

¿Cómo puede la creciente demanda energética impulsar una rentabilidad duradera?

Business customer energy transition insights

Resumen EY España | Mayo 2025



■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.



Shape the future
with confidence

Introducción

El fuerte aumento de la demanda energética por parte de las empresas está alterando los planes de transición energética y poniendo a prueba la capacidad de respuesta de los proveedores. Así, los centros de datos se multiplican, la electrificación avanza a gran velocidad y la actividad del sector industrial se intensifica, lo que dispara la demanda eléctrica a niveles no vistos en décadas. Este repunte en la demanda, junto con las inversiones necesarias en infraestructuras, está afectando a la asequibilidad del suministro y abriendo interrogantes sobre quién debe asumir los costes. Sin embargo, muchos proveedores de energía han reaccionado con lentitud, subestimando la magnitud, la urgencia y el cambio de paradigma necesario para satisfacer las expectativas de sus clientes empresariales.

Asimismo, las organizaciones del sector comercial e industrial representan hasta el 70% de la demanda y los ingresos de la mayoría de los proveedores de energía, pero su experiencia energética suele ser poco satisfactoria, lo que frena el crecimiento en lugar de impulsarlo. Muchos proveedores han caído en la inercia, perdiendo capacidades clave para facilitar un crecimiento ambicioso y atender unas necesidades empresariales cada vez más exigentes. Tecnologías obsoletas, herramientas digitales poco especializadas, una operativa fragmentada y la falta de conocimiento sectorial específico han generado frustración entre los clientes empresariales, que cada vez están más dispuestos a buscar otras alternativas. Nuestra investigación revela que al 66% de las empresas le preocupa no poder acceder a una energía fiable que permita su crecimiento.

No se trata solo de mantener las luces encendidas, sino de impulsar las economías inteligentes del futuro.

Se está configurando un nuevo escenario energético que obliga a gobiernos, empresas y proveedores a gestionar simultáneamente crecimiento, asequibilidad, sostenibilidad y resiliencia. La transición energética sigue siendo prioritaria, pero las empresas han dejado claro que no están dispuestas a elegir entre crecimiento y sostenibilidad. Las empresas están decididas a cumplir sus objetivos energéticos mediante una mayor inversión y la búsqueda de socios capaces de ayudarles a escalar de forma sostenible y competitiva. La energía ha dejado de ser una *commodity* para convertirse en un activo estratégico y una ventaja competitiva.

Los proveedores de energía afrontan un momento decisivo. Aquellos que se impliquen y colaboren activamente en un ecosistema energético en transformación –que abarca la tecnología, el sector industrial, los recursos naturales y las administraciones públicas– podrán impulsar un crecimiento sostenible y generar prosperidad tanto para sus clientes empresariales como para las comunidades a las que prestan servicio.

En este panorama, los datos del estudio *Business customer energy transition insights* de EY están diseñados para ayudar a los proveedores de energía, reguladores, responsables de políticas públicas y otros agentes del sector a tomar decisiones centradas en el cliente en relación con la estrategia, la inversión, las prioridades operativas y los enfoques ante la transición energética. Asimismo, esperamos que sirvan como catalizador para unir al ecosistema energético emergente en torno a la extraordinaria oportunidad de redefinir la experiencia energética y avanzar juntos hacia una prosperidad energética compartida.



Accede aquí al informe completo

Resumen ejecutivo

La energía ha dejado de ser una *commodity* para las empresas. Ahora es un activo competitivo. Los proveedores que se reinventen podrán impulsar el crecimiento empresarial y promover la prosperidad energética.

01 La energía es un asunto de todas las empresas

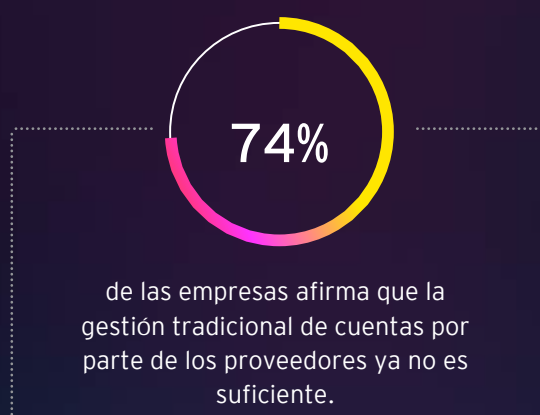
- Se prevé que la demanda eléctrica global se duplique de aquí a 2050. El mundo empresarial impulsará tres cuartas partes de ese crecimiento.
- La atención excesiva al consumidor residencial ha dejado a muchos proveedores poco preparados para este auge.
- Las empresas esperan más de sus proveedores y no dudarán en buscar alternativas si no ven cubiertas sus necesidades.



La clave: Los proveedores deben reinventar la experiencia energética del cliente empresarial si quieren aprovechar el valor de la creciente demanda, si no, dejarán paso a quienes sí lo hagan.

02 La energía como ventaja competitiva

- Las empresas son conscientes de que la energía es un factor clave para su éxito: el 71% cuenta con una estrategia energética.
- Estas empresas buscan con urgencia experiencia especializada y están dispuestas a desarrollarla, adquirirla o establecer alianzas para obtenerla.
- La asequibilidad sigue siendo esencial, pero las empresas exploran cada vez más nuevos proveedores, a menudo no tradicionales. Quienes sean capaces de responder a las necesidades de los *omnisumers* energéticos podrán posicionarse como asesores de referencia.



La clave: Las empresas consideran que la energía representa una ventaja competitiva, pero necesitan apoyo para aprovecharla. Los proveedores que ofrezcan un acompañamiento personalizado y adaptado a las necesidades de los *omnisumers* empresariales podrán impulsar tanto el crecimiento de sus clientes como sus propios resultados.

03 Equilibrar crecimiento y sostenibilidad

- Las empresas están dispuestas a pagar más por un acceso rápido a energía sostenible, pero exigen soluciones a medida.
- Los proveedores pueden aprovechar la ola de inversiones en energías limpias facilitando una nueva relación B2B2C (empresa-empresa-consumidor).
- El creciente interés por la autosuficiencia y la capacidad de gestionar directamente su energía abre nuevas oportunidades para generar valor.

La clave: Las empresas exigen energía verde, pero no están dispuestas a sacrificar el crecimiento para conseguirla. A medida que invierten en soluciones adaptadas a sus propias necesidades dentro de un ecosistema cada vez más amplio, los proveedores que colaboren y personalicen su oferta podrán desempeñar un papel clave en este proceso.



04 La batalla por el cliente empresarial

- Ya no basta con segmentar a los clientes por sector, tamaño o geografía, las necesidades energéticas actuales son diversas y complejas.
- Las empresas medianas tienen una gran ambición en materia energética, pero baja confianza. Los proveedores que atiendan a este "segmento olvidado" podrán acceder a una oportunidad rentable.
- La digitalización será un factor diferencial, ya que prácticamente todas las empresas reclaman mejores herramientas digitales de sus proveedores.

La clave: A medida que la energía adquiere mayor relevancia para las empresas, estos clientes se vuelven más exigentes. Los proveedores que comprendan sus necesidades específicas y redefinan la experiencia energética, también el ámbito digital, podrán generar valor y contribuir a una prosperidad impulsada por la energía.



05 Es momento de centrarse en las empresas

Existen cuatro posibles roles que ofrecen a los proveedores oportunidades para apoyar mejor y conectar de forma efectiva con sus clientes empresariales:

- Operador energético principal: ofrece tarifas y programas sencillos adaptados a las necesidades de las empresas.
- Impulsor de la transición energética: ayuda a comprender y adoptar soluciones de energía limpia.
- Gestor de plataformas energéticas: proporciona plataformas para gestionar y optimizar el uso de la energía.
- Proveedor de soluciones especializadas: ofrece productos y servicios relacionados con la energía (como paneles solares, almacenamiento en baterías o modelos de energía como servicio).

La clave: No existe una vía única para apoyar los objetivos energéticos de los clientes empresariales, pero los proveedores deben actuar ya para entender qué necesitan y definir cómo darles respuesta de forma eficaz, en colaboración con un ecosistema energético más amplio.



EY | Building a better working world

EY quiere construir un mundo que funcione mejor, generando valor para sus clientes, las personas, la sociedad y el planeta, mientras refuerza la confianza en los mercados de capitales.

A través del uso de datos, Inteligencia Artificial y tecnología avanzada, sus equipos ayudan a los clientes a afrontar el futuro con confianza y a encontrar soluciones para los desafíos actuales y futuros.

El equipo humano de EY ofrece una amplia gama de servicios en auditoría, consultoría, fiscalidad, estrategia y operaciones corporativas. Con un profundo conocimiento sectorial, una red multidisciplinar globalmente conectada y un ecosistema de alianzas estratégicas, EY opera en más de 150 países y territorios.

All in to shape the future with confidence.

EY hace referencia a la organización internacional y podría referirse a una o varias de las empresas de Ernst & Young Global Limited y cada una de ellas es una persona jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited es una sociedad británica de responsabilidad limitada por garantía (company limited by guarantee) y no presta servicios a clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza datos personales y su correspondiente descripción sobre los derechos de las personas en virtud de la legislación vigente en materia de protección de datos, están disponibles en ey.com/es_es/legal-and-privacy. Las firmas miembros de EY no ejercen la abogacía donde lo prohíban las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite ey.com/en_gl.

© 2025 Ernst & Young, S.L.

All Rights Reserved.

Este material se ha preparado únicamente con fines informativos generales y no debe considerarse como asesoramiento contable, fiscal o profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos.

ey.com/es_es

Contacto

Marta Sánchez

Socia responsable del sector Energía, EY España

Marta.Sanchez.Alvarez@es.ey.com

Pablo Dorronsoro

Socio responsable de derecho público y sectores regulados en EY Abogados, co-responsable del sector Energía, EY España

Pablo.Dorronsoro@es.ey.com

Agustín Rico

Socio de Auditoría y del sector Energía, EY España

JoseAgustin.RicoHorcajo@es.ey.com



EY Insights tiene como objetivo generar y compartir conocimiento útil para el conjunto de la sociedad. A partir de un enfoque basado en la generación de valor a largo plazo, nuestra meta es impulsar la participación de EY en debates relevantes para la sociedad, generar puntos de encuentro y divulgar contenidos que ayuden a empresas, administraciones y ciudadanos a afrontar los desafíos del presente y del futuro.

Más información en https://www.ey.com/es_es/ey-insights

EY Insights - Área de estudios responsable de la generación y difusión de contenidos de EY España

eyinsights.spain@es.ey.com