



Entrevista con Moiz Vaz: "Los minoristas pequeños están ganando la batalla del servicio al cliente"

PetrolPlaza habla con Moiz Vaz, operador de estaciones de servicio y fundador de Retail's Best Forecourt & Convenience Partners, sobre el próximo evento, el desarrollo del mercado británico, el aumento de servicios de recarga para vehículos eléctricos y la disrupción digital.

El 21 de marzo, unos 250 operadores de estaciones de servicio y tiendas de conveniencia de Reino Unido, representando 3.500 estaciones, junto con proveedores pioneros y expertos del sector, se reunirán para la próxima entrega de Retail's Best Forecourt & Convenience Partners en Chateau Impney, Worcestershire.

Q. ¿Cuáles son las ventajas de tener un evento "de los minoristas para minoristas"?

Desde el lanzamiento de Retail's Best en 2014, nuestra reputación en la red de operadores ha crecido considerablemente. Yo mismo, el equipo y nuestra red de contactos (que incluye a algunos de los principales operadores minoristas del país) comprendemos perfectamente los obstáculos a los que se enfrentan los minoristas y los operadores de estaciones de servicio al operar su negocio y lo que se requiere para adaptarse a los cambios del panorama. Una ventaja clave de Retail's Best es que podemos elegir cuidadosamente a los proveedores más actuales y de mayor relevancia en ese momento, para que participen en nuestro evento.

Q. Un año después de la feria del año pasado, ¿ha habido algún acontecimiento clave en el mercado británico de estaciones de servicio durante su periodo?

Una novedad clave desde el evento del año pasado es que una importante marca ha entrado en la cadena de suministro para la carga de vehículos eléctricos, lo que tiene implicaciones interesantes para seguir avanzando en esta área. Estamos asistiendo a una creciente consolidación del sector con fusiones y adquisiciones y el reto de garantizar que las estaciones de servicio sigan siendo un destino principal sigue siendo un desarrollo clave, con operadores que buscan todo tipo de ideas diferentes para seguir siendo convenientes, bien equipados y receptivos a las demandas de los clientes. Podemos ver una influencia real del vending, especialmente para los operadores pequeños y medianos con espacios limitados, para ofrecer ahora una gama de servicios a través de una

plataforma de vending.

Q. La instalación de estaciones de carga para vehículos eléctricos en las gasolineras fue uno de los temas clave del evento del año pasado. ¿Cómo se ha desarrollado ese mercado a lo largo del año?

Los tiempos de carga se están reduciendo: la tecnología está ahí, pero aún no se ha desplegado en las estaciones de servicio. Lo que estamos viendo, sin embargo, es que la tecnología está en continuo y rápido desarrollo. Ahora también tenemos una solución de marca que ha entrado en el mercado desde que BP adquirió Chargemaster. Esto demuestra un movimiento audaz de una compañía petrolera para asegurar su lugar como proveedor de combustible para el futuro. Los nuevos coches que salen al mercado están mejor adaptados para garantizar que están preparados para las nuevas velocidades de las soluciones de carga de vehículos eléctricos. Está muy bien que la gente hable de tiempos de carga más rápidos, pero para que funcione, necesitamos la solución de carga rápida más los coches que pueden llevar la carga rápida. Ambos deben estar en su lugar para poder beneficiarse. También estamos viendo a algunos de los mayores fabricantes de automóviles que acuden a Retail's Best para escuchar cómo la industria está tratando de posicionarse para responder a la carga de los vehículos eléctricos. Ese es un cambio importante este año. Todavía hay mucha confusión y dudas por parte de los detallistas de la gasolina de buena calidad en cuanto a cuándo es el momento adecuado para dar el paso de introducir un punto EV en su sitio. El hecho de que BP ofrezca ahora una solución con EV contribuye en gran medida a ello. Los distribuidores de gasolina estarán interesados en saber más sobre su oferta - BP Chargemaster tiene una gran cantidad de información y los asistentes de este año encontrarán muy valioso aprender sobre su estrategia y plan para el camino a cero.

Q. Dos nuevos socios para Retail's Best 2019 son BP Retail y BP Chargemaster. ¿Qué significa para el evento contar con la presencia de dos empresas de BP?

Esto demuestra que nuestro formato está establecido. BP reconoce el valor de Retail's Best para transmitir sus mensajes clave a la audiencia adecuada y estamos encantados de tener una marca tan grande asociada en dos categorías clave este año, especialmente porque han elegido nuestro evento para lanzar BP Chargemaster al sector".

Q. El tema clave de este año será el impacto digital en la estación de servicio. Las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y las soluciones en la nube están cambiando la forma en que los minoristas operan su negocio. ¿Espera que la industria se adapte rápidamente a estos cambios? ¿Tendrá un impacto negativo en los pequeños minoristas que no tienen los recursos para adaptarse tan rápido como los grandes MAC?

Como industria, tenemos que examinar la tecnología con mucho cuidado y no sólo introducirla por el bien de la misma. Tenemos que volver a lo básico y hacer algunas preguntas fundamentales.

¿Agrega valor a mi(s) sitio(s) y si lo hace, entonces cómo lo abrazamos y lo desplegamos fase por fase? Si hacemos esto, entonces veremos un cambio más progresivo y rápido en nuestros negocios. Necesitamos que los proveedores de tecnología, que son actores gigantes en nuestro sector, busquen sus soluciones y adapten lo que están haciendo para ser compatibles e integrarse en la infraestructura de nuestros sitios. Hay muchas buenas ideas, pero como industria, no estamos preparados para poder usar la mayoría de ellas en nuestros negocios. Curiosamente, muchos de los pequeños minoristas que no tienen los recursos para adaptarse tan rápido como en el extranjero o las grandes empresas siguen ganando en servicio al cliente, simplemente escuchando a sus clientes locales y respondiendo a sus necesidades actuales.

Q. Las fusiones y adquisiciones siguen siendo una tendencia importante en el mercado británico de abastecimiento de combustible. ¿Espera que esto continúe?

Sí. Conversaciones recientes con algunas de las grandes compañías petroleras sugieren que son muy agresivas en la búsqueda y compra de nuevos sitios. Muchos de los grupos más grandes siguen buscando sitios más grandes y muchos minoristas y operadores que han vendido recientemente sus negocios ya han comenzado a comprar nuevos sitios de nuevo y están "de vuelta en el juego". Entonces, ¿cuál es la atracción? Les encanta el 'buzz'. Esto demuestra que hay vida en este mercado y que todavía hay muchas oportunidades.

Q. El Reino Unido es uno de los mercados más desarrollados en términos de oferta de conveniencia en las gasolineras, donde la comida para llevar es una de las principales fuentes de ingresos. ¿Qué es lo que hace que el mercado británico sea tan dinámico en este segmento?

Los operadores independientes que son verdaderos empresarios contribuyen al sector con su dinamismo. Pueden utilizarlo como trampolín para probar y experimentar con nuevas ideas. Pueden responder y adaptarse con relativa rapidez a las necesidades del mercado, ya que no tienen capas de burocracia. A diferencia de Europa, no tenemos una cultura de pasar unas horas sin prisa poniéndonos al día con la familia y los amigos después del trabajo, compartiendo comida y bebida juntos. Por el contrario, en el Reino Unido, todo el mundo tiene prisa, no hay tiempo para detenerse, todo el mundo está haciendo varias cosas a la vez. Necesitamos atender a estas personas ocupadas que demandan y buscan otras áreas para satisfacer sus necesidades dietéticas, ya sea vegetariano o sin gluten. Y ahí es donde entra el vending, ofreciendo una solución donde el espacio es una limitación en la mayoría de estos sitios en nuestro país. Las salas de comidas siguen siendo consideradas como un nicho en el Reino Unido y la comida para llevar tiene un papel importante que desempeñar. Es un buen conductor de pasos y es fundamental que nos aferremos a ese paso en nuestras estaciones de servicio respondiendo a las necesidades de los clientes. Ese es el mensaje clave de Retail's Best.