



ENERGÍA



POR RAQUEL LANDER

Hace 18 años que el mercado eléctrico español se liberalizó para los clientes industriales y desde 2003 para el mercado doméstico. Pero, en la práctica, el *boom* para el pequeño consumidor se produjo cuando en 2014

el Gobierno acabó con la tarifa de último recurso. Desde entonces, el precio del consumo de energía, que supone el 25% de la factura (el resto son impuestos y subvenciones varias, como las ayudas al carbón), lo pone el mercado mayorista. La web de Red Eléctrica publica a diario el promedio de lo que cuesta la luz por tramo de horas. Ya no se decide en las oscuras y complejissimas subastas trimestrales a las que acudían las compañías eléctricas y los *brokers* financieros, basadas en estimaciones sobre la evolución de los precios en el mercado mayorista.

En todos estos años han florecido un puñado de operadoras medianas independientes que han arañado alrededor del 20% del mercado de las llamadas *incumbentes*, como Endesa, Gas Natural Fenosa, Iberdrola y EDP. En ese grupo se encuentran Acciona Energía, Villar Mir Energía, GDF Suez y Audax Energía. Solo una minoría de los clientes residenciales ha cambiado a proveedores alternativos de electricidad, como Factor Energía, y otras más minúsculas todavía, como la recién llegada Pepeeenergy (hermana de Pepeeenergy) y la *start up* Holaluz.com.

El sector eléctrico trabaja con unos márgenes estrechísimos. Hablamos de apenas 20 euros por cliente y año, cuando el coste de captar un usuario nuevo oscila entre los 50 y los 100 euros. Eso significa que se puede tardar varios años en ganar dinero con él. "Centenares de empre-





EL ÚLTIMO QUE ENCIENDA LA LUZ

ENTRE LAS NUEVAS COMERCIALIZADORAS DE
ELECTRICIDAD SOBRESALE HOLALUZ.COM, QUE
HACE UNA PROPUESTA SIMILAR A LA DE LA
BANCA ÉTICA EN EL MUNDO DE LAS FINANZAS.
SOLO COMPRA ENERGÍA VERDE, NO TE INTENTA
COLOCAR SEGUROS, Y TODO ES 'ONLINE'





ENERGÍA

EL ÚLTIMO QUE ENCIENDA LA LUZ

sas han intentado entrar en este sector como comercializadoras y muchas se han quedado por el camino", asegura un buen conocedor del sector que trabaja para una de las cuatro grandes consultoras españolas. Por eso tiene mucho mérito que la *startup* Holaluz haya conseguido en cinco años facturar 70 millones y dar de alta a 3.000 clientes nuevos mensuales. Tiene una plantilla de 75 personas, la mayoría menores de 30 años y universitarios. Se trata

escollo de este negocio es que es muy difícil que el coste por cliente no se dispare.

Este tipo de comercializadoras compran la energía y después alquilan las redes de transporte. Miman mucho el servicio. No se pueden permitir fallos en la facturación. "Creemos firmemente que la gente tiene derecho a recibir un suministro eléctrico de calidad, asesoramiento y atención personalizada, energía 100% verde sin un coste añe-

Esta liviana estructura le permite ofrecer precios competitivos, aunque no son suelen ser los más económicos. "Difícilmente pueden ser más baratos que una Endesa o un Gas Natural, que son capaces de dar hasta 20 tarifas distintas y aplican muchos descuentos", explican fuentes del sector. De hecho, las promociones no entran en su vocabulario. Tampoco es el objetivo. "Nosotros lo que podemos asegurar a los clientes es que nunca pagarán de más y que les bajaremos los precios automáticamente [cuando lo hagan los mayoristas] sin que nos lo tengan que pedir", señala Carlota Pi. Según el último comparador de precios de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Holaluz es la décima compañía más barata. No exige por contrato firmar un compromiso de permanencia.

Holaluz.com vende exclusivamente energía verde. Este tipo de electricidad no es más cara, o al menos no debería. En España existe tanta generación renovable que los certificados verdes superan de largo la demanda. "Cobrar más por este tipo de energía es muy difícil de justificar, aunque sucede", sostienen fuentes del mercado. La compañía catalana no comercializa seguros para arreglar electrodomésticos y similares, como hacen los gigantes del sector para obtener un margen extra del cliente a un coste despreciable.

Hablar del recibo de la luz es entrar en un terreno ignoto y plagado de leyendas urbanas y pocas certidumbres. Carlota Pi sostiene que el 90% de los consumidores paga más de lo que debería por la simple razón de que tiene contratada una potencia superior a la que necesita.

También asegura que el ahorro que se puede obtener poniendo la lavadora a la hora teóricamente más

ESTA 'START UP' QUIERE CAMBIAR EL PARADIGMA, COMO HA SUCEDIDO EN OTROS SECTORES. EN CINCO AÑOS DE HISTORIA HA CAPTADO 60.000 CLIENTES Y FACTURA 70 MILLONES

de un negocio bastante arriesgado, porque la electricidad se compra en un mercado enormemente volátil. Conseguir hacerlo a un precio razonable y para un plazo relativamente largo suele ser dificultoso. Su vida se complica mucho si la empresa no tiene acceso al suministro de energía con unos volúmenes importantes. En este sector, como en la banca, la masa crítica manda.

España es una especie de península energética, donde no es fácil comprar electricidad porque el mercado es poco líquido. Está en las antipodas de lo que sucede en Alemania y Francia, y en una situación bastante parecida a Italia y Reino Unido. El segundo gran

dido y, por supuesto, precios justos y transparentes por la electricidad que utiliza en su hogar", explica Carlota Pi, una de las fundadoras. Su código de conducta coincide bastante con el que practica la banca ética en el sector financiero.

Holaluz.com carece de la pesada estructura de las compañías eléctricas tradicionales y solo opera por internet. No dispone de *call center*, ni de apenas administrativos. Se trata de una de las ventajas de haber nacido como una *startup* tecnológica. Se dirige exclusivamente a particulares y a comercios y pequeños negocios, como bares o peluquerías.

Holaluz.com no obliga por contrato a un compromiso de permanencia y no puede permitirse errores en el servicio, principalmente en la facturación.





JORDI PARRA

barata del día no supera los 60 céntimos al mes.

Holaluz fue alumbrada en 2010 por tres jóvenes catalanes que se conocieron haciendo un programa en la escuela de negocios IESE: el consultor Oriol Vila; Ferran Nogué, que venía del sector de la obra civil, y Carlota Pi, una ingeniera bregada en el sector energético. Primero trabajó en la eléctrica alemana RWE y con 28 años fichó como directora comercial de Nexus Energía, lo que le permitió vivir desde el principio la liberalización del sector.

Esta *startup* hubiera pasado bastante desapercibida entre la larga lista de comercializadoras que existen. Su notoriedad creció súbitamente a raíz de ganar la primera subasta colectiva de electricidad, organizada por la OCU en 2013. Las grandes del sector decidieron no participar. En España era la primera vez que se montaba algo parecido, aunque ya existían experiencias similares en Alemania, Bélgica, Holanda, Inglaterra y en la vecina Portugal.

La oferta suponía un ahorro medio del 8% respecto al suministro del mercado

libre para el consumidor. Sin embargo, de los 300.000 que se inscribieron en la plataforma para el servicio eléctrico solo firmaron el contrato unos 25.000. En España somos bastante reticentes a cambiar de compañía. Al año, solo el 12% lo hace, según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Aun así, se partía de una base tan baja que Holaluz multiplicó su tamaño por 10 en cinco semanas. De esos 25.000 contratos ganados, ha perdido menos de 3.000. En estos momentos tiene 60.000 usuarios, de los que el 20% residen en Madrid y el 15% en Barcelona. El 10% son comercios.

El otro hito en su corta historia se produjo el pasado marzo, cuando captó cuatro millones de euros, un importe elevado para tratarse de su primera ronda de financiación. La ampliación de capital fue suscrita por el fondo de capital riesgo Axon Partners Group para acelerar el crecimiento de esta *startup*.

Holaluz se inspiró en una experiencia de éxito en el Reino Unido llamada OVO Energy, que da trabajo a 900 empleados

en Bristol y 100 más en Londres. En siete años ha logrado arañar una cuota del 2,4% en el segmento doméstico con una cartera de 670.000 clientes. Presume de ofrecer un producto simple y claro, un lema muy parecido al que ha adoptado Santander en el mundo bancario: sencillo, personal y justo. La compañía asegura que sus usuarios se ahorran 250 libras al año.

Su fundador, Stephen Fitzpatrick, fue elegido emprendedor del año en los Telegraph National Business Awards 2014 y su empresa, la décima mejor historia de crecimiento en

Carlota Pi fundó Holaluz con 34 años. La sede está en un edificio vecino al Puerto de Barcelona y allí convive con otras 60 *startup* tecnológicas.

Reino Unido, según un *ranking* que elabora Sunday Times.

OVO Energy y Holaluz.com tienen un tamaño diferente, pero comparten el mismo código de valores. La comercializadora británica vende también gas a sus clientes, algo que Holaluz pretende empezar este mismo año. Según la compañía, se trata de la manera más eficiente de climatizar nuestras casas.

Holaluz empezará a ganar dinero en 2017, según sus directivos. Carlota Pi está convencida de que el segmento en el que se mueve puede captar un 15%-20% del mercado, porque se va a repetir la experiencia que se ha vivido en el mundo de los viajes y la telefonía. Se ven como si fueran una *fintech*, es decir, una disruptora tecnológica en el mundo bancario. Con la diferencia de que los dinosaurios del sector no la ven como una amenaza. 