



CARLOTA PI, COFUNDADORA DE HOLALUZ

No es fácil montar una empresa energética... Ellos lo han conseguido vendiendo 'luz verde'

Nació con el objetivo de transformar el mundo a través de la energía y en apenas siete años han alcanzado los 135.000 clientes y los 140 millones de facturación. Su cofundadora nos cuenta las claves de este fenómeno energético.



ISABEL GARCÍA MÉNDEZ

Una fecha simpática, el 11 del 11 del 10; un objetivo, acercar la electricidad a los individuos, y una visión, vender energía de origen 100% renovable. Así nació Holaluz hace poco más de siete años, "poniendo a las personas como protagonistas de la necesidad de usar la electricidad y apalancándonos en la potencia de internet para darnos a conocer y para gestionar. Fuimos la primera compañía eléctrica 100% online del estado español. Empezamos con una idea genuina de poder cambiar el mundo a través de la energía verde y con sólo tres clientes: los tres fundadores, Oriol Vila, Ferrán Nogué y yo" explica Carlota Pi, la tercera en discordia.

Al cabo del año habían alcanzado los 100 clientes, "entre los que se encontraban familiares y amigos, casi amenazándonos de muerte. Todavía recuerdo un mail de mi tía Victoria que me decía: 'Carlota, lo que tú quieras, pero, por el amor de Dios, no me dejéis sin luz'. Y no la dejaron sin luz. Ni a ella ni a los 135.000 clientes que han alcanzado a lo largo de estos años.

¿Quién se adentra en un sector tan complejo y dominado por gigantes como el energético? "En esta respuesta hay dos ángulos. Mis socios y yo estamos en la misma historia. Dos de los tres somos padres y consideramos que hay tres sectores que son fundamentales para la transformación del mundo. El primero es la educación; el segundo, la sanidad y el tercero, la energía. Accionando estas tres palancas de manera seria se pueden producir cambios importantísimos para la humanidad entera. Si no fuese emprendedora en el sector energético, sería emprendedora en el sector educación. De hecho, no descarto que en 20 años esté metida en algo así. Y el segundo ángulo fundamental es que los tres tenemos *background* 100% energético: los tres somos ingenieros y habíamos dedicado toda nuestra vida profesional previa al mundo de la energía. Cuando conoces bien una industria, sabes cómo disrumpirla, porque identificas los entresijos, las grietas donde puedes poner las palancas y hacer fuerza para abrirlo".

LAS PALANCAS CLAVE

Para conocer mejor esta compañía, vamos a reparar con Carlota Pi precisamente algunas de esas palancas que accionaron con éxito:

Generar una bola de nieve. El fuerte peso en internet les permitió arrancar con marketing de contenido, el llamado *content marketing*, "escribiendo un blog con todo lo relacionado con los usos de la energía, su aprovechamiento, las estrategias de ahorro, la electricidad de origen renovable y ahí fuimos iniciando nuestra bola de nieve. Llegamos hasta mediados de 2013 con 2.500 clientes. Entonces tuvimos una gran oportunidad: nos presentamos a un concurso que organizó la OCU, lo ganamos y en cinco semanas alcanzamos los 30.000. Fue nuestro gran salto inicial".

Green Tech Venture. "Todos los sistemas que tenemos se han desarrollado *in house*. Es tanto el esfuerzo tecnológico que hacemos que a veces no sabemos si somos una empresa de tecnología o una compañía eléctrica. En Inglaterra nos llaman Green Tech Venture (compañía tecnológica verde) y me hace mucha ilusión" ¿Por qué desarrollar la tecnología propia? "Cuando arrancamos, buscamos un software de mercado que nos sirviera, pero no había nada. Nuestra operativa diaria (compramos la energía a 400 operadores 100% independientes, alquilamos el transporte y la llevamos a nuestros 135.000 clientes) es tan concreta, que no había nada hecho. Así que al final tuvimos

LA EMPRESA EN CIFRAS

400 son los productores de energía 100% verde y renovable con los que trabajan.

135.000: son los clientes con los que ya cuentan.

140 son los millones de euros que facturaron en 2017.

165 es el número de trabajadores.



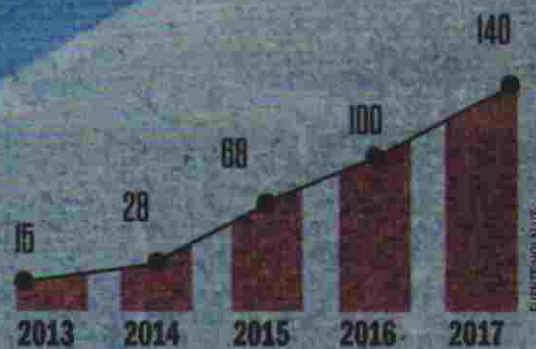
Las buenas cifras de la luz "justa"

"Súmate a la luz justa", así es el lema que preside la página web de Holaluz, una compañía que puede presumir de un crecimiento imparable desde su fundación en 2010, alcanzado tasas del 10% mensual y el 143% anual. Hoy cuentan con más de 135.000 clientes y 400 productores independientes de energía 100% verde. Son ya 165 trabajadores en plantilla.

Para Carlota Pi, la energía es uno de los sectores que más contribuyen a cambiar el mundo. Otro de ellos es la educación, al que no descarta dedicarse a medio plazo.



EVOLUCIÓN FACTURACIÓN
 (En millones de euros)



FUENTE: HOLALUZ



◀ que desarrollar nosotros toda la tecnología, los algoritmos y la plataforma. Esta tecnología propia nos ha proporcionado una ventaja comparativa importante frente a nuestros competidores porque la conocemos al dedillo, sabemos cómo escalarla y, lo más importante, la vamos desarrollando a medida que la realidad misma se desarrolla”.

Hola cliente. “Para nosotros la atención al cliente es clave. Él está en el centro de la compañía.

Es el origen y la razón de todas las decisiones que tomamos. Una de las grandes habilidades que tenemos es la escucha. Por eso no subcontratamos la atención

al cliente. Cuando un cliente nos contacta por teléfono, email, tuit, chat o whatsapp la experiencia del cliente tiene que estar a la altura de lo que nosotros hemos prometido y la manera de conseguirlo es hacerlo también *in house*. Para nosotros es una actividad totalmente *core*. Tanto es así que desde nuestra fundación existe un programa, Hola Cliente, por el que todo el mundo de la compañía pasa dos horas al mes atendiendo a clientes reales al teléfono. Eso te conecta con la realidad y con las necesidades verdaderas del cliente, te da feedback real de los usuarios reales y te recuerda la razón por la cual estás en el mercado”.

El tercio de la ventaja injusta. El cliente energético es tradicionalmente inmovilista y muy reacio a cualquier cambio de proveedor, ¿cómo luchar contra esas reticencias? “Cuando empezamos, la gente pensaba que era imposible que una empresa como la nuestra, con tres emprendedores y altamente tecnológica pudiese hacer competencia a los grandes monstruos del sector. Pero cuando alcanzas los 20.000 o 40.000 clientes ya no dudas de nuestra capacidad para no dejar a nadie sin luz, como temía mi tía. Hay un riesgo cero. El monstruo contra el que luchamos ahora no es el miedo al cambio sino la pereza al cambio. Y la herramienta más potente que tenemos para romper esa pereza son nuestros propios clientes. Ahora mismo estamos creciendo a más de 300 clientes nuevos cada día y prácticamente el 29% llegan por recomendación directa de clientes existentes. No hay herramienta de marketing comparable a

“ El mejor marketing es que un cliente hable bien de ti en el bar o en una cena con amigos. Eso es imbatible ”



un cliente tuyo hablando bien de ti en un bar o en una cena con amigos. Eso es imbatible. Es el secreto de nuestra ventaja injusta, lo que sólo tenemos nosotros: la potencia que tenemos dentro de nuestra casa con nuestros clientes”.

Bootsrapping hasta 2016. Uno de los rasgos que más sorprende en la trayectoria de Hotaluz es que, pese a ser una compañía con necesidades intensivas de capital, no realizaron una ronda de financiación hasta seis años después de arrancar, cuando entró Axon con 4 millones de euros. La clave, *bootsrapping* o crecimiento orgánico. “A diferencia de otras compañías tecnológicas, nosotros empezamos a monetizar desde el día 1 con los tres primeros clientes y decidimos crecer al ritmo que podíamos generar, de forma orgánica: invertíamos el 100% del margen en captar más clientes, es decir, tanto margen generábamos, tanto invertíamos en captación. Así estuvimos durante prácticamente 6 años. Hicimos la ronda porque decidimos crecer más rápido de lo que la caja de la compañía podía permitir. Cuando lanzamos la ampliación de capital, crecíamos del orden de 60/70 clientes nuevos todos los días y ahora rondamos los 350. Ese es el salto que hemos conseguido ▶



Autoproducir y almacenar, el próximo reto

Además de electricidad, hace tiempo empezaron a comercializar gas y en la actualidad están focalizados en un nuevo reto: el autoconsumo y el almacenaje, "para lo que es clave el tener una tecnología propia. Ahora estamos en un momento espectacular porque el mundo está cambiando hacia un futuro 100% renovable. Hace 100 años, cuando mi abuelo era pequeño, no tenían baño dentro de su casa y eso que mi abuelo fue a la universidad. Hace 30 años mi amiga Cristina no tenía lavaplatos. Y hoy en día el baño o el lavaplatos ya son un estándar de la vida. Pues en menos de 10 años, tener placas solares en tu casa para autoproducirte la electricidad y una pequeña batería eléctrica para almacenarla, será absolutamente estándar. Y nos parecerá impensable no haberlo tenido siempre. Es como cuando ves Mary Poppins con los deshollinadores porque todas las calefacciones de Londres eran de chimenea y te

parece increíble que vivieran así. O como cuando recuerdas la época en la que nadie usaba el cinturón en el coche. Hoy nos parece inconcebible. Pues esto mismo pasará con la autoproducción y almacenaje. Hemos creado una plataforma, la misma que utilizamos ahora para conectar a los 400 productores con los 135.000 clientes, que vamos a desarrollar para que conecte particulares entre ellos. A día de hoy no es factible a nivel legal, pero técnicamente sí es posible. Llegará un día en que te producirás tu propia electricidad. Y mis padres, que viven en una casa unifamiliar, nos darán energía a nosotros que vivimos en un piso en Barcelona y no tenemos suficiente cubierta en el edificio para generar electricidad para todos los vecinos. Esa es la siguiente gran cosa en la que estamos. Hemos explicado esta visión a stakeholders internacionales y todo el mundo está super excitado con la posibilidad".



◀ con esta inversión. Podríamos no haber hecho la ronda y seguir creciendo al ritmo anterior, pero entonces no estaríamos en la posición de afrontar los retos que queremos asumir con solvencia".

Mimar a los proveedores. Cuentan con una cartera de proveedores de 400 productores independientes de energía 100% verde a los que les compran su producción. "Para nosotros son también y les tratamos como tal. Tenemos un equipo que se encarga de buscarles, de darles un trato magnífico, de que todos los procesos funcionen, de que tengan siempre sus datos disponibles a través de la plataforma que hemos desarrollado para gestionar la relación con ellos..."

Capilaridad y versatilidad. "Hoy tenemos 135.000 clientes repartidos por toda España. Y nos encanta decir que tenemos clientes en todos los códigos

◀ ◀ **Tenemos clientes en todos los códigos postales nacionales, lo que refleja la capilaridad alcanzada** ▶ ▶

postales nacionales, incluidas todas las islas y Ceuta y Melilla. Esta peculiaridad es muy representativa de la capilaridad y la transversalidad que ha alcanzado nuestra propuesta de valor para los clientes finales: energía 100% de origen renovable, únicamente verde y poniendo a las personas como protagonistas de toda las operaciones".

Con la vista más allá de nuestras fronteras. "Tenemos licencia para operar en Portugal y en este año también conesegiremos la licencia para operar en otros países como Francia, Italia y Alemania. Pero a nivel de adquirir

clientes finales no empezaremos a operar hasta dentro de 18 o 24 meses. Nuestra propuesta es perfectamente replicable en cualquier mercado europeo. Y más adelante, en función de cómo haya ido en el mercado europeo, no descartamos mirar hacia Latinoamérica", concluye Pi. ■