



Holaluz gana clientes de la mano de Ataúlfo

Logra duplicar las altas diarias en los 10 días de la campaña

CARMEN MONFORTE *Madrid*

Con el eslogan *Hay otra manera de ver las cosas*, Holaluz se ha estrenado en televisión con un spot rompedor protagonizado por Ataúlfo Casado, un pintor ciego que perdió la vista hace 27 años por una enfermedad degenerativa cuando apenas tenía 41. Copista del Prado (el más joven que ha tenido el museo y, quizás, el mejor), Ata se sobrepuso a la adversidad y continuó con su pasión, la pintura, con la ayuda de un colaborador y de su propia memoria.

Se trata de la primera campaña integral (en televisión, prensa e internet) de Holaluz, la comercializadora catalana que irrumpió en el mercado eléctrico tras ganar la primera subasta de electricidad de la OCU en 2014 y que suma ya una cartera 70.000 clientes. La inversión en esta campaña, desarrollada por la agencia creativa Clackson y la agencia de medios Iki Media, asciende a 1,5 millones de euros.

La campaña forma parte del plan de expansión que Holaluz puso en marcha el pasado mes de marzo, cuando realizó su primera ronda de financiación. Esta se saldó con la entrada del fondo Axon Partners Group, que tomó una participación minoritaria en la compañía tras hacer una aportación de cuatro millones de euros. El ritmo de crecimiento hasta ahora era de 2.000 clientes al mes, de los cuales, la mitad contrataban por recomendación de otros clientes.

El anuncio televisivo de Ataúlfo se estrenó la noche del pasado domingo 11 en las cadenas de Atresmedia (La Sexta, Cuatro, Antena 3, Nova Neox, Mega y Atreseries), pues los interesados se dirigen a la comercializadora, que solo trabaja por internet, principalmente los lunes, martes y miércoles. El resultado del anuncio (el más visto de la semana del 12 al 18 con 3,3 millones de espectadores, lo que le valió el título de spot de oro de Atresmedia) no se ha hecho esperar: la compañía ha logrado con esta notoriedad el doble de altas diarias (tanto por teléfono como a través de la web) y se han multiplicado por 10 las peticiones a través del chat.

Según los datos proporcionados por la empresa, en apenas 10 días de campaña "se ha generado el mismo nivel de conversación que en los seis meses anteriores, con algo más de 2.000 menciones en las redes procedentes de 500 personas". En cuanto a tráfico, "se han logrado puntas de 6.000 peticiones web

20 euros por recomendar a otro cliente

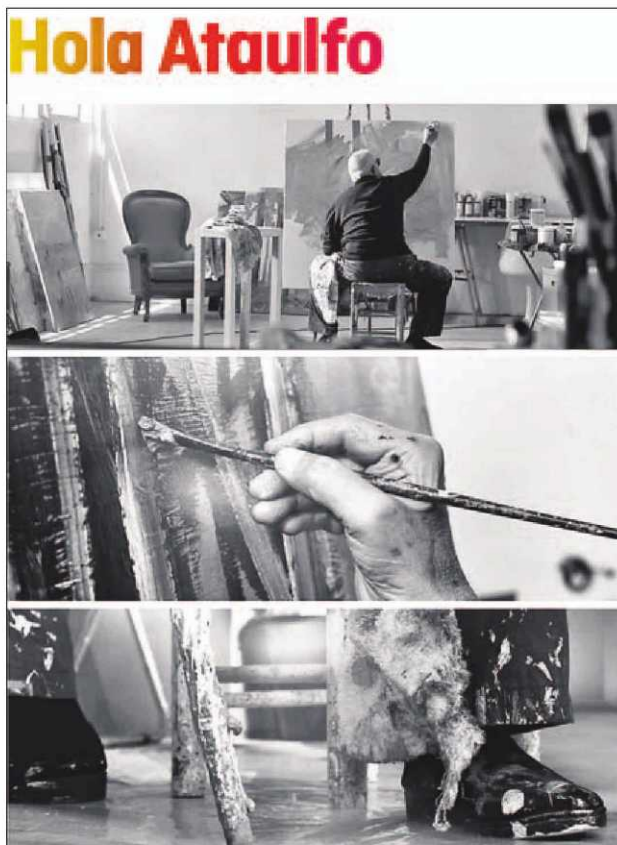
En paralelo a su primera campaña de publicidad, Holaluz ha lanzado el programa *La luz amiga*, gracias al cual, la persona que recomienda a otra recibe 20 euros y el recomendado, otros 20 al contratar con la comercializadora. Según indican en Holaluz, este plan ha tenido una muy buena acogida: "La semana pasada fue uno de los conceptos

más compartidos en redes y el 55% de nuestros clientes ha hecho uso de su código, que es válido hasta el 31 de octubre".

Holaluz, que comenzó su andadura hace más de cinco años, sostiene que "el futuro de la energía es renovable y que cada hogar producirá su propia energía" y anticipa otra especie de economía colaborativa: los usuarios ge-

nerarán su propia energía y las eléctricas de nueva generación intermediarán. El 100% de la energía que Holaluz suministra es de origen renovable certificada por la CNMC. Ofrece 93 euros de ahorro medio a hogares (el equivalente a dos facturas mensuales de media), "gracias a productos que se adaptan a cada cliente, optimizando la potencia

contratada y eliminando contratos de mantenimiento innecesarios", algo habitual entre las grandes eléctricas del mercado libre. Holaluz, que facturó el año pasado 70 millones de euros, cifra que prevé incrementar hasta los 700 millones en 2019, ha entrado este año en el mercado del gas, con un objetivo de alcanzar los 15.000 clientes en el ejercicio.



Imágenes del anuncio de Holaluz protagonizado por el pintor ciego Ataúlfo Casado, bajo el lema *Hay otra manera de ver las cosas*.

LA CIFRA

70.000

es la cartera de clientes de Holaluz, que ha aumentado a un ritmo de 2.000 mensuales desde su creación hace cinco años.

simultáneas", lo que supone todo un récord para Holaluz al multiplicar por dos la demanda base en la web. Además, señala entusiasmada Carlota Pi, cofundadora de Holaluz, "casi dos de cada tres personas que nos llaman deciden con-

tratarnos". Con este resultado, Holaluz tiene amplio margen para lograr su objetivo de alcanzar los 100.000 clientes a final de este año y los 500.000 en cuatro años.

Según señalaba recientemente en una nota de prensa, "en Holaluz estamos liderando la transformación del sector energético en España de la mano de la innovación y la honestidad. Ponemos al cliente en el centro y vendemos electricidad 100% de origen renovable". Holaluz, con sede en Barcelona, está formado por un equipo de 92 personas, da servicio a los más de 70.000 clientes -tanto hogares como empresas- en todo el territorio "que, mientras ahorran, contribuyen a construir un mundo honesto, transparente y renovable", añade.