

La IA marca el fin de la letra pequeña y el inicio de la transparencia energética

- Gracias a las nuevas tecnologías basadas en IA, que incluyen capacidades para optimizar sistemas complejos e identificar hábitos de uso, resulta imperativo replantear la falta de claridad informativa vinculada tradicionalmente a la comercialización de energía.



La IA marca el fin de la letra pequeña y el inicio de la transparencia energética

<https://elperiodicodelaenergia.com/la-ia-marca-el-fin-de-la-letra-pequena-y-el-inicio-de-la-transparencia-energ...>

Pol Brau

Viernes, 11 septiembre 2026

Ningún comentario

El sector energético, en sintonía con otras industrias, está experimentando una transformación profunda impulsada por la integración y el crecimiento de la Inteligencia Artificial (IA). En España, esta industria ha sido históricamente la peor valorada por los consumidores debido a su opacidad y a sus agresivas tácticas de venta telefónica. Lejos de ser un problema del pasado, encuestas recientes de la OCU revelan que el 98% de los consumidores sigue sufriendo llamadas de spam, señalando directamente al sector energético como uno de los más invasivos. Esta práctica ha situado al sector entre los peor valorados por las organizaciones de consumidores. Ha sido un modelo en el que el consumidor ha sido un actor pasivo y reactivo, mientras que las compañías energéticas se escudaban en la complejidad técnica de las facturas para proteger sus márgenes.

En la actualidad, la digitalización está transformando de forma radical las reglas del juego. Gracias a las nuevas tecnologías basadas en IA, que incluyen capacidades para optimizar sistemas complejos e identificar hábitos de uso, resulta imperativo replantear la falta de claridad informativa vinculada tradicionalmente a la comercialización de energía.

Optimización

En un mercado donde los precios de la electricidad cambian constantemente, la capacidad de la IA para procesar información permite una optimización sin precedentes. Los algoritmos pueden analizar los cambios de precio segundo a segundo y ajustar el consumo de forma automática, garantizando que los usuarios siempre obtengan el plan más eficiente y se elimine el derroche de energía. Más allá de ser una simple herramienta de gestión operativa, la IA se erige como el recurso idóneo para otorgar de nuevo al ciudadano el control sobre sus facturas y fomentar su poder de decisión.

Esta tecnología es también la fórmula perfecta contra las malas prácticas comerciales del pasado. Al estudiar detalladamente los hábitos de uso de cada cliente, la IA permite crear patrones de consumo precisos y ofrecer soluciones energéticas verdaderamente personalizadas. Las empresas pasamos de ser simples intermediarios a convertirnos en asesores energéticos, ayudando al ahorro del usuario.

Por qué el futuro de la energía no se vende, se entiende
Convencer a una industria acostumbrada a que la confusión trabaje a su favor de que la claridad puede ser igual de rentable, y bastante más sostenible. Las empresas que lo entiendan primero no solo ganarán clientes, ganarán confianza.

Esta transición hacia un modelo más transparente y eficiente encuentra un aliado normativo en el reciente Real Decreto 88/2026, que actúa como un respaldo para fortalecer los derechos del consumidor, limitando las agresivas tácticas de telemarketing y el spam telefónico para consolidar así un ecosistema energético más digital, plural y transparente. La urgencia de esta medida era más que necesaria, ya que organizaciones como la OCU llegaron a registrar más de 120 denuncias en un mes contra la misma empresa por prácticas abusivas donde se utilizaban datos personales de numerosos usuarios. Como respuestas a este contexto, el propio cliente se ha

convertido en un actor clave de esta evolución: los consumidores actuales están apostando decididamente por la autogestión a través de los canales digitales. Este nuevo perfil, caracterizado por ser nativo digital, analítico y celoso de su privacidad, demanda soluciones tecnológicas que le otorguen comprensión y autonomía.

Cajas negras

A gran escala, la IA también desempeña un papel fundamental para integrar fuentes de energía renovables, como la solar y la eólica, al facilitar la predicción de la demanda y una gestión de carga que asegura la estabilidad de la red. Esta capacidad resulta crítica para los usuarios de vehículos eléctricos, ya que el uso de algoritmos avanzados permite programar la recarga inteligente para que se realice en las horas donde la electricidad es más barata y limpia. Esto no sólo optimiza los costes para el conductor, sino que alivia la congestión de la red y maximiza el aprovechamiento de la generación renovable.

Pero la tecnología por sí sola no garantiza un comportamiento ético. A medida que los consumidores delegan decisiones en sistemas automatizados, surge el riesgo de la transparencia algorítmica y la exclusión de aquellos hogares más vulnerables. Muchos de estos sistemas automatizados funcionan como "cajas negras", ya que sabemos qué datos entran y qué resultados salen, pero el

razonamiento lógico intermedio no se puede ver. Según explica la tecnológica IBM, este fenómeno puede surgir por dos razones, o bien sus desarrolladores los convierten en cajas negras a propósito, o bien se transforman en cajas negras como consecuencia de su entrenamiento. Esta falta de explicabilidad dificulta que los usuarios entiendan cómo se toman las decisiones que afectan a sus facturas.

El riesgo es que los sesgos ocultos acaben dando prioridad a los intereses comerciales de la plataforma, derivando en recomendaciones que buscan el mayor margen en lugar de la opción más económica para el cliente. Esto puede generar precios discriminatorios y un acceso desigual a los programas de flexibilidad, limitando el ahorro de los usuarios más vulnerables.

Por ello, es una obligación de la industria exigir transparencia en los algoritmos, promover estándares abiertos y asegurar que la automatización aumente la capacidad de decisión del usuario en pro de su autonomía. Demostrar que un modelo energético más justo, eficiente y centrado en el consumidor es posible exige un compromiso con la transparencia y la fácil interpretación de los datos. Para impulsar este nuevo escenario desde el entorno digital, entendemos que la IA tiene que ser una herramienta que democratice el acceso a la energía y erradique definitivamente la opacidad del pasado.

Pol Brau es Business Manager de Chippio