

Mobility Plaza®

De estaciones de servicio a hubs de comunidad

Las estaciones de todo el mundo se están convirtiendo en centros de movilidad que ofrecen a los clientes acceso a una amplia gama de combustibles y mejoran su experiencia. Examinamos dos lugares que ejemplifican un enfoque con visión de futuro que pretende redefinir el papel de las estaciones de servicio en la vida de los clientes.



El futuro de la movilidad no sólo da paso a la integración de formas más limpias de combustible y nuevas tendencias de transporte, sino que también representa una oportunidad para redefinir el papel de las estaciones de servicio en la sociedad. Esta transformación va más allá de la carrera por la descarbonización o la adecuación de los emplazamientos a los nuevos desarrollos de la movilidad; representa la transición de un destino para repostar a un punto de encuentro.

Aparte de las necesidades de repostaje, estos modernos establecimientos pueden convertirse en destinos para tomar un café, una breve sesión de trabajo o un cómodo punto de encuentro gracias a su ubicación estratégica. Minoristas de todo el mundo están innovando y ampliando su oferta para

remodelar el papel de sus instalaciones dentro de sus comunidades. Analizamos dos establecimientos con enfoques diferentes para lograr este objetivo.

Catering comunitario

Estos establecimientos multiservicio que atienden a clientes en movimiento suelen estar situados en zonas de mucho tráfico. La idea es convertirse en un destino ineludible para los clientes durante sus desplazamientos diarios o en su viaje de vuelta de las vacaciones, en un esfuerzo por formar parte de sus rutinas.

Esta estrategia centrada en el consumidor proporciona ofertas adaptadas a las necesidades de segmentos específicos de clientes. La argentina YPF presentó recientemente su **estación de servicio insignia**, una instalación de vanguardia que no sólo amplía su oferta energética, sino que también evoluciona sus ofertas de conveniencia para servir mejor a los clientes modernos.



"La idea de la estación es pensar en el futuro de las movilidades y de las necesidades que pueden tener los clientes para transformarnos en un hub de movilidad, más que una estación de servicio. Que ofrezca un mosaico de alternativas de combustibles, con cargadores eléctricos y la opción del car-sharing, y después adaptarla a las necesidades del cliente local de esa estación. Entonces está el primer piso con un Full-Work, donde la gente puede ir a trabajar; hay un espacio para deportistas, donde pueden dejar sus pertenencias, darse una ducha, salir a hacer ejercicio y consumir productos relacionados con el deporte," explica Maite de la Arena, Directora de B2C de YPF.

Situado a lo largo de la avenida Figueroa Alcorta, una de las calles más transitadas de Buenos Aires, este centro polivalente pretende ser la punta de lanza de la transformación del sector minorista del combustible. De la Arena afirma que la empresa prevé "un menú de opciones energéticas de cara al futuro", una filosofía que también se aplica a los instalaciones del emplazamiento.

Al ofrecer servicios de alta calidad, la empresa espera que los clientes confíen en este lugar para satisfacer sus necesidades diarias, ya sea para reunirse, relajarse después de clase o alcanzar sus objetivos de fitness. Con este enfoque, YPF se integra en la vida cotidiana de sus clientes más allá de sus necesidades de repostaje.

Crear una comunidad

Aunque estos lugares de vanguardia tienen el potencial de influir en las rutinas diarias de los clientes, otro reto importante consiste en crear un destino que fomente el sentido de comunidad. Los nuevos servicios, prestaciones y tecnologías pueden elevar la experiencia del cliente, pero por sí solos no podrán resonar en una comunidad si no se sitúa a los clientes en el centro de la estrategia. Generar un impacto significativo va más allá de la innovación, se trata de un cambio más profundo y **la mejor tienda de conveniencia de América Latina** es un buen ejemplo de este paradigma en evolución.



"Lion Place tenía que representar un gran salto en el mercado, centrándose en los conductores y no en los coches, ofreciéndoles una nueva propuesta de cliente: 'tu casa en el camino'", explica Claudio Reboredo, Socio de FGC, propietaria del concepto Lion Place. Marcas, caras e instalaciones familiares, ese es el enfoque de este concepto para construir una comunidad en cada una de las zonas en las que opera a lo largo de Argentina.

Ubicados en las afueras de ciudades clave como Buenos Aires y Rosario, la llamativa fachada blanca y la moderna arquitectura de Lion Place invitan tanto a los residentes cercanos como a los conductores profesionales a vivir una experiencia centrada en la comodidad. En su interior, pueden disfrutar de marcas conocidas como una cafetería Havana junto a un restaurante de servicio rápido Subway o Mostaza, y un espacio de coworking para completar sus tareas diarias.

La combinación de una estética única con marcas y servicios reconocibles encaja a la perfección con el objetivo principal de estas instalaciones: ofrecer un lugar al que los clientes "quieran volver y consideren suyo", según la descripción de Reboredo.

Puede que los centros de movilidad representen el futuro, pero estos ejemplos revelan que existe potencial para fomentar la comunidad. Este aspecto va más allá de la transición a nuevas energías,

soluciones de vanguardia y nuevos formatos de conveniencia. Lo que importa en este enfoque es el papel de la instalación en la vida cotidiana de los clientes.