

El Corte Inglés entra en el negocio de gas y refuerza su oferta de servicios

LANZA EL PROYECTO HOGAR360/ La compañía comienza a promocionar su nueva oferta para comercializar de forma conjunta sus servicios de seguridad y energía, que ya cuentan con más de 100.000 clientes.

Nerea San Esteban. Madrid
El Corte Inglés refuerza su músculo en energía y alarmas. La compañía ha irrumpido en el negocio del gas para mejorar la oferta de su comercializadora, Energía El Corte Inglés, y completar así su portafolio de servicios, que ha comenzado a ofrecer de forma conjunta a través de su proyecto Hogar360.

Bajo esta nueva marca, la compañía comercializará de forma conjunta sus servicios de energía, alarmas y teleasistencia. Este mes de septiembre El Corte Inglés ha comenzado un primer despliegue en tienda de este proyecto en cinco centros comerciales, todos ubicados en Andalucía, con la intención de extenderlo a más centros de forma paulatina.

Los servicios son una de las palancas de crecimiento de El Corte Inglés fuera de su negocio más importante, el de *retail*, y en los últimos años ha ganado peso en sus resultados. De hecho, El Corte Inglés cuenta ya con más de 100.000 clientes entre sus tres negocios de servicios (Energía El Corte Inglés, alarmas y teleasistencia, con Sicor).

Se estrena en gas

Un reflejo de la apuesta de El Corte Inglés por el sector energético es su entrada en gas. El pasado mes de abril, la empresa lanzó este servicio bajo el paraguas de Energía El Corte Inglés, que comercializa electricidad desde principios de 2023.

En su estreno en el segmento del gas, la empresa ofrece una sola tarifa (Lúcete Gas) para consumos de menos de 5.000 kWh al año; de entre 5.000 y 15.000



Imagen de un establecimiento de El Corte Inglés donde ya se comercializa la propuesta Hogar360.

kWh; y de hasta 50.000 kWh.

La comercializadora está impulsando la facturación de Telecor, la sociedad con la que la empresa opera en este segmento. Según consta en sus cuentas depositadas en el Registro Mercantil, Telecor, que compra y gestiona la energía de clientes particulares y de empresas del Grupo El Corte Inglés, cerró el ejercicio 2025 con un incremento de la cifra de negocios del 4,6%, hasta los 171,4 millones de euros. Del total, los ingresos por comercialización de energía representan el 96,5%.

El negocio de las empresas del grupo esta disminuyendo frente al crecimiento de terceros: en 2025 el primero representó un 78% de la cifra de negocios de Telecor, frente al 85% de 2024, también influido por el precio de la energía,

MÁS PESO

El Corte Inglés agrupa estos servicios en sus cuentas bajo el epígrafe de “otras líneas de negocio”, que aportaron **250 millones de euros** en ingresos en el último ejercicio. Con su nueva apuesta, la empresa busca elevar su importancia.

que afectó al consumo del grupo.

En su informe de gestión, Telecor detalla que los resultados del año estuvieron muy influidos por la actividad de la comercializadora de energía (Energía el Corte Inglés), da-

do que “ha incrementado la cartera, lo que ha requerido de inversión para la adquisición” de la misma.

“Esto explica parte del incremento del importe neto de la cifra de negocios, así como los aprovisionamientos por la compra de energía, y está muy ligado también con el incremento de las principales líneas de gastos de explotación”, anota la empresa, que detalla que sus resultados negativos “son naturales en las fases de crecimiento en cartera de clientes”.

Las pérdidas de explotación se situaron en 2,6 millones de euros, mientras que el ebitda de Telecor arrojó unos números rojos de 1,98 millones de euros.

Esta cifra “recoge el incremento de la cifra de negocios, pero se ve afectado por el in-

NEGOCIO

● El Corte Inglés está interesado en diversificar sus vías de ingresos y ganar músculo en negocios complementarios al ‘retail’.

● En los últimos ejercicios, la empresa ha ganado peso en el negocio de las alarmas, con Sicor, y en electricidad, con Energía El Corte Inglés.

● Este año, la empresa ha completado su oferta de servicios energéticos con su irrupción el segmento del gas.

● El Corte Inglés ha comenzado a vender en sus centros Hogar360, la marca bajo la que agrupa energía, alarmas y teleasistencia, con más de 100.000 clientes.

cremento en los costes de aprovisionamiento y los gastos de explotación derivados del aumento de cartera de clientes”, detalla Telecor, que arrojó unas pérdidas de 1,3 millones en el ejercicio.

De cara al presente ejercicio, la compañía se ha marcado como objetivo ampliar la actividad de comercialización de energía a clientes, “desarrollando una oferta competitiva, canales de venta presenciales y online y un servicio de atención diferencial”.

Para ello, El Corte Inglés mantendrá su inversión en captación de clientes y elevará la promoción de Hogar360. “Todo ello en un contexto de entorno regulatorio cambiante y complejo”, reconoce la compañía.