

## **REPSOL IMPULSA SU CANAL MÓVIL DE PAGO WAYLET CON LA COMPRA DEL 70% DE KLIKIN**

- **La operación se enmarca en la estrategia de crecimiento de los negocios digitales de Repsol y permitirá impulsar su aplicación Waylet, para convertirla en un referente en pago y fidelización.**
- **Gracias a este acuerdo, Waylet evolucionará hacia un medio universal de pago con teléfono móvil, que se podrá utilizar más allá de las estaciones de servicio de la compañía energética.**

Repsol ha adquirido un 70% de participación en Klikin, una startup que ha desarrollado una plataforma digital de reserva, pago y gestión de promociones para conectar a negocios locales con sus clientes. Esta operación se enmarca dentro de la estrategia de crecimiento de los negocios digitales de Repsol y permitirá impulsar su aplicación Waylet, para que se convierta en un referente en pago y fidelización para todo tipo de comercios y crecer internacionalmente.

Repsol y Klikin han identificado una oportunidad estratégica común que se ha concretado en un acuerdo que permitirá evolucionar Waylet hacia un medio universal de pago con teléfono móvil, que se podrá utilizar más allá de las estaciones de servicio de la compañía energética. La startup integrará su negocio actual, dedicado a la comercialización en el sector de la restauración de una plataforma para la gestión de pedidos, promociones y reservas, con la nueva versión de Waylet.

Repsol está en un proceso permanente de transformación y adaptación de sus modelos y formatos, con el objetivo de aumentar la diferenciación y aportar más valor y satisfacción a sus clientes. Con este acuerdo, la compañía lidera un modelo de relación, interacción e impulso de negocios con startups completamente innovador en el mercado español, para responder con agilidad a las nuevas expectativas del consumidor.

Para Antonio Calçada, Director Ejecutivo de Marketing de Repsol: “estamos inmersos en un proceso de transformación que implica cambios en cómo pensamos y ejecutamos nuestro negocio para mejorar la relación que tenemos con nuestros clientes. Con esta filosofía, buscamos ampliar las utilidades de nuestra plataforma de pago Waylet más allá de las estaciones de servicio. La unión de nuestros recursos y nuestra capacidad de innovación a los de una startup ágil y dinámica como Klikin nos permitirá este salto cualitativo que necesitan los clientes. Somos un proveedor global de soluciones energéticas para la movilidad y buscamos poder ofrecer todos los servicios que necesiten y demanden nuestros clientes, estableciendo un nuevo modelo de creación de valor añadido, con la ambición de reinventar la movilidad tal y como la entendemos hoy”.

En palabras de Gustavo García Brusilovsky, fundador y CEO de Klikin, “el apoyo de Repsol supone un plus de motivación y nos permite y exige ser más ambiciosos. Las plataformas de pago con móvil tienen un gran potencial de mejora y nuestra intención es seguir desarrollando herramientas que aporten un valor añadido y sin limitaciones para el usuario final”.

## **Aplicaciones de movilidad**

Repsol lanzó a mediados de 2017 Waylet, una aplicación que facilita los pagos a través del móvil en sus estaciones de servicio y permite interactuar con sus clientes para ofrecerles descuentos y promociones personalizadas, recomendaciones sobre rutas e información práctica.

Waylet incorpora lo último en innovación tecnológica y permite pagar con el móvil en cualquiera de las estaciones de servicio de Repsol de una forma rápida y cómoda, incluso en muchos casos sin bajar del coche.

La compañía también ha tomado participaciones accionariales en las plataformas colaborativas WeSmartPark y DriveSmart, empresas españolas punteras en el desarrollo de herramientas digitales de movilidad. WeSmartPark conecta plazas vacías y conductores que buscan aparcamiento y DriveSmart comparte, a través de su app gratuita, retos y recompensas con sus usuarios para premiar la conducción segura.

## **Acerca de Klikin**

Creada por Gustavo García Brusilovsky, Klikin ha perseguido siempre dar el conocimiento y control de sus clientes a los comercios de calle a través de herramientas tecnológicas. Su producto más exitoso nace en 2016, cuando desarrolla una app y web personalizada para que el sector de la restauración pueda gestionar sus pedidos y reservas, así como sus clientes con programas de lealtad y campañas de marketing. De esta forma los comercios de restauración pueden complementar el tráfico que les llega de otros canales, gestionando sus clientes más habituales de forma directa.