

“La estrategia del grupo pasa por convertir Avalon en un referente global del sector”

MARIO PEREIRA, CEO DE AVALON SOFTWARE

La convivencia de carburantes, tienda, restauración, lavado y recarga eléctrica exige a los propietarios y gestores de estaciones de servicio coordinar distintas actividades y disponer de una visión conjunta del negocio. En este escenario, la digitalización y la automatización adquieren un papel relevante para simplificar procesos, centralizar la información y facilitar la toma de decisiones. Avalon Software aborda estas necesidades con un ecosistema de soluciones articulado en torno a su plataforma Arcadia, que permite integrar la gestión de las diferentes áreas de la instalación y adaptarse a distintos modelos de explotación.



Adrián Megías Paterna

La compañía cumple en 2026 cuatro décadas de actividad, una trayectoria vinculada a la evolución tecnológica y a la transformación de las estaciones de servicio. La escucha al cliente, el conocimiento del negocio y el desarrollo de herramientas capaces de acompañar los cambios del mercado han marcado su recorrido, según explica su dirección. Integrada en el ecosistema de Juniper Group y Constellation Software, Avalon afronta esta etapa con un plan de transformación interna y una estrategia de expansión internacional que combina el crecimiento en sus mercados actuales con la entrada en otros nuevos.

Mario Pereira, CEO de Avalon desde el pasado mes de abril, repasa en esta entrevista las prioridades de la compañía y los retos que trasladan los operadores. La gestión integrada, la evolución de los medios de pago y la compatibilidad entre automatización y atención personal centran una conversación que también aborda las aplicaciones de la inteligencia artificial, la adaptación normativa y la continuidad del servicio. Pereira explica, además, cómo pretende conjugar el legado de la empresa con el desarrollo de nuevas soluciones y el refuerzo de su presencia internacional.

Avalon cumple 40 años de actividad en 2026. Al mirar hacia atrás, ¿qué decisiones, valores o capacidades considera que han sido determinantes para que la compañía haya mantenido su posición en un periodo de transformación tecnológica continua?

Sin lugar a duda, el empeño que siempre han tenido los responsables de la empresa, en las distintas etapas de su historia, en escuchar a los clientes, entender el negocio de una forma global y tratar de dar respuesta a las necesidades del mercado. Por otro lado, siempre ha existido una gran preocupación por acompañar las tendencias evolutivas del sector y desarrollar soluciones que diesen respuesta a esa evolución.

En estas cuatro décadas, las estaciones de servicio han pasado de una primera etapa de automatización del suministro a convertirse en negocios que integran carburantes, tienda, restauración, lavado, recarga eléctrica y otros servicios. ¿Cómo ha evolucionado Avalon para acompañar esta transformación? ¿Qué papel tienen las estaciones en esta evolución?

Las soluciones de Avalon se pueden utilizar tanto de forma integrada como de forma modular, para gestionar todos estos negocios. Es verdaderamente una solución de 360



“Nuestro ERP de gestión 'Arcadia' es el corazón de todo el ecosistema Avalon, y permite a nuestros clientes gestionar sus negocios de forma centralizada, en tiempo real y sin límite en el número de estaciones, tiendas, etc.”.

grados, totalmente integrada en nuestra plataforma Arcadia. Nuestro ERP de gestión es el corazón de todo el ecosistema Avalon, y permite a nuestros clientes gestionar sus negocios de forma centralizada, en tiempo real y sin límite en el número de estaciones, tiendas, etc. A esto hay que añadir que nuestras soluciones son totalmente agnósticas al tipo de energía comercializada por los clientes y a su modelo de negocio. Desde muy temprano, Avalon tuvo el mérito de entender que esta filosofía era la que mejor respondía a las necesidades del cliente y, sin duda, esa es la clave de su éxito actual, junto con unos profesionales de excelencia.

El pasado mes de abril asumió oficialmente la dirección de Avalon, después de un periodo en el que ya venía participando en la gestión de la compañía. ¿Qué supone para usted esta nueva responsabilidad y qué elementos de la identidad de Avalon quiere preservar en esta etapa?

La filosofía de Juniper Group y de Constellation Software (CSI) cuando adquieren empresas es la de preservar el legado construido a lo largo de muchos años, pero con los ojos puestos en el futuro. En sus 40 años de historia, los distintos responsables de Avalon han construido una trayectoria muy exitosa y mi responsabilidad es, sin duda alguna, respetar ese pasado y preparar a la vez la empresa para dar respuesta a los retos futuros. Para ello estamos implantando un plan muy ambicioso de transformación de la empresa en muy diversos ámbitos, ya sea en I+D, en operaciones o en estrategia comercial. La verdad es que está siendo un momento profesional muy exigente y estimulante para mí, en el que la motivación está al máximo.



Parte del equipo de Avalon Software que estuvo presente en UNITI expo 2026.

¿Cuáles son las principales prioridades que se ha marcado para sus primeros meses al frente de la empresa y mediante qué indicadores evaluará el éxito de esta nueva etapa?

De una forma muy sucinta, las principales prioridades son implantar un plan de transformación de la empresa, en el que la IA tiene obviamente un papel fundamental, y a la vez seguir haciendo crecer el negocio, tanto en sus mercados actuales como en nuevos mercados. Este plan se mide esencialmente por ratios de productividad, rentabilidad e ingresos netos, como en cualquier empresa,



En 2026 Avalon celebra cuatro décadas de actividad, una trayectoria vinculada a la evolución tecnológica y a la transformación de las estaciones de servicio.

pero realmente no estamos obsesionados con un valor 'x', sino más bien con hacer crecer el negocio de forma sostenible y desarrollar soluciones cada vez más adecuadas al mercado, en un entorno en el que nuestros equipos se sientan partícipes del proyecto y los clientes vean las ventajas que supone trabajar con Avalon. Con la suma de todo esto, seguiremos haciendo crecer el valor que entregamos al accionista.

Avalon trabaja con grandes operadores, redes independientes, estaciones automatizadas y pequeños empresarios. ¿Cuáles son actualmente los principales problemas que trasladan los propietarios y gestores españoles y qué diferencias observa entre los distintos modelos de negocio?

Es una buena pregunta, pero realmente cada empresa tiene sus propias necesidades, prioridades y preocupaciones, y lo que siempre intentamos hacer es anticiparnos a esas tendencias y presentar soluciones que permitan a los clientes obtener ventajas claras. En nuestros contactos con ellos se habla mucho de cierta incertidumbre en el ámbito fiscal que tiene que ver, obviamente, con la volatilidad de los precios del petróleo, fruto de la actual situación geopolítica. Por otro lado, están, evidentemente, la transición del paradigma energético, que preocupa a todos los actores del sector, la falta de mano de obra y la forma en la que el uso de la IA va a impactar en los modelos de gestión vigentes.

¿Sigue existiendo reticencia por parte de algunas estaciones de servicio a adoptar herramientas digitales o ya es una tendencia generalizada en la mayoría de instalaciones? ¿En qué procesos puede obtener una estación de servicio un retorno más rápido y medible mediante la tecnología? Y ¿qué errores deberían evitarse al abordar un proyecto de modernización?

Yo creo que la mayoría de los propietarios de redes de estaciones de servicio ya está adoptando o ha adoptado algún tipo de herramienta digital. Lo vemos de forma muy evidente en el día a día: los clientes están implementando cada vez más soluciones que implican algún tipo de automatización. Es una tendencia inevitable y no creo que dependa de la visión de los clientes, sino que es más una obligación derivada de los factores que mencioné en mi respuesta anterior.

La compañía plantea una gestión integrada de la pista, la tienda, el lavado, la restauración, las flotas, la contabilidad y las nuevas energías. ¿Hasta qué punto es posible centralizar hoy todas estas áreas en una única plataforma y cuáles son los principales obstáculos para integrar equipos y sistemas de diferentes fabricantes?

Avalon se ha especializado precisamente en soluciones que permiten a los clientes tener una gestión centralizada de su negocio. Por otro lado, intentamos mantener una relación muy estrecha con los fabricantes de equipos con mayor implantación en el mercado para poder entregar soluciones integradas a los clientes de forma rápida y sencilla. No obstante, y aunque exista una colaboración sana entre los distintos actores, siguen existiendo en el mercado equipos muy antiguos, con infinidad de tecnologías y protocolos de comunicación distintos, que obviamente se tendrán que ir sustituyendo de forma gradual. En paralelo, estamos estrechando relaciones con entidades como el 'Petroleum Equipment Institute' (PEI) y el International Forecourt Standards Forum (IFSF) para estar al día de la evolución tecnológica del sector a nivel global.

EasyPay ha recibido este año dos reconocimientos en la feria Stacja Paliw de Varsovia por su planteamiento como terminal multiárea para carburantes, recarga eléctrica y lavado. ¿Qué necesidades concretas del operador busca resolver esta solución y cómo está evolucionando el pago digital en las estaciones de servicio frente al uso del efectivo?

De forma muy sencilla, lo que buscábamos con EasyPay, como su propio nombre indica, era automatizar el proceso de pago mediante un equipo de bajo coste de adquisición y explotación, muy fiable y fácil de utilizar para los usuarios. Una vez más, adaptar la oferta a las necesidades del mercado.

Aunque España es tradicionalmente un mercado en el que los pagos en efectivo siempre han sido una parte importante del negocio de nuestros clientes, creemos que la automatización y la digitalización de los pagos son inevitables por la evolución socioeconómica del país. Como es sabido, hay una falta generalizada de mano de obra para algunas funciones que puede subsanarse fácilmente con el uso de la tecnología.

Los terminales de autopago y las soluciones multiárea permiten automatizar el cobro de carburantes, recarga eléctrica o servicios de lavado. ¿Cómo está cambiando la relación del consumidor con la estación y cómo debe equilibrarse la automatización con la atención personal?

Este proceso ya lo hemos visto en otros mercados europeos, como el francés, el británico o incluso el portugués, donde se implantó un modelo prácticamente 100 por ciento desatendido con pago en pista, dejando al personal de la estación para la atención en la tienda de conveniencia. Sabemos que esto genera cierto debate en el sector y que no todos los operadores piensan igual, pero estamos absolutamente convencidos de que los modelos de servicio desatendido son compatibles con el negocio de conveniencia. De hecho, cada vez se habla más a nivel internacional de que las estaciones se convertirán en el futuro en 'hubs' de conveniencia para la comercialización de distintos productos y servicios, donde las funciones estrictamente relacionadas con el pago del repostaje de combustible o de la carga eléctrica se automatizarán completamente.

Dentro de esta evolución de los medios de pago, Avalon también cuenta con Carpay, una aplicación que permite autorizar el surtidor, repostar y pagar desde el teléfono móvil. ¿En qué fase se encuentra actualmente la solución, qué respuesta está teniendo entre operadores y usuarios y qué nuevas funcionalidades tienen previsto incorporar?

Tras la incorporación de Carpay a nuestro portfolio, hemos pasado varios meses analizando cómo optimizarla y lograr que se convirtiera en algo realmente adaptado a las necesidades de los clientes. En una primera fase, pensábamos comercializar la solución como un medio de pago más, incluso para clientes que no dispusieran de nuestras soluciones de Head-Office y Front-Office. No obstante, tras escuchar a los clientes, nos dimos cuenta de que la mejor forma sería convertir Carpay en un módulo más de nuestro ecosistema tecnológico, con una integración directa con nuestra solución de Head-Office 'Arcadia', no solo permitiendo el pago al contado, sino también convirtiéndola en una tarjeta de pago virtual para clientes de crédito, además de añadir algunas funcionalidades de fidelización. Con esto hemos podido captar el interés del mercado y empezar a comercializar la herramienta a gran escala.

La inteligencia artificial está comenzando a incorporarse a la gestión empresarial. ¿Qué aplicaciones concretas considera que pueden aportar valor real a una estación de servicio durante los próximos años y en qué ámbitos existe todavía más expectativa que utilidad práctica? ¿Cómo pueden estas herramientas apoyar a los gestores de estaciones de servicio en este momento de volatilidad en los precios de la energía?

Hay varias cosas que se pueden hacer de forma mucho más rápida y menos laboriosa que con los métodos tradicionales. Desde luego, cuestiones como la desmaterialización de los documentos en papel, la generación de 'dashboards' de apoyo a la gestión, el cálculo de los precios de venta óptimos, el cálculo de las necesidades de compra de productos de tienda y de combustibles y, en general, todos los procesos de gestión que impliquen trabajo manual son algunos de los ejemplos que se irán incorporando gradualmente en nuestras soluciones. Además de esto, todo lo que tenga que ver con el soporte al cliente: resolución de dudas sobre el uso, formación, etc. La IA ya no es una tendencia, sino una realidad.

Las estaciones deben adaptarse continuamente a nuevas obligaciones fiscales, de facturación y de comunicación de datos, como Veri*factu. ¿Qué papel debe desempeñar el proveedor tecnológico para que el cumplimiento normativo no aumente la carga administrativa ni interfiera en la operativa diaria?

Los proveedores, en primer lugar, se tienen que ajustar a lo que marca la normativa del Estado en términos técnicos, y esta es muy clara. Dicho esto, los procesos administrativos no pueden suponer más trabajo del que suponían antes, y eso es lo que hemos tratado de garantizar desde Avalon. Hay que decir que, ya desde hace tiempo, nuestras soluciones están totalmente preparadas para este cambio, con lo cual es un tema que hoy en día no nos preocupa.

Lo que buscábamos con EasyPay era automatizar el proceso de pago mediante un equipo de bajo coste de adquisición y explotación, muy fiable y fácil de utilizar para los usuarios.

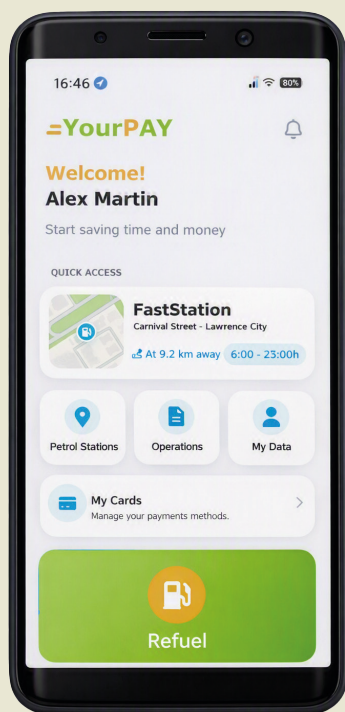


En un negocio que funciona las 24 horas, la continuidad del servicio, la protección de los datos y la capacidad de respuesta ante una incidencia son fundamentales. ¿Cómo compagina Avalon la incorporación de nuevas funcionalidades con la robustez, la ciberseguridad y el soporte técnico que exige una estación de servicio?

Tenemos unas pautas muy exigentes e invertimos mucho tiempo y recursos en estos temas. Por un lado, la empresa está certificada según la norma ISO 27001, lo que asegura el cumplimiento de estándares muy estrictos que son continuamente evaluados por empresas independientes. Además, desde nuestra matriz se ha implantado una política rigurosa y somos objeto de auditorías frecuentes en materia de seguridad y protección de la información. En términos de continuidad del negocio, contamos con plataformas de alojamiento en la nube de alta disponibilidad y redundancia. Por otro lado, en la atención al cliente contamos con un equipo de más de 70 profesionales dedicado a garantizar que todas las incidencias se resuelvan según el SLA acordado, con disponibilidad 24/7, y trabajamos muchísimo en la parte de desarrollo para que la mayoría puedan resolverse sin desplazamiento a la estación (en torno a un 98 por ciento de los avisos se solucionan de forma remota).

Nuestro objetivo es hacer crecer el negocio de forma sostenible y desarrollar soluciones cada vez más adecuadas al mercado

Vamos a convertir Carpay en un módulo más de nuestro ecosistema tecnológico, con una integración directa con 'Arcadia', esto no solo permite el pago al contado, sino también la convierte en una tarjeta de pago, además de añadir algunas funcionalidades de fidelización.



"En esta nueva etapa, Avalon persigue ampliar su presencia a nivel mundial, tanto por crecimiento orgánico como por adquisición de otras empresas".

Avalon ha reforzado durante los últimos años su presencia internacional y forma parte del ecosistema de Juniper Group y Constellation Software. ¿Cómo influirá esta dimensión global en el futuro de la compañía? Y ¿cómo le gustaría que fuera Avalon cuando celebre su 50.º aniversario?

Aunque la filosofía de Juniper y CSI se basa en un modelo de gestión totalmente descentralizado, en el que las distintas 'Business Units' disponen de total autonomía para gestionar su negocio, el hecho de pertenecer a este fantástico ecosistema de más de 1.300 empresas nos da acceso a un conjunto muy amplio de buenas prácticas de gestión, KPI y métricas de apoyo al negocio, al asesoramiento de profesionales de excelencia y también a una red de contactos a nivel global. Actualmente, la estrategia del grupo pasa por convertir Avalon en un referente global del sector y ampliar su presencia a nivel mundial, tanto por crecimiento orgánico como por adquisición de otras empresas.

Lo más importante de todo esto es que el camino es muy claro y no deja margen a dudas ni incertidumbres, con todas las ventajas que esto supone para nuestro equipo directivo, nuestros empleados, nuestros clientes y nuestros socios de negocio en general.

En relación con la última pregunta, creo que dentro de diez años veremos seguramente un Avalon completamente distinto y, obviamente, con una dimensión mucho mayor: una presencia mucho más global, procesos de negocio aún más eficientes, una empresa 100 por ciento digitalizada y un porfolio de productos de alcance más amplio que el actual, incluso en distintas áreas de negocio. ■

40 años no se celebran. Se demuestran

1986 — 2026

Lo que empezó con un surtidor y una pequeña tienda es hoy un ecosistema vivo de movilidad, tecnología y múltiples servicios que puedes gestionar desde la palma de tu mano.

Hemos evolucionado con el sector, anticipándonos a las necesidades y transformando cada etapa del camino en una experiencia más completa, conectada y preparada para el futuro.

Y esto es solo el principio. Sigamos construyendo el futuro juntos.



Soluciones de Confianza para una Movilidad Inteligente



919 992 094
www.avalonsoftware.com