

## Empresas & Finanzas IV Foro Anual de Energía de 'elEconomista'



Participantes de la Mesa Redonda 'Los nuevos jugadores en la comercialización de electricidad y gas'.

# Los nuevos comercializadores exigen una liberalización real de la actividad

Las empresas reclaman que se combata el secuestro de los datos de los clientes

J. M. MADRID.

La comercialización de la electricidad y el gas se transformará radicalmente en los próximos años y lo hará con el cliente como eje de actuación. Así lo prevén los comercializadores independientes, que coinciden en la necesidad de avanzar en la liberalización de la actividad para que pueda crecer la competencia y, en última instancia, los precios que paga el consumidor se abaraten. Para ello, reclaman que el regulador combata el secuestro de los datos de los usuarios por parte de las empresas tradicionales. En el IV Foro anual de Energía *Estrategia energética a 2050* organizado por *elEconomista*, los directivos de varias de las principales comercializadoras independientes demandaron a la Administración que facilite la transferencia de clientes, toda vez que la prohibición de la venta presencial favorece el *statu quo* de las empresas más implantadas.

En la mesa redonda *Los nuevos jugadores en la comercialización de electricidad y gas*, Joaquín Coronado, consejero delegado de Podo, aseguró que la comercialización "va a cambiar en el cómo y en el quién". A su juicio, esta transformación debe avanzar hacia un modelo que "sea tremendamente simple" y que permita que "los precios de la luz bajen", ya que "son excesivamente caros porque hay muchos impuestos y porque el coste es estructural". En este sentido, avisó de que "si se llegan a implantar las circulares" que

se han publicado, el sistema será "hiperbólicamente complejo".

Mientras, María Luisa Huidobro, consejera delegada de Enérgya VM, incidió, en una línea similar, en que de "los proyectos normativos que están en audiencia se nota la ausencia de muchas cuestiones relevantes". Una de ellas es cómo el "proceso de inversión por sustitución del parque de generación térmica, desde luego el de carbón pero también nuclear, está un poco taponado por cuestiones del acceso y conexión". Por ello, considera que "si no se destaponan los comercializadores no vamos a poder tener un mercado competitivo de generación".

José Francisco González Payno, director general de Aldro, defendió

que las comercializadoras independientes "estamos mirando desde abajo hacia arriba, desde el lado del cliente y lo que vemos es que desde el punto de vista del regulador no se nos tiene en cuenta", cuando "lo que hacemos es llevar el mensaje del cliente". Por su parte, el presidente de Gesternova, José María González Vélez, abogó por suprimir la tarifa binómica y establecer una metodología para la huella de carbono, lo que "no supone que haya que poner más impuestos". Asimismo, Fernando Prieto, consejero delegado de HomeServe España, explicó que "los nuevos clientes consideran a quien le proporciona la energía un referente en la gestión del hogar", lo que "abre una oportuni-

dad tremenda para mejorar el proceso de fidelización" agregando "más servicio añadido".

Para el presidente de Fenie Energía, Carlos Moyà, un aspecto fundamental para avanzar en la transformación es que exista "una educación energética". "Hay que enseñar a los chavales a ser eficientes y a que la energía tiene un componente ambiental muy importante", señala, lo que permitirá que "el precio de la energía será un tema secundario", agregó. El consejero delegado de Factor Energía, Emilio Rousaud, defendió que "España puede llegar a ser una potencia industrial gracias a tener una energía muy barata" derivado de la robotización y la inteligencia artificial.



“Va a cambiar la comercialización en los próximos años en el cómo y en el quién”

**Joaquín Coronado**  
Consejero delegado de Podo



“No es posible tener un mercado competitivo de generación si no se destaponan las inversiones”

**María Luisa Huidobro**  
CEO de Enérgya VM



“No podemos estar cambiando los mensajes porque las reglas no son estables”

**José Francisco González Payno**  
Director general de Aldro



“Hay que desarrollar una metodología para poder establecer la huella de carbón”

**José María González Vélez**  
Presidente de Gesternova



“El cliente nos está empezando a pedir no solo el suministro; sino cada vez más servicio añadido”

**Fernando Prieto**  
CEO de HomeServe España



“Hay que enseñar a ser eficientes y a que la energía tiene un componente ambiental”

**Carlos Moyà**  
Presidente de Fenie Energía



“España puede llegar a ser una potencia industrial gracias a tener una energía muy barata”

**Emilio Rousaud**  
Consejero delegado Factor Energía