

NACS Convenience Leaders Exchange LATAM: Trazando el crecimiento de América Latina

Líderes internacionales se reunieron en Buenos Aires, Argentina, para explorar innovadores conceptos de estaciones de servicio y discutir las últimas tendencias y desafíos de los sectores de combustible y conveniencia de la región.



Más de 80 líderes de la industria de América Latina se reunieron en Buenos Aires, Argentina, para formar parte de la edición inaugural de NACS Convenience Leaders Exchange LATAM. El evento de dos días patrocinado por Coca-Cola reunió a minoristas y proveedores internacionales para explorar algunos de los mejores ejemplos de estaciones de servicio en el país y participar de interesantes debates sobre los últimos avances en los sectores de conveniencia y combustibles.

El primer día, los participantes pudieron explorar las estaciones de servicio más modernas de Buenos Aires y sus alrededores. Entre ellas se encontraban la recientemente inaugurada **estación insignia de YPF** y **Lion Place Cardales**, ganadora del premio NACS a la mejor tienda de conveniencia de Latinoamérica. En cada local, los referentes experimentaron de primera mano cómo estas innovadoras propuestas se adaptan a los cambios de la industria, al tiempo que satisfacen las demandas locales.

"Cuando se habla de alimentación, aparece Irlanda; cuando se explora la excelencia operativa, es Asia, especialmente Japón. En Latinoamérica siempre se habló de combustibles alternativos, pero eso está cambiando. En la progresión de la venta al por menor de combustible a los servicios de alimentación, los latinoamericanos tienden a saltarse la 'venta al por menor de conveniencia' e ir

directamente a la alimentación, que ahora se está moviendo rápidamente en toda la región", explicó Mark Wohltmann, Director de NACS Global.



La transición a la conveniencia

La segunda jornada se centró en las interesantes presentaciones de profesionales de alto nivel, como Henry Armour, Presidente y CEO de NACS, que inauguró el programa de la conferencia abordando algunos de los temas más relevantes del sector en todo el mundo. Aunque el combustible sigue siendo uno de los principales motores del negocio, las empresas diversifican cada vez más su oferta para generar ingresos a partir de fuentes distintas al combustible.

Estas estrategias incluyen la ampliación de las opciones de restauración, la oferta de productos de conveniencia y la prestación de otros servicios como espacios de coworking, lavaderos de automóviles, etc. En esta línea, Armour subrayó el papel del sector inmobiliario en el panorama minorista y destacó la integración de los espacios de trabajo "hot-desking" como una oportunidad estratégica. Hizo hincapié en su potencial "sobre todo como nuevo negocio, no como una característica adicional gratuita para atraer a la gente".

Algunos de los principales minoristas de la región, entre ellos la brasileña Ipiranga e YPF, participaron en una mesa redonda sobre el futuro de la conveniencia en América Latina. Los representantes de las marcas destacaron la importancia de buscar la diferenciación a través de la restauración, lo que plantea retos para los minoristas con un gran número de distribuidores individuales, ya que la consistencia y la calidad de la ejecución pueden variar enormemente.

"El café es la columna vertebral de la propuesta de las tiendas Full, ya que está en un montón de ocasiones de consumo, desde el desayuno a la mañana, una reunión de trabajo y en la ruta. Nos consagramos como el vendedor de café número 1 de la Argentina y de la mano de eso viene nuestra línea de productos de marca propia. Con ella buscamos potenciar la venta de café pero a la vez agregar y hacer un ticket de venta más alto, darle mayor margen para el dealer, y que genere una mejor experiencia", ejemplificó Maite de la Arena, Directora de B2C de YPF.



El futuro del combustible

La descarbonización fue otro tema clave debatido a lo largo de toda la segunda jornada, con ponencias especiales que abordaron las alternativas con las que una región tan diversa como América Latina puede alcanzar este objetivo. En su panel, Teófilo Lacroze, CEO de Movilidad Brasil, Argentina y Paraguay de RAIZEN, mostró el potencial del etanol de primera y segunda generación como forma de extender el ciclo de vida de la industria de combustibles líquidos.

"Realmente creemos que todas las soluciones son necesarias y son complementarias, los biocombustibles, el ethanol específicamente, es una solución muy inclusiva para Latinoamérica. Generar una cultura del etanol lleva tiempo y es un trabajo a medio y largo plazo. Empieza por ver qué haces con los porcentajes de blending, cómo eso evoluciona en el tiempo y discutir qué haces con la tecnología flex, que involucra varias industrias," elaboró Lacroze.

Por otra parte, se habló de la electromovilidad como una solución a largo plazo para el futuro, debido a la elevada inversión en infraestructuras necesaria para su desarrollo. La chilena COPEC se erigió como el actor más avanzado en este empeño, ya que pretende establecer un modelo de negocio que supere a los del norte de Europa y California.

"En Chile tenemos una matriz renovable con mucha energía solar y eso da pie a que haga sentido la incorporación de la electromovilidad. Por otro lado, la industria automotriz en Chile es una industria abierta, donde están llegando muchos vehículos 100% eléctricos a precios competitivos, tanto para el B2B como para el B2C. Pero la penetración más grande es en el B2B, en los segmentos donde el TCO (coste total de propiedad en inglés) hace sentido económico," explica Francis David, Business Manager at COPEC Voltex.

En general, la primera edición del NACS Convenience Leaders Exchange en América Latina proporcionó valiosas perspectivas sobre el futuro de la industria de conveniencia y combustibles en toda la región. El evento destacó la importancia de la innovación, la diversificación, la colaboración y la adaptación a medida que las empresas navegan por el cambiante panorama del mercado. Además, el crecimiento económico de la región y la creciente urbanización están creando condiciones favorables para el crecimiento de la industria. En palabras del anfitrión Claudio Reboledo, socio de FGC: "Ahora es el momento de que América Latina empiece a pensar más allá del surtidor".