

Manuel González, director comercial de Avalon

“La inversión en innovación es necesaria cuando se busca aumentar la rentabilidad”

Manuel González es, desde junio de 2014, el director comercial para España de Avalon Informática y Servicios. Llega al sector de hidrocarburos tras una sólida trayectoria profesional en el ámbito de la Informática y las Telecomunicaciones. En este área ha desempeñado puestos estratégicos en diversas compañías, siendo su etapa más relevante la de director comercial en Easynet y la de director de desarrollo de Negocio en Alhambra-Eidos, cargo que ocupaba antes de incorporarse a Avalon.

Fotografías: Avalon Informática



Estaciones de Servicio: ¿Cuáles son los desafíos que ha tenido que afrontar, desde que se incorporó a Avalon, hace casi un año?

Manuel González: Estoy en una compañía que cuenta con 30 años de trayectoria en el mercado español y una posición de liderazgo, por lo que el mayor desafío es, y seguirá siendo, mantener a Avalon en el “top” de los fabricantes de soluciones tecnológicas innovadoras en el sector de hidrocarburos, con un portfolio suficientemente amplio y competitivo para llegar a todo tipo de gran cuenta, gestor y estación de servicio.

EE.SS: ¿Puede resumirnos la historia de Avalon en el mercado de las estaciones de servicio? ¿Cuáles han sido los principales hitos de la compañía en los últimos años?

M.G: Como le decía antes, Avalon lleva tres décadas, que no es poco, dando soluciones tecnológicas a las estaciones de servicio y siendo un referente en cuanto a innovación dentro de este sector. Como principales

hitos en los últimos años, cabe destacar el lanzamiento de los primeros autopagos que se introdujeron en el mercado español y, añadiría, como anécdota curiosa, el hecho de que fue Avalon quien utilizó por primera vez la palabra “autopago” para referirse a estos terminales, una denominación que, desde entonces, hemos utilizado como nombre de marca de nuestros aceptadores. Nuestra aportación a este mercado está representada actualmente por la línea “Fuel&Go”, una gama de la que nos sentimos especialmente orgullosos y de la que podemos afirmar que es la más moderna e innovadora del sector.

Otro hito igualmente importante fue el lanzamiento de Arcadia, que es una plataforma para la gestión integral, y que volvió a colocarnos a la vanguardia, esta vez en lo referido a aplicaciones de gestión “back-office”. Con Arcadia comenzamos a ofrecer algo que era impensable hace unos años: controlar y administrar todas las áreas de la estación de servicio con integración de todos los procesos en tiempo real, a través de un software que conjuga la versatilidad e inmediatez de un ERP de escritorio, con toda la funcionalidad, recursos y almacenamiento que ofrece el entorno web.

EE.SS: ¿En qué otros sectores económicos comercializa Avalon soluciones informáticas? ¿Qué aporta a los productos de la compañía operar en diferentes nichos de actividad? ¿Son extrapolables las mejoras introducidas en un sector de actividad a otro distinto?

M.G: En aquellos sectores en los que los medios de pago tienen relevancia es donde Avalon puede aportar una solución, y es por este motivo que también tenemos productos para el sector de Hostelería y el de Distribución. El hecho de estar en distintos sectores, aparte de aportar diversificación, también nos posibilita utilizar innovaciones y mejoras entre ellos, pero sin dejar de personalizar el

producto a esas particularidades concretas que tiene cada ámbito empresarial.

EE.SS: ¿En qué países está presente, comercialmente, la compañía? ¿Cuál de ellos es el más relevante? ¿Qué peso tiene en la facturación de la compañía su presencia internacional?

M.G: Estamos presentes en España, Portugal, Latinoamérica y norte de África. El país más relevante en este sentido es España, donde contamos con oficinas repartidas por todo el territorio, lo que nos permite tener una gran cobertura, tanto técnica como comercial, a nivel nacional. En cuanto a Latinoamérica, llevamos años consolidando la marca Avalon como referente de valor en los diferentes mercados; contamos con operaciones en ocho países y presencia directa en México y Guatemala. Mantenemos también una red de “partners” a nivel nacional e internacional que nos hace tener una gran capilaridad para llegar a aquellos lugares en los que no tenemos una presencia directa.

Respecto a la facturación, España sigue siendo el país que más peso tiene, seguido de México a nivel internacional.

EE.SS: ¿Cuáles son las líneas estratégicas de Avalon en el mercado de las estaciones de servicio?

M.G: Son principalmente dos: atención óptima al cliente y soluciones evolutivas en la nube. En cuanto a lo primero, sabemos que para nuestros clientes es crítico poder contar con un respaldo de calidad que esté disponible justo en el momento en que lo necesitan. Y que debe dar respuesta a cualquier duda o contingencia de forma inmediata y efectiva. Nos hemos marcado el compromiso de reforzar nuestro servicio de atención personalizado, que hoy ya presta un servicio integral de 24/7, y seguir mejorando la atención en tiempo real con herramientas de gestión remota.

Y en cuanto a la implementación de nuestras soluciones, para mí es muy satisfactorio comprobar que Arcadia, nuestro sistema de gestión para estaciones de servicio y tiendas de conveniencia, cuenta con el reconocimiento de nuestros clientes en cuanto a las ventajas que supone disponer de toda la información de su negocio en tiempo real y de forma centralizada. Ahora está empezando a ser habitual en nuestro sector oír hablar de “la nube”; sin embargo, pocos lo hacemos a partir de una experiencia contrastada de años, como la que tiene Avalon con la gestión remota de miles de estaciones de servicio a través de Arcadia.

Tenemos un objetivo muy claro a nivel general y para todos los productos que comercializamos, y es el de garantizar la continuidad de negocio, de tal manera que el fallo de un equipo no implique que una estación de servicio se quede parada o que tenga problemas para seguir su operativa habitual.

EE.SS: ¿Qué aspectos diferencian a los productos y servicios prestados por Avalon frente a los de otros proveedores que operan en el sector?

M.G: El gran valor añadido de Avalon es que diseñamos productos tecnológicamente innovadores, de alta calidad, personalizados, y todo ello a precios muy competitivos. Llevamos 30 años en el mercado y esa experiencia y conocimiento de lo que realmente necesitan los empresarios de estaciones de servicio es lo que nos guía y, por lo tanto, nos diferencia de la competencia. No me gustaría olvidarme, además, de que el servicio posventa que damos es totalmente personalizado, y con una disponibilidad de 24 x 7 x 365.

En cualquier caso, si me tuviera que decantar por un solo aspecto diferenciador de nuestros productos, este sería la CALIDAD, con mayúsculas.

Ecós de Motortec AM

Avalon Informática valora de forma muy positiva la reciente edición de Motortec AM, que este año ha sido el escenario en el cual se ha constatado el mayor dinamismo del sector de las estaciones de servicio. "Este año ha habido un repunte de la inversión y el interés del público en nuestros productos también ha aumentado. Hemos visto muchas ganas y, sobre todo, un sector que está más profesionalizado que nunca. El cliente ya no pide solo precio, busca soluciones que le ofrezcan calidad y garantías a largo plazo".

Fuentes de la compañía madrileña valoran como positiva la decisión de Ifema de congregar a la oferta de productos y servicios dirigidos a las gasolineras en un pabellón específico, lo que permitió "que el perfil del cliente que se acercaba a nuestro stand fuera exactamente el que esperábamos y cuyas necesidades podemos cubrir. Es decir, coincidió el público objetivo al que nos dirigimos y el perfil de cliente que visitó el pabellón de Estaciones de Servicio. Para nosotros, el balance con respecto a ediciones anteriores fue muy positivo".

Diseñamos soluciones en base a estándares de calidad muy exigentes, y ni siquiera en tiempos de crisis hemos dado concesiones en este sentido. No se trata de vender algo aparente y a bajo precio. Nuestros clientes saben que van a seguir rentabilizando el producto por muchos años, que no va a quedar obsoleto nada más amortizarlo. Saben que no se van a quedar "tirados", si me permite la expresión, por causas ajenas a su control, como puede ser una climatología poco favorable o cualquier acto de vandalismo.

EE.SS: ¿Cómo organiza Avalon su servicio técnico de asistencia? ¿Qué es lo que más valoran los clientes con respecto al mismo?

M.G: Avalon ofrece un servicio de atención al cliente 24x7, los 365 días del año, y con cobertura nacional e internacional. Se trata de un servicio personalizado por paquetes para que cada cliente adquiera exactamente lo que su negocio necesita.

En cuanto a lo más valorado por nuestros clientes, lo primero es que logramos ofrecerles tiempos rápidos tanto en la respuesta como en la resolución de sus incidencias. Al final, esto es lo más importante de cara al negocio, porque marca la diferencia entre tener que parar la actividad durante un tiempo indefinido o poder continuar con las

ventas sin lamentar pérdidas económicas importantes. Ya al margen de esto, valoran mucho contar con una atención individualizada, que cada cliente pueda tratar directamente con una persona a la que ya conoce y que está al tanto de todas las particularidades de su negocio. Y por último, dentro de las características específicas del servicio, se valora también mucho la asistencia "on site" y el reemplazo de los equipos en caso de avería.

EE.SS: ¿Cuál está siendo el resultado logrado por Avalon en el mercado español de las gasolineras en lo que va de año? Las operaciones realizadas durante el primer trimestre de 2015, ¿qué variación representan frente a las del mismo periodo del pasado ejercicio?

M.G: Más que fijarnos en un mes concreto, digamos que los resultados del año 2014 fueron excelentes, y que demuestran el crecimiento que está teniendo la compañía en los últimos años. Y con respecto a estos primeros meses de 2015, seguimos en línea ascendente y, lo que es más importante, con muchos proyectos en cartera que esperamos poder materializar a lo largo de este año.

EE.SS: ¿Cuál es la gama de productos que comercializa Avalon en España?

M.G: Disponemos de soluciones completas que abarcan por un lado el área "back office" y que integran sistemas de fidelización y gestión de medios de pago, con herramientas avanzadas de configuración remota y control del parque instalado. Fabricamos también para el "front office" con terminales punto de venta (TPV/Open POS), en atendido o en desatendido, como los autopagos de la línea "Fuel&Go", que cuentan con sistemas que garantizan la continuidad del negocio y que hacen que la experiencia del usuario sea más ágil y sencilla. Y por último, a nivel de "head office" o de Central de negocio, suministramos a los gestores y empresarios de las estaciones de servicio herramientas avanzadas y escalables (Arcadia) que les permiten controlar y gestionar todo su negocio de forma eficiente, y que les ayudan a tomar las mejores decisiones de cara a mejorar su rentabilidad. Se trata de soluciones de un alto nivel de calidad, basadas en la nube y que garantizan la continuidad del negocio, como le comentaba antes.

Desde el punto de vista de estrategia de producto, lo que buscamos en Avalon es dar soluciones tecnológicas integrales a los distintos negocios que conviven dentro de la estación de servicio: carburante, tienda, restauración, lavados, etc.

EE.SS: ¿Podría decirnos cuáles están obteniendo una mejor acogida entre los empresarios del sector de las estaciones de servicio?

M.G: En los últimos tiempos, la estación de servicio ha estado demandando soluciones de pago que les ayuden a atender más clientes y que tengan una operativa ágil y sencilla de cara al usuario, lo que está haciendo que tengamos una gran demanda de toda la gama de autopagos "Fuel&Go" en todas sus configuraciones, ya sea para pista, empotrado en



Manuel González, director comercial de Avalon, destaca que la compañía madrileña fue la primera en utilizar el concepto "autopago" para referirse a estos terminales, "una denominación que, desde entonces, hemos utilizado como nombre de marca de nuestros aceptadores".

pared o integrado en los diversos fabricantes, para pago con tarjeta o en efectivo, con o sin caja fuerte Grado IV (la nuestra además, incorpora los mismos sistemas de seguridad que los cajeros bancarios).

También están siendo muy demandadas las soluciones en las que estamos combinando un autopago junto a una cámara y un software de reconocimiento de matrículas, mediante las cuales podemos detectar si el cliente que se acerca a la estación de servicio es un cliente habitual, en cuyo caso la operativa se ajusta automáticamente a su perfil, siendo mucho más rápida y cómoda para él. Está despertando mucho interés porque además, de cara al gestor o empresario de la estación, se está valorando como un sistema que consigue fidelizar a los clientes que lo utilizan.

Y a estos, añadiría la continua demanda que tenemos por parte de grandes cuentas y gestores de una o varias estaciones de servicio, acerca de plataformas que les permitan gestionar y controlar su negocio en tiempo real y de forma

personalizada, para lo cual damos respuesta a través de nuestra plataforma Arcadia.

EE.SS: Desde hace años se habla de la incidencia que en nuestras vidas están teniendo los dispositivos móviles que pueden conectarse a internet. Dentro del portfolio de la compañía, Avalon diseña y comercializa "Mobile Business Information", ¿qué acogida está logrando entre los empresarios del sector?

M.G: La acogida está siendo muy buena, porque es una manera de poder controlar los principales indicadores de rentabilidad del negocio desde cualquier lugar, simplemente consultándolos desde el móvil o la tablet. Es una aplicación muy rápida, perfecta para el gerente, porque le da una visión global e inmediata de la evolución de la compañía. Ofrece gráficas interactivas, datos comparativos, indicadores de rendimiento, todo representado de una forma muy clara y limpia. Está gustando porque permite manejar todos los datos del negocio de una forma muy dinámica, y en eso es tan

atractiva como una app de móvil, invita a consultarla y a interactuar, a "jugar" con ella.

EE.SS: ¿Cuál es el equipo humano con el que cuenta Avalon en España?

M.G: Avalon cuenta con más de 150 personas, de los cuales un 50% están dedicadas a la atención personalizada al cliente, un 30% a I+D+i, y el resto, en su mayoría y principalmente, a roles comerciales. Esto muestra el claro enfoque que tiene Avalon de cara al cliente y también a la innovación y la tecnología.

EE.SS: ¿Cree que el sector español de las estaciones de servicio está iniciando la recuperación? Si es así, ¿qué factores le hacen llegar a esa conclusión?

M.G: Este sector ha vivido años muy duros debido, especialmente, a la importante crisis económica que ha golpeado a empresas y consumidores. Y esa situación nos ha enseñado a todos que la respuesta a los problemas no es el inmovilismo, sino la búsqueda activa de nuevas



González subraya que el sistema de gestión para estaciones de servicio y tiendas de conveniencia de Avalon, denominado Arcadia, permite “disponer de toda la información” relacionada con la gestión de la estación de servicio “en tiempo real y de forma centralizada”.

formas de rentabilizar el negocio. No se trata de no gastar, sino de invertir en soluciones que garantizan el retorno de la inversión mediante un incremento notable del consumo. Se trata, en definitiva, de ser más competitivo: analizar el mercado y satisfacer lo que el cliente está demandando.

Desde Avalon hemos podido comprobar, y esto también pudo verse en la última edición de Motortec AM, que el sector se está moviendo ahora más de lo que lo ha hecho en años. Pero sobre todo, hemos percibido un cambio de actitud de los empresarios, un nuevo planteamiento hacia un modelo de negocio en el que la inversión en innovación y en calidad es necesaria cuando se busca aumentar la rentabilidad al máximo.

EE.SS: ¿Cuál es el perfil tipo de los clientes que recurren a las soluciones de Avalon?

M.G: El perfil es muy variado, ya que abarca desde la estación de servicio pequeña que necesita dotarse de equipamiento de calidad y a precios competitivos, hasta las grandes gestoras y petroleras que además nos exigen soluciones innovadoras que les permitan gestionar y controlar su negocio de extremo a extremo.

EE.SS: ¿Qué ventajas competitivas logran los empresarios que recurren a las soluciones de Avalon? ¿Qué funcionalidades de los equipos de Avalon son más valorados por los usuarios?

M.G: Desde el punto de vista de los empresarios, nuestras soluciones les permiten una mayor gestión

y control de todos los parámetros relacionados con la estación de servicio, por lo que pueden tomar mejores decisiones para el desarrollo del mismo, y sobre todo, les ofrecemos las herramientas necesarias para que se puedan dedicar a lo importante, que es su negocio.

Desde el punto de vista del usuario, la ventaja es la sencillez de uso, una interfaz amigable que está específicamente diseñada para facilitar la operativa. Y dentro de estos usuarios, podemos incluir también a todos los clientes finales que utilizan nuestros auto-pagos, y que realizan diariamente miles de suministros y pagos de una manera muy ágil.

EE.SS: Por último, ¿cuál es su deseo, apuesta o proyecto de futuro de cara a los próximos años?

M.G: El deseo es fácil: que el sector, especialmente a nivel nacional, pueda recuperarse cuanto antes de los vaivenes de los últimos años, y que las percepciones de mejora que tenemos todos se conviertan en una realidad sólida y, sobre todo, estable.

En cuanto a la apuesta, la mía es una apuesta segura, la de las nuevas tecnologías. Formamos parte de un mercado global en el que, si no inviertes en tecnología y desarrollo, te quedas atrás. El sector de hidrocarburos es un sector históricamente conservador, pero -como comentaba antes- ya empieza a advertirse una nueva estrategia, quizás impulsada por las grandes operadoras, y que está enfocada a modernizar el negocio y dotarlo de las últimas tecnologías. El cliente final lo está demandando, y cada vez más empresarios entienden que este es el camino hacia la optimización de los recursos y la rentabilidad de su negocio.

En cuanto a proyecto de futuro, el mío es el de seguir trabajando para modernizar las estaciones de servicio de este país pero, sobre todo, el de establecer con los clientes de Avalon un diálogo que nos permita crecer juntos.