

# Petrol PLAZA

## El mercado global de tiendas de conveniencia aumentará en \$1.100 millones

Los formatos de conveniencia son uno de los pocos canales físicos de venta al por menor que han logrado un fuerte crecimiento.



© iStock

Se prevé que el mercado global de tiendas de conveniencia aumente un 30% (equivalente a 1.109.000 millones de dólares) en los próximos tres años hasta alcanzar los 4.902.000 millones de dólares en 2022, lo que representa una participación del 22% de todo el gasto minorista mundial, según GlobalData.

Los formatos de conveniencia son uno de los pocos canales físicos de venta al por menor que han logrado un crecimiento impresionante, pero la intensificación de la competencia y la innovación en las propuestas de entrega en línea está obligando a los proveedores de servicios de conveniencia a introducir nuevos conceptos para asegurar su presencia.

"A pesar de la exposición de Magnit de Rusia y Sainsbury del Reino Unido al mercado de conveniencia, sus resultados poco brillantes anunciados la semana pasada indican, entre otros defectos en sus estrategias y duras condiciones de venta al por menor, que incluso operar en un canal ganador no puede salvaguardar el paso. Sainsbury's ha identificado la necesidad de innovar, con la prueba de la apertura de su nueva tienda Scan and Go en Londres esta semana, pero esto está muy lejos del nivel de transformación que estamos viendo en Asia", dijo Honor Strachan, Analista de Ventas al por Menor de GlobalData.

El report 'Global Convenience Stores Retailing' de GlobalData revela que Asia Pacífico es la región más grande y de más rápido crecimiento en el mercado de conveniencia, con una CAGR pronosticada del 10,6% para el período 2017-2022.

Auchan Minute, BingoBox, 7-Eleven, FamilyMart y Lawson son sólo algunos de los minoristas de la región que invierten en tiendas no tripuladas, cajas registradoras, estanterías inteligentes, personalización, opciones de pago automatizadas y entrega a domicilio.