



LOS COSTES DE COMERCIALIZACIÓN

...en la factura de la luz



CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS

Muchos consumidores habrán visto en la prensa que el recibo de la luz se va a incrementar con motivo de la actualización de los “costes de comercialización” (CC) puesto que el importe fijado por el Gobierno (4 euros Kw contratado/año) fue declarado nulo por el Tribunal Supremo.

La razón por la que fue declarado nulo el apartado 2 de la Disposición Adicional Octava del RD 216/2014 (que fijaba dicho importe), fue **la falta de metodología para determinar tanto los costes de comercialización como la remuneración razonable que pudiera proceder**, sin entrar a valorar -por parte del tribunal- la suficiencia o insuficiencia del margen de comercialización previsto.

Recordemos que resolución del Tribunal Supremo fue consecuencia del recurso interpuesto por Gas Natural Fenosa e Iberdrola contra dicha Disposición por considerar que el margen de comercialización propuesto por el Gobierno era insuficiente para cubrir los gastos en que incurren las empresas que deben ofrecer la tarifa regulada.

Pero, ¿qué son estos costes de comercialización?

La Ley del Sector Eléctrico establece que en la factura del PVPC –y en la TUR según la Ley de Hidrocarburos- debe incluirse: el coste de la energía eléctrica, los peajes de acceso y cargos que correspondan y los **costes de comercialización (CC)** que correspondan. No obstante la ley no define los CC.

La Comisión Nacional de los Mercado y la Competencia (CNMC) ha considerado que en este concepto se deben incluir todos aquellos costes en los que incurra la comercializadora (la empresa que nos factura) que deba suministrar, obligatoriamente, las tarifas PVPC y TUR a aquellos consumidores que puedan y deseen acogerse a las mismas; más una retribución adecuada por el ejercicio de su actividad.

¿Qué se incluye en los Costes de Comercialización?

Según la CNMC, deberían incluirse los siguientes costes:

- A. Coste de captación y fidelización de clientes
- B. Coste de contratación
- C. Coste de facturación y cobro
- D. Coste de atención al cliente
- E. Costes financieros
- F. Costes de estructura
- G. Impuestos
- H. Retribución por la actividad

¿A qué se refiere cada concepto?

A continuación se recoge, según el informe emitido por la CNMC, el contenido de cada uno de los conceptos antes indicados.

A.- Coste de captación y fidelización de clientes

Costes a los que se enfrentan las comercializadoras para captar nuevos clientes o fidelizar a los clientes que ya tiene en cartera, diferenciando entre aquellos costes asociados a las campañas de marketing y publicidad de aquellos costes puramente comerciales, como podría ser el pago de comisiones a los agentes comerciales.

¿Por qué se incluyen estos costes si estas comercializadoras ya tienen los clientes en cartera y no tienen que llevar a cabo ninguna actividad de captación?

La CNMC considera que cabría plantearse si los CC debe incluir todos aquellos costes a los que se enfrenta un comercializador en el mercado libre, independientemente de si los COR incurren o no en ellos, ya que en caso contrario podría suponer una barrera al desarrollo del mercado minorista (es decir, sería más barato para las comercializadoras que ya tienen los clientes y perjudicaría a los comercializadores del libre mercado).

La CNMC considera que en caso de que se optara por incluir estos costes, no deberían formar parte de la retribución de los COR.

B.- Coste de contratación

Aquellos costes asociados tanto a la gestión de ATR (Acceso de Terceros a la Red de transporte de energía) que se pueda derivar tanto de la formalización de los contratos de suministro de nuevos clientes (tales como el envío, la recepción y la comprobación de que los contratos están debidamente formalizados), como de las modificaciones de las condiciones de contratación de un contrato ya existente (por cambio del peaje, de la potencia contratada, de la cuenta bancaria, etc.).

C.- Coste de facturación y cobro

Los costes asociados al proceso de facturación y cobro, diferenciando entre:

- Gestión y validación de medidas (de consumo remitidas por el distribuidor, siempre que ello implicara una dedicación de recursos específicos),
- Facturación,
- Cobro (impresión, ensobrado y envío de las facturas, así como los costes en los que se incurre por el cobro de la factura, incluyendo, en su caso, las comisiones bancarias),
- Gestión de impagados.

D.- Coste de atención al cliente

Los costes incurridos para la atención al cliente, independientemente del motivo (reclamación, cambio de dirección de facturación, cambio de cuenta corriente, modificación de potencia contratada...), ya sea presencial, telefónico, postal o internet.

E.- Costes de estructura

Costes en los que incurre la comercializadora no incluidos en el resto de categorías, pero necesarios para prestar la actividad de comercialización:

-Oficinas: coste de la propia oficina, mobiliario y el equipamiento independientemente de si son propiedad de la empresa o de terceros, los equipos informáticos tanto ordenadores como software).

-Suministros: agua, luz, gas natural, teléfono, servicios de limpieza, seguridad, seguros, etc.

-Administración: costes de los departamentos horizontales asociados a la administración y gestión de la sociedad, tales como los costes de la cúpula directiva (presidente, consejero delegado, director general...), los costes del departamento de recursos humanos, del departamento de contratación (de servicios por parte de la empresa), del departamento de contabilidad y control interno, los costes del departamento de informática y los gastos de personal.

-Regulación y jurídico: costes derivados de las actuaciones en respuesta a solicitudes del regulador, así como los costes asociados a reclamaciones judiciales, tanto si dichas funciones son prestadas por personal propio como por terceros.

-Recursos humanos.

-Comunicación: las relaciones con los inversores y accionistas, así como los costes de las campañas destinadas a dar conocer o reforzar la imagen de marca, independientemente del medio utilizado.

-Sistemas de Gestión Comercial: los costes de los sistemas informáticos, tanto hardware como software, dedicados exclusivamente a gestión de bases de datos de clientes (altas, bajas, modificaciones, etc.), así como los costes de los sistemas informáticos de atención al cliente, facturación y cobro, gestión de las medidas recibidas de los distribuidores, gestión de las facturaciones emitidas por el Operador del Sistema y Operador del Mercado, etc. Asimismo, se deberían incluir los costes del personal dedicados al mantenimiento y gestión de dichos sistemas informáticos.

-Otros: conceptos a los que han hecho referencia algunos comercializadores como necesarios:

- costes asociados a la compra de energía en el mercado
- costes asociados a aplicaciones informáticas departamentales, a gestión de calidad
- costes asociados financiación del fondo para la adopción de medidas de eficiencia energética, si bien otras empresas han declarado este componente de coste en el apartado de "Impuestos-Otros Impuestos"
- costes de asesoramiento, estudios, costes asociados a actividades corporativas no vinculados con él
- costes de auditorías, primas de seguro, comisiones bancarias, así como el coste de participación en asociaciones sectoriales
- costes tanto de la Estructura Corporativa como la de la línea de Negocio "Energía"
- costes de desplazamientos y dietas de los miembros del consejo
- costes de colaboraciones externas

F.- Costes financieros

Costes financieros incurridos para la realización de la actividad de comercialización, desagregando entre aquellos derivados de la diferencia entre los cobros y los pagos y el coste asociado a la prestación de garantías o avales - coste de avales depositados en MEFF, OMIE u OMEL.

G.- Impuestos

Los impuestos a los que hace frente la empresa comercializadora, diferenciando entre Tasa de Ocupación de la Vía Pública (TOVP), Impuesto de Sociedades y Otros.

Consecuencias

Si el Gobierno tiene en consideración el informe elaborado por la CNMC, el gasto por los Costes de Comercialización, podría ser el siguiente:

Costes de explotación (sin incluir los costes de captación y fidelización de clientes y la retribución por la actividad, que habría que sumar a los CC si se deciden incluir) serían:

Coste anual en término de €/kW contratado ascendería a 5,24 €/kW, 4,93 €/kW y 6,46 €/kW para los clientes acogidos a los peajes 2.0 A, 2.0 DHA y 2.0 DHS, respectivamente.

Es decir, anualmente supondría un importe de 21,31 €, 26,06 € y 31,56 € para los clientes acogidos a los peajes 2.0 A, 2.0 DHA y 2.0 DHS, respectivamente.

Fuente: informe de la CNMC *“Informe sobre el margen comercial que corresponde aplicar a la actividad de comercialización de referencia para realizar el suministro de energía a precio voluntario del pequeño consumidor en el sector eléctrico y a tarifa de último recurso en el sector de gas natural”*

<https://goo.gl/L62EJv>

