

**TÉRMINOS DE REFERENCIA  
ASESORÍA PARA LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN  
MINORISTA DEL SERVICIO PÚBLICO DE ELECTRICIDAD EN COLOMBIA**

## 1. INTRODUCCIÓN

Para la comercialización de electricidad, la legislación colombiana dispone tanto libre acceso a las redes, como el derecho de los usuarios de los servicios públicos a la libre elección del prestador del servicio, lo cual ha hecho posible el negocio de comercialización como actividad independiente de la distribución de electricidad.

La regulación, en cumplimiento de este mandato legal, ha promovido la competencia en dicha actividad estableciendo entre otras medidas, su remuneración adecuada, condiciones para el cambio de comercialización, la reducción en el límite para ser usuario no regulado, que ha pasado de usuarios con demanda máxima superior a 1 MW a un valor de 0.1 MW o 55 MWh-mes, lo que le ha otorgado una gran dinámica a la actividad de comercialización. En este sentido, las siguientes son las principales disposiciones expedidas por la CREG relacionadas con la actividad de comercialización de electricidad a usuario final:

<b>Año</b>	<b>Resolución</b>	<b>Tema</b>
1996	CREG 020	Requisitos para la compra de Energía al Mercado Regulado
1996	CREG 024	Redefinición Límite Usuario Regulado y No Regulado
1997	CREG 031	Fórmula Tarifaria del Servicio Público de Electricidad para el Usuario Regulado
1997	CREG 108	Protección a los usuarios de electricidad y gas
1997	CREG 199	Redefinición Límite Usuario Regulado y No Regulado
1997	CREG 244	Aclaración de la Resolución 031-97 para comercializadores nuevos en mercados existentes, o comercializadores existentes que deseen atender mercados existentes diferentes a los que actualmente atienden.
1998	CREG 131	Redefinición Límite Usuario Regulado y No Regulado
1999	CREG 007	Cambios procedimiento de fijación del Costo de Base de Comercialización.
2000	CREG 005	Fuentes de Información para el cálculo del C
2002	CREG 068	Propuesta de las bases conceptuales para la remuneración de la actividad de comercialización
2003	CREG 006	Procedimiento de registro de Fronteras Comerciales.

No obstante lo anterior, el proceso de profundización de la competencia a clientes por debajo de 0.1 MW o 55 MWh-mes no se ha desarrollado ampliamente, debido a entre otros factores por:

- Barreras tecnológicas, por el costo de la tele-medida y las características técnicas en la medida.
- Obstáculos al cambio de comercializador o a la operación de nuevos comercializadores, por parte de los comercializadores existentes y los operadores de red.
- Restricciones de los generadores-comercializadores en las ventas de energía a los comercializadores independientes o entrantes.
- Falta de información al usuario final sobre la posibilidad y condiciones de elección del prestador del servicio.
- Limitada actividad de los organismos de vigilancia y control. .

También han sido obstáculos para un mejor desarrollo de la actividad, los siguientes:

- Inexistencia de la figura de proveedor de última instancia.
- Poca claridad en la asignación de pérdidas entre comercializadores (integrados e independientes).
- La presencia de integración vertical con las actividades de generación y distribución.
- Descreme de mercados por la variabilización del cargo de comercialización.

De acuerdo con lo anterior, se hace necesario la contratación de un estudio que analice y evalúe en forma detallada, diferentes alternativas para ejercer la comercialización minorista, teniendo en cuenta ventajas, desventajas, impactos, implicaciones y cambios necesarios para pasar del esquema actual hasta el deseado.

## **2. OBJETO DEL ESTUDIO**

Formular y evaluar alternativas para la comercialización minorista del servicio público de electricidad en Colombia y definir los aspectos a tener en cuenta para la implementación de cada una de ellas.

## **3. ALCANCE**

Para el logro del objetivo propuesto se deberán desarrollar las actividades que se describen a continuación, sin limitarse a ellas.

Las actividades son las siguientes:

### **a. Diagnóstico de la Actividad de Comercialización en Colombia**

El consultor realizará un diagnóstico de la actividad de comercialización teniendo en cuenta la legislación vigente, la información disponible en la CREG, los estudios de la Industria<sup>1</sup>, y contactos con demás actores de la actividad de comercialización.

Asimismo se deberán indicar fortalezas, debilidades y aspectos que se deberían mejorar en el esquema actual.

**b. Analizar con base en la experiencia internacional esquemas de comercialización minorista para el sector eléctrico colombiano.**

El consultor revisará de la experiencia internacional, diferentes esquemas de comercialización minorista, indicando la concepción, el desarrollo y la implementación en esos países.

**c. Formular alternativas para la actividad de comercialización minorista en Colombia.**

El consultor deberá proponer y analizar todas las posibles alternativas para ejercer la comercialización minorista en Colombia.

**d. Determinar los aspectos necesarios para la implementación de cada una de las alternativas propuestas.**

Para evaluar cada una de las alternativas, el consultor deberá considerar los aspectos que se mencionan a continuación y que se requieren para pasar del esquema actual a cada una de las alternativas planteadas:

1. **Medida:** Responsabilidades (quién mide, AOM), propiedad, procedimiento de medición, tecnología, aplicables a:

- a. Usuario regulado
- b. Fronteras Comerciales

2. **Balances:** Procedimientos y agentes involucrados para:

- a. Asignación de pérdidas
- b. Liquidaciones de facturas

<sup>1</sup> **i)** Estudio Económico sobre la Remuneración de la Actividad de Comercialización de Energía Eléctrica, elaborado por Económica Consultores; **ii)** Análisis de la Fórmula Tarifaria elaborado por la firma Mercados Energéticos; **iii)** Análisis del Porcentaje de Pérdidas No Técnicas, elaborado por Jorge Mercado; **iv)** Análisis del marco regulatorio aplicable a las Pérdidas de Energía en Colombia, elaborado por Carmenza Chahín; **v)** Determinación de los Costos para la prestación del Servicio de Comercialización y Diseño de la Empresa Modelo, Mercados Energéticos; **vi)** Determinación de los Costos Eficientes de la Actividad de Comercialización en Colombia, elaborado por la firma Aene; **vii)** Aspectos Fundamentales de la Introducción de Competencia en el Mercado Minorista Eléctrico, Nera Consulting; **viii)** Resolución Defensorial No.29, Inadecuada Prestación del Servicio Domiciliario de Energía Eléctrica en siete departamentos de la Costa Atlántica, elaborada por la Defensoría del Pueblo.

3. **Estructura tarifaria a Usuario Final:** Para cada alternativa el consultor planteará posibles ajustes a la metodología de remuneración de la actividad de comercialización.
4. **Atención al usuario:** El consultor definirá las responsabilidades de los agentes, los procedimientos, la tecnología requerida y los agentes involucrados en los siguientes aspectos:
  - a. Facturación
  - b. Educación
  - c. PQR
  - d. Emergencias
  - e. Conexión
  - f. Calidad
  - g. Instalación interna
  - h. Cambio de comercializador
5. **Relación entre agentes:** Se deberá determinar para la interacción entre:
  - a. Comercializador – Distribuidor: los procedimientos en relación con el acceso a redes, expansión, cambio de comercializador, garantías, relaciones contractuales.
  - b. Comercializador – Comercializador: los procedimientos en relación con el cambio de comercializador
  - c. Comercializador – Generador: tipo de garantías, revisión de mecanismos de compra del producto.
  - d. Comercializador – Transportador: tipo de garantías y los procedimientos en relación con el acceso a redes.
6. **Proveedor de última instancia:** establecer la necesidad de este agente, las responsabilidades a su cargo, y su remuneración.
7. **Actos Administrativos:** identificará los ajustes legales y regulatorios que son requeridos para la implementación de cada alternativa.
- e. **Analizar ventajas y desventajas de cada una de las alternativas propuestas.**

Con base en las actividades enunciadas en los literales c y d, el consultor establecerá las ventajas y desventajas para cada una de las alternativas.
- f. **Evaluar las alternativas y recomendar la mejor opción.**

El consultor evaluará las alternativas propuestas y deberá recomendar la mejor opción, incluyendo un análisis de sus implicaciones e impactos.

#### **4. PRODUCTOS**

El consultor con base en las actividades relacionadas en el numeral 3 Alcance, presentará los siguientes informes:

- a. Un primer informe que contenga el diagnóstico de la actividad de comercialización en Colombia y el análisis de los casos internacionales de la actividad de comercialización minorista. Este informe se entregará a los (15) días contados desde el de inicio de la asesoría.
- b. Un segundo informe que contenga los comentarios realizados por la Comisión al primer informe y las alternativas para la actividad de comercialización minorista en Colombia y todos los aspectos necesarios para la implementación de cada una de ellas. La presentación de este documento se realizará a los (30) días calendario contados desde la entrega del primer informe.

**Presentación del Estudio:** una vez, presentado el segundo informe, el consultor realizará una presentación a la industria y demás interesados con el fin de recoger las observaciones de los mismos al avance del estudio.

- c. Un tercer informe que contenga los comentarios realizados por la Comisión y los terceros interesados al segundo informe, el análisis de las ventajas y desventajas de cada una de las alternativas propuestas para el ejercicio de la actividad de comercialización, así como su evaluación y la recomendación de la mejor opción. La presentación de este documento se realizará a los (30) días calendario contados desde la entrega del segundo informe.
- d. **Presentación del Estudio:** una vez, presentado el tercer informe, el consultor realizará una presentación a la industria y demás interesados con el fin de recoger las observaciones de los mismos al estudio.
- e. **Informe Final:** en este documento se incorporará los comentarios de la Comisión y la respuesta a los comentarios presentados por los agentes y los usuarios al estudio. Este deberá ser entregado a los (15) días calendario contados desde la entrega del tercer informe.

El Consultor en todos los casos deberá sustentar todos los análisis utilizando información adecuada que pueda ser validada y mejorada en el tiempo, y que a su vez, permita soportar las conclusiones y recomendaciones presentadas en el estudio.

#### **5. DURACIÓN DEL ESTUDIO**

El estudio tendrá una duración de noventa (90) días calendario.