



ANDI

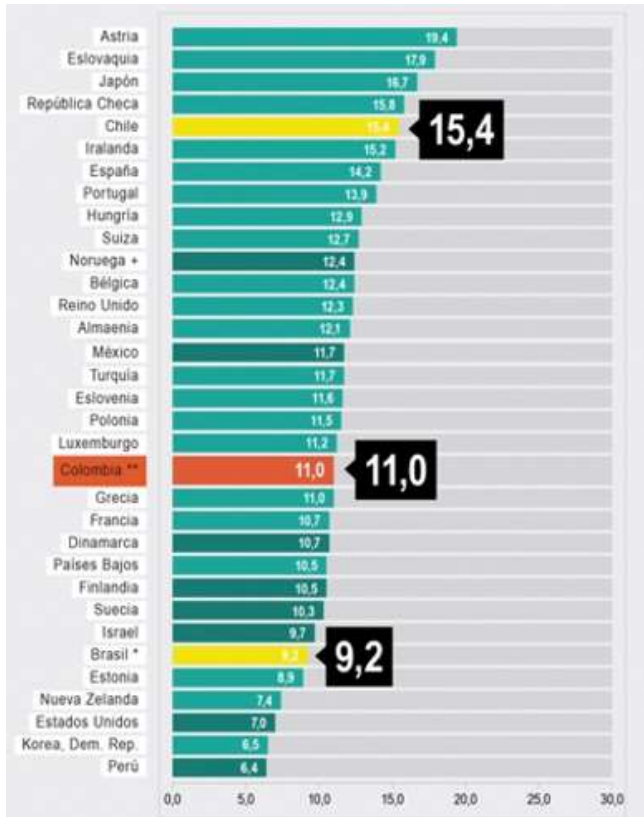
*Cámara de Grandes Consumidores
de Energía y Gas*

BUENAS PRACTICAS EN NEGOCIACIÓN DE ENERGÉTICOS



SEPTIEMBRE 2014

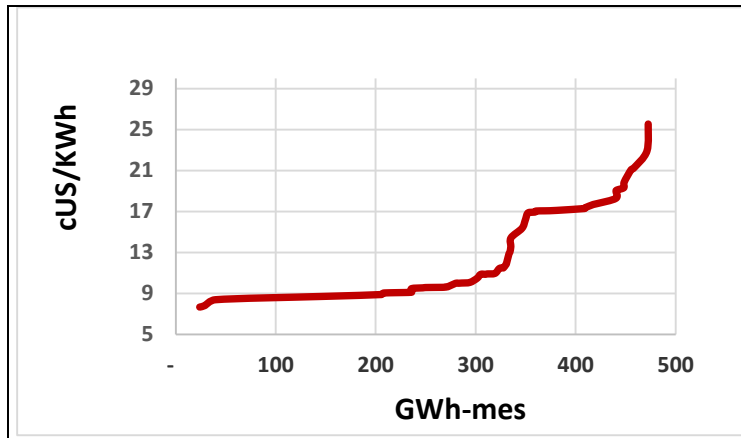
INTRODUCCIÓN



Los precios de la energía eléctrica en Colombia se encuentran entre los más altos de la región, situación que ha afectado directamente la competitividad de la industria colombiana y dificultado sus procesos de expansión.

Esta situación fue corroborada por el Estudio Sectorial elaborado por ECSIM, el cual encontró que a nivel mundial tenemos un precio promedio para la industria en la mitad de la tabla, pero que con respecto los países relevantes para nuestro comercio (Estados Unidos, Brasil y Perú), los precios son significativamente superiores. La tabla adjunta del estudio mencionado, presenta los resultados con corte al año 2012.

Aunado a lo anterior, Colombia está presentando un fuerte incremento en el precio de la energía y una alta dispersión entre el precio obtenido por usuarios en el mismo nivel de tensión. En la siguiente grafica se presenta el precio de venta de cada uno de los GWh despachados a los más grandes consumidores (60 empresas conectadas =>57.5KV).



Fuente: Resolución 135 publicada por XM para Julio 2014.

La grafica indica que cerca de 350 GWh tuvieron un precio para la industria entre 9 y 11cUSD, mientras que cerca de 100 GWh tuvieron un precio superior a 17cUSD.

Aunque no es posible gestionar desde una labor de comercialización que los precios obtenidos sean competitivos con los precios internacionales, si es posible lograr que estos sean competitivos con los que obtienen sus pares en Colombia.

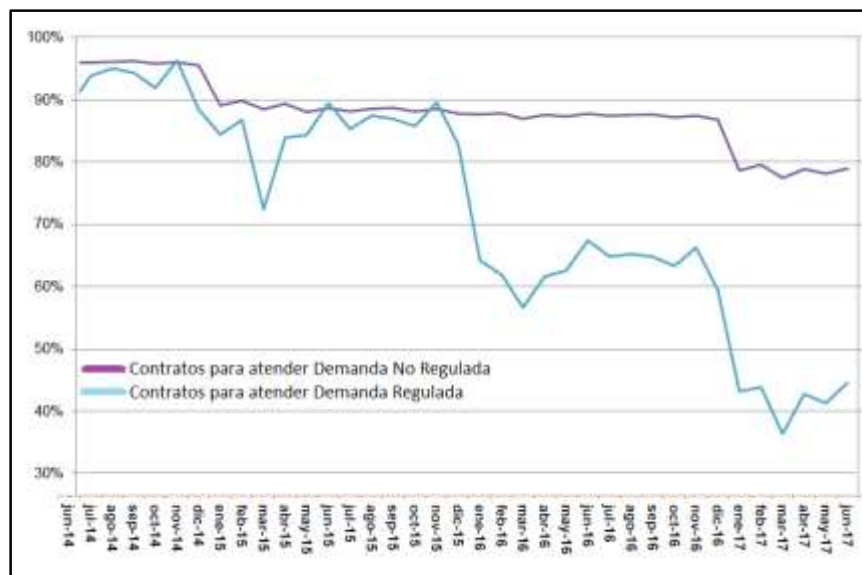
Por lo anterior, la Cámara de Grandes Consumidores de Energía y Gas convocó a diferentes grandes consumidores de energía y gas de la industria y a expertos consultores para que compartieran sus experiencias en la compra del insumo energético, los requerimientos en los contratos y las mejores prácticas que consideran les han brindado un apalancamiento para la negociación. Estas recomendaciones están consignadas en el presente documento de buenas prácticas.

1 – PRE-REQUISITOS

- El comercializador debe garantizar que tiene respaldo en generación, particularmente en el caso de los comercializadores independientes.
- Se debe exigir que el proveedor tenga herramientas tecnológicas apropiadas, tales como, facturador digital, portal transaccional, contact center eficiente, etc; que permitan un fácil y claro acceso a la información, rápida solución de problemas y el pago oportuno.
- El proveedor debe apoyar en la creación de capacidades internas sobre los cambios de regulación, de forma que traslade beneficios y evite sobrecostos.
- Para empresas con plantas en distintas zonas del país, es fundamental que el proveedor tenga buenas relaciones con distribuidores por fuera de su zona de influencia.

2 – TIEMPO APROPIADO DE NEGOCIACIÓN

- Hay que evitar en lo posible salir con un proceso de contratación de energía en “tiempo seco” y principalmente durante señales u ocurrencia del Fenómeno del Niño.
- Realizar el proceso de contratación con la debida anticipación (por lo menos con 2 años). Lo anterior, porque la contratación del 70% del mercado (el regulado) está cerrando antes de dos años y por ende, disminuye la cantidad de energía disponible.



Fuente www.xm.com.co

La gráfica anterior, elaborada por el administrador del mercado colombiano, muestra el porcentaje de la demanda eléctrica contratada en el Mercado de Energía Mayorista hasta junio de 2017.

Por ende, cuando un consumidor quiere suscribir un contrato para el año 2015, en el mercado mayorista encuentra que solamente el 10% de la demanda no ha suscrito contratos y por ende, es muy probable que la energía disponible será aquella de las fuentes más costosas. Mientras tanto, si el mismo consumidor quiere suscribir contratos para el año 2017, en ese año cerca del 50% de la demanda regulada (1731GWh mes) y el 20% de la demanda no regulada (346GWh mes) aún no han contratado suministro, con lo cual amplía su posibilidad de encontrar oferentes. En palabras de los grandes consumidores, al igual que en las grandes superficies comerciales y en los tiquetes de avión, la energía más económica (o los tiquetes más económicos) se deben adquirir con buena anticipación, de lo contrario hay que tomar lo que ha quedado, que generalmente es más costoso

3 – CONOCIMIENTO DEL MERCADO DE ENERGIA

- Antes de realizar un proceso de contratación, hay que realizar una exploración de mercado para determinar que jugadores participarían y en que rango de precios.
- Para entender, validar y/o enfrentar los argumentos de la contraparte durante el proceso de negociación, es necesario contar con un sólido entendimiento del mercado de energía y realizar seguimiento continuo a los cambios del mismo.
- Realizar un análisis de mercado con el que se pueda proyectar un precio de referencia para contratar (armar un protocolo de precios).

4 - PRECAUCIONES

- Evitar la exposición a precios spot. En caso de no lograr contratar a precio fijo, debe ir al mercado de derivados financieros, tipo Derivex.
- Tener especial cuidado con los indexadores de precio suscritos en los contratos, que pueden llevar a un incremento anual significativo del energético.

5 – ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- En lo posible, abrir procesos para realizar contratos de mediano y largo plazo (más de 3 años).
- Los términos de referencia de un proceso de licitación para contratar el suministro de energía deben ser abiertos y flexibles. Es decir, no limitar las ofertas que le pueden presentar y dar espacio para que el oferente le presente una Propuesta alternativa.
- En lo posible y si consume grandes cantidades de gas (más de 100 mil pies cúbicos diarios), evaluar la negociación de compra conjunta de energía eléctrica y gas.

6 – INCENTIVAR COMPETENCIA

- Cada compañía debe identificar alternativas para incentivar la participación de la mayor cantidad de agentes que sean posibles dentro del proceso de contratación de energía.
- Si es posible tener más de una frontera comercial para su consumo, puede hacer la contratación de cada una, de forma separada para dinamizar el mercado y por ende, las ofertas que reciba.

7 –ASPECTOS EN EL CONTRATO

- Incluir cláusulas relacionadas con proyectos que pueden ser de su interés. Por ejemplo, evaluación de costos, equipos para aumentar la eficiencia energética; estudiar la conveniencia de realizar un cambio de nivel de tensión; realizar estudios de factibilidad para implementar un proceso de auto o cogeneración; etc.
- Dejar previsto en el contrato el compromiso de realizar reuniones periódicas para actualizar al cliente en aspectos regulatorios que pudieran impactarlo. (involucrar el Área de Regulación del proveedor).

8 – EXPLORAR ACCEDER AL MEM

Un tema que está siendo abordado por varios grandes consumidores y que igualmente fue recomendado por el estudio de ECSIM, implica la participación directa de los usuarios no regulados en el mercado mayorista de energía. Actualmente, esto es solo posible, si

se registra como Agente del Mercado (léase, Comercializador ESP). Las siguientes son las ventajas:

- Tener acceso a agentes que no atienden al mercado minorista (los consumidores) sino solamente contratan su energía a agentes del sistema. Por ejemplo, plantas menores.
- Como ESP tendrá acceso al Mercado de Energía Mayorista y a utilizar para su abastecimiento, otras herramientas del mercado (MOR, Derivex mercado de futuros, llenado de bloques de energía en contratos bilaterales).
- Apalancar nuevas instalaciones de generación de menor tamaño (Pequeñas centrales hidroeléctricas, plantas de energía no convencional, etc) que actualmente están buscando oportunidades para su instalación, con el objeto de alcanzar la meta de autosuficiencia.
- Comercializar directamente los excedentes de las plantas de auto y cogeneración.

Presentaciones del Taller de Buenas Prácticas de Negociación de Energéticos

- [Presentación Camara de Grandes Consumidores de Energía y Gas](#) – ANDI -
- [Buenas Prácticas y Lecciones Aprendidas Contratación del Suministro de Energía](#) – CERRO MATOSO -
- [Agentes del Mercado](#) – CEMEX -
- [Buenas Practicas Negociación](#)– AZIMUT -



Contacto

Daniel Romero

Director Ejecutivo de la Cámara de Grandes Consumidores de Energía y Gas

Teléfono: (+57) 326 8500 Ext. 2235

dromero@andi.com.co

Bogotá, Colombia

www.andi.com.co