

IV CONGRESO DE **REDES INTELIGENTES**

I WEBINAR 26 DE FEBRERO 2026
9H – 10H

Congreso organizado por:



Patrocinado por:



PROPUESTAS DE VALOR EFECTIVAS PARA INVOLUCRAR A LOS CONSUMIDORES EN SERVICIOS DE FLEXIBILIDAD

- Ponente / organización
 - Valeria Karina Moreno Soria / IIT Universidad Pontificia Comillas
- Autor(es) / organización(es)
 - Valeria Moreno / IIT Universidad Pontificia Comillas
 - Eliana Ormeño / IIT Universidad Pontificia Comillas
 - Carmen Valor / ICADE Universidad Pontificia Comillas
 - Ignacio Hernando-Gil / INESC TEC



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.
This work received funding from the European Union's HORIZON Innovation Actions under grant agreement No 101075438 (BeFlexible project).



¿Qué es la Flexibilidad?

- Capacidad de ajustar la oferta y la demanda para mantener el equilibrio energético.
- Permite mantener los flujos de energía dentro de los límites seguros de la red.



¿Por qué la necesitamos?

- La flexibilidad es cada vez más importante a medida que las redes eléctricas se ven cada vez más dominadas por generación variable, como la eólica y la solar fotovoltaica.

- **¿Cómo podemos obtenerla?**
 - **Gestión del lado de la oferta** (Centrales térmicas, energía hidroeléctrica, etc.)
 - **Gestión del lado de la demanda** (Programas de Respuesta a la Demanda – DRP, sector industrial, comercial y residencial)
- **Programas de Respuesta a la Demanda (DRP)**
 - Los Programas de Respuesta a la Demanda (DRP) consisten en equilibrar la demanda en las redes eléctricas incentivando a los consumidores a desplazar su consumo hacia momentos en los que la electricidad es más abundante o la demanda es menor, generalmente mediante señales de precio o incentivos económicos.



- **Transformación del consumidor**

- El consumidor de energía se convierte en proveedor de flexibilidad: FLEXUMER

- **Barreras a la participación**

- Cuando los consumidores anticipan más costos, desafíos o barreras que beneficios, su disposición a participar en la provisión de flexibilidad se reduce.
 - Abordar estas barreras y comprender las dificultades de los consumidores crea un entorno más favorable para su participación.

- **Objetivo**

- Incrementar el valor percibido por los flexumers mediante el aumento de los beneficios anticipados y la reducción de las barreras percibidas.
 - ¿Qué propuestas de valor podrían incentivar a los consumidores a proporcionar flexibilidad?
 - Identificar y validar las propuestas de valor que motivan la participación de consumidores en programas de flexibilidad.



- **Marco conceptual del valor**

- El valor es co-creado: requiere que consumidores y productores integren recursos.
- Las empresas ofrecen propuestas de valor que los usuarios aceptan o rechazan.
- Valor percibido: si los beneficios superan los costos, los consumidores aceptarán la propuesta de valor.
- Si anticipan valor, estarán dispuestos a integrar sus recursos para producirlo.

- **Entrevistas en profundidad: 10 agregadores**

- 3 dirigidas únicamente a consumidores residenciales
- 2 dirigidas únicamente a consumidores industriales
- 5 dirigidas a ambos perfiles



• PROPUESTA DE VALOR → ESTRATEGIA → TÁCTICA DE COMUNICACIÓN

Propuesta de Valor	Estrategia de Engagement (CÓMO)	Táctica de Comunicación (QUÉ se dice / se hace)
Beneficios monetarios <i>Driver principal de entrada</i>	Reclutamiento: liderar con claridad financiera	“Gana X€ al mes automáticamente”; capturas comparativas de factura; herramientas tipo calculadora
Optimizar / evitar desperdicios No malgastar energía ni dinero <i>Refuerza el beneficio económico</i>	Nudges conductuales, retroalimentación personalizada	“Evita desperdiciar energía en casa”; notificaciones en la app mostrando CO ₂ o kWh evitados
Acceso a mejor equipamiento Mejorar infraestructura y confort <i>Beneficio económico indirecto</i>	Paquetes promocionales; campañas de actualización de equipos	“Actualiza tu dispositivo con –20%”; ficha explicativa de una página sobre los beneficios del nuevo equipo
Aprendizaje y monitoreo Tener mayor control y conocimiento <i>Fortalece confianza y retención</i>	Educación proactiva + acompañamiento inicial (onboarding)	Tutoriales, mini-guías, paneles de control (dashboards), boletines con consejos energéticos
Compartir / beneficios comunitarios Contribuir a la comunidad <i>Propuesta simbólica y de largo plazo</i>	Iniciativas de construcción de comunidad	“Apoya la red de tu barrio”; storytelling; mapas locales de participación

Conclusiones

- Las propuestas de valor son transversales y constituyen el principal determinante del engagement (participación).
- Es necesario plantear propuestas de valor claras y adaptadas a las necesidades de los clientes objetivo.
- La combinación de propuestas de valor aumenta el nivel de engagement:

Económico (entrada)

+

Optimización (refuerzo racional)

+

Aprendizaje o infraestructura (confianza y permanencia)



¿PREGUNTAS? ¿COMENTARIOS?

- Valeria Karina Moreno Soria
- IIT Universidad Pontificia Comillas

valeria.moreno@iit.comillas.edu



IIT
INSTITUTO DE
INVESTIGACIÓN
TECNOLÓGICA



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.
This work received funding from the European Union's HORIZON Innovation Actions under grant agreement No 101075438 (BeFlexible project).



A decorative graphic on the left side of the slide, featuring a green-to-white gradient background with a faint, glowing circuit board pattern.

IV CONGRESO DE

REDES INTELIGENTES

I WEBINAR 26 DE FEBRERO 2026

A decorative graphic on the right side of the slide, featuring an orange-to-white gradient background with a faint, glowing circuit board pattern.

Gracias por su atención

A solid red horizontal bar at the bottom of the slide.