

## **Las estaciones de servicio de bajo coste continúan en auge**

### **El número total de esta clase de establecimientos se mantiene al alza en comparación con los negocios clásicos**

El auge de las franquicias low cost dedicadas a la venta y distribución de carburante mantiene un ritmo de crecimiento positivo en España, consiguiendo cada vez más cuota de mercado en comparación con el modelo más tradicional que dominaba este segmento de actividad hasta hace relativamente poco.

Según los últimos datos anuales oficiales, el crecimiento absoluto fue un 2,2% superior al año anterior (periodo 2014-2015), situándose el total nacional muy cerca de los 11.000 establecimientos. La irrupción de este modelo de negocio ha permitido alcanzar unos niveles de crecimiento impensables hace poco tiempo.

Así, las franquicias low cost van ganando poco a poco cuota de mercado en detrimento de las grandes marcas más tradicionales, como por ejemplo Repsol, Cepsa, Petronor, Galp o BP.

Según hizo público la Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP), con la subida de un 2,2% de esta clase de establecimientos, el total absoluto creció en 235 estaciones, lo que supone una cifra récord para el sector desde el año 2009.

A diferencia de aquel año, las auténticas responsables de este notable aumento son las estaciones de servicio alternativas. En cifras concretas, esta opción ha pasado de 2.130 surtidores a 2.400 repartidos por todo el territorio nacional, lo que implica un aumento del 13%, el mayor crecimiento de la historia de este campo.

Los motivos para explicar el crecimiento de este modelo son variados, pero los expertos apuntan hacia un tipo de negocio diferente como es el autoservicio o 'gasolineras desatendidas';.

Es importante también destacar en este momento el aumento de las gasolineras que se encuentran ligadas a grandes superficies o hipermercados, como pueden ser Carrefour, Eroski o Alcampo. Algo parecido ocurre también con las cooperativas que siguen creciendo y han conseguido alcanzar los 575 puntos de venta a nivel nacional.

En cambio, los operadores tradicionales han sufrido un ligero retroceso en comparación con años anteriores. En concreto de un 0,4% menos hasta las 6.361 estaciones.

Por lo tanto, las franquicias de bajo coste comienzan a hacerse un hueco importante en un sector que

hasta hace poco había sido dominado por las grandes empresas. Está por ver si en los próximos años se confirma esta tónica o si por el contrario se estanca el crecimiento de esta alternativa.

**Datos de contacto:**

Saul

Nota de prensa publicada en: [Pamplona](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Viaje](#) [Emprendedores](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>