



UNA EMPRESA ENERGÉTICA INNOVADORA

'Big data' para ahorrar en luz

Holaluz cambiará a los clientes a una tarifa igual o más barata tras analizar su consumo tres meses **≡ La compañía espera alcanzar** los 100.000 usuarios antes del próximo 31 de enero

AGUSTÍ SALA
BARCELONA

Big data para ahorrar o pagar menos por el recibo eléctrico. Holaluz pondrá en marcha en el primer trimestre del año que viene un sistema de análisis de las pautas de consumo de los clientes a lo largo de tres o cuatro meses para, en función de los resultados, cambiarlos a una tarifa «igual o más económica», explica la cofundadora de esta comercializadora, Carlota Pi. Además, la modificación tendrá «carácter retroactivo», añade.

Gracias al análisis de los datos de 50.000 clientes se han creado cuatro perfiles de tarifas, adaptadas a las necesidades y pautas de consumo de los usuarios. En la actualidad cuentan con dos, una tarifa para todo el día, y otra con precios más bajos en unas horas que en otras. Con el análisis *big data* podrán situar a los usuarios en el grupo que más les conviene, tras estudiar sus pautas de consumo. Personalizar el servicio y potenciar el uso de las energías verdes son sus objetivos.

Otro lanzamiento que preparan es el de un producto exclusivo para pymes, que pueden llegar a ahorrar hasta el 30% en la factura,



FABRIZIO CORTESI

►► **Cofundadora** ► Carlota Pi, en la sede de Holaluz

El cambio de tarifa basado en analizar los datos de los usuarios tendrá efecto retroactivo

frente a la media de 100 euros anuales de las familias.

Pi recuerda que la estrategia de la firma, encaminada a potenciar la transición hacia una economía verde, ha logrado el aval de los clientes. Tras la campaña publicitaria en TV protagonizada por el pintor ciego Ataúlfo Casado, han situado la media de altas diarias en torno a las 300, el triple de la que registraban antes. Por ello, desde los más de 85.000 que

tienen en la actualidad, esperan llegar a los 100.000 antes del 31 de enero próximo.

Una de las ventajas es que quienes deciden contratar con Holaluz «se convierten en prescriptores», explica. De hecho, incluso tras el salto dado tras la campaña publicitaria, mantienen en el 29% la proporción de clientes que provienen del boca a oreja.

Holaluz, en la que actualmente trabajan alrededor de 100 personas y factura unos 100 millones, recibió un empujón de la mano de Axon Partners, que inyectó cuatro millones en la compañía. En la actualidad, ya han optado por vender también gas natural a quienes ya son clientes. «Lo explicamos a 10.000 y 4.000 han optado porque les suministremos también este combustible», dice Pi. A los nuevos usuarios también se les ofrece.

Pero siempre como un complemento a la electricidad. «Ofrecemos el gas como una energía de apoyo», ya que es más eficiente que la electricidad para determinados usos, como el agua caliente. El objetivo último de la empresa es caminar por ejemplo hacia el autoconsumo. Es, por tanto, una etapa más en una carrera más larga. ≡