

El futuro ya está aquí para las estaciones de servicio



MARÍA ORTIZ LÓPEZ-CÁMARA
Secretaria General
Operadores Independientes
del Sector Energético
UPI

En los últimos años, el modelo de negocio de las estaciones de servicio ha venido evolucionando, impulsado por la transición energética, la competencia, los hábitos ciudadanos y los avances tecnológicos. Así, las estaciones de servicio van avanzando hacia una oferta energética diversificada, que incorpora un abanico completo de productos y servicios, en un entorno cada vez más sostenible y digital, consolidándose como centros de movilidad integral para profesionales y particulares y orientadas a ofrecer una experiencia completa a los clientes.

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN TODAS SUS VERTIENTES

Impulsadas por las exigencias regulatorias y la demanda, las estaciones de servicio van introduciendo energías renovables en su cartera de productos. Al mismo tiempo, en respuesta a la sensibilidad social, van incorporando en su construcción y funcionamiento elementos que contribuyen a la sostenibilidad medioambiental como paneles solares, recuperadores de energía, luces led de bajo consumo y materiales reciclables o de bajo impacto, reduciendo de esta forma su impacto medioambiental.

De forma constante y relativamente rápida, se va extendiendo la oferta de HVO puro en estaciones de servicio, dirigida tanto al transporte profesional a través de acuerdos para flotas, como a particulares. A 31 de agosto de 2025, este producto se comercializaba en más de 1.100 estaciones de servicio peninsulares. De hecho, la cuota de combustibles renovables, ya sea mediante mezcla o en estado puro, será cada vez mayor con los porcentajes mínimos previstos en el Proyecto de Real Decreto de fomento de los combustibles renovables.

Crece también de manera sostenida y rápida la red de infraestructuras de recarga pública en España: 54.794 puntos operativos a 1 de mayo según AEDIVE con una subida del 9,58 % respecto al 31 de diciembre de 2025 y algo menor en lo que respecta a la recarga ultra rápida (por encima de 350 kW). No obstante, existen otros 17.000 puntos de recarga inactivos a la espera de conseguir la conexión a la red eléctrica y las autorizaciones administrativas pertinentes, lo cual supone que cerca del 23 % del total de la red está fuera de servicio.

Las redes de nuestras compañías asociadas reflejan un grado apreciable de incorporación de combustibles renovables a su oferta de productos energéticos, incluyendo además de mezclas, HVO 100 % y recarga eléctrica, GLP para automoción, considerado combustible alternativo y para el transporte pesado, GNC y GNL, también considerados combustibles de transición.

DIGITALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

La digitalización está cambiando tanto la manera de gestionar las estaciones de servi-

cio como la forma en que nos abastecemos de combustible y utilizamos las instalaciones de una estación de servicio.

En esta tendencia se enmarcan los sistemas de gestión centralizada que ayudan a optimizar los suministros, el autoservicio que permite ampliar el horario de apertura, los sistemas de pago avanzados (*contactless*) y las *apps* móviles que permiten a los usuarios repostar, pagar, consultar su historial de consumo y acceder a promociones exclusivas, así como mejorar la seguridad del repostaje frente al fraude, un servicio muy demandado por el sector profesional. Las tarjetas de combustible para clientes profesionales van asociadas a plataformas digitales que permiten un control más eficaz del gasto en combustible mediante estadísticas, la posibilidad de limitar el consumo, la geolocalización y la facturación automática. Estas tarjetas de combustible dan acceso a una amplia red de estaciones de servicio en otros países europeos donde los usuarios pueden beneficiarse de las mismas ventajas.

La automatización, además de ser esencial para el autoservicio, mejora la seguridad y la eficiencia de las instalaciones, reduciendo los tiempos de espera y optimizando la atención al cliente.

LA ESTACIÓN COMO HUB DE SERVICIOS

Hace tiempo que el sector percibió el potencial del llamado *non-oil* (la parte no energética del negocio) y empezó a desarrollarlo. Hoy en día, en que el *non-oil* es una parte esencial de la cuenta de explotación, los hábitos de consumo, las nuevas tecnologías y la forma de urbanizar el territorio, entre otros, abren un campo con múltiples posibilidades tanto para el cliente particular como para el profesional.

La estación de servicio actual se plantea como un punto de atención integral a particulares y profesionales en sus desplazamientos, con una amplia gama de productos y servicios asociados a la movilidad. Existen centros de transporte diseñados para facilitar el acceso de vehículos pesados con calles más anchas y surtidores adaptados y para atender las necesidades de los clientes profesionales con servicios como zonas de descanso con wifi, baños y duchas, cafetería y *vending*, lavaderos automáticos y manuales, mantenimiento ligero del vehículo (revisión de neumáticos, niveles, etc.), parking seguro para camiones y tiendas de conveniencia con productos frescos y comida rápida.

La oferta comercial de las estaciones de servicio se extiende a productos y servicios de conveniencia o proximidad no asociados a la movilidad, como puntos de recogida y devolución de pedidos por Internet, regalos, productos de primera necesidad, etc. Se busca además compensar y aprovechar los tiempos de espera de la recarga eléctrica, ofreciendo a los usuarios espacios de trabajo, descanso y esparcimiento.

En definitiva, el futuro de las estaciones de servicio pasa por convertirse en espacios sostenibles, inteligentes y centrados en las necesidades de los clientes.



Tribuna publicada
en edición especial
35 aniversario
Revista Carburol