

La presión comercial arrebató a Endesa e Iberdrola 230.000 clientes de luz en tres meses y Repsol capitaliza la fuga

Www.elespanol.com

3:36 Minutos leídos

755 Palabras

ES



El presidente de Endesa, José Bogas, y el consejero delegado de Repsol, Josu Jon Imaz (d), durante la inauguración del Foro Económico Español 'Wake Up, Spain' 2024. Alberto Ortega / Europa Press

[Alba Pérez](#) Publicada 16 mayo 2025 02:28h

La guerra comercial por los clientes eléctricos se recrudece en el arranque de 2025. La [presión de Repsol y otras comercializadoras independientes](#) se siente con fuerza en el mercado: en apenas tres meses, arrebataron cerca de 230.000 contratos a las históricas líderes del sector, **Endesa e Iberdrola**.

[La compañía dirigida por José Bogas](#) volvió a ser la más golpeada. Entre enero y marzo de 2025, perdió alrededor de **170.000 contratos eléctricos** (además de unos 19.000 de gas). La compañía cerró el primer trimestre con 10.047.000 puntos de suministro de luz, tal y como recoge en sus cuentas trimestrales.

Iberdrola, por su parte, logró contener mejor la fuga de clientes, aunque también registró una pérdida de unos **57.000 usuarios**. De hecho, esa mayor estabilidad **le permitió arrebatarse el liderazgo del mercado a Endesa en 2024** y consolidarlo en el nuevo ejercicio. Actualmente, cuenta con 10.252.000.



Istock

Las comercializadoras de luz independientes cargan contra el veto a las llamadas: "Daña la competencia y al consumidor"

Desde 2023 -con la batalla comercial en pleno auge- **Endesa ha perdido cerca de medio millón de contratos eléctricos**, lo que equivale a un retroceso del 5%, además de 71.000 contratos de gas (-4%).

Iberdrola, aunque en mejor posición, también ha sufrido la presión. En este tiempo **ha cedido unos 221.000 contratos de electricidad** (-2%), si bien ha logrado compensarlo parcialmente con un crecimiento de 31.000 clientes de gas (+2%).

El auge de Repsol

Repsol ha sabido capitalizar la fuga de clientes que registran las grandes comercializadoras eléctricas. En los tres primeros meses de 2025, la compañía capitaneada por Josu Jon Imaz **sumó 127.000 nuevos contratos**, "alcanzando un total de **2.600.000 clientes a marzo, de los cuales más de 1.000.000 cuentan con un plan multienergía**", celebró el CEO de la compañía en la presentación de sus resultados trimestrales.

[Repsol desembarcó en 2018 en el negocio de la comercialización de electricidad con la compra de Viesgo](#). Desde entonces, la compañía ha ido creciendo en este segmento a una velocidad sorprendente, impulsada por adquisiciones estratégicas, como la de [Gana Energía](#), en 2021, o la de [CHC Energía](#), en el verano de 2023.

Ese mismo año lanzó un órdago a [Iberdrola, Endesa y Naturgy con sus Planes Energía](#), que le ha permitido captar nuevos clientes hasta ahora. Se trata de una oferta que combina suministro de luz y gas con descuentos integrados en otros productos y servicios de la compañía, como carburantes o puntos de recarga eléctrica.

En su último informe del mercado, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ya sitúa a Repsol como el grupo que más ha crecido en número de clientes en los últimos tres años. Recientes datos publicados por el organismo -que por su decalaje aún corresponden al primer semestre de 2024- señalan que la petrolera sumó más de 104.000 puntos de suministro en ese periodo. En el mismo *ranking* aparecen también **TotalEnergies**, con un aumento de 37.000 clientes, y, entre las comercializadoras independientes, **Octopus Energy**, el **Grupo MásMóvil y Plenitude**, con crecimientos respectivos de 107.000, 35.000 y 33.000 contratos.

Fin de las llamadas comerciales

En medio de esta intensa guerra por ganar clientes, **el sector se prepara para un cambio normativo de calado**. El Gobierno publicó el año pasado un proyecto de **Real Decreto para actualizar el reglamento de suministro y contratación** de energía eléctrica que incluye, entre otras medidas, la prohibición de las llamadas comerciales para captar clientes, salvo que exista una petición expresa del consumidor.

La propuesta ha generado un fuerte debate. Las grandes comercializadoras ven en esta medida una herramienta necesaria para luchar contra el fraude y las prácticas agresivas. Pero las comercializadoras independientes la consideran un "desastre para la competencia" y un "perjuicio final para el consumidor".



[Las eléctricas lanzan una ofensiva para captar clientes en 2025 con ofertas hasta un 14% más baratas que el PVPC](#)

De hecho, [en una entrevista con EL ESPAÑOL-Invertia, Víctor Hernández, entonces presidente de la Asociación de Comercializadores Independientes \(ACIE\)](#), advirtió que las empresas que pueden invertir más en publicidad son aquellas que ya tienen una base sólida de clientes, de modo que la norma impediría a las pequeñas comercializadoras dar a conocer atractivos productos por la falta de recursos económicos.

[La CNMC avaló en noviembre del año pasado la propuesta del Ejecutivo](#), defendiendo que limitar la captación telefónica contribuirá a proteger a los consumidores de llamadas fraudulentas y a reforzar su derecho a una contratación segura e informada.

1. [Repsol](#)
2. [Endesa](#)
3. [Iberdrola](#)
4. [Gas](#)
5. [Guerra comercial](#)
6. [Luz](#)

7. [Energía - Consumo](#)

8. [TotalEnergies](#)