

# Informe de resultados consolidados a 31 de marzo de 2020.

Trading update hasta 30 junio

- La tecnológica de energía verde sigue creciendo y, a 30 de junio, alcanza los 255.543 clientes en toda España, mostrando una rapidísima recuperación después del Covid-19 y suma la gestión de 1.879 instalaciones fotovoltaicas, lo que supone un crecimiento del 57% en relación al primer trimestre de 2020.
- La incierta situación provocada por el impacto del Covid-19, el equipo teletrabajando al 100% y la drástica reducción en inversión publicitaria durante el confinamiento, no ha frenado a la compañía en la ejecución de su plan de crecimiento y ha lanzado a finales de junio la Revolución de los Tejados, la nueva propuesta en generación distribuida basada en el desarrollo tecnológico único generado durante la primera mitad del año.
- Holaluz lanzó a finales de junio la Revolución de los Tejados, un movimiento que nace con el objetivo de transformar cada metro cuadrado de tejados infrautilizados en energía verde.
- Holaluz cerró a 31 de marzo de 2020 con unas ventas consolidadas de 122,9 millones de euros, lo que representa un aumento de las ventas de un 22,8%. El EBITDA recoge el impacto del Covid-19 y se sitúa en -2,3 millones de euros.
- El margen bruto de la compañía alcanza los 9,9 millones de euros, un aumento del 81% respecto al ejercicio anterior.
- La sólida apuesta por la generación distribuida, con la Revolución de los Tejados, y la fuerte posición financiera y de recursos, reiteran los objetivos a finales de 2023: un millón de clientes y 50.000 instalaciones fotovoltaicas.

## Actualización a 30 de junio de 2020

A pesar de la incierta situación y teniendo en cuenta la reducción en inversión publicitaria durante la primera fase del confinamiento, la tecnológica de energía verde sigue creciendo y, a 30 de junio de 2020, alcanza los 255.543 clientes en toda España, mostrando una recuperación mucho más rápida de lo esperado.

A 31 de marzo de 2020 Holaluz gestionaba 1.270 instalaciones fotovoltaicas. Desde entonces, y sin recoger todavía los frutos de la campaña de la Revolución de los Tejados, se han alcanzado las 1.879 instalaciones gestionadas, lo que supone un crecimiento del 57% en relación al primer trimestre de 2020

Durante el mes de marzo, y justo después del brote de Covid-19 y ante el entorno incierto, Holaluz decidió proteger su posición de liquidez, y ralentizar los esfuerzos para captación de clientes, lo que derivó en una menor inversión en marca.

La Compañía tiene una política de cobertura de precios de mercado de toda la energía que consumen sus clientes, principalmente Familias y Pymes de tamaño reducido. Ante el entorno del Covid-19, la Compañía estimó que sus clientes, en agregado, iban a consumir una menor cantidad de energía en el año. Ante esta circunstancia, decidió rescindir los derivados de cobertura ya hechos para la compra de la energía proyectada, generando por ello una pérdida en la Cuenta de Resultados. Se estima que este evento no se repetirá, y por ello es una situación de "una sola vez". La pérdida correspondiente fue de 1,5 millones de euros.

## La Revolución de los Tejados: un paso más hacia el propósito de conseguir un planeta 100% renovable

La tecnológica de energía verde da un paso más hacia su propósito de conseguir un planeta 100% renovable con La Revolución de los Tejados, un movimiento que nace con el objetivo de transformar el máximo número posible de m2 de tejados infrutilizados en energía verde.

Una vez transformados todos los m<sup>2</sup> de tejado en generación de energía verde, se duplicaría la producción de electricidad renovable en España, pasando a ser del 39,3% (según datos del 2019 de REE) al 81% (cálculo de elaboración propia).

Holaluz instala gratuitamente placas solares a los propietarios de tejados, gestiona su producción de energía y, a cambio ofrece un descuento fijo mensual en su factura de luz desde el primer mes.

La instalación, propiedad de Holaluz, pasará a nombre del cliente al cabo de 15 años, cuando la instalación alcance cuotas de ahorro de hasta un 63% en la factura mensual. Con el pago de la factura mensual los clientes pueden tener una instalación sin coste además de un ahorro fijo.

Holaluz trabaja sobre un plan en distintas fases que, en su lanzamiento, prioriza las terrazas de uso privado. En una siguiente fase, la tecnológica ampliará la propuesta a tejados comunitarios, así como todos los pertenecientes al sector servicios.

Gracias a esta innovación tecnológica, más de 40 millones de personas podrían beneficiarse de energía 100% verde con un ahorro mensual medio del 15%.

## **Holaluz, una compañía apalancada en la tecnología**

El uso intensivo de la tecnología es la palanca que permite a Holaluz conseguir ahorros para sus clientes. En plena pandemia de Covid-19, y gracias al uso masivo de distintas tecnologías, la compañía fue capaz de desarrollar e implementar un plan de atención personalizada a todos sus clientes identificando y entregando ahorro en función de cada situación. En el caso de la Revolución de los Tejados no ha sido una excepción: la gestión de datos, los algoritmos de personalización y todas las herramientas tecnológicas están puestas al servicio de los clientes para identificar los tejados, optimizar al máximo la instalación propuesta, detectar todas las opciones de ahorro y gestionar la energía generada con rigor y detalle para el cliente y para el resto de clientes que se van a beneficiar.

Esta palanca ha permitido a Holaluz ser la primera eléctrica en lanzar una tarifa plana de luz apelando al uso responsable de la energía, la Tarifa Justa, o idear Holaluz Cloud, un servicio pensado para instalaciones de autoconsumo domésticas a través del cual se compra la energía solar sobrante y se guarda en la nube, generando un ahorro en la factura mensual.

## Informe de resultados consolidados semestrales a 31 de marzo de 2020

- **Datos Operativos (KPIs Primer Semestre):**

Año	S1 2020	S1 2019
Importe Neto de la Cifra de Negocio (Millones de euros)	122,9	100,1
Margen Bruto (Millones de euros)	9,9	5,28
Costes Operativos (Millones de euros)	-12,2	-6,7
EBITDA (Millones de euros) (1)	-2,3	-1,4
Margen de EBITDA sobre Ventas (%)	-	-
Número de CUPS	241.163	
Instalaciones Prosumers	1.270	

(1) El EBITDA incluye el impacto en los derivados debido al COVID

Excluyendo el impacto de los derivados, el EBITDA de Holaluz para el S1 de 2020 (septiembre 2019 a marzo 2020) habría sido negativo en 0,8 millones de euros.

## Análisis de los Estados Financieros consolidados a 31 de marzo de 2020

Análisis de las variaciones de las principales partidas de la Cuenta de Resultados y del Balance:

### ● Cuenta de Resultados

En la primera mitad del ejercicio fiscal 2019-20 las ventas alcanzaron la cifra de 122,9 millones de euros, un aumento del 22,8% respecto el mismo periodo del ejercicio anterior (100,1 millones de euros). Por otra parte, el margen bruto ha alcanzado los 9,6 millones de euros, lo que supone un aumento del 81% respecto el ejercicio anterior. El incremento del margen bruto respecto a las ventas viene explicado por la nueva política comercial, iniciada en abril de 2019, y el mix de clientes.

Los gastos de personal alcanzaron los 5,01 millones de euros, con un aumento del 29% sobre los 3,97 millones de euros del ejercicio anterior. El epígrafe Otros Gastos de Explotación se incrementó hasta los 8,9 millones de euros, un 122% más respecto los 4 millones de euros del ejercicio anterior por el impacto en el incremento en la inversión en marca. Al mismo tiempo se han capitalizado 1,68 millones que corresponden al proyecto "SmartOp's"

Como consecuencia, el EBITDA del primer semestre del año fiscal ascendió a -2,3 millones de euros. Dicha cifra incluye la pérdida de 1,5 millones de euros correspondiente a la cancelación de los derivados por el efecto Covid-19. El EBITDA sin el impacto de los derivados hubiera ascendido a -0,8 millones de euros. La Compañía estimó que el efecto del Covid-19 implicaría un menor consumo de electricidad del 22% sobre el equivalente por cliente del año anterior. Como consecuencia se procedió a cancelar los derivados de cobertura de compra de energía correspondientes a esa magnitud.

El Beneficio antes de Impuestos alcanza la cifra de -4,2 millones de euros respecto los -2,5 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

Los Beneficios después de Impuestos alcanzaron los -3,7 millones sobre los -2 millones de euros del mismo periodo del año anterior

Es importante remarcar la estacionalidad tanto del Margen Bruto cómo de la generación de EBITDA. Teniendo en consideración todas las variables, a nivel de generación de EBITDA el mejor trimestre del año natural suele ser el tercero (Q3), seguido por el segundo trimestre (Q2), el primer trimestre (Q1), y finalmente el cuarto trimestre del

año natural (Q4). En este sentido, a fecha 31 de marzo de 2020, han transcurrido los trimestres con menor impacto en la generación de EBITDA (Q4 y Q1). Los efectos que contribuyen a esta estacionalidad son los siguientes (excluyendo el crecimiento en captación de clientes):

1. Estacionalidad del consumo
2. Productos disponibles para coberturas hedging (hedging)
3. Pérdidas del sistema eléctrico
4. Inversión en marca

## ● Balance

### ○ Activo

A 31 de marzo de 2020, el total del balance ascendió a 96,59 millones de euros, un incremento del 50% comparado con los 64,04 millones de euros del último balance auditado a 30 de septiembre 2019. Este incremento es consecuencia principalmente del aumento de la actividad comercial de la Compañía, la contabilización de derivados por la entrada de nuevos clientes y también la entrada del capital captado en la incorporación al MAB.

Por lo que respecta a la contabilización de derivados sobre energía adquirida, es relevante comparar la diferencia entre coberturas contabilizadas en el activo y en el pasivo. La contabilización de derivados es compleja y se aplican normas contables diferentes según el tipo de cobertura realizado. Debido a operar en distintas cámaras de compensación de derivados, hay momentos en los que no es posible netear las posiciones en el balance. En consecuencia, se incrementa tanto el activo como el pasivo, siendo la posición neta la que mejor refleja la realidad de la actividad.

El incremento del inmovilizado intangible registrado hasta el 31 de marzo de 2020 incluye la capitalización de los trabajos realizados por la empresa para su activo por importe de 1,8 millones de euros, correspondientes al nuevo proyecto de innovación tecnológica "SmartOp's" en el que se halla inmersa la Compañía desde el inicio de este ejercicio fiscal. Se trata de un proyecto bianual que persigue la automatización y mejora tecnológica de los procesos que intervienen en la gestión end-to-end de la

facturación a los clientes de Holaluz. Dicho proyecto se califica de forma global como Innovación Tecnológica. En este apartado se incluyen también los costes de captación de clientes capitalizados.

Las Inversiones Financieras a largo plazo por importe de 2,63 millones de euros incluyen principalmente la contabilización de derivados de cobertura de compras de electricidad a largo plazo.

El activo corriente alcanzó la cifra de 72,17 millones de euros, lo que representa un aumento del 65,7% respecto a los 43,56 millones de euros registrados a 30 de septiembre de 2019. Este incremento es debido, principalmente, a la mayor actividad comercial y al impacto de los fondos captados durante la IPO.

## ○ Pasivo

Como consecuencia del aumento de capital realizado en el marco de la incorporación en el MAB en noviembre de 2019, los Fondos Propios a 31 de marzo de 2020 ascienden a 36,35 millones de euros. Dentro del epígrafe del Patrimonio Neto, la partida Ajustes por Cambios de Valor viene de la contabilidad de derivados. Estos ajustes son de -6,13 millones de euros. Como consecuencia, el Patrimonio Neto asciende a 30,21 millones de euros.

## Sobre Holaluz

El objetivo de Holaluz es conseguir un mundo que se mueva 100% gracias a la energía verde. Un propósito que la compañía activa conectando personas a la energía verde, ofreciendo energía 100% renovable, precios justos que se convierten en ahorros medios del 12% gracias al uso intensivo de la tecnología y poniendo el cliente en el centro, estableciendo una relación de confianza mutua.

Creada con la convicción de que una empresa puede ser una herramienta para cambiar el mundo, Holaluz lidera la transformación del sector energético español con una clara apuesta por la generación distribuida como nuevo modelo y una oferta diferencial en el ámbito del autoconsumo, siendo líderes en no sólo números, sino en innovación de producto y servicio. Holaluz ha sido la primera empresa eléctrica del

mercado español en avanzarse a la compensación simplificada lanzando el Holaluz Cloud, un sistema que permite descontar de la factura de la luz los excedentes, es decir, la energía sobrante que producen las placas solares de los clientes y que no puede consumirse en el momento.

La compañía espera alcanzar el millón de clientes y las 50.000 instalaciones fotovoltaicas para finales de 2023. A fecha de cierre del último ejercicio fiscal, 30 de septiembre de 2019, Holaluz obtuvo unos ingresos de 208,81 millones de euros, un EBITDA de 2,61 millones y tenía en plantilla un equipo de 188 personas.

Dentro de su estrategia, Holaluz propone un modelo de empresa en el que las personas puedan desarrollarse de forma holística. Esto quiere decir proporcionar todas las herramientas para que las personas puedan tener flexibilidad y autonomía para desarrollar sus responsabilidades, así como poderlas combinar con su vida personal. Ejemplos de ello son el trabajo por objetivos y la flexibilidad horaria. Todo ello ha contribuido a hacer de Holaluz una empresa prácticamente paritaria, a todos los niveles de decisión y en todos los equipos. Una situación de la que la compañía presume y que se ha generado de forma totalmente orgánica y natural. Solamente hay un equipo en el que ha sido, y sigue siendo, necesario aplicar cuotas, el de Tecnología, donde la compañía ha puesto el foco para convertirse en 100% paritaria.

Todo ello ha hecho que Holaluz fuera la primera eléctrica europea en recibir la certificación B Corp, un sello que engloba a más de 2.400 empresas de 50 países y cuyo objetivo es dar visibilidad a compañías que, más allá de generar ganancias económicas, innovan para maximizar su impacto positivo en los empleados, en las comunidades donde sirven y en el medio ambiente. Igualmente, Holaluz es empresa fundadora de Capitalismo Consciente en España, una filosofía que reconoce el innato potencial de los negocios para tener un impacto positivo en el mundo.

\*Cálculos elaborados por Holaluz a partir de datos de la Comisión Europea Acción por el Clima. \*\*Una persona en España usa de media 180 bolsas de plástico al año, cuya fabricación emite 4 gramos de CO2 por bolsa.

**Barcelona, 27 de julio de 2020**