



Holaluz factura 100 milions

► L'elèctrica incrementa un 43% els ingressos al llarg d'aquest any en relació amb el 2015 ► L'empresa recorre al «Big data» per analitzar les pautes de consum dels clients i oferir-li tarifes econòmiques adaptades al seu consum ► El 29% de les altes que gestiona Holaluz provenen del boca-orella, de la prescripció dels mateixos clients, afirma la companyia

DdG GIRONA

■ La companyia elèctrica Holaluz ha accelerat aquest any el seu ritme de creixement. Tancarà l'exercici 2016 amb una facturació de 100 milions d'euros -un 43% més que l'any fiscal anterior-, més de 85.000 clients i un equip de 100 persones, va informar ahir la companyia. Holaluz va llançar aquest setembre la seva primera campanya de publicitat per donar-se a conèixer de forma massiva a Espanya i accelerar el seu ritme de creixement. D'aquesta forma va multiplicar per tres les altes diàries, passant dels 100 clients nous al dia als 310 actuals. La previsió de la companyia és arribar a la fi de gener als 100.000 clients.

En aquest context, a partir del primer trimestre del 2017, Holaluz engegarà un nou sistema d'anàlisi de les pautes de consum dels clients al llarg de tres mesos per adaptar la seva tarifa a una d'igual o més econòmica. Gràcies al *Big data* Holaluz «continuarà contribuint a l'estalvi en el rebut de la llum», afirma l'empresa. A més, la modificació tindrà caràcter retroactiu. Actualment l'estalvi que ofereixen ascendeix als 100 euros en els clients domèstics i, en el cas de les empreses, fins a un 30% de la facturació.

Energia verda

L'estratègia de la companyia per al 2017 és seguir avançant en els dos eixos: impulsar l'energia verda i oferir un servei més personalitzat gràcies a la tecnologia i la innovació. La visió de futur de Holaluz és caminar cap l'autoconsum i l'emmagatzematge d'energia, que anticipen que serà un estàndard dels habitatges d'aquí 10 o 15 anys. «Tota l'energia que Holaluz comercialitza és d'origen 100% renovable i certificada per la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC)», diu la firma. A Espanya, solament el 20%



Carlota Pi, al centre, amb els altres dos fundadors d'Holaluz. DdG

Posar el client al centre

► Carlota Pi assenyalava que «l'objectiu d'Holaluz segueix sent el mateix que el primer dia: construir una relació de confiança amb els clients basada en el llarg termini per avançar junts per construir un món més honest, transparent i renovable gràcies a la tecnologia». Holaluz es presenta com «la companyia elèctrica on sempre hi ha una altra manera de veure les coses». A Holaluz, afirma Pi, «estem liderant la transformació del sector energètic a Espanya de la mà de la innovació i l'honestat». Posem el client al centre i venem electricitat 100% d'origen renovable. Holaluz, amb seu a Barcelona, està formada per un equip de 100 persones. Dona servei als més de

85.000 clients -tant llars com a empreses- en tot el territori espanyol que, «mentre estalvien, contribueixen a construir un món honest, transparent i renovable», diu un dels eslògans promocionals de la marca. Un estudi la Comissió Nacional del Mercat de la Competència (CNMC), l'organisme regulador dels mercats i sectors productius a Espanya, fixa la despesa mitjana en electricitat de les llars en els 56,3 euros mensuals (675,6 euros anuals). Segons el Panel·le de Llars CNMC del tercer trimestre de 2015, una enquesta efectuada a 3.929 llars i a 7.979 individus d'arreu de l'Estat, el 74% de les famílies desconeix com es calcula la factura elèctrica. DdG GIRONA

de l'energia del mercat és d'origen renovable. L'objectiu de la Unió Europea és arribar el 2050 al 100% de renovables al mercat.

Altes pel boca-orella

Holaluz aposta fort per la transformació del sector energètic espanyol de la mà de la innovació i l'honestat. «Aquest any ha estat clau per al creixement de la companyia, com més clients siguem, més energia verda aportarem al mix del mercat», destaca Carlota Pi, cofundadora d'Holaluz. «La proporció d'altes que prové del boca-orella és del 29%, per la qual cosa estem molt satisfets que els clients es converteixin en prescriptors», argumenta la cofundadora Carlota Pi.