

## Q&A con Ballenoil: "Abriremos 90 estaciones en tres años"

**Hablamos con Laura Pinto, Directora de Comunicación en Ballenoil, sobre el reciente crecimiento de la empresa, sus planes de expansión de la red minorista para los próximos tres años y sus medidas para mitigar el impacto de la actual crisis energética en la UE sobre sus clientes.**



Laura Pinto | © Ballenoil

*Más de una década después de pasar de ser un operador de lavado de coches a una marca de venta de combustibles, Ballenoil hoy se consolida como uno de los jugadores de mayor evolución en el mercado español. Actualmente su red de comercio consta de un total de 177 emplazamientos con una proyección de crecimiento que involucra la apertura de 90 nuevas estaciones en los próximos tres años. PetrolPlaza dialogó con Laura Pinto, Directora de Comunicación de la empresa, sobre las oportunidades de crecimiento de la compañía y cómo enfrenta los desafíos producidos por la crisis energética en Europa.*

**Tras casi 12 años de su transición del negocio de lavado de autos al de las estaciones de servicio, ¿cuál es el balance general de este cambio?**

Tras nuestra primera estación en 2010, el crecimiento de Ballenoil ha sido continuo intentando llegar a las zonas donde apenas existía competencia en el sector de la venta al por menor de carburante. Fuimos los primeros en traer a España un modelo que estaba muy extendido por Europa como son las estaciones de servicio automáticas, pero que en nuestras fronteras no se conocía.

Pronto la eficiencia de este modelo sumado a la rapidez y el buen servicio provocó que ideásemos un plan estratégico de expansión para llegar a todas las provincias de España. Así, después de 12 de años operando en este mercado podemos decir que estamos en casi todas las Comunidades Autónomas y contamos con una red de más de 177 gasolineras, superando a otros operadores

tradicionales.

## **¿Cuál es su visión del mercado en medio de la crisis por el suministro de energía que atraviesa Europa?**

Dado el contexto de crisis energética en la que nos encontramos, con una inflación no vista desde hace décadas, creemos que nuestras estaciones tienen un papel muy relevante durante los próximos años. Gracias a la eficiencia de nuestro modelo, podemos ajustar los costes para trasladar ese ahorro al consumidor ofreciéndole precios más bajos que las grandes superficies y un carburante de calidad a un menor precio.

## **Según un informe de la Organización de Consumidores y Usuarios de España del año pasado, el negocio de las estaciones low-cost en España registró un alza relevante en cuanto a ventas. ¿Cómo reacciona Ballenoil ante el aumento de conductores que prefieren combustibles más baratos?**

La situación actual de subida de los precios, ya no solo en carburante sino en general, ha generado que los clientes se dirijan a las estaciones de repostaje más económicas posibles para hacer más sostenible su día a día. Aunque hemos mantenido un incremento progresivo cada año en repostajes, sí que hemos notado un aumento de suministros en las analíticas. Lo que entendemos es que el impacto que está produciendo la situación ha aumentado la presencia de clientes en nuestras estaciones.

Todo hace indicar que los precios continuarán aumentando durante los próximos meses, por eso en Ballenoil nos hemos propuesto ajustar los costes al máximo para intentar contener en la medida de lo posible que este incremento llegue al consumidor final. Además, desde el departamento de marketing estamos trabajando y destinando presupuesto para ayudar con carburante a los clientes más fieles a través de nuestra app Ballenoil Easy Fuel.



## **¿Cuál es el lugar que ocupan los retailers medianos en el mercado español actual?**

El sector de la venta al por menor de carburante en España ha sido un mercado controlado por unas pocas empresas hasta 2010, que fue cuando comenzamos a operar. A partir de ese momento, el sector se ha abierto y cada día las estaciones como las de Ballenoil van ganando cuota de mercado. Y este crecimiento es gracias a que el consumidor ha encontrado en nuestras estaciones valor tras la

experiencia que tiene el cliente cuando está en la estación.

### **¿Cómo planean lograr su meta de abrir 90 estaciones en los próximos tres años?**

El plan que nos hemos marcado para los próximos tres años está basado en la necesidad de muchos consumidores de optar por alternativas de repostaje a las tradicionales. Fruto de esa demanda hemos acelerado nuestro plan de expansión para llegar a todas esas personas. Además, seguimos trabajando en mejorar la atención al cliente y potenciar los productos y servicios.

### **¿Cómo ha sido la evolución a lo largo de los años de su modelo de estaciones automáticas? ¿Qué novedades implementaron en el último tiempo?**

Nosotros contamos con personal en las estaciones de servicio. Trabajamos en optimizar al máximo los recursos que tenemos para que los clientes salgan de la estación teniendo una buena sensación y quieran volver a repostar con nosotros.

En Ballenoil consideramos que somos una empresa tecnológica, disruptiva y que se adapta a las demandas de sus clientes, por eso apostamos por la innovación en todas las áreas. Fruto de ello ha sido 'Ballenoil Easy Fuel', la primera app desarrollada para pagar a través del móvil; 'DNI & GO', un novedoso sistema de pago a través del Documento Nacional de Identidad, donde no hace falta ni billetes, ni efectivo, ni móvil, ni conexión a internet, todo se hace directamente en el surtidor de una forma cómoda y fácil.

Como nos gusta la innovación, quisimos incorporar un tercer producto extra aditivado. En 2018 se suma a Ballenoil el Diesel Excellent Plus que se aditiva directamente en el propio surtidor que nos convierte en pioneros en el mercado de este sistema. Además de los servicios disponibles en Ballenoil, el centro de atención al cliente ha dado un giro de expansión y este año se ha incorporado un nuevo sistema para gestionar de una manera más rápida y eficaz las incidencias que pudieran ocurrir en las estaciones.

### **¿Qué otras oportunidades están evaluando para el crecimiento de sus operaciones en medio de la transición de las estaciones de servicio a centros de movilidad?**

Nuestras estaciones están ubicadas en puntos estratégicos de las ciudades. Por ello, pensamos que, con la transición del sector, nuestras estaciones servirán para acompañar al consumidor en este cambio tan importante. Para ello, nos hemos aliado con grandes empresas que apuestan por la movilidad eléctrica como son Endesa o Iberdrola y podrán encontrar puntos de carga eléctrica en un gran número de estaciones de Ballenoil.

### **¿Cuáles son los desafíos a futuro para el crecimiento de Ballenoil?**

El principal desafío al que nos enfrentamos a corto plazo es la subida desmesurada de los precios y donde tenemos a un gran equipo trabajando y analizando la situación para seguir manteniendo los costes y que no repercutan a nuestros clientes.

Por otro lado, creemos que aún queda mucho recorrido para el repostaje de carburantes tradicionales, pero estamos preparados para adaptarnos según vaya transformándose el ecosistema.