



Sesión C.3.- EL PAPEL DEL REGULADOR; BUENAS PRACTICAS EN LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR

Rafael Durban

Director de Relaciones Institucionales y Secretario Ejecutivo de ARIAE

VIII CURSO DE REGULACION DE ARIAE

“Suministro de Energía y Protección del consumidor”

Cartagena de Indias, 22 al 26 de Noviembre de 2010

EL PAPEL DEL REGULADOR; BUENAS PRACTICAS EN LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR

INDICE

1.- Desde la regulación / regulador

- Diseño de mercados mayoristas / minoristas: Nivel de competencia y precio del suministro
- Régimen de uso de las redes: Acceso de agentes y consumidores a la red

2.- Desde la supervisión

- Mercados mayoristas
- Mercados minoristas

3.- Desde regulador: Transparencia y publicidad

- Tratamiento de derechos
- Tratamiento de prácticas indebidas e incidencias
- Transparencia en el proceso regulatorio:
- Transparencia en los mercados / suministro

4- Los mercados minoristas y los beneficios para el consumidor

- Objetivo del desarrollo del mercado minorista
- Condiciones previas para el funcionamiento del mercado minorista
- Mejora de la protección e información del cliente
- Modelos de interfaz con el cliente
- Funciones y responsabilidades de los agentes
- Medición inteligente
- Protección del consumidor

- **Los Mercados minoristas y los beneficios para el consumidor**
 - ▶ *Objetivo del desarrollo del mercado minorista*
 - ▶ *Condiciones previas para el funcionamiento del mercado minorista*
 - ▶ *Mejora de la protección e información del cliente*
 - ▶ *Modelos de interfaz con el cliente*
 - ▶ *Funciones y responsabilidades de los agentes*
 - Funciones y responsabilidades del suministrador
 - Funciones y responsabilidades del GRD
 - Nuevos agentes: empresas de servicios energéticos
 - ▶ *Medición inteligente*
 - ▶ *Protección del consumidor*
 - Información al cliente
 - Definición de clientes vulnerables
 - Protección del cliente
 - Contratación y Facturación
 - Gestión de quejas y reclamaciones

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Objetivo del desarrollo del mercado minorista*

- ➔ Desde el 1 de julio de 2007, todos los consumidores tienen la posibilidad de elegir su suministrador de electricidad y gas. Sin embargo, en términos generales, es necesario que los mercados minoristas de toda Europa continúen su desarrollo con el fin de cumplir íntegramente el objetivo original, abordar con éxito el desafío del cambio climático e involucrar a los clientes en el aumento de la eficiencia energética y la reducción de las emisiones de CO₂.
- ➔ El correcto funcionamiento de los mercados minoristas constituye un elemento esencial a la hora de satisfacer las necesidades de los consumidores en lo que a precios justos y servicios innovadores se refiere.
 - Este buen funcionamiento requiere libertad de elección de suministrador para los consumidores y pocas barreras de acceso para los nuevos suministradores.
 - También requiere normas claras y transparentes aplicables a los mercados minoristas que facilitarán la participación activa de los consumidores en el mercado. Si el consumidor tiene el poder, se crearán mercados minoristas que funcionarán correctamente, los cuales, a su vez, facilitarán la consecución de los objetivos de competencia, eficiencia energética y uso de fuentes renovables.

● Mercados minoristas

▶ *Objetivo del desarrollo del mercado minorista (Cont.)*

- ➔ Una mejora de la información sobre el consumo y los costes puede aumentar la conciencia del consumo de energía entre la gente y provocar que los hogares reaccionen a las variaciones de los precios.
 - Asimismo, la competencia en el suministro a los hogares mejorará la conciencia energética de las personas.
 - El aumento de la conciencia energética a través de la mejora de la información sobre el propio consumo constituye una parte vital de un mercado minorista bien diseñado, ya que unos clientes informados mostrarán mayor sensibilidad al derroche de energía y lucha contra el cambio climático.
 - El aumento de la eficiencia energética en sus hogares. Además, la producción de energía a pequeña escala en el ámbito local desempeñará un papel clave en el aumento del uso de las energías renovables.
- ➔ La eficiencia de costes debe ser un objetivo importante del diseño/desarrollo de mercados minoristas y dependerá de:
 - Una legislación adecuada y proporcional,
 - la mejora de la facturación y de otros sistemas/procesos en parte como resultado de una medición inteligente, la convergencia de la regulación, las normas y los procedimientos.

● Mercados minoristas

▶ *Condiciones previas para el funcionamiento del mercado minorista*

- ➔ Muchas de las barreras de acceso que se han encontrado los nuevos suministradores han venido provocadas por factores distintos del modelo de mercado minorista.
 - La falta de liquidez en los mercados mayoristas bloquea el acceso de nuevos participantes con independencia del modelo de mercado minorista.
 - Los problemas de los mercados mayoristas y de equilibrado también se reflejan en los mercados minoristas de la electricidad y el gas.
 - La concentración que se da en estos mercados puede representar una importante barrera de acceso para los nuevos suministradores sin capacidad de generación/producción propia.
 - Por lo tanto, un mercado mayorista que funcione correctamente es una condición previa para el desarrollo del mercado minorista.
- ➔ Además del diseño del mercado, otros elementos relacionados con el cliente resultan también cruciales para el desarrollo de mercados minoristas que funcionen correctamente. La regulación de los precios merece una atención específica.
 - Los mercados completamente abiertos con una competencia que funciona correctamente no pueden coexistir a largo plazo con precios de la energía al usuario final regulados.
 - Dicha regulación de los precios al usuario final en los mercados de la electricidad y el gas distorsiona el funcionamiento del mercado y pone en peligro la seguridad del suministro y los esfuerzos por luchar contra el cambio climático.
 - Por lo tanto, los precios al usuario final regulados artificialmente bajos deberían abolirse o, cuando corresponda, equipararse a las condiciones del mercado.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Condiciones previas para el funcionamiento del mercado minorista (Cont.)*

- ➔ Continúa siendo necesario proteger a los «clientes vulnerables» en los mercados competitivos. Las herramientas de protección de los clientes vulnerables deben utilizarse en línea con los requisitos previos de los mercados competitivos abiertos. Puede que sean necesarios períodos de transición hacia una competencia que funcione correctamente (en pos de una coexistencia de precios regulados y de mercado) con el fin de proteger a los clientes de posibles abusos de posición dominante.

- Caso Reino Unido: Fuel Poverty Programs
- Caso Español: Bonos Social
- Otros países: Tarifa subsidiada

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Mejora de la protección e información del cliente*

- ➔ La autoridad reguladora debería actuar como organismo de resolución de litigios en caso de quejas con respecto al Distribuidor o Gestor de la Red de Distribución
- ➔ O en su caso, designación de organismo alternativo para la resolución de cualesquiera otros litigios extrajudiciales, con la finalidad de proporcionar a los consumidores el ejercicio del derecho a una resolución sencilla y barata de los litigios y a procedimientos rápidos y fiables de gestión de las quejas, incluidas medidas compensatorias adecuadas.
- ➔ En la práctica, también la autoridad reguladora debería garantizar que los clientes puedan acceder fácilmente a información comprensible y fiable sobre los mercados minoristas de la energía.
 - Respecto a la información general, se recomienda poner a disposición de los consumidores una lista de control de información práctica de fácil manejo y un único punto de contacto..

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Modelos de interfaz con el cliente*

- ➔ La principal característica que describe la estructura del mercado minorista es el modelo de interfaz con el cliente, esto es, cómo se relaciona el cliente con los diferentes operadores del mercado.

- Aspectos importantes que deben tomarse en consideración a la hora de elegir el modelo de interfaz con el cliente son:
 - la claridad para el cliente,
 - un servicio al cliente óptimo y
 - condiciones de competencia equitativas para los minoristas.

- ➔ **Objetivo**

- *Para que los mercados minoristas tengan éxito, es necesaria una interfaz que resulte fácil de comprender y de utilizar para el cliente y que facilite el acceso al mercado de nuevos suministradores.*

- ➔ **Cuestión clave**

- Elección del modelo de interfaz con el cliente
 - La base de un mercado minorista es la relación contractual entre cliente y suministrador, y entre cliente y GRD. La legislación de la UE no contiene prescripción alguna sobre cómo deben dividirse las tareas entre suministradores y gestores de redes de distribución. Por lo tanto, los modelos de mercado minorista aplicados en Europa tienen diferencias.

- **Mercados minoristas**

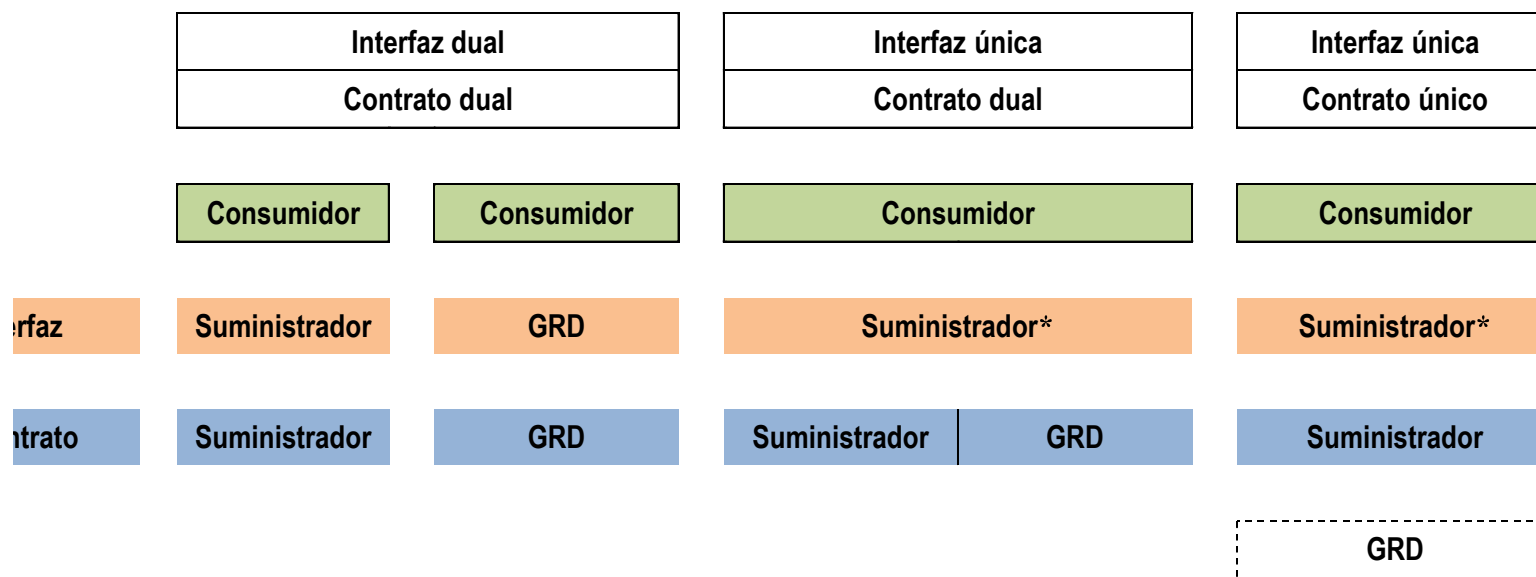
- ▶ *Modelos de interfaz con el cliente*

- ➔ En términos generales, hay modelos genéricos relacionados con la relación contractual entre el cliente y el suministrador de su elección, y la relación contractual entre el cliente y el gestor de la red de distribución local. Pueden existir relaciones contractuales independientes (para la materia prima y los servicios por un lado, y para la conexión y el transporte por el otro) o una única relación contractual entre el cliente y el suministrador de su elección, que abarque el pago de la conexión y el transporte, así como la materia prima y los servicios.
- ➔ Esta relación contractual puede hacerse visible en el modelo elegido de interfaz con el cliente. En el denominado «modelo centrado en el suministrador», el suministrador es el único punto de contacto para los clientes, o al menos el más importante. Esto implica que, a excepción de aquellos casos en los que experimenten problemas de conexión o interrupciones, los clientes únicamente deberían tener que contactar con su suministrador. Con independencia del modelo, resulta obvio que los clientes han de conocer las diferentes funciones de los GRD y suministradores y quién es su GRD.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Modelos de interfaz con el cliente (Cont.)*

Figura: posibles combinaciones de interfaces y contratos



* a excepción de problemas de conexión e interrupciones

● El caso español

- ▶ *Con anterioridad al comienzo del proceso de liberalización energética, enero de 1998, el contrato de suministro entre distribuidor y consumidor se plasmaba en la denominada “póliza de abonado”. Se trataba de un documento que incluía, entre otras las condiciones de contratación del suministro, la facturación y pago, y en general los derechos y obligaciones del suministrador y el consumidor. En realidad se trataba del documento que regía la relación técnica y comercial entre las partes. Su redacción y tratamiento de los contenidos sin ser un dechado de precisión y comprensibilidad para el consumidor doméstico, al menos se trataba de un único formato estándar para todos los distribuidores, con condiciones y tratamiento de las discrepancias sometidos, al derecho administrativo.*
- ▶ *Las cosas cambiaron con la implantación del proceso de liberalización, y la doble relación del titular del punto de suministro con el propietario y operador de la red, a través del contrato de acceso de carácter regulado y con el comercializador para la compra de la energía en condiciones de libre mercado a través de un contrato mercantil.*
- ▶ *Con carácter transitorio y en un proceso gradual, los consumidores pequeños y domésticos mantuvieron una relación contractual con el distribuidor en la condiciones de la anterior regulación monopólica (Póliza de abonado).*
- ▶ *La situación volvió a cambiar en julio de 2009 (para el suministro de gas en Julio de 2008), cuando se introdujo la figura del comercializador de último recurso (CUR) para que el colectivo de consumidores domésticos con potencia contratada igual o inferior a 10 kWh (Consumo anual igual o inferior a 50.000 kWh para el suministro de gas) fueran suministrados a tarifa de último recurso (TUR, precio regulado).*

El suministro de electricidad para los consumidores

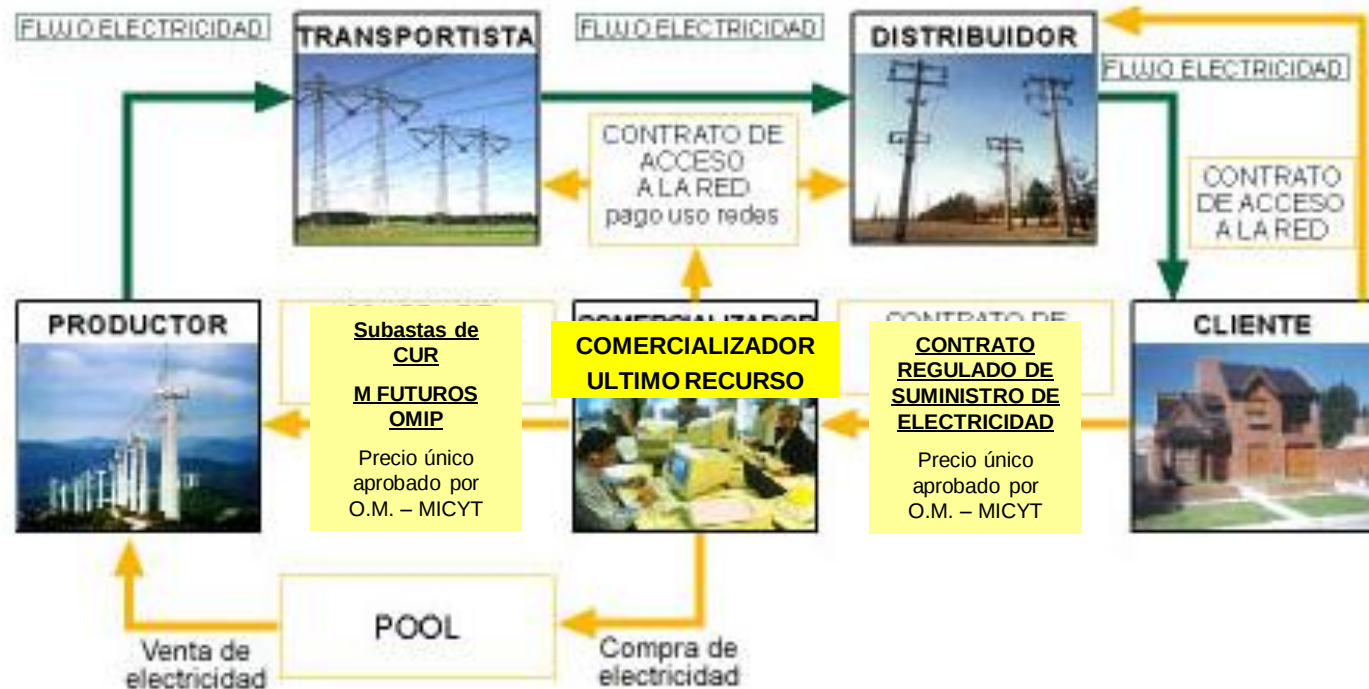
El cambio regulatorio del 1 de Julio de 2009. Modalidades de contratación del suministro de electricidad y de gas.

Suministro de electricidad

Consumidores con potencia contratada $P < 10$ kW

(P S conectado en Baja Tensión $T < 1000$ V), 24, 5 Millones, 30 % del consumo

a - Opción 1: Suministro de último recurso



El suministro de electricidad para los consumidores

El cambio regulatorio del 1 de Julio de 2009. Modalidades de contratación del suministro de electricidad y de gas.

Suministro de electricidad

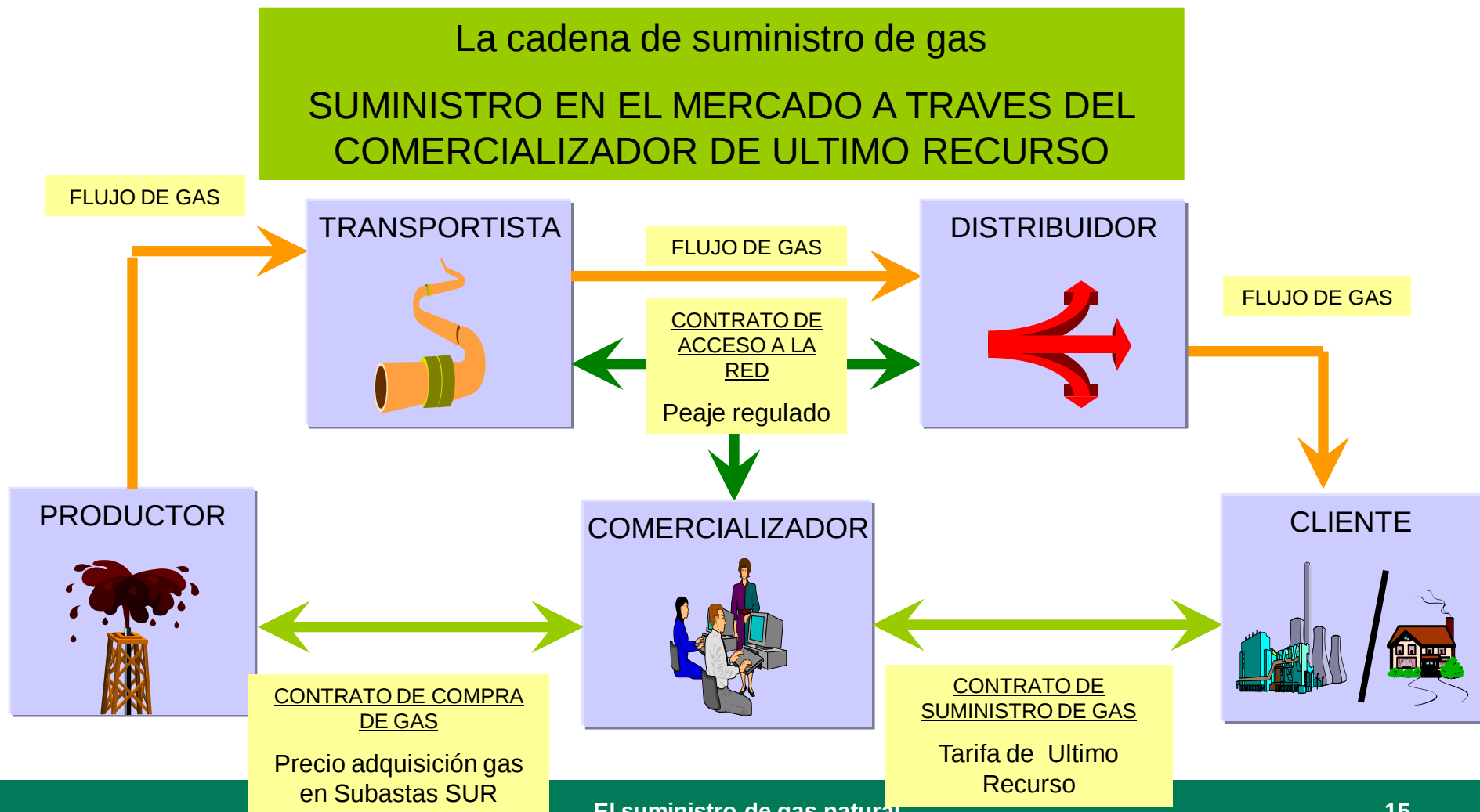
Consumidores con potencia contratada $P < 10$ kW

(P S conectado en Baja Tensión $T < 1000$ V), 24, 5 Millones, 30 % del consumo

b.- Opción 2: Suministro en el mercado liberalizado



EL SUMINISTRO EN EL MERCADO MINORISTA DE GAS



El suministro de gas canalizado para los consumidores

EL SUMINISTRO EN EL MERCADO MINORISTA DE GAS

La cadena de suministro de gas SUMINISTRO EN EL MERCADO LIBERALIZADO



- **Mercados minoristas**

- ▶ *Funciones y responsabilidades de los agentes*

- ➔ Funciones y responsabilidades del suministrador
- ➔ Funciones y responsabilidades del GRD
- ➔ Nuevos agentes: empresas de servicios energéticos

● Mercados minoristas

▶ *Funciones y responsabilidades de los agentes: Suministrador*

- ➔ En un mercado minorista que funcione correctamente, los suministradores desempeñan un papel clave. Su interés fundamental es atraer clientes y mantenerlos satisfechos. La competencia entre suministradores los alienta a minimizar costes y a trasladar los beneficios de los competitivos mercados de la electricidad y el gas al cliente.
- ➔ Los suministradores tienen la responsabilidad de enviar facturas comprensibles y correctas que incluyan los costes de suministro y (en la mayoría de los casos) los costes de red, y de proporcionar información transparente sobre precios, productos, servicios y condiciones.
 - El [nuevo] suministrador debe también poner en marcha un cambio e iniciar los procesos administrativos cuando un cliente se da de alta o de baja.
 - Asimismo, los suministradores deben atender de forma eficiente y puntual las consultas y quejas de los consumidores.
- ➔ La importancia social de la energía como servicio esencial o crítico para los hogares asigna responsabilidades específicas a los suministradores, especialmente en lo que respecta al suministro a grupos vulnerables de clientes y también con relación al ahorro energético y a la sostenibilidad de la energía.
 - Sin embargo, en términos generales, los clientes amenazados por la pobreza energética deben ser los destinatarios de marcos políticos de carácter social y no de carácter energético.
- ➔ **Objetivo:** *El suministrador, como principal interfaz con el cliente, que desea proporcionar una gama de productos atractivos respaldados por un servicio eficiente y eficaz dentro de un mercado competitivo.*

● Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades de los agentes: Suministrador

▶ **Cuestiones clave**

➔ Precios de venta al por menor

- Los precios regulados artificialmente bajos limitan el acceso al mercado y la competencia. Un mercado minorista no puede funcionar correctamente sin una formación de precios competitiva y señales de precios fidedignas. En un mercado libre, los precios deben venir fijados por los agentes en respuesta a las condiciones del mercado.
 - Si las autoridades fijan precios máximos de venta al por menor en un nivel artificialmente bajo sin tener en cuenta los precios del mercado mayorista, no habrá competencia y no quedará garantizada la seguridad a largo plazo del suministro.

➔ Barreras de acceso

- La libertad de elección de los clientes depende de la disponibilidad de una amplia gama de ofertas, lo cual solo es posible si existe una serie de suministradores en el mercado.
 - En un mercado que funcione correctamente, accederán nuevas partes si los márgenes son suficientemente atractivos, y las barreras administrativas y legales razonablemente bajas.
- La competencia ha de venir respaldada también por procesos y sistemas de mercado eficientes, junto con un acceso no discriminatorio a información esencial del punto de suministro; ambos factores son claves para que los nuevos suministradores puedan prestar el nivel de servicio deseado.
- Además, para que los suministradores operen de una manera rentable y próspera, es necesario que exista un fácil acceso a mercados mayoristas de electricidad y gas con liquidez (incluido el equilibrio), lo cual garantiza que los suministradores puedan ofrecer precios competitivos.

● Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades de los agentes: Suministrador

▶ **Cuestiones clave**

➔ Barreras de acceso (Cont.)

- Disponibilidad de datos (completa y puntual) y estandarización de interfaces (independiente de la arquitectura de los sistemas y procesos)
- La existencia de mecanismos de intercambio fluido y puntual de datos entre agentes de mercados y operadores de sistemas es de suma importancia para un funcionamiento óptimo de los mercados minoristas. Se trata de importantes procesos «entre bastidores» de los que depende el suministrador con el fin de prestar un servicio de alta calidad al cliente.
- Todos los procesos requieren que los suministradores se comuniquen de forma eficiente con los consumidores, los GRD y otros agentes relevantes del mercado. En un mercado minorista competitivo, los agentes deben ser capaces de hacer uso de los mecanismos comunes de intercambio de datos específicos del mercado.
 - A estos efectos, es preciso especificar interfaces de información. Entre la información más importante se encuentra el identificador del punto de medición o suministro, los datos de consumo/medición de energía y los detalles sobre la dirección. Esta información, que se incorpora en los mensajes utilizados en los procesos comunes, proporciona el marco para utilizar las interfaces de los clientes y de los procesos de negocio.
 - Estos procesos requieren interfaces estandarizadas. Esto no implica unificar todos los protocolos y las aplicaciones de datos en una sola tecnología, sino definirlos de forma detallada e inequívoca y acordar el uso y la interpretación de interfaces estándares de tal modo que quede garantizada la interoperabilidad entre los sistemas del sector y procesos administrativos.

● Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades de los agentes: Suministrador

▶ **Cuestiones clave**

➔ Protección de los clientes y competencia

- El éxito del mercado minorista para los consumidores debe medirse en la calidad de la regulación más que en la cantidad. Para que los clientes estén interesados en involucrarse en los mercados minoristas del gas y la electricidad, deben tener algo que ganar, por lo que los suministradores deben ser capaces de innovar y de introducir en el mercado nuevas ofertas, como tarifas variables o incentivos por ahorro de energía, que resulten suficientemente distintivas.
- También son necesarias salvaguardas para el consumidor. El nivel de regulación y las medidas deben respaldar las oportunidades competitivas (precio, posicionamiento y servicios) de los suministradores, y aumentar la innovación de los productos y la confianza en el mercado.

➔ Confianza del consumidor en un mercado

- Forma parte de las responsabilidades del suministrador resolver los problemas que aparezcan de forma rápida y eficiente, y ofrecer a los consumidores una selección de canales a través de los cuales formular consultas y quejas. Existe un valor claro en garantizar que haya un mecanismo alternativo de resolución de litigios, por ejemplo, a través de un defensor del consumidor. Las quejas de los clientes sirven de indicador útil para los suministradores a la hora de supervisar sus procesos operativos y el funcionamiento del mercado minorista desde la perspectiva del cliente.
- Además de los requisitos legales, códigos sectoriales voluntarios, establecidos en colaboración con autoridades reguladoras y consumidores, pueden proporcionar un instrumento que integre protección de los consumidores y competencia con el equilibrio adecuado.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Funciones y responsabilidades del GRD*

Con el fin de posibilitar la competencia, los países miembros de la UE fueron instados por las directivas sobre electricidad y gas a separar el suministro de electricidad y gas de la distribución y, de este modo, concebir las redes como mercado. Transformar a los gestores de redes eléctricas en impulsores neutrales del mercado es un importante proceso con condiciones.

- ➔ *Objetivo*

- *Gestor de red de distribución como impulsor neutral del mercado*

- ➔ *Cuestiones clave*

- Como impulsor neutral del mercado, el gestor de red de distribución debe garantizar condiciones de competencia equitativas.
 - Una separación efectiva del gestor de la red de distribución resulta clave para el desarrollo de la competencia en los mercados minoristas, y proporciona un gestor de red de distribución que garantiza un acceso no discriminatorio a la red y elimina los incentivos por el trato preferente de empresas relacionadas.
 - Con el fin de que los mercados minoristas de la energía funcionen correctamente y posibiliten un mayor rango de elección para los clientes, será imprescindible que los GRD desempeñen una función transparente y neutral. En consecuencia, la función de los GRD es la de facilitar el mercado, proporcionando información sobre la conexión y el consumo a los agentes del mercado y respaldando el proceso de cambio de suministrador.

● Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades del GRD

▶ Cuestiones clave (Cont.)

➔ Responsabilidad de lectura de contadores y acceso a los datos de consumo

- Además de explotar, mantener y desarrollar la red, los GRD suelen ser responsables de numerosos procesos necesarios para el funcionamiento del mercado, como por ejemplo, medir el consumo de energía o poner datos de contadores a disposición de otros agentes del mercado.
- En lo que respecta al diseño del mercado, deben tomarse en consideración las siguientes cuestiones relacionadas con la gestión de los datos de consumo:
 - Responsabilidad de la lectura de contadores. La medición es uno de los procesos básicos, ya que constituye la base de la facturación y del equilibrado / liquidación. En la actualidad, en la mayoría de los Estados miembros de la UE, el contador y la medición se consideran, respectivamente, parte de la red y de las funciones de la empresa distribuidora. Con la llegada de sistemas de medición inteligente, pueden introducirse funciones adicionales, como, por ejemplo, la identificación de cortes y la medición de la potencia reactiva en redes eléctricas, lo que permitirá a los GRD utilizar los contadores para medir la calidad y el rendimiento de la red de distribución y señales de precio al consumidor.
- Bases de datos y acceso a los datos de consumo.
 - Acceso de suministradores, empresas de servicios energéticos, etc.

Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades del GRD

Cuestiones clave (Cont.)

- Responsabilidad de lectura de contadores y acceso a los datos de consumo

▶ ***Ejemplos de aplicación***

➔ Información a los suministradores

- Cuando los GRD son responsables de gestionar la información de los clientes y de medición, deben compartir dicha información con los actores pertinentes del mercado de forma puntual y eficiente.
- A estos efectos, debe existir un nivel mínimo específico de requisitos de información y estos han de ser interoperables. La base de datos debe tener un formato abierto y poder escalarse, con el fin de facilitar el intercambio y la incorporación de datos. La base de datos puede incluir la siguiente información:
 - Punto de conexión del cliente (dirección)
 - Información de medición (ID del punto de medición, tipo de contador, número de contador, clase de perfil, etc.)
 - Datos de consumo (consumo anual, mensual y, cuando corresponda, por hora)

Mercados minoristas

Funciones y responsabilidades del GRD

Cuestiones clave (Cont.)

- Responsabilidad de lectura de contadores y acceso a los datos de consumo

- ▶ ***Ejemplos de aplicación***

- ➔ Información a los consumidores en caso de nueva conexión

- Al establecer una nueva conexión, y en función del modelo de mercado, el GRD suele enviar información al cliente únicamente relacionada con el cumplimiento de las obligaciones de la red (conexión, contrato/condiciones de uso final y, cuando corresponda, tarifas de red, servicio de medición, etc.).

- **Mercados minoristas**

Funciones y responsabilidades de los agentes

- ▶ *Nuevos agentes: empresas de servicios energéticos*

- ➔ **Objetivo**

- *Impulsar servicios energéticos y modelos de negocio innovadores en el mercado de la energía y ayudar a los usuarios de energía a gestionar su uso energético de un modo económico y ecológico.*

- ➔ **Cuestiones clave**

- Para poder desarrollar sus servicios, las empresas de servicios energéticos (ESCO/ESE) han de ser capaces de ocupar su lugar en el modelo de mercado minorista de la energía. Aunque no es necesario incluir completamente a las empresas de servicios energéticos en el marco regulador, el hecho de que necesiten acceder a datos de contadores requiere que su función sea identificada por los agentes involucrados en el diseño del mercado minorista de la energía, en particular los legisladores y las ARN.
- Asimismo, métodos innovadores de gestionar e incluso integrar responsabilidades como las relativas a nominaciones, equilibrado y técnicas de gestión de la demanda, pueden contribuir a que cambie el modelo de mercado minorista de la energía.

Mercados minoristas

- Medición inteligente

- ▶ **Objetivo**

- ▶ *Fomentar la participación activa de los consumidores en el mercado y facilitar nuevos servicios.*

- Hoy en día, existen en toda Europa diferencias significativas en las prácticas de lectura de contadores y en las soluciones técnicas aplicadas.
-
- Sin embargo, la práctica general aplicada hasta ahora a clientes residenciales y pequeños clientes comerciales es una lectura de contadores anual o bianual, realiza de forma manual por la compañía energética o por el cliente mismo.
- El resultado de esta práctica puede ser un conocimiento deficiente por parte del cliente de su propio consumo. Al recibir una factura basada en valores estimados, el cliente tiene dificultades para entenderla o para adoptar medidas con respecto a ella, lo que suele ocasionar numerosas quejas de consumidores.
- Gracias a la introducción de la tecnología de la comunicación, y la consiguiente capacidad para proporcionar al cliente y a la parte interesada pertinente datos actualizados sobre el consumo con una mayor frecuencia, las facturas estimadas ya no serán necesarias y los clientes podrán estar correctamente informados sobre el consumo y los costes reales de la electricidad y el gas con la frecuencia suficiente para regularlos.

Mercados minoristas

● Medición inteligente

▶ **Objetivo**

➔ *Fomentar la participación activa de los consumidores en el mercado y facilitar nuevos servicios.*

- La comunicación puntual de valores precisos de contadores también aportará beneficios al proceso de cambio de suministrador, ya que es probable que los clientes muestren una mayor disposición a participar en el mercado como consecuencia de procesos de cambio considerablemente racionalizados. Por lo tanto, la comercialización de contadores inteligentes podría constituir un importante hito con vistas a una participación más activa de los clientes en los mercados minoristas de la energía. La mejora de la automatización de los sistemas de gestión de datos traerá consigo una mejora del servicio al cliente y facilitará la introducción de nuevos productos.
- Los contadores inteligentes fortalecerán a los actores del mercado en sus respectivas funciones y responsabilidades. Los suministradores podrán proporcionar a sus clientes más información sobre el consumo y más exacta, además de ofrecerles productos y servicios hechos a medida (p. ej., contratos de precios de tiempo flexible de uso).
- Así, los GRD serán capaces de llevar a cabo sus responsabilidades, incluida su función como impulsores del mercado, de forma más eficiente. Asimismo, la optimización del funcionamiento de los contadores remotos, junto con un mejor funcionamiento de la red de distribución (eléctrica), esto es, a través del aumento de la información sobre la carga, la mejora de las condiciones para realizar análisis de redes y el aumento de las posibilidades de integración de generación distribuida, ocasionará una mejora de la calidad de los servicios prestados por los GRD.

Mercados minoristas

- Medición inteligente

- ▶ ***Cuestiones clave***

- ➔ Estandarización/prestaciones e interoperabilidad

- La estandarización y la interoperabilidad aumentarán la rentabilidad y mejorarán la competitividad dentro del mercado, por ejemplo, reduciendo las barreras de acceso, además de resultar decisivas con vistas a la convergencia a largo plazo de los diseños de mercados. No debería existir conflicto alguno entre las distintas iniciativas comunitarias emprendidas en las áreas de los contadores y las redes inteligentes (estandarización, regulación, etc.).

- ➔ Privacidad

- Con relación al concepto de la medición inteligente, cabe la posibilidad de que se genere cierta preocupación con respecto a la seguridad de los datos de medición, el acceso al control de las funciones remotas, y el uso que se hace de estos datos, incluidas cuestiones relacionadas con la privacidad del cliente.
 - Deberá realizarse todo esfuerzo razonable con el fin de garantizar la seguridad de los datos. Por lo tanto, es preciso desarrollar y aplicar normas claras y coherentes de acceso a los datos con el fin de salvaguardar la confidencialidad de los mismos y permitir un uso óptimo de las prestaciones de los contadores inteligentes en beneficio del cliente.

Mercados minoristas

- Medición inteligente

- ▶ ***Cuestiones clave***

- ➔ Información al cliente: visualización interna

- Los clientes deben poder elegir los productos de su preferencia entre varias opciones de retroalimentación (por ejemplo, visualización interna, portal web, etc.).
 - Los contadores inteligentes mejorarán (mediante una facturación precisa) el conocimiento del cliente sobre su consumo de energía, con lo que aumentarán su conciencia del uso final de energía.
 - Los contadores inteligentes posibilitarán una optimización de los procesos de clientes, haciéndolos más eficientes y viables, con la consiguiente mejora del cambio de suministrador y el aumento de la satisfacción del cliente.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Protección del consumidor*

- ➔ Información al cliente
 - ➔ Definición de clientes vulnerables
 - ➔ Protección del cliente
 - ➔ Contratación y Facturación
 - ➔ Gestión de quejas y reclamaciones

Mercados minoristas

● Protección del consumidor

▶ *Información al cliente*

- ➔ Con el fin de disponer de un mercado minorista que funcione correctamente, los clientes han de tener confianza en el mercado y en sus partes interesadas.
 - La apertura de los mercados de la energía en 2007 fue importante para garantizar que todos los ciudadanos de la UE pudieran beneficiarse de la competencia.
 - Una mejora de la información sobre el consumo y los costes puede aumentar la conciencia del consumo de energía entre la gente y provocar que los hogares reaccionen a las variaciones de los precios.
- ➔ La competencia entre los suministradores que abastecen a los hogares puede mejorar la conciencia energética de las personas.
- ➔ La medición inteligente facilite la introducción de una nueva gama de tarifas, pero existe la posibilidad de que aumente la complejidad del mercado y, por consiguiente, le resulte al cliente más difícil y confuso dar con la mejor opción. En consecuencia, deben adoptarse medidas que garanticen que los consumidores disponen de las herramientas necesarias para navegar por lo que es probable que sea un mercado cada vez más complejo.
- ➔ Entre otras cuestiones, los clientes deben tener acceso a la información de su consumo energético en un formato que les permita comparar las ofertas equiparables.

Mercados minoristas

Protección del consumidor

- Información al cliente

- ▶ **Objetivo**

- ➔ *Consumidores informados y activos*

- ▶ **Cuestiones clave**

- ➔ Herramientas para participar, lista de consumidores

- Los consumidores deben recibir información práctica sobre sus derechos en un formato comprensible al que se pueda acceder con facilidad. Asimismo, deberá estar disponible en el punto en el que sea necesario.
 - Por ejemplo , la factura

- ➔ Los clientes tienen derecho a recibir cierto nivel de información de su proveedor de servicios en lo referente a la combinación energética de su suministrador, sus derechos y los medios de resolución de litigios. Por ejemplo en la factura.

- ➔ Un solo punto de contacto para obtener información

- Los clientes estaban acostumbrados a adquirir la electricidad y el gas como servicios que incluían el suministro y la red, y la separación de estas funciones no se ha acabado de comprender en su totalidad.
 - Para evitar la confusión, dispersión y facilitar información homogénea: Puntos de contacto únicos, e independientes.

Mercados minoristas

Protección del consumidor

- Información al cliente

- ▶ **Cuestiones clave**

- ➔ Contratos en línea

- Los sitios web pertenecientes a la categoría de comercio electrónico se crean para ofrecer algo al consumidor. Cualquier negocio que ofrezca un servicio dispondrá en la actualidad de la obligatoria página web de realización de pedidos en línea. Los clientes tienen derecho a unas condiciones generales claramente comprensibles. Las condiciones forman una parte integral de cualquier contrato, por lo que deben estar claramente definidas y no ser nunca ambiguas. Antes de celebrar un contrato, el consumidor debe informarse acerca de la combinación energética del producto elegido, los posibles métodos de pago y otras opciones que puedan ser necesarias desde un punto de vista legal.

- ➔ Calculadores de precios y sitios web de comparación de precios

- La información sobre precios es importante para la confianza del cliente. Es preciso facilitar al cliente el acceso a información precontractual relevante y correcta antes del cambio de suministrador. Normalmente, los calculadores de precios pueden comparar los precios de la energía y encontrar la mejor opción disponible.
- En ocasiones, este tipo de servicio es ofrecido por las ARN; otras veces, está disponible en el sitio web de la compañía energética; también puede proporcionarse como servicio comercial independiente.

Mercados minoristas

- Protección del consumidor: Consumidores vulnerables

- ▶ *Definición de clientes vulnerables*

- ➔ Los Estados miembros deberán garantizar que existen salvaguardas adecuadas para proteger a clientes vulnerables. La nueva legislación aplicable a los mercados internos de la energía obliga a los Estados miembros a definir estos grupos. Esta definición puede hacer referencia a la cuestión de la pobreza energética y disponer la prohibición de la interrupción del servicio a clientes vulnerables en momentos críticos.
- ➔ Las nuevas disposiciones reconocen que una respuesta en forma de política a la pobreza energética requiere la contribución de la mayoría de las áreas del gobierno, ya que implica una combinación de políticas de carácter social, económico y regulador.
- ➔ Dichas medidas no habrán de impedir la apertura efectiva del mercado. La legislación proporciona a los Estados miembros flexibilidad para definir a los consumidores vulnerables de acuerdo con su propia situación particular, a la vez que garantizan un grado elevado de protección.

- ▶ *Objetivo*

- ➔ *Definición clara de grupos de consumidores vulnerables, que permitiría el uso de programas de apoyo específicos.*

Mercados minoristas

● Protección del consumidor: Consumidores vulnerables

▶ *Cuestiones clave*

➔ Existencia de sistemas de apoyo específicos

- No todos los consumidores son vulnerables por definición, por lo que los programas de ayuda para la protección de los consumidores deben ser específicos. Un programa de ayuda que, por ejemplo, se aplica a la totalidad de consumidores domésticos, en forma de precios regulados para el usuario final, desacredita el término «consumidor vulnerable».
- Una definición demasiado amplia o no específica de los consumidores vulnerables y la existencia de empresas dominantes integradas verticalmente (que suelen actuar como suministrador predeterminado/suministrador de último recurso) pueden ocasionar un entorno anticompetitivo.

➔ Los clientes también pueden recibir ayuda en forma de apoyo no económico. Un sistema de apoyo no económico, como la protección frente a la interrupción del servicio, puede servir de complemento de un sistema de apoyo económico. Juntos, ambos sistemas pueden crear una red de seguridad para los clientes.

➔ Medidas específicas del sector energético frente a programas de apoyo generales

➔ Las políticas sociales y las políticas energéticas, incluidas las medidas de eficiencia energética, pueden interactuar para proteger a los clientes vulnerables. Sin embargo, la intención no es bajo ningún concepto que la política energética sustituya a la protección de los clientes vulnerables proporcionada por una política social.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Protección del consumidor*

- ➔ La legislación europea aplicable a mercados internos de la energía obliga a los Estados miembros a adoptar las medidas pertinentes para proteger a los clientes finales.
 - Las herramientas de protección de los clientes deben utilizarse en línea con los requisitos previos de los mercados competitivos abiertos y respaldar dichos requisitos.
 - La competencia requiere una supervisión cuidadosa, con el fin de garantizar que los clientes reciben un trato justo, obtienen la mejor opción disponible, y están capacitados para ejercer su derecho a elegir en un mercado abierto.
 - ➔ Las organizaciones de consumidores tienen la importante función de garantizar que se hace lo máximo posible para obtener un nivel elevado de derechos para los consumidores de energía de toda la UE.
 - Los resultados de las encuestas a consumidores indican que, en numerosos Estados miembros, los consumidores no son especialmente conscientes de la existencia de organizaciones independientes a las que pueden recurrir en busca de ayuda si se conculcan sus derechos.

- **Mercados minoristas**

- ▶ *Protección del consumidor*

- ➔ **Objetivo**

- *Confianza del consumidor en un mercado*

- ➔ **Cuestiones clave**

- Elección: competencia en los mercados minoristas del gas y la electricidad para los clientes
 - En 2008, se revisó la liberalización en Europa y la aplicación del marco regulador de la energía, e hizo público un informe sobre la transposición de los derechos de los consumidores. El informe señalaba la concentración y heterogeneidad de los mercados minoristas y las dificultades en torno a los precios regulados, pero también que la competencia en los mercados minoristas del gas y la electricidad para los pequeños clientes es casi inexistente.
- La opción del suministrador dominante de actuar como suministrador predeterminado o suministrador de último recurso no es, desde el punto de vista de la competencia, la mejor opción.
- Con la apertura de los mercados de la energía, los consumidores se ven a veces frente a información/publicidad engañosa o prácticas de venta agresivas. Una publicidad desleal perjudica directamente a los intereses económicos de los consumidores y, por consiguiente, indirectamente a los intereses económicos de los competidores.
- Innovación y tecnología
 - Deben estimularse la innovación y el desarrollo tecnológico en el sector energético, especialmente con relación a la eficiencia energética. No obstante, la innovación no es un objetivo en sí misma, sino que debe ser responsable y proporcionar bienestar a los consumidores.

Mercados minoristas

● Protección del consumidor

▶ *Contratación y Facturación*

➔ **Objetivo**

- *Proporcionar facturas correctas, claras y concisas que puedan facilitar la equiparación de ofertas; proporcionar a los consumidores información adicional sobre eficiencia, comportamiento medioambiental y consultas o problemas con relación a la factura*

➔ **Cuestiones clave**

- Las facturas de energía que reciben los hogares de forma periódica constituyen un elemento clave del funcionamiento de los mercados minoristas de la energía. Son, o desde luego deberían ser, el principal documento informativo al que deberían recurrir los consumidores para:
 - Conocer cuánta energía consumen, cuánto deben pagar y en qué plazo. Las facturas pueden también contener información clave sobre la combinación energética, la fecha de inicio y finalización de un contrato e, incluso, consejos en materia de eficiencia energética.
- Sin embargo, en lo que a la facturación se refiere, más es menos. La información adicional incluida en las facturas no equivale necesariamente a una mejor facturación. La tecnología, en forma de contadores inteligentes e Internet, puede proporcionar algunas respuestas, pero no es la panacea.
- Dado que la competencia en los mercados minoristas de la energía viene convirtiéndose cada vez más en la norma y no en la excepción, el proceso de facturación debe adaptarse y modernizarse. La factura debe convertirse en algo más, ya que la facturación es información, comunicación y diseño/formato. Al mismo tiempo, las facturas deben resultar fáciles de comprender para los clientes.

Mercados minoristas

- Protección del consumidor

- ▶ *Contratación y Facturación*

- ➔ ***Cuestiones clave (Cont.)***

- La libertad de diseño e innovación, así como la elección por parte del consumidor de la frecuencia, el modo de entrega y los niveles de servicio (incluido el nivel de detalle de las facturas) son aspectos importantes. Al mismo tiempo, es preciso aplicar unos estándares mínimos de calidad e información.
- También es importante ayudar a cada consumidor a identificar los elementos más importantes de su factura:
 - el consumo, el precio que debe pagarse, la duración del contrato, las modalidades de pago y el precio base, además de indicarles dónde pueden encontrar fácilmente información adicional sobre tarifas (tarifa de red, contribución al uso de energías renovables, impuestos, etc.).
 - A estos efectos, podría considerarse un «cuadro de comparabilidad», en el que se presentara toda la información importante de forma condensada para que los consumidores pudieran revisarla, y que permitiera realizar comparaciones como herramienta para fomentar la participación del consumidor.

Mercados minoristas

- Protección del consumidor

- ▶ *Contratación y Facturación*

- ➔ ***Cuestiones clave (Cont.)***

- El futuro lanzamiento de contadores inteligentes traerá consigo facturas basadas en el consumo real y, sin lugar a dudas, mejorará la facturación. Los consumidores deben tener libertad a la hora de elegir su servicio de facturación y de pago (por ejemplo, la frecuencia, el nivel de detalle o el método de entrega), que pueden aplicar precios diferentes.
- La competencia en los mercados de la energía es capaz de proporcionar beneficios en términos de precios y servicios a los consumidores domésticos.
 - La regulación y el sector energético deben garantizar, a través de acciones voluntarias, que los consumidores dispongan de los instrumentos adecuados para buscar una oferta mejor y cambiar de suministrador o de plan de tarifas.
 - La mejora de las facturas mejorará a su vez los mercados y demostrará la calidad del servicio que prestan los suministradores a sus clientes.

Mercados minoristas

● Protección del consumidor

▶ *Gestión de quejas y reclamaciones*

➔ El modo de gestionar las quejas, el diseño del proceso y el nivel de satisfacción de los consumidores, es también un indicador del funcionamiento del mercado y del compromiso de las compañías energéticas para con sus clientes.

➔ Es preciso instituir organismos independientes encargados de gestionar las quejas de los consumidores. Los clientes también tienen derecho a disponer de servicios de gestión de quejas dentro de sus proveedores de servicios, como paso previo a la instancia independiente.

➔ **Objetivo**

- *Existencia de canales eficaces de gestión de quejas*

➔ **Cuestiones clave**

- Fácil acceso
- Elección del canal de gestión de quejas en el proveedor de servicios. Para remitir una queja a un proveedor de servicios, debe haber disponibles una amplia gama de canales y, en cualquier caso, más de uno.
 - Las distintas posibilidades de contacto tienen como objetivo impedir la discriminación de cualquier categoría de clientes (por ejemplo, personas con un bajo nivel de alfabetización, clientes con discapacidades, etc.). Hay quien considere esencial que los ciudadanos dispongan de acceso a un punto físico de contacto que les permita remitir sus quejas en persona.

Mercados minoristas

● Protección del consumidor

▶ *Gestión de quejas y reclamaciones*

➔ **Cuestiones clave (Cont.)**

- Normas legales sobre la gestión de quejas
 - Los procesos de gestión de quejas deben ser transparentes. Los pasos que deben darse y las funciones de cada parte relevante del proceso deben estar claramente definidos. La existencia de unas normas legales mínimas sobre la gestión de quejas debería facilitar el proceso. Los Reguladores son las mejores situadas para establecer estas normas mínimas.
 - Las normas garantizarían que todos los proveedores de servicios tratan a sus clientes de forma correcta y justa.
 - Estas normas mejorarían la confianza del cliente en el mercado y deberían constituir los requisitos mínimos.
- En un mercado competitivo, un proveedor de servicios puede optar por ofrecer una norma de gestión de quejas superior
- Información en la factura sobre cómo formular una queja
 - Para remitir una queja a un proveedor de servicios, debe haber disponibles una amplia gama de canales y, en cualquier caso, más de uno.
 - Los clientes deben recibir de su proveedor de servicios información de contacto relevante del organismo independiente pertinente en caso de que deseen formular una queja.
 - Deberán proponerse, entre las siguientes opciones, los canales más prácticos para contactar con este punto de referencia/organismo de resolución de litigios: dirección, número de teléfono, sitio web, correo electrónico o punto de contacto cara a cara.

FIN DE LA PRESENTACION

Muchas gracias

Rafael Durban

**Director de Relaciones Institucionales
Secretario Ejecutivo de ARIAE**

Tel.: + 34 91 - 4329634

E-mail: rdr@cne.es

www.cne.es

ww.ariae.org