



**Isabel García**

Directora de Marketing and Sales, GDF Suez Energía España (Grupo Engie)

En lo que se refiere a nuestro país y a las grandes empresas industriales -consumidores intensivos de gas y/o electricidad-, la gestión del aprovisionamiento energético es la piedra angular

# Prioridades energéticas del gran consumidor industrial

**E**l panorama energético, ya no sólo español sino europeo e incluso mundial -Estados Unidos está muy cerca de alcanzar la independencia energética y ese hecho ya ha revolucionado los precios, por ejemplo, del carbón en los mercados internacionales-, está viviendo años de auténtica revolución, debido a múltiples factores: gran penetración de energías renovables, bajada drástica de precios de hidrocarburos, crisis económica que ha rebajado el consumo de energía a niveles de hace una década, cambios regulatorios constantes y clientes finales más expertos y eficientes a la hora de consumir energía, que demandan todo el protagonismo a la hora de gestionar su consumo.

Vivimos en sociedades tremendamente *energizadas* en las que una falta del suministro energético ocasiona serios contratiempos que, obligatoriamente, frenan la actividad de nuestro día a día, tanto en el marco profesional como en el del ocio. Sirva como ejemplo que sin electricidad no funcionan los trenes, los aires acondicionados, el *hardware* informático global que da acceso a Internet, etc. La energía es un factor más estratégico que nunca antes en nuestra historia y está más que nunca de moda. Prueba de ello, es el hecho de que la Unión

Europea disponga de un vicepresidente para la Unión Energética o el papel fundamental que todos los analistas y observadores otorgan al sector energético de cara al éxito de la futura Cumbre del Clima a celebrar en París el próximo mes de diciembre.

En concreto, en lo que se refiere a nuestro país y a las grandes empresas industriales -y, por tanto, consumidores intensivos de gas y/o de electricidad-, dentro de un contexto de racionalización de costes y de mejora de productividad, la gestión del aprovisionamiento energético se ha convertido también en piedra angular. No podía ser de otra manera, ya que los grandes debates geopolíticos y macroeconómicos por fuerza tienen que ir permeando entre las distintas estructuras que conforman nuestro tejido empresarial.

Los grandes consumidores monitorizan y controlan de manera cada vez más exhaustiva sus consumos energéticos. Y no sólo estos. Las empresas de mediano tamaño en segmentos más pequeños *business to business* también requieren un mayor grado de autonomía en su gestión energética. No hay que olvidar que los consumos energéticos pueden llegar a representar hasta un 50 por ciento de los costes de producción.

En este panorama, las comercializadoras de energía tenemos grandes retos añadidos, vinculados a estos cambios en la manera de consumir gas y electricidad. La buena gestión del suministro de energía, bien por el propio devenir de la regulación del sector o bien por la volatilidad propia de los mercados, se está convirtiendo en una misión cada vez más compleja. Las compañías energéticas debemos abordar con total eficiencia y flexibilidad los diferentes requerimientos de un mercado que cada vez pide mayor sofisticación en los servicios prestados. Las estrategias de negocio de comercialización de energía deben ser reorientadas para solventar las dificultades diarias de nuestros clientes de manera sencilla, clara y directa.

En este sentido, los grandes consumidores de energía tienen la imperiosa necesidad de buscar soluciones adaptadas y a su medida, sin tener que acogerse a servicios preestablecidos y encorsetados. Por tanto, aquel comercializador que presente una propuesta de servicios más modulable y más *a la carta* poseerá una ventaja competitiva de gran valor. El cliente final es más protagonista que nunca, y el comercializador sólo tendrá éxito en su misión si es percibido como un asesor de referencia en cuanto a la optimización de ese consumo. Es hora de comercializadores flexibles, sólidos y competitivos, no sólo en precio, sino en diseño de productos y en estrategias de gestión y explotación. Es tiempo de innovación y de creatividad mezclada con un conocimiento denso y exhaustivo del mercado para identificar nuevas oportunidades de negocio, de manera casi continuada, en beneficio del cliente. Es fundamental situarse muy proactivamente a la vanguardia del negocio energético.

Por todo ello, las comercializadoras tenemos que caminar hacia un modelo de actividad en el que, además de controlar, valorar, optimizar y mejorar la eficiencia energética de las industrias, ofrezcamos productos y servicios diseñados como soluciones a medida para cubrir las necesidades de electricidad y/o gas de cada compañía. Esto constituye un nuevo paradigma y un reto para empresas que, como GDF Suez Energía España, miran directamente al futuro de la energía a través de los ojos de sus clientes.

Presentes en el mercado español desde hace casi quince años, la compañía cuenta con el aval de seguridad y confianza que aporta el Grupo Engie, con presencia en más de 50 países y 24 millones de clientes en Europa. Un respaldo de estructura, solidez y conocimiento que recibe de un grupo que opera de manera global, pero sin olvidar las características locales de los mercados, ofreciendo respuestas adecuadas a las demandas de cada entorno, lo que le permite ofrecer a los clientes industriales las soluciones más innovadoras y eficientes para satisfacer sus necesidades energéticas concretas.

A través de su marca *Global Energy*, GDF Suez Energía España ofrece fórmulas de suministro eléctrico y de gas, así como de representación en mercado de productores de electricidad, individualizadas para cada cliente, junto con todo tipo de servicios de asesoramiento personalizado y adaptado a cada perfil. En síntesis, un conjunto de servicios transversales y alineados con las necesidades del mercado, que permite englobar diversos países y *commodities* para conseguir el objetivo clave: que el consumidor gestione mejor su energía.

## Isabel García

Directora de Marketing and Sales, GDF Suez Energía España (Grupo Engie)

Los grandes consumidores de energía necesitan buscar soluciones a su medida. Por tanto, aquel comercializador que presente una propuesta de servicios más modulable y más 'a la carta' poseerá una ventaja competitiva