

Endesa e Iberdrola pierden un millón de clientes desde la crisis de Ucrania

El histórico dominio de las dos grandes se debilita y Repsol capitaliza el trasvase

PAULA MARÍA MADRID
El negocio eléctrico en España está experimentando una sacudida silenciosa, pero sin precedentes, que se ha acelerado tras el *shock* de precios de la guerra en Ucrania. Y es que en los últimos tres años, el histórico dominio de Iberdrola y Endesa se ha visto debilitado por una sangría de casi un millón de clientes que, en su mayoría, ha capitalizado Repsol.

La peor parte se la lleva la compañía controlada por la italiana Enel, con un recorte de 700.000 puntos de suministro. Por su parte, la energética presidida por Ignacio Sánchez Galán experimentó una caída de 200.000 usuarios, según el último informe trimestral de cambios de comercializador que ha actualizado la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En el lado opuesto está Repsol, que ha emergido como ganador absoluto del trasvase, al sumar 740.000 puntos de suministro en el periodo.

El supervisor publica esta estadística con casi un año de retraso, de modo que los últimos datos disponibles reflejan la situación al cierre de junio de 2025. Si bien, la salida de clientes de las dos grandes no es un fenómeno coyuntural. El análisis de la serie histórica de la

CNMC realizado por EL MUNDO da cuenta de una erosión progresiva de la posición de los dos grupos líderes en la última década.

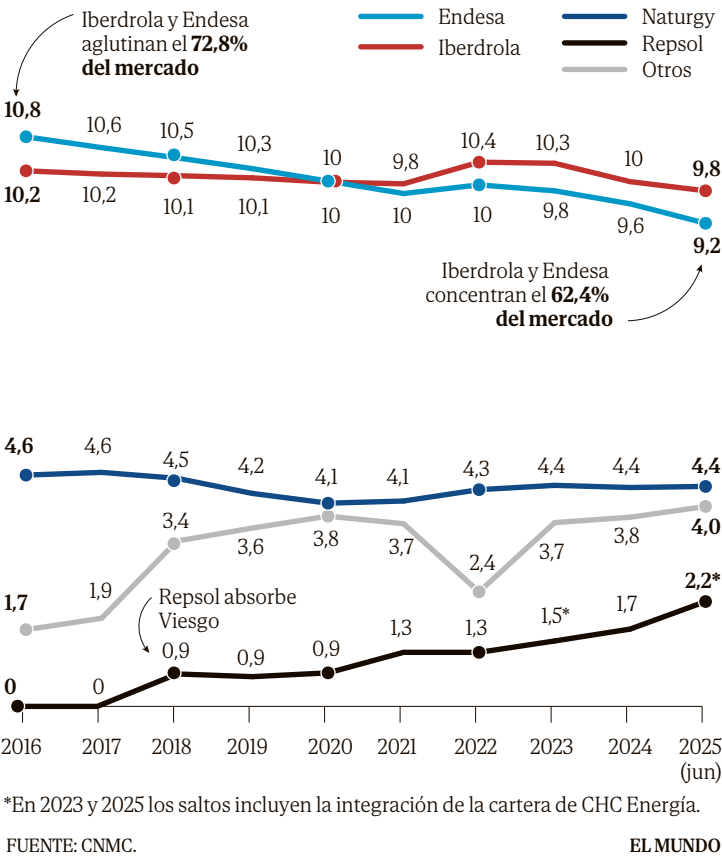
En 2016, Iberdrola y Endesa superaban conjuntamente 21 millones de clientes, copando casi el 73% del negocio. En esos días, el mercado regulado o tarifa PVPC (Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor), que por ley solo pueden ofrecer un puñado de compañías –las más potentes– todavía era un bastión que aglutinaba al 42% de los puntos de suministro eléctrico del país (27% a junio de 2025). Por entonces, las dos grandes asumían un goteo de salidas de clientes manejable por la incipiente competencia de las comercializadoras independientes.

Nueve años después, Iberdrola y Endesa arrastran una fuga de casi dos millones de usuarios, lo que significa que han rebajado su cuota de mercado conjunta por debajo del 63%, casi diez puntos porcentuales menos. Los datos confirman que el goteo es, en realidad, una fuga estructural que se ha acelerado desde la crisis de 2022.

Esto no quiere decir, ni mucho menos, que el oligopolio eléctrico esté herido de muerte. El proceso de liberalización del sector –que se inició a finales de los 90 y se acele-

EVOLUCIÓN DE CLIENTES DE LUZ POR COMPAÑÍA

Cifras en millones de clientes.



ró tras la primera década de los 2000–ha situado a España como el país de la Unión Europea con mayor número de comercializadoras de luz, con una base de 400 firmas. Pese a ello, el español está todavía lejos de ser un mercado atomiza-

Repsol suma 740.000 puntos de suministro en tres años

En 2016, la cuota de las dos grandes era del 73%, frente al 63% actual

do, pues las grandes energéticas verticalmente integradas, incluidas Repsol, Naturgy y TotalEnergies, todavía acaparan mucho más de la mitad de los suministros.

Pero la foto de las cinco grandes sí ha cambiado. En 2016 este *club* lo formaban Iberdrola, Endesa, Naturgy, Viesgo y EDP. En 2025, las dos últimas dejaron paso a Repsol –que compró Viesgo en 2018– y TotalEnergies –que adquirió la cartera de clientes residenciales de EDP en 2020–. Hace nueve años, este grupo mantenía un control absoluto, con el 90% de los puntos de suministro. A junio de 2025, la cuota conjunta de las Big 5 ha caído casi ocho puntos, hasta el 82,2%, en favor de las comercializadoras independientes.

EL ASALTO DE REPSOL

Repsol ha dibujado el crecimiento más meteórico de la historia del sector eléctrico. Por un lado, gracias a una agresiva campaña de compras inorgánicas, la más reciente, la adquisición en 2023 de una participación mayoritaria de la comercializadora de luz y gas CHC Energía, que le propulsó con un repunte de 350.000 nuevos usuarios.

Además, el grupo que dirige Josu Jon Imaz ha exprimido sin complejos su naturaleza de gran petrolera para captar miles de clientes de luz con descuentos directos en su red de gasolineras, lo que ha bautizado como estrategia multienergía. Solo en el segundo trimestre de 2025, Repsol logró un saldo positivo de 104.000 nuevos puntos de suministro.

Endesa e Iberdrola han contraatacado activando nuevas fórmulas para captar y, sobre todo, retener clientes. Por ejemplo, alineándose con grandes telecos. Endesa firmó en noviembre un acuerdo con MasOrange y, el pasado lunes, Iberdrola anunció una alianza con Vodafone España.

La lógica es la misma en ambos casos: que cada socio pueda aprovechar la base de clientes del otro para reforzar su propia cartera vía ofertas y campañas de información. El acuerdo de Endesa incluyó la compra de Energía Colectiva, la comercializadora energética digital de MasOrange, que le ha permitido sumar unos 350.000 clientes que la estadística de la CNMC todavía no ha reflejado.