

# Repsol contraataca a Iberdrola con una campaña comercial histórica

**REGALA 100 EUROS Y 20 CÉNTIMOS POR LITRO EN CARBURANTES/** Repsol lanza una ofensiva frente a Iberdrola, que se hizo con los clientes de luz de Contigo Energía, y Endesa, que adquirió los de MasOrange.

**Miguel Á. Patiño.** Madrid  
Repsol, primera petrolera en España y cuarta eléctrica, va a iniciar una ofensiva comercial sin precedentes para acelerar su crecimiento en clientes de luz y gas, y consolidar así su estrategia de servicios multienérgica.

El grupo, cuyo consejero delegado es Josu Jon Imaz, inicia esta semana una campaña comercial para captar clientes de forma transversal. Aunque su objetivo es sobre todo aumentar su poder en electricidad, usará el reclamo de los descuentos en otros servicios –sobre todo hidrocarburos– como palanca. De hecho, si un usuario contrata la luz o el gas con Repsol, la compañía le ofrece un saldo de 100 euros en Waylet –su sistema de fidelización y pago–. Además, le ofrece un ahorro de 20 céntimos por litro durante doce meses en los repostajes de cualquier combustible, siempre que el cliente pague a través de la aplicación Waylet.

**Contigo y MasOrange**  
Aunque Repsol ha sido una de las grandes energéticas que más ha crecido en clientes de luz y gas –donde hace apenas diez años su presencia era prácticamente inexistente–, el grupo responde así a los últimos movimientos por parte de los grandes rivales: Iberdrola, Endesa, Naturgy y Totalenergies.



Iberdrola es la primera eléctrica en España. Cuenta con algo más de nueve millones de clientes. Hace unos días, el pasado mes de septiembre, anunció la compra del negocio de comercialización de Contigo Energía (antigua Gesternnova), sumando más de 100.000 nuevos clientes eléctricos.

Previamente, en 2025, también compró el negocio de distribución, comercialización y generación de Electra del Maestrazgo (unos 19.000 clientes). El pasado año, Endesa, la segunda eléctrica en

España (con otros nueve millones de clientes), acordó la compra de la comercializadora de MasOrange, incorporando una cartera de aproximadamente 350.000 clientes.

**Del ‘Totie’ a Naturgy**  
Tanto Iberdrola como Endesa rompían con estas compras un mercado estático en el que las dos eléctricas nunca habían jugado a crecer vía operaciones corporativas en comercialización de luz. Eso había quedado reservado para la propia Repsol, que precisamente se hizo un gran hueco

en el ranking de comercialización eléctrica con las compras de Viesgo, Gana Energía, CHC Energía y ODF Energía.

Con su oferta, Repsol entra ahora en las grandes batallas de descuentos eléctricos –que ya ha aplicado intensamente en el sector de hidrocarburos–. Repsol también responde a los movimientos comerciales de Totalenergies. Este gigante energético francés irrumpió en electricidad hace años con grandes aspiraciones. Después se frenó en seco. Y ahora, desde hace unas semanas, ha resucitado sus

**Repsol responde a Iberdrola, que hace unos días se hizo con 100.000 clientes de Contigo Energía**

**La ofensiva de las grandes eléctricas la empezó Endesa al comprar clientes de luz a MasOrange**

**Totalenergies, durante años parada, ha retomado sus ofertas, y Naturgy está en campaña**

Repsol, primera petrolera en España, ha hecho de la multienérgica su gran estrategia comercial.

ofertas con agresivas campañas, para lo que ha ideado un personaje a modo de mascota: Totie. Totalenergies, que llegó a tener más de un millón de clientes en España en electricidad, cayó hace un año por debajo de los 900.000.

**A por cuatro millones**  
Naturgy, tercera eléctrica, por su parte, lleva días con una masiva campaña institucional en medios. Es, por número de clientes, el verdadero objetivo a batir de Repsol. Naturgy cuenta con algo más de cuatro millones de clientes. En estos

**EN MÁXIMOS**  
La ofensiva comercial de Repsol se produce en plena efervescencia bursátil. El grupo cotiza por encima de 30 euros por acción, en zona de máximos.

momentos, Repsol, según cifras internas, tiene cerca de 3,5 millones de clientes de electricidad y gas en España y Portugal. Pero su objetivo es superar los 4 millones en 2028. La gran palanca que ha impulsado el crecimiento de Repsol en el mercado minorista de la electricidad y el gas es su oferta multienérgica, que permite integrar en una misma propuesta las distintas necesidades energéticas del cliente, desde la electricidad y el gas hasta los hidrocarburos. Es algo que las otras petroleras, en especial Moeve (la segunda) no supieron, o no quisieron, explotar.

Repsol entró en electricidad en 2018, con la compra de los activos de Viesgo, que aportó una cartera inicial de 750.000 clientes. Desde ese momento, fue escalando con crecimiento orgánico, pero sobre todo con adquisiciones. Además de Gana Energía, CHC Energía y ODF Energía, hubo otras menores como Ekiluz, que le ha permitido llegar a diferentes segmentos del mercado.

**Durante todo el año**  
La nueva promoción está dirigida a nuevos clientes que contraten electricidad entre el 15 de octubre y el 31 de diciembre. Los actuales disfrutaban en estos momentos de otro tipo de ventajas y ofertas.