

# “Somos un modelo de proximidad y eficiencia en el sector eléctrico”

**ESTEBAN GELABERT** DIRECTOR DE U ENERGÍA

## U energía forma parte del grupo El Gas SA, una compañía con más de 130 años de historia

**D**esde su fundación, el desarrollo de U energía (Eléctrica Sollerense SAU) ha estado estrechamente ligado al Valle de Sóller y, con el tiempo, ha evolucionado hasta expandirse más allá de su territorio original. Hoy es una comercializadora de energía y un operador de telecomunicaciones, a través de fibra, telefonía fija y móvil. Su modelo de negocio se basa en la atención personalizada, la implicación social y una gestión eficiente de los recursos. Conversamos con su director, Esteban Gelabert, sobre el presente y el futuro de la empresa en un sector dominado por grandes actores.

### U energía tiene una larga trayectoria. ¿Cuál ha sido su evolución en los últimos años?

Nuestra historia comienza como un proyecto del pueblo para el pueblo, lo que nos ha llevado a priorizar la cercanía y el trato personal, y hemos evolucionado adaptándonos a un mercado altamente competitivo sin perder nuestra esencia. En 2019 tomamos una decisión clave: preparar nuestra estructura para un crecimiento sostenido fuera de nuestra área de influencia natural. Hoy, la actividad fuera de nuestro territorio original ya supera la actividad local, lo que nos confirma que elegimos el camino adecuado.

### ¿Cuáles han sido los principales desafíos para una empresa de su tamaño?

Nos enfrentamos a un sector donde más del

80% del mercado está dominado por cinco grandes compañías. Además, la crisis de 2022 fue un golpe importante, especialmente para las pequeñas comercializadoras. Sin embargo, logramos mantenernos en la senda del crecimiento gracias a un modelo de comercio de proximidad y apoyados en tres ejes: atención personalizada, servicio a la sociedad y gestión eficiente de los recursos. Esto es algo que nuestros clientes valoran enormemente.

### Desde los inicios, habéis tenido una clara vocación social. ¿Cómo se traduce esto en acciones concretas?

Así es. Lo canalizamos de dos formas. Por un lado, a través de patrocinios y ayudas a clubs de Sóller, como el Club Bàsquet Joventut Mariana, el Club Volei Sóller, el Club Esportiu Gymnapolis Sóller o patrocinando eventos como la Cursa de Ferro. Pero, sobre todo, colaboramos con entidades como Cruz Roja de Sóller y los servicios sociales del Ayuntamiento de Sóller. Aunque operamos en el mercado libre, trabajamos en planes personalizados para acompañar a personas en situación vulnerable. Durante la pandemia estrechamos estos lazos y seguimos reforzándolos.

### Otro ejemplo de esta dedicación al cliente...

Correcto. Cuando una empresa crece, mantener la cercanía con los clientes se vuelve un reto. Sin embargo, seguimos garantizando nuestra disponibilidad en oficinas, vía telefónica y correo electrónico. Además, nuestros mandos intermedios y directores también atienden a clientes directamente. Personalmente, cuando atiendo a un cliente le entrego mi tarjeta con mi teléfono móvil, y así lo hacemos todos en la organización. Creemos que es la mejor manera de escuchar y adaptarnos a sus necesidades.

### En cuanto a sostenibilidad, ¿qué iniciativas han puesto en marcha en energías renovables?

Hemos dado un paso adelante en la generación renovable. Antes participábamos en proyectos de energías limpias como plantas fotovoltaicas o energía hidráulica, pero ahora hemos iniciado nuestros propios proyectos: tenemos cinco en diversas fases de ejecución y estamos explorando nue-



**“Nuestro modelo de comercio de proximidad nos ha permitido mantenernos en crecimiento a pesar de la alta concentración del mercado”**

vas oportunidades. También asesoramos a nuestros clientes en eficiencia energética y optimización de sus consumos. Para ello, hemos apostado por la digitalización y el análisis de datos. Contamos con un departamento de informática que desarrolla herramientas propias para la gestión y la toma de decisiones basadas en nuestro historial. Saber dónde hemos estado nos permite definir con claridad hacia dónde queremos ir.

### Finalmente, ¿cuál es vuestra estrategia de ventas en un mercado tan competitivo?

Tenemos un mix de canales propios y externos. La venta telefónica es reactiva, atendemos consultas y, muchas veces, estas conversaciones acaban en ventas. También contamos con atención en oficinas y una plataforma web. En cuanto a los canales externos, trabajamos con prescriptores, agentes comerciales y marcas blancas, brindándoles herramientas para que puedan comercializar energía con su propia identidad.

