

El nuevo consumidor de energía:

# Transición a demanda

Los patrones de oferta y demanda de electricidad están experimentando un profundo cambio. Los precios de la electricidad son volátiles, y esto genera riesgos para el cliente cuando decide adoptar nuevos productos y servicios. Este mercado cambiante requiere que los proveedores de energía se adapten continuamente para agregar nuevo valor a las experiencias del cliente.

# El nuevo valor provendrá de las medidas que adopten los proveedores de energía en cinco áreas:

## **Propósito**

## Conexión del cliente con el propósito

Los consumidores desean comprar productos y servicios a empresas comprometidas con hacer su aporte; a medida que el mundo avanza hacia la energía limpia, los proveedores tienen una gran historia para contar.

### **Producto**

## Dar a los clientes lo que desean

Los clientes dicen que desean productos y herramientas para una energía más verde con el propósito de mejorar la eficiencia; los proveedores de energía tienen una enorme oportunidad de satisfacer esa exigencia.

## **Plataformas**

#### Acelerar la transformación digital

Los proveedores de energía deben convertirse en organizaciones digitales para las cuales las estrategias tecnológica y de negocios sean inseparables.
Esto requerirá una inversión sostenida en innovación y nueva tecnología.

#### **Personas**

#### Respaldar el talento para impulsar el cambio

A medida que los proveedores de energía se focalizan en la transición hacia las cero emisiones netas y en el desafío de la transformación digital de la experiencia del cliente, deben contratar y retener al personal con nuevas habilidades y experiencia.

#### **Alianzas**

#### Asociación entre los proveedores de energía inteligente

Las alianzas con otras organizaciones, tanto empresas tradicionales como nuevos emprendimientos, ayudarán a los proveedores de energía a innovar y transformarse a gran velocidad.



Los proveedores de energía son la esencia de la transición energética. Su panorama estratégico está atravesando una gran transformación a medida que el esfuerzo global por llegar a las cero emisiones netas cobra ritmo. Al mismo tiempo, enfrentan una segunda dinámica capaz de definir una era: la transformación digital está causando una disrupción en los mercados de toda la economía, destruyendo los antiguos modelos de negocios a la vez que crea nuevos, y rediseñando las expectativas del consumidor.





### El ritmo del cambio se acelera

Nuestro trabajo de investigación acerca del "Nuevo consumidor de energía" comenzó hace 12 años y se elabora a partir de hallazgos que se remontan al año 2010. En nuestro último trabajo, analizamos las opiniones de 500 proveedores de energía en 14 países para entender qué hace falta para convertirse en un proveedor de energía del futuro.

Para retener participación de mercado y sobrevivir en el largo plazo, los proveedores de energía deben seguir innovando, diversificándose y construyendo experiencias de clase mundial para el cliente.

El 74% de los proveedores de energía cree que los clientes se están alejando de las grandes empresas de servicios públicos y acercando a nuevos actores más innovadores.







Para volver a imaginar la experiencia del cliente, los proveedores de energía deben reconocer primero la realidad de sus actuales relaciones con sus clientes. Para la mayoría de los consumidores, los proveedores de energía son casi invisibles. Lo único que esperan es una relación transaccional de facturación, y tradicionalmente es todo lo que han recibido.

Para satisfacer las expectativas del consumidor en permanente evolución, los proveedores de energía necesitarán un nuevo nivel de agilidad y capacidad de respuesta. La mayoría dice que sus empresas están en medio de esa evolución.

El 77% señala que su organización se está transformando para ser más ágil y digital y menos focalizada en los commodities.

Sin embargo, este no será un cambio fácil para una industria altamente regulada que ha operado casi sin cambios durante los últimos 100 años. Dar nueva forma a esa cultura y poner un mayor énfasis en el cliente y en la innovación llevará tiempo. Además, mientras los actores tradicionales se adaptan, los nuevos emprendimientos, más ágiles y nacidos en la nube, podrían quedarse con los consumidores impacientes gracias a su capacidad de respuesta, habilitada por la tecnología, para satisfacer las necesidades de los usuarios.



La gran pregunta para los proveedores de energía es cómo moverse al ritmo necesario para volver a imaginar la experiencia del cliente.



El sector energético desempeña un papel crucial a la hora de enfrentar el desafío del cambio climático. Sin embargo, muy pocos proveedores de energía están contando a los consumidores el trabajo positivo que realizan. En un mundo en el que los consumidores están cada vez más interesados en comprar productos y servicios a organizaciones que hacen una diferencia positiva para la sociedad, esto significa una enorme oportunidad de publicidad valiosa.

La clave, para clientes residenciales y comerciales por igual, es incorporar la narrativa del propósito a cada uno de los aspectos de la experiencia del cliente. Hay un enorme abanico de oportunidades para aprovechar, desde ayudar a los clientes a optar por tecnologías más limpias hasta proporcionarles soluciones inteligentes capaces de mejorar la eficiencia (y reducir sus facturas en el proceso).

Hablándole tanto al corazón como al cerebro, los proveedores de energía pueden trasponer las relaciones puramente transaccionales entre partes independientes que tradicionalmente han tenido con los clientes. Su objetivo debería ser construir alianzas más empáticas y arraigadas con los clientes mediante un foco en el propósito y una estrategia para comunicar ese compromiso.

El 25% de los proveedores de energía dice que su incapacidad para encontrar un propósito o una narrativa que conquiste a los clientes es una barrera a la hora de mejorar la experiencia del cliente que ofrecen.



## **Grandes puntos clave**

#### Enunciar el propósito con autenticidad y relevancia.

Los proveedores de energía deben poder presentar una narrativa convincente sobre el propósito que pueda percibirse como ejecutable y relevante: ¿qué significan sus ambiciones en la práctica y cómo se las concretará?

#### Alinear el propósito con las expectativas de los clientes.

Despliegue herramientas de data-analytics para desarrollar un entendimiento más detallado de las perspectivas y deseos de los clientes. Una vez que usted tenga una visión clara de las prioridades de los clientes residenciales y comerciales, adapte su estrategia de propósito a esas prioridades para construir un círculo virtuoso de lealtad a la marca.

#### Incorporar el propósito a la narrativa de la marca.

Trabaje junto a los clientes para desarrollar nuevos productos y servicios y para identificar oportunidades relevantes que den impulso a los beneficios de la sociedad de un modo que incida en sus partes interesadas clave. Propóngase construir una conexión emocional con sus clientes, de manera que se identifiquen con su marca y lo que ella representa. No tema exhibir los logros en las áreas que son importantes para ellos.







Tanto los clientes residenciales como industriales están ansiosos por reducir su huella de carbono y dar impulso a la sustentabilidad. Desean acceder a más productos de energías renovables y buscan servicios que los ayuden a reducir el consumo y mejorar la eficiencia.

Sin embargo, a la fecha, pocos proveedores de energía están a la altura de ese desafío. Por ejemplo, menos de la mitad dice que están logrando satisfacer, de manera efectiva, la demanda de productos y servicios más ecológicos.

Los proveedores de energía aceleran el paso para ofrecer productos más sustentables, desde abastecimiento basado en energías renovables hasta eMobility y mejoras hogareñas. Los proveedores de energía visionarios también están construyendo relaciones más estrechas y comprometidas con sus clientes mediante aplicaciones y productos y servicios digitales. Están instalando medidores inteligentes para ayudar a los clientes a gestionar el uso de la energía y realizando auditorías energéticas para ayudarlos a identificar mejoras en la eficiencia energética en el hogar o en sus instalaciones comerciales.

La clave consistirá en ofrecer productos y servicios simples y amigables para el usuario que permitan a los clientes tomar decisiones energéticas más inteligentes con mínimo esfuerzo.

El 78% de los proveedores de energía cree que quienes no ayuden a sus clientes a obtener la energía de manera más responsable y eficiente con productos y servicios más ecológicos quedarán rezagados.

El 56% de los proveedores de energía estima que los clientes residenciales impulsarán una mayor demanda de incentivos para adoptar artefactos más eficientes en términos de energía y/o para reemplazar el gas por la electricidad.



## **Grandes puntos clave**

#### Acompañar a los consumidores en sus propios viajes de transición.

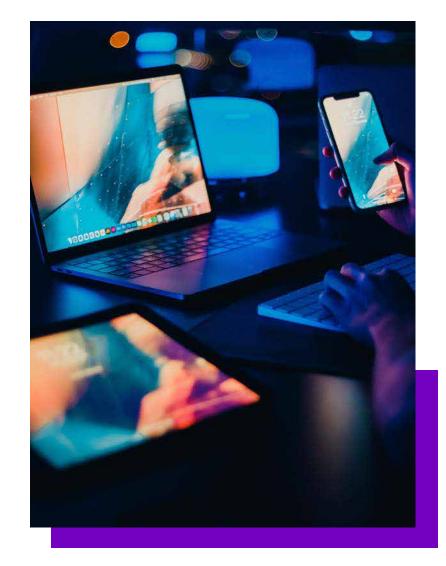
La mayor parte de las personas entienden los imperativos de la lucha contra ver cuáles serían las mejoras posibles para su vida diaria. Los proveedores de energía preparados para destinar tiempo a educar a los clientes en cómo elegir opciones energéticas más limpias tendrán aseguradas la confianza y la fidelidad.

#### Reducir las barreras que frenan la participación en la transición energética.

Facilite la participación de los clientes en la transición hacia una energía más limpia ofreciéndoles asesoramiento, productos y servicios basados en principios ecológicos. De tecnologías como los medidores inteligentes a asesoramiento en términos de eficiencia, los clientes están buscando formas simples para reducir sus propias huellas de carbono.

#### Focalizarse en los imperativos de los clientes comerciales.

Con las empresas bajo presión para que revelen más información sobre sus emisiones de carbono, el apetito por invertir en las soluciones energéticas del futuro sigue creciendo. De sistemas de eTransport a generación distribuida, el sector energético está desarrollando los productos y servicios que satisfacen esa demanda.







## La plataforma en primer lugar

## Acelerar la transformación digital

Los proveedores de energía deben convertirse en organizaciones digitales para las cuales las estrategias tecnológica y de negocios sean inseparables. Esto requerirá una inversión sostenida en innovación y nueva tecnología.

Un número creciente de proveedores de energía se focalizan hoy en la velocidad de llegada al mercado y en la agilidad, y más de la mitad de ellos considera que estos atributos son muy importantes. Pero, sin inversión en plataformas digitales sobre las cuales ejecutar sus planes de negocios—tanto en términos operacionales como de relaciones con los clientes—los proveedores de energía tendrán dificultades en estas áreas.

El caso de negocio a favor de la transformación es claro. Para competir, los proveedores de energía necesitan aprovechar hoy las herramientas de analytics para garantizar un entendimiento mucho más rico y más profundo de sus clientes. Además, el estándar que los clientes esperan consiste en puntos de contacto fáciles de usar que ofrezcan la experiencia homogénea a la que se han acostumbrado en otras industrias.

Las tecnologías basadas en la nube serán la esencia de esta transformación y permitirán a los proveedores desarrollar nuevos productos y servicios con rapidez y escalar la capacidad y la potencia de cálculo hacia arriba y hacia abajo según corresponda. Esto será crucial a medida que los proveedores de energía utilicen más algunas tecnologías como la Internet de las Cosas y la realidad virtual y aumentada.

El 42% de los proveedores de energía está invirtiendo hoy en canales digitales para mejorar la experiencia del cliente, y el 35% está invirtiendo en analytics de ventas y servicios.

Pero muchos siguen teniendo dificultades: el 64% de los proveedores dice que encontrar un punto de equilibrio entre la rentabilidad y la transformación de la experiencia del cliente es un gran desafío.



#NecExecutiveSummary La plataforma en primer lugar

## **Grandes puntos clave**

#### Priorizar el insight del cliente.

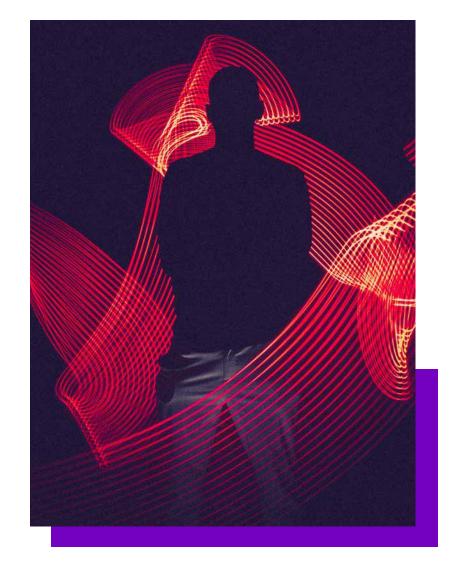
Las plataformas ponen a las herramientas de data-analytics a trabajar. El objetivo debería ser identificar insights ejecutables que permitan el rápido desarrollo y lanzamiento de los productos y servicios que los clientes desean.

#### Acelerar el viaje de la empresa hacia la nube.

Las plataformas alojadas en la nube ofrecen una mayor potencia y flexibilidad; destraban una mejor experiencia del cliente, además de la agilidad y la eficiencia operacionales. Pero, sobre todo, proporcionan un entorno seguro en el cual construir un modelo de negocios digital.

#### Identificar los casos de uso para las nuevas tecnologías.

La evolución de las innovaciones en áreas tales como la inteligencia artificial puede impulsar nuevos productos y servicios, incluido el potencial para un alto grado de personalización, que es clave para la experiencia actual del cliente. La oportunidad de los proveedores de energía para aprovechar estas herramientas como parte de sus viajes de transición es cada día más promisoria.







Los proveedores de energía reconocen los imperativos gemelos de enfrentar el desafío del cambio climático y adoptar la digitalización, pero necesitarán nuevos conjuntos de habilidades para alcanzar sus metas. Deben invertir en la generación de nuevo talento, tanto mediante nuevas contrataciones como perfeccionando y adquiriendo nuevas habilidades para dar impulso a la transformación.

En la práctica, eso significa cerrar las brechas de habilidades en áreas como la ciencia de los datos, la experiencia del cliente y el marketing digital. Los proveedores de energía hoy informan que la dificultad para encontrar talento suficiente para impulsar la innovación digital es su segunda barrera más importante a la hora de mejorar la experiencia del cliente.

La contratación y retención exitosa en medio de una dura competencia con otras industrias requerirá que los proveedores de energía reflexionen en profundidad sobre lo que es importante para sus empleados. Por ejemplo, el papel crucial de la industria en la transición hacia las cero emisiones netas puede apelar al creciente deseo de encontrar un empleo que tenga un propósito social activo y explícito. Las nuevas formas de trabajo, incluido el ofrecimiento de roles más flexibles y el foco en el bienestar y la diversidad en el lugar de trabajo, también serán cruciales en un mundo laboral más consciente de los empleados.

El 59% de los proveedores de energía identifica brechas de talento en el marketing digital y el diseño de la experiencia del cliente.

Y el 54% dice que tiene una brecha de talento en la arquitectura de IA y las habilidades en la ciencia de los datos.



## **Grandes puntos clave**

#### Desarrollar una estrategia para el talento.

En la actualidad, los proveedores de energía deben adoptar un enfoque estratégico hacia el talento, de manera tal de identificar tanto las brechas de habilidades actuales como potenciales para impulsar un foco específico en la contratación y la retención. Deberán encontrar un punto de equilibrio entre la adquisición de nuevas habilidades por parte del personal actual y la contratación de nuevos empleados.

#### Reinventar la experiencia del empleado.

Todos los empleadores desean atraer al mejor talento nuevo. Solo las empresas capaces de ofrecer a los empleados lo que desean llegarán a buen puerto. En el caso de los proveedores de energía, la clave estará en presentar una clara visión del propósito, centrada en la sustentabilidad. Deberán adoptar formas de trabajo flexibles, invertir en diversidad y construir una estrategia para el desarrollo profesional.

#### Ser un reflejo del mercado.

Derribar los silos tradicionales permitirá a los proveedores de energía dar el impulso a la innovación que su mercado necesita hoy, permitiendo a su personal trabajar de un modo más colaborativo. Las alianzas con otras organizaciones proporcionan otra ruta hacia nuevas capacidades.







A medida que los proveedores de energía enfrentan múltiples prioridades de transformación, de los imperativos de la sustentabilidad a la digitalización, habrá muchas iniciativas que las personas talentosas podrán liderar desde adentro. Pero la apertura a la posibilidad de alianzas productivas acelerará la transformación, proporcionando a las empresas acceso a nueva experiencia y nuevo conocimiento técnico.

La mayor parte de los proveedores de energía están planificando estas alianzas en busca de nuevas asociaciones con actores establecidos del sector y también con start-ups e instituciones académicas con algo nuevo para ofrecer. Estas colaboraciones vinculan los conjuntos de habilidades de cada socio, habilitando el acceso mutuo a este recurso ampliado y ofreciendo el potencial para desarrollar conjuntos de datos más grandes que alienten la personalización y crear oportunidades para combinar y lanzar nuevos productos y servicios.

El potencial de las alianzas para llevar adelante la innovación es enorme. Esto será especialmente importante en los nuevos mercados, como eMobility y energía renovable. Todos los proveedores de energía enfrentan los desafíos de construir escala en estos mercados —desafíos que pueden llegar a ser abrumadores cuando hay escasez de habilidades— y las alianzas pueden ayudarlos a destrabar este crecimiento.

El 80% de los proveedores de energía tiene planeado asociarse con empresas tradicionales para desarrollar innovaciones originales centradas en el cliente.

Un 75% adicional tiene planeado adquirir start-ups con innovaciones originales y prometedoras.



## **Grandes puntos clave**

#### Construir, comprar o tomar prestado.

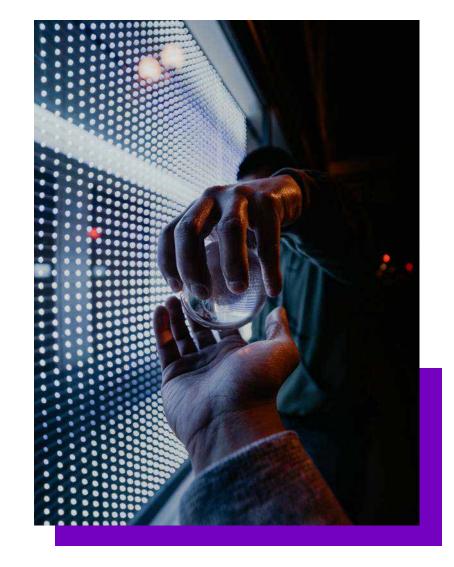
No hay un enfoque único hacia las alianzas. Los proveedores de energía deberían elegir el modelo que mejor se adapte a los objetivos estratégicos de su empresa. En ocasiones, esto puede significar colaborar con un par tradicional; en otros, un emprendimiento con una start-up puede ser más apropiado. Algunas alianzas serán de corto plazo. Otras serán más duraderas.

#### Desarrollar alianzas para reducir el tiempo de llegada al mercado.

En particular en los mercados nuevos, asegurar la escala puede llevar tiempo, en especial cuando el objetivo es un cambio más amplio en la sociedad. Los socios con una visión compartida de lo que desean lograr tendrán una mejor chance de sostener la fuerza de la colaboración requerida para llegar al objetivo.

#### Reconocer que los datos son el rey.

Las alianzas pueden ayudar a las empresas de energía a expandir el alcance de los datos (a la vez que cumplen con todas las regulaciones de seguridad y privacidad relevantes) para entender mejor a sus clientes. Los proveedores de energía deberían utilizar esos datos para identificar oportunidades de nuevos productos y servicios, así como para mejorar su oferta actual.



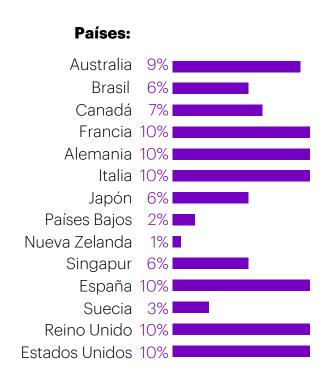




Copyright © 2022 Accenture. Todos los derechos reservados.



**#NecExecutiveSummary** Acerca de la investigación



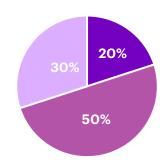




- 21% Director Ejecutivo (CEO) / Director General
- 12% Director de Marketing (CMO)
- 18% Director de Finanzas (CFO)
- 8% Director de Servicio al Cliente (CCO)
- 16% Director Digital (CDO)
- 9% Director de Innovación (CIO)
- 18% Jefe de departamento

#### **Ingresos:**







#### **Acerca de Accenture**

#NecExecutiveSummary

Accenture es una compañía global de servicios profesionales que ofrece capacidades líderes en soluciones digitales, de seguridad y de nube. Combinando su experiencia inigualable y conocimientos especializados en más de 40 industrias, ofrecemos servicios de estrategia, consultoría, aplicaciones interactivas, tecnología y operaciones, impulsados por la red más grande de centros de operaciones inteligentes y tecnología avanzada. Nuestros 624.000 colaboradores cumplen su compromiso de ofrecer tecnología e ingenio humano todos los días, atendiendo a clientes en más de 120 países. Adoptamos el poder del cambio para crear valor y éxito compartido para nuestros clientes, empleados, accionistas, socios y comunidades.

Visítenos en www.accenture.com

Este contenido se proporciona con fines informativos generales y no debe utilizarse en lugar de consultar a nuestros asesores profesionales.

Este documento hace referencia a marcas que son propiedad de terceros. Estas marcas de terceros son propiedad de sus respectivos dueños. No se procura, expresa o implica el patrocinio, aval o aprobación de este contenido por parte de los propietarios de dichas marcas.

#### Copyright © 2022 Accenture.

Todos los derechos reservados. Accenture y su logotipo son marcas registradas de Accenture.