



La comercializadora Podo empieza a ofrecer gas a hogares y pymes

- La entrada en el negocio de gas se materializa a través de un acuerdo estratégico con Galp
- Podo amplía su mercado potencial hacia los clientes duales de luz y gas

Madrid, 21 de marzo 2018. La comercializadora independiente de electricidad renovable [Podo](http://www.mipodo.com) (www.mipodo.com) acaba de incorporar el gas natural a su oferta de servicios en España (territorio peninsular); y lo hace con el lanzamiento del paquete combinado de «luz y gas», dispuesto a captar un nuevo nicho de clientes residenciales y pymes con su identidad diferencial de mercado: precios reducidos, y el mejor servicio apoyado en el uso intensivo de las tecnologías digitales.

En España hay 29,2 millones de puntos de suministro de electricidad y 7,7 millones de puntos de suministro de gas (datos al cierre de 2017). Se estima que cerca de cinco millones son clientes que compran conjuntamente la luz y el gas, entre los que se encuentran los de mayor valor y en los que las comercializadoras independientes tienen una menor penetración de mercado. Esto representa una gran oportunidad de crecimiento para Podo, máxime si tiene que cuenta que la cuota de mercado de estas comercializadoras era ya de un 9,1% en el mercado libre de la electricidad a cierre de 2017, pero sólo del 1,3% en el mercado liberalizado del gas.

Acuerdo estratégico con Galp

El hecho de que el negocio del gas requiera escala y un acceso competitivo a la compra de materia prima ha llevado a Podo a firmar un contrato de suministro a largo plazo con un operador directo como es Galp. Esta compañía es uno de los principales operadores de gas natural en la península ibérica. Este acuerdo forma parte de una alianza estratégica más amplia por la que Galp ha entrado en Podo con un 25%, lo que afianza la futura colaboración entre ambas compañías y por la que Podo seguirá explorando oportunidades de índole comercial, en innovación de productos y servicios. La gestión de Podo se mantiene independiente, con Eugenio Galdón y Joaquín Coronado como tenedores del 75%.

Según explica Joaquín Coronado, consejero delegado de Podo: *«Ofrecer un producto combinado de electricidad y gas es un paso natural en nuestro plan de negocio que nos permitirá seguir creciendo mediante el acceso a una mayor base de clientes potenciales y una oferta más completa para dar más cobertura a las diferentes necesidades de hogares y pymes. El acuerdo con GALP nos permite tener un aprovisionamiento de gas a largo plazo a precios muy competitivos, así como tener un socio permanente con el que buscar otras oportunidades comerciales que añadan valor a nuestros clientes».*

Producto dual de luz y gas

Fiel a su estrategia de ahorro, sencillez y servicio 100% online, Podo integra dos tipos de tarifas bajo el nombre de FLEXI Gas, por el que se factura mensualmente según el gas consumido a precio de coste: 4,99 céntimos por kWh para los clientes de bajo consumo, los que no tienen calefacción a gas; y 3,99 céntimos por kWh para los clientes de alto consumo. La primera tarifa (FLEXI Gas 3.1) está orientada a consumos inferiores a 5.000 kWh (año) como, por ejemplo, viviendas o segundas residencias que disponen de una cocina de gas. La segunda (FLEXI Gas 3.2) se orienta a consumos entre 5.000 kWh (año) y 50.000 kWh (año) y está muy dirigida a los hogares con calefacción de caldera a gas.

Esta oferta de Podo se sitúa ya como una de las más competitivas en los distintos comparadores de precios, sus tarifas son fijas durante todo el año de contrato y no están vinculadas a la compra de otros servicios que el cliente por lo general no necesita.

Podo ofrece su producto de gas en la misma modalidad que ha llevado a la compañía a diferenciarse hasta la fecha del resto de operadores, como la simplificación máxima de la factura. La cuota mensual incluye los costes fijos y el alquiler del contador y se determina de manera personalizada para cada cliente. Para ello, Podo ha desarrollado un algoritmo, usando inteligencia artificial, para asegurar que el



consumo facturado es el correcto. Analiza los hábitos de cada cliente, los compara con los de electricidad y usa la información del Instituto Nacional de Meteorología con el objetivo de relacionar en tiempo real el consumo de gas con la evolución de la temperatura en cada provincia.

El objetivo de Podo es terminar con las sorpresas desagradables en las facturas de gas: actualmente, los clientes residenciales y las pymes, que no disponen de contadores inteligentes de gas, reciben cargos cada dos meses cuyo importe les resulta difícilmente predecible porque los días de lectura que envía la distribuidora son cambiantes en cada factura, y porque los meses de invierno, los de más consumo, son siempre en los que sube más el precio del gas. Además, Podo anima a sus clientes a que envíen a sus expertos una foto de su contador por mail, sms o whatsapp, con el objetivo de que su factura sea aún más precisa.

Podo es una comercializadora de última generación, que en poco más de un año ha superado los 15.000 clientes de electricidad, que crece a un ritmo sostenido de unos 500 clientes semanales. El objetivo de la compañía es que al menos un 30% de sus clientes sean duales. Con la incorporación de la oferta de gas, Podo se posiciona con más músculo para seguir siendo un referente en precio y servicio dentro del segmento de comercializadoras independientes.

«Este movimiento, también reafirma la apuesta de Podo por seguir impulsando la transformación del sector energético en nuestro país hacia un mercado más sostenible, donde haya mayor diversidad de opciones, transparencia y confianza para que el consumidor gestione su energía», añade Coronado.

Sobre Podo

Podo (www.mipodo.com) es una comercializadora de luz y gas de última generación fundada por Eugenio Galdón y Joaquín Coronado que persigue devolver el control del gasto energético a los clientes españoles. Siguiendo el éxito que lograron con ONO, la propuesta de valor de Podo se fundamenta en el ahorro, la sencillez de sus productos, un servicio de calidad y gestión 100% online, que los clientes puntúan en 4,4 sobre 5. En gran medida, el éxito del modelo de negocio de Podo radica en el uso intensivo del *big data* y la inteligencia artificial, tecnologías con las que consigue transformar servicios innecesariamente complejos como son la luz y el gas, en productos sencillos con facturas transparentes y sin imprevistos, que todos sus clientes entienden a la primera.

Contacto prensa

Grupo Albión

+91 531 23 88

José García – jgarcia@grupoalbion.net

Sofía García – sgarcia@grupoalbion.net

María Maldonado – mmaldonado@grupoalbion.net