sencilla y cercana a las diversas poblaciones de usuarios con los que interactúa. Señalan la importancia de conocer sus públicos y utilizar el lenguaje simple y cercano para posicionar sus mensajes.
- Se debe poner a disposición toda la información que sea posible sobre los servicios regulados: mercado, datos de los operadores, precios, reglamentos, metodologías que se usan para el cálculo, procesos de participación, mensajes de las autoridades, etc.
- Se utilizan diversas herramientas: boletines de prensa, entrevistas, actividades de formación, obras de teatro, reportes informativos, revistas y otros mecanismos para abarcar a la mayor cantidad de población. Y esta divulgación emplea diversos canales: sitio Web, redes sociales, medios de comunicación.
- En temas de eficiencia energética y ahorro, las entidades reguladoras emiten campañas con consejos a personas usuarias, no obstante, en el tema de cambio climático solo cuatro consideran que tienen injerencia.
- Los entes reguladores tienen sitio Web y utilizan las redes sociales para comunicarse con los públicos de manera directa. De ahí surgen colaboraciones ciudadanas que se pueden traducir como espacios para denuncia y fiscalización de los servicios públicos, conocer las necesidades de un grupo de la población, atender una situación de gestión de operadores, promover la participación en audiencias y consultas públicas, entre otros.
- El tema tarifario es relevante y se comunica la propuesta y posteriormente la decisión final del Regulador.
- El discurso organizacional se refuerza con otras acciones que se realizan, como acciones educativas, información y capacitación.
- Se refuerza la capacitación en regulación de grupos seleccionados, como organizaciones de consumidores, asociaciones empresariales e industriales, asociaciones comunales y periodistas.

## **Anexos:**

### **1. Cuestionario para Entidades Reguladoras de Energía de ARIAE**

#### **Grupo de Trabajo de Comunicación Social**

El **Grupo de Trabajo de Comunicación Social (GTCS) de ARIAE** ha iniciado un estudio para identificar estrategias de comunicación de los reguladores que puedan incrementar el **conocimiento** de los **consumidores residenciales** sobre el suministro energético (especialmente de electricidad y de gas natural, pero no sólo), en relación a su precio y sostenibilidad, así como en relación a sus derechos y opciones en un marco regulatorio liberalizado y en el contexto de la transición energética hacia la descarbonización.

La primera fase del estudio consiste en la recopilación de información de los departamentos de comunicación de los distintos reguladores energéticos de ARIAE.

El estudio se enmarca en una colaboración conjunta entre **ARIAE** y la Secretaría General Iberoamericana (**SEGIB**), entidad que organiza cada dos años la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno.

**1. Nombre de la entidad reguladora:**

○

**2. País:**

○

**3. Nombre del contacto con el GT de comunicación social:**

○

**4. Cargo del contacto:**

○

**5. Correo electrónico del contacto:**

○

**6. Teléfono del contacto:**

○

#### **Sección 1: Tarifas y Ofertas energéticas<sup>1</sup>**

1. ¿Qué tipos de tarifas/precios de energía están disponibles para los consumidores residenciales en su país? Marque con una (X) todas las que correspondan:

---

<sup>1</sup> Utilice en la respuesta las siglas siguientes cuando se ha de distinguir si corresponde al sector eléctrico (SE), al sector gasista (SG), o al de los combustibles líquidos (CL)

- Tarifa/precio fijo
- Tarifa/precio variable
- Tarifa/precio por tiempo de uso
- Tarifa/precio verde (energía renovable)
- Modelos de subsidio
- Tarifa/precio monómica
- Tarifa/precio binómica
- Otras (especifique): \_\_\_\_\_

2. ¿Cómo se informa a los consumidores sobre las diferentes tarifas/precios disponibles? Marque todas las que correspondan.

- Sitio web de la entidad
- Redes sociales
- Medios de comunicación (televisión, radio, prensa, digitales)
- Boletines informativos
- Charlas comunitarias
- Otros (especifique): \_\_\_\_\_

3. ¿Existen programas, mecanismos o incentivos para promover el cambio a tarifas/precios más eficientes y/o renovables?

- Sí
- No

4. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, por favor describa brevemente estos programas, mecanismos o incentivos:

## **Sección 2: Consumo y Eficiencia Energética<sup>2</sup>**

1. ¿La entidad reguladora realiza campañas para informar a los consumidores sobre cómo pueden reducir su consumo energético?

- Sí
- No

2. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué medios utilizan para estas campañas? Marque todas las que correspondan.

- Sitio web de la entidad
- Redes sociales
- Medios de comunicación (TV, radio, prensa, digitales)
- Boletines informativos
- Charlas comunitarias
- Otros (especifique): \_\_\_\_\_

---

<sup>2</sup> Utilice en la respuesta las siglas siguientes cuando se ha de distinguir si corresponde al sector eléctrico (SE), al sector gasista (SG), o al de los combustibles líquidos (CL)

3. ¿La entidad ofrece herramientas o aplicaciones para que los consumidores monitoreen su consumo energético?
  - Sí
  - No
4. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, por favor describa brevemente estas herramientas o aplicaciones:
5. ¿Existen programas específicos dirigidos a mejorar la eficiencia energética en hogares con jefatura femenina, en zonas rurales o indígenas?
  - Sí
  - No
6. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, por favor describa brevemente estos programas:

### **Sección 3: Energías Renovables y Autoconsumo en el sector eléctrico**

1. ¿Promueve su entidad la adopción de energías renovables en el suministro eléctrico en el ámbito residencial?
  - Sí
  - No
2. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué medios utilizan para esta promoción? Marque todas las que correspondan.
  - Sitio web de la entidad
  - Redes sociales
  - Medios de comunicación (TV, radio, prensa, digitales)
  - Boletines informativos
  - Charlas comunitarias
  - Otros (especifique): \_\_\_\_\_
3. ¿Existen incentivos o programas de apoyo para la instalación de sistemas de energía renovable (por ejemplo, paneles solares) en los hogares?
  - Sí
  - No
4. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, por favor indique brevemente si se contemplan los suministros conectados a red (autoconsumo) o también se contemplan suministros aislados.
5. Si respondió "Sí" a la pregunta 3 anterior, ¿cómo se informa a los consumidores sobre esta posibilidad?
  - Sitio web de la entidad
  - Redes sociales
  - Medios de comunicación (TV, radio, prensa, digitales)

- Boletines informativos
- Charlas comunitarias
- Otros (especifique): \_\_\_\_\_

#### **Sección 4: Transición energética y Adaptación**

1. ¿La entidad reguladora tiene competencia en la descarbonización de la economía?
2. ¿La entidad reguladora desarrolla campañas para concienciar sobre el impacto del cambio climático en el suministro energético?
  - Sí
  - No
3. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué medios utilizan para estas campañas? Marque todas las que correspondan.
  - Sitio web de la entidad
  - Redes sociales
  - Medios de comunicación (TV, radio, prensa, digitales)
  - Boletines informativos
  - Charlas comunitarias
  - Otros (especifique): \_\_\_\_\_
4. ¿Existen iniciativas en su entidad para preparar a los consumidores para los efectos del cambio climático en el suministro energético (por ejemplo, adaptación de infraestructura, promoción de la resiliencia)?
  - Sí
  - No
5. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, por favor describa brevemente estas iniciativas:
6. ¿Tiene la entidad reguladora alianzas o convenios con otras entidades públicas o privadas para la promoción de energías renovables? Descríbalo brevemente.
7. ¿Qué acciones realiza de manera conjunta en el marco de estas alianzas?
8. ¿Qué acciones o herramientas de comunicación utiliza la entidad reguladora para incidir en las políticas y opinión pública relacionadas con las energías renovables?

#### **Sección 5: Evaluación y Mejora de la Comunicación**

1. ¿Cómo evalúa la entidad la efectividad de sus campañas de difusión y comunicación?
  - Encuestas a consumidores
  - Análisis de métricas en redes sociales
  - Estudios de mercado
  - Otros (especifique): \_\_\_\_\_
  
2. ¿Qué desafíos enfrenta la entidad en la difusión de información sobre tarifas/precios, consumo energético y energías renovables?
  
3. ¿Qué buenas prácticas podría compartir su entidad sobre los mecanismos de difusión y comunicación más efectivos además de redes sociales? (ejemplos: obras de teatro, concursos, unidades móviles, etc.)
  
4. ¿Qué estrategia de comunicación digital han encontrado como una buena práctica en sus redes sociales?
  
5. ¿Qué tipo de formatos tienen mejor impacto en sus distintas redes sociales? Por ejemplo, ¿el formato de video vertical tiene buena percepción por sus distintas comunidades?
  
6. ¿Cuáles son los indicadores o KPIS (métricas de medición) más destacados por red social?
  
7. ¿Utilizan otros idiomas para publicar y difundir contenidos (lenguas indígenas, braille, lenguaje de señas...)? Si es así, ¿qué tipo de materiales?

**Comentarios adicionales:**

Este cuestionario ayudará a recopilar información detallada sobre las estrategias y mecanismos de difusión empleados por las entidades reguladoras en diferentes países, así como sus experiencias y desafíos, permitiendo un análisis comparativo y la identificación de buenas prácticas.

## 2. Resultados

Datos Generales		Estrategia de comunicación					
País	Entidad Reguladora	Desafíos que enfrenta la entidad	Qué buenas prácticas se pueden adoptar	Estrategia digital	Tipo de formato que aplica	Métricas de medición	Uso de otros idiomas
1	Panamá Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP)	Lectura de la factura en terminos monetarios	Campañas educativas	Divulgación segmentada deberes y derechos	Reels	Vistas, leyeron, comentarios en RRSS	Braille y lenguaje de señas
2	Costa Rica Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP)	Se requiere presupuesto para que los mensajes se pauten y tener un mayor alcance.	Formación ciudadana: capacitación a grupos de interés que repliquen la información. La ARESEP cuenta con programas de Formación para gestor regulatorio comunal, lideresas comunales y gestor regulatorio municipal	Alianzas con otras organizaciones para multiplicar la presencia de los mensajes en redes. Entrevistas con expertos.	Videos muy cortos, testimoniales muy breves de las mismas personas de las comunidades contando su experiencia. Artes con personas reales.	Alcance del posteo.	En algunos casos se introduce la lengua de señas para los videos. Traducción simultánea en lengua aborigen.
3	Uruguay Unidad Reguladora de Servicios de Energía y Agua	La prensa da cobertura a los asuntos correspondientes o replica los comunicados que se envían o publican desde la web o redes sociales. También se realiza gestión de prensa como un canal para llegar a toda la población sobre determinado asunto.	El mecanismo de difusión que tiene mejor alcance en nuestro país es a través de los medios de prensa. Una entrevista para el informativo central es muy efectiva en dar a conocer una comunicación o información a toda la población.	Comunicamos novedades en RRSS adaptando los contenidos a los distintos formatos para facilitar el mensaje a nuestros seguidores y a toda la población. Contestamos todos los mensajes de los usuarios y compartimos imágenes y videos sobre los temas y los eventos en los que se encuentra trabajando el organismo. También tenemos contenidos que explican lo que hacemos en la Unidad, ya que en general existe un desconocimiento del regulador y sus competencias por parte de la ciudadanía.	Reels	Tenemos cuentas en Twitter y en Instagram. El KPI más destacado son las impresiones que alcanzamos. No son cuentas con muchos seguidores.	lenguaje de señas
4	Portugal Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE)	Los principales retos en materia de comunicación de la ERSE se refieren a las subidas de las tarifas de la electricidad, el gas natural y las bombonas, así como al aumento del precio de los carburantes. Para ello, la ERSE se ha esforzado en simplificar el mensaje mediante explicadores en formato de preguntas y respuestas (ERSExplica), así como videos y podcasts explicativos de sus actividades. Para ello, la ERSE se ha esforzado en simplificar el mensaje mediante explicadores en formato de preguntas y respuestas (ERSExplica), así como videos y podcasts explicativos de sus actividades. Además, todos los años tiene un programa en una emisora de radio nacional en el que responde a las preguntas planteadas por los oyentes o a las cuestiones que son objeto del mayor número de quejas/solicitudes de información a ERSE. Además, todos los años tiene un programa en una emisora de radio nacional en el que responde a las preguntas planteadas por los oyentes o a las cuestiones que son objeto del mayor número de quejas/solicitudes de información a ERSE. Ejemplos: <a href="https://www.erse.pt/erseforma/materiais-pedagogicos-e-informativos/">https://www.erse.pt/erseforma/materiais-pedagogicos-e-informativos/</a>	ERSE ha desarrollado una serie de iniciativas de divulgación con los consumidores para aumentar los conocimientos sobre energía, como la formación de diversas entidades como asociaciones de consumidores, Centros de Arbitraje de Conflictos de Consumo y Centros de Información Municipal. También tiene una serie de protocolos de cooperación con diversas asociaciones profesionales para impartir formación y con la GNR (el cuerpo de policía que se encarga de la policía de proximidad), con la que lleva a cabo campañas para las poblaciones más desprotegidas/aisladas.	ERSE está presente en LinkedIn, Instagram y YouTube debido a las características de estas redes sociales y a la escasez de recursos humanos para gestionarlos. A través de LinkedIn, ERSE puede llegar principalmente a un grupo de profesionales del sector, periodistas y creadores de opinión tradicionalmente menos críticos que el público en general. Esta red no requiere un gran esfuerzo para responder a los comentarios. ERSE ha apostado fuerte por la publicación diaria de contenidos variados, en línea con las tendencias de LinkedIn (banners, videos, GIF). Este esfuerzo se ha traducido en un rápido crecimiento del número de seguidores de ERSE. La elección de YouTube fue inicialmente una opción informática, diseñada para alojar los materiales educativos, principalmente videos, que ERSE publicita en su sitio web y distribuye a través de LinkedIn. Sin embargo, ERSE tiene previsto lanzar en breve una estrategia para aumentar el número de seguidores y el alcance de sus videos. ERSE se ha unido recientemente a Instagram porque, debido a sus características, tiene un interesante potencial de crecimiento entre diversos sectores de la población portuguesa más jóvenes, lo que supone una oportunidad para promover la alfabetización energética entre los consumidores en general.	ERSE se esfuerza siempre por adaptar los contenidos para sus redes sociales a las tendencias más valoradas por los mismos.	LinkedIn - tasa de crecimiento de seguidores y tasa de impresiones. Youtube - tasa de crecimiento de suscriptores y tasa de crecimiento del número de visualizaciones de videos. <a href="https://www.instagram.com/erse.pt/">https://www.instagram.com/erse.pt/</a> Likes Alcance Tasa de interacción	Inglés (Website)

5	Cuba	Oficina para el control y uso racional de la energía (ONURE)	Dos desafíos: -La gestión de presupuestos. -La incomprensión holística del fenómeno de contaminación ambiental por parte de personal decisorio.	Se implementa un Programa de ahorro de energía del Ministerio de educación (PAEME), donde se desarrolla concursos con la participación de los pioneros en diferentes manifestaciones artísticas / Literatura, Artes Plástica, Música, Representaciones teatrales, Juegos Didácticos.	Publicaciones diarias en todas las cuentas institucionales creadas, segmentación de temáticas por día, colocación de fechas y acontecimientos más significativas.	El formato imagen- Post y videos horizontales. No utilizamos con frecuencia videos en formato vertical.	Solamente monitoreamos las estadísticas cuantitativas de los indicadores métricos (me gusta, comentarios, compartir publicaciones y seguidores).	En Cuba el único idioma que se habla es el castellano. No existen grupos sociales con diferente idioma para la comunicación.
6	Argentina	ENTE NACIONAL REGULADOR DEL GAS (ENARGAS)	Respecto de tarifas/precios; se brinda el espacio para que distintos actores del sector puedan acercarse al Organismo sus opiniones o consideraciones respecto del tema. Oportunamente, se realizaron mesas de trabajo para discutir sobre distintos aspectos de la regulación del sector; ahora se está trabajando en otros mecanismos de participación ciudadana. Asimismo, se continúa con las acciones de difusión relativas al consumo energético, desde distintas áreas, con especial énfasis en las gerencias de Distribución y su par de Recursos Humanos y Relaciones Institucionales. Respecto de las energías renovables, es dable destacar que no es el foco principal de trabajo del Organismo, aunque se hace referencia inevitablemente de ellas en los distintos aspectos relativos a la innovación y la normalización; como ya se ha dicho.	El ENARGAS ha implementado hace varios años acciones específicas de comunicación como obras de teatro en las escuelas de nivel primario; para llevar a las aulas temáticas relativas a la seguridad en prevención de accidentes por intoxicaciones con monóxido de carbono. Por cuestiones ajenas a los equipos de comunicación y asuntos públicos, se ha discontinuado. La obra llevó el nombre de "Gaspar a la escuela" y fue especialmente diseñada para el público específico prealudido y se llevaba a diferentes colegios, de todo el país. Del mismo modo, en varias ediciones ha desarrollado concursos nacionales de dibujo infantil y de cortometrajes, con el fin de promover la adhesión de distintos públicos (estudiantes de nivel primario, secundario, terciario, universitario; cineastas y realizadores particulares de artes audiovisuales; usuarios, etc.) y el desarrollo de narrativas en clave audiovisual para mostrar a la comunidad la importancia de hacer un uso seguro y responsable del servicio público de gas. Todas las ediciones han tenido muy buena repercusión en la comunidad. Y al	Se realizan publicaciones periódicas en perfil y feed de Facebook e Instagram, respectivamente. Por semana el promedio de publicación es entre uno y dos posts. Asimismo, de lunes a sábado se comparte una serie de historias. En X (ex Twitter), se postea todos los días el Reporte de Estimación Diaria del Sistema de Gas Natural, y de lunes a sábado se realizan publicaciones sobre carbono, reclamos y cuestiones vinculadas a la carga, mantenimiento y gestión de documentación de GNC. En ambas redes sociales, se evita la repetición de temas y se calendariza la actividad para mostrarle a los seguidores contenido variado no sólo en la temática sino también en el formato a publicar. Además, para mantener una mayor cercanía con los usuarios se busca responder a todas las menciones, reclamos y mensajes directos que figuran tanto en X como en Facebook e Instagram. En las respuestas se busca asesorar a los usuarios para que se comuniquen con el área correspondiente. Eficiencia energética, prevención de accidentes por inhalación de monóxido de	Los carruseles y los reels son los formatos que tienen más repercusión, aunque muchas veces es el contenido y no el formato lo que genera la interacción.	El número de seguidores y el alcance de las publicaciones son los principales KPIs de nuestras redes sociales, ya que, al ser un organismo regulador cuyos posts no son promocionados y su influencia es estrictamente orgánica, son las herramientas de medición que demuestran de primera mano el alcance de las cuentas. Por ejemplo, en Instagram en el último mes se sumaron 60 seguidores y el alcance de las publicaciones 2121 cuentas en los últimos 3 meses. En X (ex Twitter), al convertirse la medición de estadísticas analíticas en un servicio premium, se puede visualizar que en la primera semana de julio las publicaciones de ENARGAS	no
7	El Salvador	Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones, SIGET	Debido a que somos reguladores, nuestras campañas van enfocadas a educar a la población en cuanto al uso eficiente y racional de la energía; sin embargo, como es un tema sensible y de alto impacto económico en la población, se requieren esfuerzos no sólo de campañas estacionarias, sino de un plan anual que sea constante, en el cual se está trabajando.	Por ser un ente regulador en nuestro país, participamos en ferias, se realizan charlas sobre el uso eficiente, participamos en webinarios, entre otros esfuerzos.	Utilizamos en mayor parte las redes sociales de manera orgánica y pedir apoyo en divulgación de nuestros post en toda la cartera del Estado nos ha traído beneficios de alcance de nuestra comunicación.	Sí, hacemos uso de videos y sobre todo la plataforma de TikTok cuando el objetivo es la población más joven.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Twitter @SIGETSV</li> <li>-Impresiones</li> <li>-Visitas del perfil</li> <li>-Nuevos seguidores</li> <li>-Respuestas</li> <li>-Reposts</li> <li>-Visualización de contenido multimedia / Reproducción</li> <li>•Instagram @SIGETSV</li> <li>-Cuentas alcanzadas</li> <li>-Interacción</li> <li>-Total de seguidores</li> <li>•TikTok @SIGETSV</li> <li>-Visualizaciones de videos</li> </ul>	De momento no, sólo se posee la Ley de creación de la SIGET en método Braille.

## Bibliografía

Alarcón, Víctor, (2006), Metodologías para el análisis político. México, Universidad Autónoma Metropolitana.

Approaching The Future, (2024), Tendencias en reputación y gestión de intangibles.

BBC News Mundo

<https://www.bbc.com/mundo/articles/cn8jdd0386jo>

<https://www.bbc.com/mundo/articles/cn0e0dggw4ko>

Berlo, David, (1984), El proceso de la comunicación. Argentina, El Ateneo.

Dader, José Luis, (1997), Periodismo de precisión. Madrid, Editorial Síntesis.

García Gordillo, Mar y Pérez-Curiel, Concha, (2021). Comunicación institucional pública: retos y realidades. Disponible en:

[https://www.google.co.cr/books/edition/Comunicaci%C3%B3n\\_institucional\\_p%C3%BAblica/DhFkEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=gordillo+comunicacion+estrategica&pg=PT4&printsec=frontcover](https://www.google.co.cr/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_institucional_p%C3%BAblica/DhFkEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=gordillo+comunicacion+estrategica&pg=PT4&printsec=frontcover)

Kolg, David y otros (1989). Psicología de las organizaciones: problemas contemporáneos. México, Prentice Hall Hispanoamericana.

Matterlart, Armand y Michele, (1988), Pensar sobre los medios. San José, 1988.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2020), Perspectivas económicas de América Latina. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/4c1df5c7-es.pdf?expires=1729547560&id=id&accname=guest&checksum=952B35CC87B6EB6532FB5DB4B8C1ED65>

OCDE, (s.f). Informe OCDE sobre la Comunicación Pública: El Contexto Global y el Camino a Seguir. Disponible en: <https://www.oecd.org/gov/open-government/public-communications-report-highlights-es.pdf>

Samuelson, Paul, (1965), Curso de Economía Moderna. Madrid, Aguilar.

Universidad Autónoma de Madrid (2023), Uso de las redes sociales en las administraciones públicas.

<https://itgespub.net/uso-de-las-redes-sociales-en-las-administraciones-publicas-una-nota-sobre-avances-de-investigacion/>