



CARLOTA PI, COFUNDADORA Y PRESIDENTA DE HOLALUZ

Energía contagiosa

MAR GALTÉS
Barcelona

En mayo del 2011, Carlota Pi invitó a su casa a su grupo de amigos a ver un partido del Barça, como otras veces. “Pero ese día no les dejé entrar si no me traían su recibo de la compañía eléctrica y se hacían clientes de Holaluz”. Carlota y sus dos socios consiguieron así los primeros cien clientes de la comercializadora eléctrica (compra la luz en las subastas oficiales y la factura al cliente final) que acababan de crear con el noble objetivo de “revolucionar un sector de dinosaurios”. Carlota Pi (Girona, 1976) contagia energía, en todos los sentidos. “Llevamos cinco años en la trinchera”, dice con el mismo entusiasmo que explica que cocina “el mejor arroz negro del Baix Empordà”. Hija de un “abogado, emprendedor en vena” y de una “activista social” que pasó por el Congreso como diputada de Unió, y la mayor de cuatro hermanos, Carlota Pi tiene todavía mucho de esa niña movida y rebelde que sacaba muy buenas notas en el cole.

“Hay una revolución a nivel mundial, con la energía solar y el internet de las cosas. En el futuro podremos consumir más energía siendo al mismo tiempo más respetuosos con el medio ambiente y gastando menos”. Parece utópico, pero es una ambición de empresa: “Nuestro objetivo no es vender luz, sino cambiar la manera como la gente se relaciona y se relacionará con la energía. Competencia hay mucha, y algunas otras empresas hacen las cosas diferentes. Pero muy pocos están aquí para cambiar el mundo”.

Pi estudió ingeniería, y al acabar se fue a trabajar al gigante de la energía RWE: un año en Alemania, otro año y medio en Tarragona, seis meses en Nueva York. “En una multinacional cuesta mucho sacar proyectos adelante, al principio me desesperaba. Pero tuve mucha suerte con los primeros jefes: la opinión de alguien de 22 años valía tanto como la de cualquier otro. Ahora lo aplico: hay que dar oportunidades a todos”. En el 2004, empezó una nueva etapa como directora comercial de la comercializadora Nexus Energía, cuando empezaba la liberalización del sector. “Aprendí mucho, sobre energía y sobre cómo gestionar a las personas”. Entonces decidió aplicar al Executive MBA del Iese, y recibió la carta de aceptación el mismo día que dio a luz a su primera hi-

ja, Joana. “¡Fue una emoción máxima!” recuerda. Combinó la baja maternal y un proyecto para una industria alimentaria, y acabó el máster, dos años después, embarazada de su segunda hija, Foix. Y en el 2010, Carlota convenció a dos de sus compañeros de clase, Oriol Vila (consultor, sabía de renovables) y Ferran Nogué (venía de proyectos de obra civil) de que “en el mundo de la luz hay mucho por hacer: el cliente no es libre, las facturas no se entienden”. Crearon Holaluz basada en la trans-

parencia de su relación con el cliente, y con el valor diferencial que el 100% de la energía que venden garantiza que procede de renovable. A final del 2011 nació su tercera hija: “Blau ha trabajado con nosotros desde el principio. Con 10 días, ¡me la llevé a la primera reunión con inversores!”. Su marido, también ingeniero, dirige una empresa de información. Carlota también tiene más fuerza que tiempo para bailar o nadar. Holaluz tiene mucho, o todo, del carácter de sus fundadores. La compañía ocupa un fantástico ático en Palau de Mar: lo tuvieron que reformar, pero ahora están en el epicentro emprendedor barcelonés, donde se ubicará el clúster BCN Tech City. Su terraza con vistas es la mejor sala de reuniones. “Hemos crecido con una cultura *lean startup* salvaje: si somos dos, compramos dos bolis, aunque comprar tres sea más barato”. Todo el mundo pasa, al menos dos horas al mes, por el servicio al cliente. Tienen guardería para bebés. “Si queremos cambiar el mundo, tenemos que empezar por casa. Y no es sólo para ayudar a las madres, ¡también a los padres!”. Y organizan grupos de *running*, y clases de yoga. “Los equipos deciden sus proyectos alrededor de un objetivo común: todo el mundo tiene claro a dónde queremos llegar. No miramos horarios ni vacaciones, medimos objetivos y vamos corrigiendo *on the go*. ¡Las empresas del nuevo mundo avanzan así!”. No siempre es fácil encontrar profesionales: “No por conocimientos técnicos, que ya invertimos en formación. Pero buscamos ilusión, responsable para autogestionarse. Que quieran cambiar el mundo”.

En el 2015, Holaluz alcanzó 60.000 clientes y ventas de 70 millones. Y han abierto por primera vez su capital: en marzo Axon Partners aportó 4 millones a cambio de una participación minoritaria. Es gasolina para los nuevos objetivos: cerrar el 2016 con 100.000 clientes, entrar en beneficios y ser 90 personas. Y en breve empezarán a comercializar gas. Sus tres mayores competidores tienen el 98% del mercado. “¡Sólo nos puede ir bien! Nosotros nos enfocamos al cliente, por eso utilizamos internet”. Y siguen firmes en su visión: “El mundo, en cinco años, no lo reconoceremos. Triunfarán las baterías, la autoproducción. A golpe de BOE no puedes negar la ley de la gravedad. Y cuando este futuro llegue, queremos estar preparados, con las zapatillas bien atadas”.●



“Nuestro objetivo no es vender luz, sino cambiar la manera como la gente se relaciona con la energía”