LITORALPRESS

Fecha: 19-05-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Esta campaña nació para rebajar las tarifas eléctricas

Pág. : 2
Cm2: 715,9
VPE: $ 3.936.920

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Puede apoyarla firmando en la plataforma web Cuentadelaluz.cl

Esta campaña nació para rebajar las tarifas eléctricas

MARIOLA GUERRERO

Javier Piedra junto a Rodrigo Díaz, uno de los comerciantes que se sumó a esta campaña.

CIRO COLOMBARA C.

Hace ocho meses, Rodrigo Díaz abrió en la comuna de Santiago el almacén Small Market y, a poco andar, se topó con una gran dificultad. "Yo pagaba alrededor de $37.000 en la cuenta de la luz y a fin de año ese valor subió a un poco más de $90.000. Y ahora nos enteramos que en un par de meses viene otra alza. Para los comerciantes es difícil hacerle frente eso porque no tenemos cómo ahorrar. En el local, por ejemplo, tengo una máquina de frío para los helados y otra para los congelados, además de un cooler para las bebidas y una vitrina refrigerada".

Díaz cuenta que, cuando uno empieza un negocio, los costos básicos no están contemplados en el margen de los productos. "No es que yo divida el monto de la cuenta de la luz por el total de productos que vendo y a cada uno de ellos le sumo un cierto porcentaje de ese valor para cubrir dicho costo. Pero cuando hay un alza tan grande, surge la pregunta si debería subir los precios. Hasta el momento no lo hecho y me estoy comiendo márgenes de ganancia. Por la ubicación en la que estoy, en la Alameda y muy cerca de una estación de metro, no todos mis competidores son negocios establecidos ni formalizados. De cierta forma, compito con el ambulante. Ahora, no sé cuánto tiempo más pueda estar sin subir los precios".

> Desde fines del 2024 a la fecha, las cuentas de la luz han subido casi un 60%. Por el uso intensivo de máquinas en sus negocios, los comerciantes han sido fuertemente afectados por esas alzas.

¿Y qué estrategias ha puesto en práctica para enfrentar esta difícil situación?

"Hacer cambios en las marcas que trabajo. Por ejemplo, en el caso del arroz, en lugar de tener una marca como Tucapel se reemplaza por otra como Bonanza, de precio más económico".

Este comerciante explica que también se sumó a una campaña impulsada por la Fundación Energía para Todos, que ya ha recolectado más de 8.000 firmas y que busca rebajar la tarifa eléctrica.

Su director ejecutivo, Javier Piedra, parte explicando que Chile tiene la tarifa eléctrica residencial más cara de Latinoamérica. "Es algo que tiene un impacto social ya que hay una desigualdad muy grande entre el porcentaje de los ingresos de una familia del quintil más pobre que se va en pagar la cuenta de la luz con el de una de las familias del quintil más rico.

Además, en Chile tenemos un problema -sobre todo en la zona sur- que tiene que ver con la contaminación de las ciudades por el uso y abuso de leña. Entonces, la alternativa que puede ser la electricidad, que es más saludable y sostenible, no se puede materializar porque la tarifa eléctrica es demasiado cara. Tomando en cuenta ese panorama, levantamos una campaña a través del portal Cuentadelaluz.cl (https://goo.su/DXSN4f)".

¿Qué razones explican esas alzas?

"Después de cuatro años en que estuvo congelada, la tarifa eléctrica se descongeló en julio del 2024 y hasta la fecha ya lleva un alza de un 58%. A esto, hay que sumar otra alza para el segundo semestre que será de un 7% en promedio".

Si bien la campaña partió orientada hacia las personas, haciendo notar el impacto de este aumento de las cuentas de la luz en la economía familiar, Javier Piedra dice que en el camino se toparon con organizaciones de comerciantes -como Red de Almacenes- que los alertaron sobre los problemas que les genera en sus negocios. "Un minimarket o un almacén también tienen una tarifa residencial para ellos el impacto es mayor ya que hacen un uso más intensivo de la electricidad por el equipamiento de sus locales".

Gonzalo Montenegro, quien junto a Verónica Oliva fundó Red de Almacenes, cuenta que en sus redes sociales hicieron una encuesta preguntándoles a los comerciantes cuál ha sido el mayor problema del último año. "En primer lugar mencionaron el alza en los productos e inmediatamente después el alza de la luz. En cuanto a este último punto, hubo varios comentarios que se repitieron sobre qué han hecho para enfrentar la situación: subir los precios, tratar de meter en una sola máquina de frío los productos que antes estaban en dos y también desenchufar estos equipos".

Una solicitud a La Moneda

En cuanto a lo que buscan con la campaña, Javier Piedra explica que lo primero es que los comerciantes, los empresarios pymes y en general todas las personas entren a esta web para firmar y así poder hacer un llamado al gobierno a que rebaje las tarifas. "¿Cómo se logra esto? Renegociando los contratos eléctricos que hay con las generadoras, que son de largo plazo. Esta práctica es de lo más común en el mundo privado. Toda la minería en Chile renegoció sus contratos cuando llegaron las energías renovables a Chile y comenzaron a bajar los precios de la energía. También lo han hecho en otros países, como por ejemplo Colombia, donde renegociaron los contratos para reducir la tarifa eléctrica a su ciudadanía. Entonces creemos que es un mecanismo que perfectamente se puede llegar a cabo en Chile".

La campaña termina a fines de mayo y, luego de eso, La Fundación Energía para Todos llevará una carta a La Moneda -con todas las firmas recolectadas- para pedirle al Presidente Boric que le indique al ministro de Energía que comience un diálogo con las empresas generadoras para renegociar los contratos y lograr así bajar la tarifa eléctrica.