

#TendenciasYDesafíos en Estaciones de Servicio o Servicentros

#TendenciasYDesafíos

Estado actual del segmento

Las Estaciones de Servicio (EESS) continúan su proceso de transformación, personalizando la conveniencia, asegurando su accesibilidad y seleccionando la profundidad de los servicios en base a demografía y zona geográfica atendida.

La expansión de tiendas “stand alone” son consecuencia de esta personalización.

Cifras del mercado:

- Hoy, más del 30% de las transacciones del Canal Moderno se realiza en tiendas de conveniencia.
- La velocidad de apertura de nuevas tiendas es de 8,3 días en Perú mientras que en Chile es de 5,2 días.
- Por lo general, las ventas de tiendas de conveniencia en EESS representan entre el 15%-20% de las utilidades.

#TendenciasYDesafíos

Rediseñar las EESS como tiendas de conveniencia que venden combustible

Modernizar las EESS para adecuarse a la demanda:

- Garantizando una experiencia efectiva en el surtidor.
- Diversificando de forma sustentable ofreciendo puntos de carga para vehículos eléctricos y combustibles alternativos.
- Remodelando las estaciones bajo principios de sostenibilidad.
- Diferenciando la estrategia en los distintos modelos de operaciones (COCO, DOCO, DODO)* y sus formatos.
- Estandarizando la calidad de servicio entre distintos concesionarios.

*COCO (Company Owned, Company Operated), DOCO (Dealer Owned, Company Operated) y DODO (Dealer Owned, Dealer Operated)



#TendenciasYDesafíos

Lealtad digital para impulsar el compromiso del cliente

Establecer una relación más profunda a través de:

- Transformación de los programas de fidelización para incrementar la tasa de visitas en tiendas de conveniencia.
- Implementación de aplicaciones de pago y transacciones diferenciadas.
- Inteligencia Artificial (IA) para mejorar la estrategia de precios y administrar los productos en tienda personalizando la oferta.
- Uso de la analítica de datos para guiar ofertas, gestionar productos y personalizar puntos de contacto.



#TendenciasYDesafíos

Desarrollar nuevas líneas de negocio

Acompañar al cliente en todas las etapas del ciclo de vida para profundizar el gasto, por medio de:

- Promover servicios de valor a la persona. Por ejemplo, puntos de recargas de celulares, *speed work* café, y transacciones de servicios públicos.
- Servicios de valor a la oferta. Por ejemplo, Darkstores, Pick&Go, Tiendas especializadas.
- Servicios de valor al vehículo. Por ejemplo, Lubricentro, Limpieza, Seguros.



#TendenciasYDesafíos

Evolución y Futuro de las EESS

En Chile y Perú, las estaciones de servicio están transformando el mercado al integrar tiendas de conveniencia que no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también añaden valor significativo. Con líderes como Pronto Copec, Upa!, Spacio1 y Altoque en Chile, y Listo, Repshop y Viva en Perú, estas tiendas se están expandiendo rápidamente en áreas urbanas y suburbanas.

Actualmente, el 30% de las transacciones del Canal Moderno ocurren en tiendas de conveniencia, y este segmento sigue creciendo gracias a la urbanización y la demanda de conveniencia. Con un 45% de las estaciones de servicio en Chile y un porcentaje creciente en Perú incorporando este formato, las tiendas de conveniencia están capturando entre el 15% y el 20% de las utilidades de las estaciones, con un ticket promedio de USD 5.5 por transacción.

La evolución de este mercado promete un futuro favorable para las estaciones de servicio que adopten este modelo integral.



AURYS

C O N S U L T I N G

Contáctanos en

aurysconsulting.com