

“Nuestra prioridad es seguir ayudando a las estaciones de servicio a gestionar sus negocios de la manera más eficiente posible”

MÁRIO PEREIRA, NUEVO DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO DE AVALON INFORMÁTICA Y SERVICIOS

Mário Pereira ha sido recientemente nombrado director comercial corporativo de Avalon Informática y Servicios, una compañía especializada en soluciones tecnológicas para estaciones de servicio. Con más de 25 años de experiencia en la industria y un extenso recorrido en mercados internacionales, Pereira asume este nuevo rol con el objetivo claro de expandir la presencia de Avalon a nivel global, fortaleciendo especialmente su posición en mercados emergentes y consolidados como España y Latinoamérica. Su llegada coincide con una etapa clave para la empresa, que está posicionándose a la vanguardia de la transformación digital en el sector.

Adrián Megías Paterna

Avalon, reconocida por su compromiso con la innovación y la mejora de la eficiencia en las estaciones de servicio, ha desempeñado un papel crucial en la modernización de este sector, que está adoptando cada vez más soluciones tecnológicas avanzadas para la optimización de procesos. En un entorno en constante evolución, marcado por la adopción de nuevas fuentes de energía y la automatización, la compañía refuerza su oferta de productos integrales para facilitar la transición de las estaciones de servicio hacia un futuro más eficiente y sostenible.



¿Podrías contarnos sobre tu trayectoria profesional y cómo llegaste a Avalon?

Después de algunas experiencias iniciales poco relevantes tras finalizar mi carrera en Ingeniería Electrónica, en 1997 ingresé en el Grupo Petrotec, con el que colaboré hasta abril de este año. A lo largo de mi trayecto en la empresa, desempeñé diversas funciones en las áreas de Producto, Operaciones, Comercial y Gestión en varias filiales del grupo en diferentes países. Se puede decir que mi llegada a Avalon fue un proceso natural. Sentía la necesidad



"En Avalon estamos en constante revisión de nuestra oferta de valor, evolucionando nuestros productos y desarrollando nuevas soluciones para anticiparnos a las tendencias del mercado".

de enfrentar un nuevo reto que me revitalizara, y Avalon buscaba a alguien con experiencia en mercados internacionales para cumplir sus objetivos. Este alineamiento, combinado con la ética profesional de los responsables de Avalon, me llevó a tomar la decisión de unirme a la compañía, una decisión de la que estoy muy satisfecho.

¿Cuáles son tus principales objetivos como director comercial corporativo en Avalon?

Mi objetivo principal y el de mi equipo es expandir la presencia de Avalon en nuevos mercados internacionales, además de fortalecer el negocio en mercados donde ya tenemos una presencia consolidada, como España y Latinoamérica. Aunque es un objetivo simple de explicar, su ejecución es bastante compleja; pero contamos con un equipo altamente motivado y alineado para llevarlo a cabo.

¿Qué estrategias piensas implementar para fortalecer la posición de Avalon en el mercado español?

Avalon ya tiene una marca fuerte en España, lo que hace difícil aumentar nuestra cuota de mercado. Sin embargo, el mercado español sigue siendo muy dinámico, y estamos atentos a todas las oportunidades de crecimiento, ya sea con grandes clientes, operadores de bajo coste o pequeñas redes. Creo firmemente que la mejor estrategia es aquella que ayuda a los clientes a resolver sus desafíos y mejorar la gestión de sus negocios. Por eso, estamos en constante revisión de nuestra oferta de valor, evolucionando nuestros productos y desarrollando nuevas soluciones para anticiparnos a las tendencias del mercado.

¿Cuáles son las metas de Avalon a corto y medio plazo, dentro de su política de expansión internacional?

A corto plazo, nuestro objetivo es dar a conocer la marca Avalon a nivel global, más allá de nuestros mercados tradicionales. Aunque llevamos años operando en Latinoamérica, tras nuestra incorporación a Juniper y Constellation Software (CSI), la empresa ha comenzado a trabajar en su desarrollo dentro de los mercados EMEA (Europa, Oriente Medio y África). El objetivo inmediato es consolidar este trabajo y establecer presencia en los mercados prioritarios en los próximos uno o dos años. Sabemos que expandirse internacionalmente es un desafío, pero confiamos en que nuestras soluciones y equipo humano están a la altura.

Avalon ofrece diversas soluciones tecnológicas para estaciones de servicio. ¿Cuál es su producto estrella y por qué?

El producto estrella de Avalon es su capacidad para ofrecer a los clientes una solución integral que les permite gestionar sus negocios de manera completa, tanto en el front-office (con nuestra gama de TPV y OPT) como en el back-office y head-office (con la plataforma Arcadia). Si tuviera que destacar un producto, sin duda sería Arcadia, el corazón del ecosistema Avalon, ya que todo gira en torno a esta plataforma. Y algo que me sorprendió realmente de Arcadia cuando llegué a Avalon, es su capacidad para integrarse con cualquier arquitectura de ERP y front-office existente en los clientes, ya que no es habitual encontrarse con una solución tan versátil en este sector.

¿Cuál ha sido el impacto de la transformación digital en el sector de estaciones de servicio y cómo apoya Avalon a sus clientes en su proceso de digitalización?

En mis casi 13 años de experiencia en el mercado español, siempre he considerado este sector como conservador desde un punto de vista tecnológico, en comparación con otros mercados europeos. Sin embargo, en los últimos años, los operadores han mostrado un genuino interés en adoptar las soluciones más avanzadas, lo que favorece a Avalon, ya que siempre hemos tenido una visión anticipada del mercado y estamos completamente preparados para satisfacer las necesidades actuales con un abanico de soluciones tecnológicas de última generación.

¿Qué impacto tendrá la implementación de la nueva ley Verifactu en los procesos de facturación electrónica de las empresas, y cómo ayudan los productos o servicios de la compañía a las estaciones de servicio para adaptarse a estas modificaciones?

Aunque la ley Verifactu es una novedad en España, en otros mercados donde Avalon ya opera, este tipo de legislación no es algo nuevo. Nuestros productos están diseñados para adaptarse fácilmente a cualquier legislación fiscal, por lo que la transición a la nueva normativa será sencilla para nuestros clientes.

¿Cómo contribuyen las soluciones de Avalon a la eficiencia y rentabilidad de las estaciones de servicio?

La oferta de valor de Avalon está respaldada por casi 40 años de experiencia en la identificación de las necesidades de los clientes y la mejora continua de nuestros productos. Nuestro objetivo es ayudar a los clientes a gestionar sus negocios de la manera más eficiente posible. Además, realizamos tres o cuatro actualizaciones anuales, asegurando que nuestros clientes siempre tengan acceso a las últimas innovaciones.

En un sector en constante evolución, ¿cómo se mantiene Avalon a la vanguardia de la tecnología? ¿Cuáles son las tendencias tecnológicas que crees que marcarán el futuro de las estaciones de servicio?

Contamos con equipos de desarrollo altamente cualificados que mantienen sus conocimientos actualizados en las nuevas tecnologías, lo que nos permite estar a la vanguardia del sector. La inteligencia artificial (IA) es una de las tendencias más discutidas en los últimos años, y en Avalon estamos atentos a su evolución, integrando IA en nuestros productos según lo requiera el mercado. Por otro lado, acabamos de finalizar un acuerdo

con CarPay que nos permite completar nuestra 'suite' de productos con una app que permite el pago desatendido de suministros a través del móvil. Este era un paso esencial de cara a preparar la empresa para los desafíos tecnológicos del sector que estamos anunciando de primera mano a 'Estaciones de Servicio'. La App se convertirá en un producto 100% Avalon, posiblemente con cambios a nivel de branding y modelo de negocio.

Teniendo esto en cuenta ¿cómo apoyan a las estaciones de servicio que se preparan para la llegada de nuevas energías (mov. eléctrica, hidrógeno, combustibles renovables, u otras)? ¿Cómo les ayuda su experiencia en gasocentros y otros sectores a adaptarse a las nuevas energías?

Los productos comercializados por Avalon, desde hace mucho, tienen un carácter multienergético. Como empresa de software, nuestros productos son "agnósticos", en el sentido de que no dependen del hardware utilizado ni del tipo de energía dispensada. Nuestra preocupación principal es que nuestros clientes tengan la mejor solución para gestionar sus negocios y que el usuario final pueda pagar un determinado repostaje, ya sea de combustible tradicional o electricidad, con la misma seguridad, fiabilidad y velocidad.

Todos nuestros productos se pueden utilizar para la gestión de cualquier tipo de instalación de distribución de energías. En cuanto a los gasocentros, esto es un buen ejemplo de cómo un producto tradicional de la empresa, dirigido hacia las gasolineras, se ha convertido en un producto específico para el sector de distribución.

"Arcadia es el corazón del ecosistema Avalon, ya que todo gira en torno a esta plataforma".



Después de 12 años trabajando en el mercado español, ¿qué particularidades destacas de este mercado? Teniéndolo en cuenta, ¿cómo se adapta Avalon a las necesidades específicas de los clientes españoles?

El mercado español es de los pocos que sigue creciendo en número de estaciones en Europa y desde luego ese es un dato muy relevante. Además, existe una gran variedad de tipologías de estación, desde las más pequeñas tipo "low-cost", completamente desatendidas, hasta estaciones de gran dimensión de los operadores tradicionales que se están adaptando a las nuevas tecnologías e implantando sistemas de automatización muy avanzados, pasando también por estaciones con modelos de atendimento híbrido.

La verdad es que el sector es bastante dinámico y cuando se podía pensar que las nuevas tendencias de movilidad iban a afectar al negocio tradicional, lo que hemos visto es que el negocio tradicional está tratando de evolucionar e incrementar el nivel de servicio y sofisticación de sus puntos de venta. Todo esto hace que nos encontremos en un momento desafiante para una empresa como Avalon, que tiene que dar respuestas específicas a las distintas necesidades de nuestros clientes.

¿Cómo se está desarrollando la actividad comercial de la compañía en este 2024 y cuáles son sus expectativas para lo que queda de año?

Avalon ha experimentado un crecimiento significativo y sostenido en los últimos años, y nuestro objetivo es continuar por esa senda. Sin embargo, entendemos que nuestro crecimiento está ligado a las inversiones de nuestros principales clientes y la verdad que este año estamos viendo una ralentización generalizada de inversiones en el sector.

Desde hace varios años, Avalon es parte de Constellation Software, ¿cómo ha influido esto en vuestra estrategia de expansión internacional? ¿Qué mercados están priorizando y por qué?

La integración en Constellation Software ha sido muy positiva, cambiando nuestra visión y estrategia en varios aspectos clave:

Fuerte enfoque en mercados internacionales, con el objetivo de hacer de Avalon un referente global en el sector.

Implementación de una estrategia de fusiones y adquisiciones (M&A), lo que nos permite crecer no solo de forma orgánica, sino también a través de nuevas adquisiciones, utilizando para ello los recursos compartidos de un grupo que integra más de 1.200 empresas. Un ejemplo de esto fue la adquisición de la empresa Microasis el año pasado, que viene reforzar nuestra presencia en el noroeste de España.



A través de un nuevo acuerdo, "CarPay se convertirá en un producto 100% Avalon, posiblemente con cambios a nivel de branding y modelo de negocio".



"Mi principal motivación es hacer crecer esta gran empresa y sus productos, sin perder la identidad que ha hecho de Avalon una de las compañías líderes en España y Latinoamérica".

Acceso a una red global de empresas con prácticas de excelencia que se comparten regularmente entre todas.

Finalmente, ¿qué te motiva en tu rol actual y qué esperas lograr en esta nueva etapa profesional con Avalon?

Mi principal motivación es hacer crecer esta gran empresa y sus productos en las nuevas geografías por las que estamos apostando, sin perder la identidad que ha hecho de Avalon una de las compañías líderes en España y Latinoamérica. ¡Es un desafío muy exigente para el cual siento que tanto yo como la empresa estamos preparados al 100%! ■