



Antonio Colino, teletrabajando en su domicilio de Madrid; reside a caballo entre Cantabria y la capital de España. DM

«Esperamos superar los 600 millones de facturación al terminar el año»

Antonio Colino Director general de Aldro en España y Portugal

Su aterrizaje en febrero en la comercializadora cántabra ha estado marcado por los cambios derivados del impacto de la crisis coronavírica

JESÚS
LASTRA



SANTANDER. Antonio Colino (Madrid, 1981) lleva toda su vida profesional vinculado al negocio energético. Mucho más tiempo, desde luego, que el que posee de trayectoria Aldro, la comercializadora cántabra surgida en 2014 bajo el paraguas del Grupo Pitma y que en poco más de un lustro ha experimentado un crecimiento exponencial. Pese a su dilatada trayectoria, seguramente Colino no esperaba que los primeros meses en sus nuevas funciones como director general se iban a desarrollar en las condiciones tan particulares derivadas de la pandemia sanitaria. Ingeniero industrial de formación, el reto del nuevo ejecutivo es el de conseguir afianzar

un modelo empresarial que, con sus orígenes en Torrelavega, actualmente se expande por España y Portugal.

Aldro Energía da empleo directo a 120 personas. Con una facturación en 2019 de 580 millones de euros, espera superar los 600 millones al cierre de este ejercicio. Su evolución y crecimiento son constantes, y así lo corrobora su cifra de negocio actual, con 250.000 clientes en cartera. Estas cifras la colocan como una de las mayores comercializadoras españolas, liderando el ranking de las firmas independientes. Su principal nicho de negocio se encuentra en el segmento pyme, donde destaca en número de clientes, tasa de crecimiento y fuerza de captación.

—¿Cómo han sido estos primeros meses al frente de Aldro?

—Ha sido una aventura apasionante. Me incorporé a Aldro a finales de febrero, escasos días antes de que decidiéramos, por responsabilidad y a causa de la pandemia, cerrar la oficina y pasar a un modelo de 100% teletrabajo. Posteriormente llegó el confinamiento causado por el estado de alarma. Por tanto, gran parte de mi aterrizaje en Aldro se ha producido a

distancia, lo que ha supuesto un reto adicional. Por suerte, Aldro es una compañía muy madura en procesos y sistemas, y con un enfoque digital en todas las herramientas desde sus orígenes, lo que ha permitido que el proceso sea bastante fluido.

—¿Cómo ha modificado el covid la estrategia inicial?

—Durante estos meses hemos tenido que reforzar todos los equipos y los procesos para seguir garantizando los niveles de calidad y servicio a los que nos comprometemos con todos nuestros clien-

tes. Desde el primer momento, habilitamos un servicio de asesoramiento para recomendar a los clientes las mejores alternativas tras los cambios normativos surgidos durante el estado de alarma. Hemos modificado miles de contratos de suministro de empresas para reducir el coste para pasar a un modo 'hibernación'; hemos reducido el precio que ofertamos en todas las tarifas; y hemos ofrecido miles de financiaciones de facturas. Todo esto ha supuesto un esfuerzo operativo para toda la compañía, pero nues-

«La transición energética está modificando el paradigma»

J. L.

SANTANDER. Los problemas de la industria cántabra con los costes energéticos y las previsiones económicas igualmente se analizan en la entrevista.

—¿Cómo ve la problemática energética de la gran industria cántabra?

—En todos los sectores la transición energética está modificando el paradigma. Un cambio tan disruptivo requiere de adaptación a las nuevas estructuras tarifarias y a los nuevos marcos retributivos en el caso de las cogeneraciones que actualmente operan en Cantabria. Es un reto que habrá que afrontar.

tro compromiso con el cliente está por encima de todo.

—¿Cuáles son los nuevos objetivos y previsiones para cerrar el año actual?

—Seguimos manteniendo los mismos objetivos en cuanto a número de clientes, y en estos 6 meses hemos crecido en más de 50.000 suministros hasta superar la barrera de los 250.000. En cuanto al objetivo de ingreso, a pesar de que el consumo de nuestros clientes ha sido menor debido a la pandemia y el precio medio al que se vende la energía es inferior, esperamos estar en valores de facturación superiores a los del año pasado con más de 600 millones de euros de ingresos.

—¿Cuál es la estrategia de Aldro en el medio plazo?

—Nuestro objetivo es consolidarnos en el mercado de la comercialización de electricidad y gas. Actualmente somos líderes en la comercialización a pymes, con más compañías en este segmento que compañías como Repsol o EDP. A nivel doméstico también estamos creciendo de manera fuerte, aprovechando las economías de escala de las que ya disfrutamos y apalancándonos en acuerdos estratégicos como el que se ha anunciado hace unas semanas con Bankia.

—¿Qué oportunidades atisba en la transición energética?

—Desde el principio Aldro ha ofrecido a sus clientes soluciones muy competitivas en este campo. Este año hemos hecho una apuesta decidida por el autoconsumo y con productos personalizados para todo tipo de clientes que cada vez tiene un mayor peso en nuestra cuenta de resultados. Pero para poder lograr los objetivos de ser 100% renovables no va a valer con instalar muchas renovables. En algún momento tendremos que empezar a involucrar al consumidor y empoderarle mediante los datos y la digitalización, para que consuma más energía cuando haya exceso de producción renovable y consuma menos energía cuando haya defecto. En ese momento las comercializadoras desarrollaremos un papel clave porque somos la 'última milla' hasta el cliente y tendremos que ofrecer servicios de gestión energética a todos nuestros clientes.

—¿Qué cambios normativos le pediría al Gobierno?

—Muchos, pero bueno... Quizás lo

—¿Y qué expectativas y previsiones tiene Aldro para la empresa autónoma y la economía de la Comunidad de cara al próximo año?

—Todos, en todo el mundo, estamos viviendo una transformación radical en todos los ámbitos, también en el económico. Este inesperado cambio necesita que el tejido empresarial retome su actividad para que la recuperación avance en ritmos lógicos. Fuentes económicas hablan de contracción para lo que queda de 2020, y de un creci-

LAS FRASES

LLEGADA

«Me incorporé escasos días antes de cerrar la oficina y pasar a un modelo 100% teletrabajo»

BALANCE ACTUAL

«En los últimos seis meses hemos crecido en más de 50.000 suministros»

FUTURO RENOVABLE

«Habrá que involucrar al consumidor mediante los datos y la digitalización»

SECTOR ENERGÉTICO

«Puede que haya una concentración, pero diferente a la que se produce en el ámbito financiero»

más relevante sea lo que tiene que ver con el empoderamiento del consumidor que comentábamos antes: es el aspecto en el que la regulación va más lenta. Si queremos cumplir nuestros objetivos medioambientales debemos disponer de una regulación que permita a los consumidores tener un papel mucho más activo en los mercados. Que puedan modular su energía y recibir una retribución por adaptarse a las necesidades del sistema.

– **¿Qué le parece la apuesta de grandes petroleras como Repsol o Total por la comercialización eléctrica?**

–Creo que era un movimiento esperado. Son compañías que tenían que diversificar su negocio tradicional para seguir sobreviviendo en el medio plazo y, por tanto, han dado el paso. Estas empresas han optado por ‘salir de compras’ y re-

correr el camino más rápido. Para nosotros la buena noticia es que el elevado precio que se ha pagado por cada cliente en estos procesos de adquisición pone en valor el esfuerzo que nosotros estamos haciendo cada día.

– **¿El sector energético también sufrirá una concentración como la que viven otros ámbitos como el bancario?**

–Puede que haya una concentración, pero es diferente a la del ámbito bancario. Por un lado, tenemos a grandes operadores energéticos que se unen a otras compañías, no por un tema de solvencia como la banca, sino por diversificación de negocio. Y por otro lado existen cientos de pequeños operadores que venden pequeñas carteras de clientes a otros operadores un poco más grandes. Nosotros no estamos ni en un grupo ni en el otro. Disfrutamos de una posición consolidada en el mercado que esperamos hacer crecer de manera orgánica y tenemos vocación de permanencia en el sector.

– **¿Qué diferencia a Aldro del resto de competidores?**

–Creo que nuestra principal ventaja competitiva es pertenecer al Grupo Pitma. Aldro es una comercializadora independiente muy ágil en todos sus procesos comerciales y con un enfoque digital muy fuerte. Pertenecer a un gran grupo nos permite aprovechar unas grandes economías de escala y sinergias en los servicios transversales, y además nos permite disfrutar de una estructura financiera muy solvente. Esto produce que lo que llamamos ‘coste de servir por cliente’ sea muy bajo sin renunciar a la agilidad, pudiendo ofrecer unos precios muy competitivos a los clientes y unos productos siempre adaptados a sus necesidades.

– **¿Qué quieren mejorar en Aldro para hacer crecer su posición actual?**

–Apostar por un mundo más sostenible forma parte de nuestra hoja de ruta y, para ello, hemos creado el sello Aldro Zero, que es la plataforma donde se integran nuestros productos relacionados con la eficiencia energética, el autoconsumo, la gestión de la demanda y la energía renovable. Dentro del sello, desde el 1 de septiembre nuestros clientes domésticos se suministran con energía 100% renovable.

«La transición energética está modificando el paradigma»

J. L.

SANTANDER. Los problemas de la industria cántabra con los costes energéticos y las previsiones económicas igualmente se analizan en la entrevista.

–¿Cómo ve la problemática energética de la gran industria cántabra?

–En todos los sectores la transición energética está modificando el paradigma. Un cambio tan disruptivo requiere de adaptación a las nuevas estructuras tarifarias y a los nuevos marcos retributivos en el caso de las cogeneraciones que actualmente operan en Cantabria. Es un reto que habrá que afrontar.

–¿Y qué expectativas y previsiones tiene Aldro para la empresa autónoma y la economía de la Comunidad de cara al próximo año?

–Todos, en todo el mundo, estamos viviendo una transformación radical en todos los ámbitos, también en el económico. Este inesperado cambio necesita que el tejido empresarial retome su actividad para que la recuperación avance en ritmos lógicos. Fuentes económicas hablan de contracción para lo que queda de 2020, y de un creci-

miento para 2021. En Aldro, y en el Grupo Pitma, creemos que se puede alcanzar esa realidad dentro del tejido empresarial de Cantabria, pero para ello es importante contar con un modelo económico basado en nuevas fórmulas en la gestión de las personas y en la oferta de sus productos y servicios. Por tanto, dar prioridad a la transformación digital en todos los ámbitos empresariales, sin importar el sector o territorio, será estratégico para que las empresas cántabras puedan salir fortalecidas en esta época.

–¿Va a elevar la organización su posición en la generación eléctrica?

–Siendo un actor relevante en el sector obviamente tenemos líneas de trabajo para crecer tanto en generación distribuida mediante el autoconsumo como en áreas relativas a las plantas de producción fotovoltaica. Esta última actividad se desarrolla integrada dentro del Grupo Pitma bajo la firma Aldro Generación, que gestiona actualmente una cartera de proyectos de más de 600 megavatios.