

**LA REVOLUCIÓN DIGITAL  
EN EL SECTOR ELÉCTRICO**

**Madrid, 1 de diciembre.-** El Club Español de la Energía, (ENERCLUB), con el patrocinio de ENDESA, ha celebrado la jornada **La Revolución Digital en el Sector Eléctrico**.

*La Sesión Inaugural ha contado con la participación de **Borja Prado Eulate**, Presidente del Club Español de la Energía y Presidente de ENDESA, y de **María Fernández Pérez**, Vicepresidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.*

Borja Prado ha destacado la importancia del papel del Regulador en este proceso de transformación digital que vive el sector, como garante de un marco de estabilidad. “La transformación digital está suponiendo un antes y un después en la manera de almacenar y transformar la energía”. “En este nuevo modelo energético, continuó, el consumidor se convierte en el eje fundamental sobre el que construir nuevos modelos de desarrollo de negocio”.

En referencia a las compañías eléctricas, y en particular a ENDESA, su Presidente ha subrayado la búsqueda continua de la excelencia en la calidad de la atención al cliente. “La digitalización en el sector eléctrico, puntualizó, debe redundar en la mejora de la experiencia del cliente con la factura eléctrica, dotándole de mayor información para poder ser más eficiente en sus hábitos de consumo”, concluyó.

La Vicepresidenta de la CNMC, señaló también la importancia de un papel más activo del consumidor para la mejora de la eficiencia energética, lo cual, afirmó, “pasa por la digitalización”. Además, recalcó la importancia de la digitalización para una gestión más eficiente de las redes: “Mayor seguridad en el suministro, ahorro de costes o mayor rapidez en la reparación de averías en remoto, son una realidad con el uso de las redes inteligentes”.

Durante las primeras intervenciones, expertos del sector han compartido con los asistentes cuestiones como la dimensión del impacto de la **digitalización en el sector energético**, las tecnologías utilizadas (Big Data, Blockchain, la inteligencia artificial o el internet de las cosas) y su regulación.

En el debate sobre las **Smart Grids** (redes inteligentes), los ponentes pertenecientes a compañías de distribución, han destacado su incidencia directa en el aumento de la competitividad y la eficiencia. Como aspectos relevantes, se ha destacado la importancia de la integración tecnológica, y de trabajar para que las tecnologías del distribuidor sean universales.

Se ha hecho referencia al contador electrónico como pieza clave, una herramienta imprescindible en la recogida de datos: reducción del tiempo en la reparación de averías (en remoto), ahorro de costes (superior al 3% anual en España), mantenimiento predictivo, reducción del fraude, etc.

En relación a los nuevos **modelos de negocio** derivados de las demandas actuales del cliente digital, los expertos han coincidido en el papel cada vez más activo del mismo, así como su necesidad de una atención continuada. “Debemos cambiar radicalmente la forma de relacionarnos con el cliente y evolucionar hacia un servicio integrado para el mismo, al tiempo que ponerlo en valor”. También se destacó la necesidad de evolucionar hacia un modelo de interacción global con el cliente a través de diversos canales: página web, apps, chats, alertas de consumo, etc.

Se ha asegurado que la comunicación actual con el cliente es bidireccional, por lo que es necesario rediseñar el modelo de experiencia cliente: “Debemos gestionar adecuadamente la información relativa a nuestros clientes para adaptar al máximo nuestra cartera de productos y servicios a sus necesidades, aportando así más valor al cliente”.

Otro aspecto imprescindible en el proceso de digitalización, según se ha destacado, está relacionado la importancia de la captación y retención del talento dentro de las organizaciones.

En el último panel de expertos, en el que se ha profundizado en los nuevos modelos de negocio, derivados de la nueva relación cliente-empresa, se ha destaca la oportunidad de interactuar con los clientes, que en su caso, se ha



duplicado en el último año, con un diálogo más cercano, casi automático que nos permite ajustar nuestras propuestas de valor, y nuestra relación con ellos.

Ha clausurado la jornada **Miguel Antoñanzas**, Vicepresidente de ENERCLUB, recordando a todos los asistentes que “el cliente debe estar en el centro de todo lo que hacemos, para mejorar su experiencia con nosotros. Y debemos verlo como una gran oportunidad”. “El Club Español de la Energía se compromete a profundizar más en estos temas y a seguir enriqueciendo el debate ya que todavía no hemos llegado al final de este proceso”, ha concluido.