

Fenie Energía: la competencia de las eléctricas que llegó de los instaladores

La comercializadora de luz y gas alcanza los 480.000 clientes en España, unos 22.500 en Aragón, y quiere llegar a los 700.000 en tres años, apoyándose en el autoconsumo, la movilidad y la eficiencia.

CONTENIDO EXCLUSIVO NOTICIA ACTUALIZADA 22/2/2022 A LAS 08:58

B. ALQUÉZAR



Alejandro Lafuente, instalador electricista y asociado de Fenie Energía en Zaragoza. | Guillermo Mestre

Alejandro Lafuente tiene 49 años y lleva más de dos décadas trabajando como instalador electricista en Zaragoza. Entre su trabajo diario se encuentra desde montar la instalación eléctrica de una vivienda o una empresa a colocar un aire acondicionado o cambiar los enchufes. En 2010 decidió "cerrar el círculo" y se hizo accionista de un proyecto que acababa de nacer, la comercializadora de luz y gas Fenie Energía, en la que los accionistas son instaladores eléctricos de toda España. Desde entonces **también vende luz y gas a sus clientes.**

Recuerda cómo acudió a alguna de las primeras reuniones en las que se explicaba el proyecto y se captaban socios. Suponía hacer la competencia a las grandes eléctricas, a las que hasta entonces estos profesionales habían llevado clientes al dar de alta una instalación. Ahora es una de las más de 200 **comercializadoras que venden luz** a los consumidores que dan el paso al mercado libre de la electricidad. La firma que surgió de la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones de España (FENIE), de ahí su nombre, tiene unos 480.000 clientes en España, de ellos, **22.500 en Aragón**. Sus oficinas centrales se encuentran en [Madrid](#), desde donde más de un centenar de profesionales dan apoyo a la red de instaladores.

MÁS INFORMACIÓN |



El Gobierno y los agentes sociales acuerdan prorrogar un mes los ERTE vigentes

Lafuente destaca, desde su oficina Somos Luz Verde, empresa delegada de Fenie Energía, en el barrio zaragozano de [Casablanca](#), que su ventaja por ser instaladores es la cercanía con el cliente. A este le ofrece desde sus servicios tradicionales al contrato de suministro eléctrico con energía 100% verde o de gas. Añaden estudios de [eficiencia energética](#) o la instalación de placas solares, con el actual impulso del autoconsumo ante el alza del precio de la electricidad. **En toda la comunidad hay 141 asociados, de los 3.000 en todo el país, muchos de ellos en pequeños municipios.**



Alejandro Lafuente, en su delegación de Fenie. | Guillermo Mestre

"Tenemos un valor añadido que ninguna gran empresa te va a dar, que es la cercanía", coincide Inmaculada Roy, de Montajes Eléctricos Barraqueta y también empresa delegada de Fenie Energía en [Épila](#). En su caso, afirma que en la zona funciona el "boca a boca" para ganar clientes. Explica que los delegados tienen que hacer un **curso de formación** antes de convertirse en comercializadores de luz y gas. En su caso, lo hizo ella y su marido, José María Barraqueta. Para hacerse socios basta con comprar una acción. En las [facturas de la luz](#) de la compañía que recibe el cliente figura el teléfono del delegado de su zona, con el que hizo el contrato, para aclarar dudas, apuntan como diferencia con la grandes del sector. Entre las consultas, si se puede bajar la potencia instalada o si resulta rentable instalar placas solares.



De subcontratados a competencia

"Las grandes eléctricas estaban entrando en un entorno donde directamente daban el servicio que el instalador ofrecía y les utilizaban para subcontratar luego, por lo que perdían relación con el cliente", explica la zaragozana Paula Román, directora general de la compañía. El objetivo fue "crear una comercializadora de energía que fuera nuestra", señala, para "**competir de tú a tú y dar servicio integral**: luz y gas, reducir consumo y estar cerca del cliente", apunta.

Superada la década de existencia, destaca que la compañía se ha convertido en "la primera comercializadora en número de clientes que no forma parte de un gran grupo", dentro del amplio número de pequeñas comercializadoras que luchan por hacerse un hueco en el sector. Siguen siendo independientes. **El 80% de sus clientes son residenciales y el 20% corresponden a pymes.**

MÁS INFORMACIÓN |



Economía lanza tres líneas de ayudas por 11 millones para estimular el empleo en Aragón



Qué hacer para vender más sin perder el norte

Román reconoce que al igual que para los consumidores, para las comercializadoras está siendo un "**año muy complicado**" [por los "precios máximos históricos" de la electricidad](#) que no se habían conocido nunca en el mercado. Algunas comercializadoras han tenido problemas de tesorería para afrontarlos. Además, ha habido una "**tormenta perfecta**", afirma, ya que se venía del descenso de consumo por la pandemia de [covid-19](#), se sumaron los cambios regulatorios con el nuevo sistema de tarifas y los retrasos en las facturas. [Desde la Asociación de Comercializadoras Independientes de Energía \(ACIE\), han pedido recientemente tener acceso directo a las lecturas](#) de los contadores, para no depender de las distribuidoras para poder emitir facturas.

"Como no somos una empresa de tomar riesgo, intentamos ser conservadores. No tenemos un gran fondo detrás. Todos hemos puesto nuestro pequeño capital y hay que gestionarlo de la mejor manera posible", indica Román sobre las claves para aguantar este año. "**No hemos roto ni un solo contrato**", afirma, frente a la práctica de algunas compañías, incluso grandes, que no han podido soportar vender la energía mucho más barata de lo que la compraron porque los clientes tenían tarifas fijas anuales más bajas. Eso sí, "cuando toque actualizar habrá que subirlo", reconoce sobre los precios, que se esperan altos este ejercicio.

La compañía incluye entre sus objetivos **alcanzar los 700.000 clientes en España** en tres años, reforzando el área de generación y posicionándose más en "**autoconsumo, movilidad y eficiencia**". Entre los servicios con más potencial apuntan la instalación de placas solares y de puntos de recarga para automóviles.