

# Mobility Plaza®

## El impacto de la movilidad urbana en las estaciones de servicio

El papel de los puntos de venta de combustible en las zonas urbanas está siendo puesto a prueba por las normativas contra el automóvil, la mejora del transporte público y un ecosistema de movilidad compartida. ¿En qué situación quedan las estaciones de servicio?



La era de las gasolineras como lugares centrados en los vehículos que suministran combustibles líquidos está llegando a su fin. Los cambios en el comportamiento de los consumidores y las nuevas tecnologías están allanando el camino hacia los centros de venta al por menor y movilidad. La alteración del negocio de un minorista dependerá enormemente de la geografía: las gasolineras de carretera se convertirán en destinos multienergía con una gran oferta de alimentación, mientras que los emplazamientos en zonas urbanas tendrán que apostar por el comercio minorista y la movilidad.

Los minoristas que operan en zonas urbanas están estudiando cómo adoptar un enfoque centrado en el cliente que se adapte a las últimas tendencias: logística de última milla, movilidad avanzada, economía colaborativa y oferta multienergética. Marcas como Shell, BP y Total están invirtiendo en

sistemas de recarga rápida, micromovilidad y suscripción a vehículos eléctricos, normalmente como mejoras y complementos de sus carteras de estaciones de servicio.

Un nuevo [estudio de Juniper Research](#) señala a Berlín como una ciudad puntera por su interés en mejorar sus infraestructuras de transporte, por ejemplo con la aplicación de movilidad como servicio (MaaS) Jelbi, que aúna transporte público y privado.

"Europa, como cuna del MaaS, ha sido testigo de un importante desarrollo y despliegue del concepto en los últimos años. Como tal, el tránsito en las principales ciudades inteligentes europeas es una parte central de las futuras estrategias para el desarrollo de ciudades inteligentes - las ciudades que aspiran a seguir este enfoque deben adoptar un método coordinado para el tránsito, abrazando los beneficios de MaaS en la reducción de la congestión", comentó el coautor de la investigación Nick Maynard.

Con una estrategia agresiva para sacar los automóviles de las ciudades europeas, un floreciente ecosistema de movilidad compartida y un aumento del reparto de última milla, ¿dónde deja esto a los operadores de estaciones de servicio?

"A corto plazo, esperamos que los minoristas de combustible desplieguen definitivamente estaciones de e-scooter y uso compartido de bicicletas, posibles estaciones de carga o intercambio de baterías y, posiblemente, de mantenimiento para estos vehículos", explica el Dr. Markus Hagenmaier, Director Asociado de Innovación en Movilidad y Digitalización de Boston Consulting Group (BCG).

En 2020, Aral presentó en Berlín su primera estación urbana del futuro: una gasolinera multifunción que utiliza una "microrred" y cuenta con una tienda de conveniencia. El emplazamiento incluía puntos de recarga, estaciones de intercambio de baterías y e-scooters. Uno de los factores clave de este nuevo concepto es el desarrollo de Jelbi en Berlín.

Los analistas, como BCG, coinciden en que el centro de movilidad moderno puede incorporar una serie de opciones, como un punto de cambio de baterías para bicicletas eléctricas, bicicletas de carga y vehículos pequeños, compartir e-scooters y bicicletas, puntos de recarga ultrarrápida de VE para autos y furgonetas pequeñas, instalación de conexión de paquetería y una buena conexión con el transporte público (tranvía, metro, autobús, tren). Las visiones futuristas sobre el futuro de estas ubicaciones incluyen puntos de aterrizaje de taxis aéreos, centros de mantenimiento para taxis autónomos y repostaje robotizado.



Muchos operadores se preguntan si añadir estos servicios tendrá realmente un impacto positivo en sus ingresos. Con el combustible y el tabaco perdiendo valor, ¿cómo pueden maximizar sus bienes inmuebles?

"Aunque probablemente sea demasiado pronto para saber si los centros de movilidad pueden ser desplegados de forma rentable a gran escala por un gran minorista que sea responsable de todas las inversiones, sin duda puede ser rentable si los minoristas optan por actuar principalmente como arrendadores de los proveedores de movilidad. Además de la rentabilidad pura, los minoristas tendrán que moverse en esta dirección en sitios seleccionados para defender y hacer crecer su negocio principal en torno al repostaje/carga, la tienda de conveniencia y para desbloquear oportunidades de ingresos adicionales atrayendo a más clientes a sus propias ubicaciones", dice Hagenmaier.

Minoristas innovadores como TanQyou siempre vieron sus estaciones como parte de una propuesta de movilidad más amplia. Esta red de estaciones no tripuladas de los Países Bajos vio una oportunidad y desarrolló sus propios productos MaaS. Con su aplicación, el cliente puede pagar el combustible, encontrar aparcamiento, conectarse a un cargador de vehículos eléctricos, utilizar el transporte público y otras opciones de transporte de última milla, como las bicicletas. Las plataformas inclusivas que ofrecen a los clientes una experiencia sin fisuras serán una característica importante del ecosistema de movilidad del mañana, y minoristas como TanQyou lo han entendido.

Cuando se le pregunta por el papel de la tecnología en la movilidad, Hagenmaier afirma que hay dos pilares fundamentales para estas ubicaciones. "Una es la ubicación física y su atractivo. El otro es el software que permite a los usuarios finales (principalmente B2C) identificar fácilmente los centros de

movilidad y utilizarlos: una ventanilla única que podría incluso ir más allá de MaaS y añadir la funcionalidad de carga de vehículos eléctricos, compras en la tienda de conveniencia y cualquier otro servicio basado en la ubicación", añade.

El crecimiento del comercio electrónico también ha colocado a las estaciones de servicio como [centros logísticos ideales](#) para instalaciones de procesamiento y transferencia para los transportistas o taquillas para los clientes. Petronas, la empresa estatal de petróleo y gas de Malasia, aprovecha el tamaño de su red para impulsar su servicio de reparto, Setel Express.

A medida que los minoristas navegan por el viaje de transformar sus estaciones de servicio de centradas en el vehículo a centradas en el cliente, la ubicación, la normativa, la ciudad, el comportamiento del cliente y la conexión a la red determinarán qué tipos de servicios deben ofrecer. A pesar de la falta de claridad en torno a la rentabilidad, puede ser un viaje que no pueden permitirse perder.