JUAN JOSÉ MARTÍN GERENTE Y FUNDADOR DE SANEAMIENTOS DIMASA

La esencia de Dimasa se encuentra en las ganas de aventura de su fundador, quien comenzó un viaje hacia el emprendedurismo y que transcurre con éxito pero sin un destino final porque no hay límites para esta compañía malagueña.

Dimasa ve la luz en el año 1996, después de que usted decidiera crear la firma tras varios años trabajando para una prestigiosa compañía relacionada con el sector. ¿Cómo recuerda ese salto emprendedor?

Ese momento lógicamente lo recuerdo como el más importante desde que se creó Dimasa.

Después de 10 años trabajando por cuenta ajena y con poco más de 30, un día inesperado te dice tu jefe que las delegaciones propias de la marca para la que trabajas van a cerrar, y en ese instante te propone crear tu propia empresa para seguir distribuyendo sus productos. En ese momento sabes que todo en tu vida va a cambiar, te paras, lo piensas y te das cuenta que estás en la estación y de ti depende coger o no el tren. Y como me gusta la aventura, me subí.

El viaje ha merecido y merece la pena, desde ese día no hemos dejado de pasar estaciones y lo mejor es que no tenemos marcado un destino final.

JUAN JOSÉ MARTÍN Gerente y fundador de Saneamientos Dimasa.

"Dimasa está preparando el vagón para la próxima parada: la digitalización"

Tardaron muy poco tiempo en crecer e incorporar nuevas marcas y productos en la empresa lo que además supone un crecimiento del equipo. ¿Qué valor tiene el equipo profesional para Dimasa?

Es cierto, empezamos distribuyendo solo productos de nuestra antigua empresa Nueva Terrain, y poco a poco fuimos incorporando nuevas referencias, pero principalmente materiales de fontanería, de ahí el nombre 'Saneamientos Dimasa'. Fue a partir del año 2010, y empujados por la crisis, cuando tuvimos que diversificar e incorporar nuevos materiales, marcas y lo más importante: personal cualificado. En cuanto al equipo no me puedo sentir más orgulloso, Dimasa no es nada si no fuese por nuestro personal. A día de hoy somos uno de los almacenes de referencia de nuestro sector en la zona, y eso no sería posible sin todas las personas que forman Dimasa, somos sin serlo una gran familia.

Ya en 2017 ampliaron sus instalaciones hasta los 5.000 metros cuadrados. ¿Qué nuevos espacios han creado en ellas?

A parte de mejorar y ampliar los espacios que ya teníamos, como el almacén y las oficinas, he-

mos incorporado tres nuevas zonas que han sido claves para el éxito. El autoservicio, del que al principio teníamos dudas si funcionaría, era una nueva forma de servicio con la que el instalador y el trabajador no estaban muy familiarizados, pero ha tenido una gran acogida y aceptación por ambas partes. Otra zona ha sido la sala de formación o 'showroom' donde impartimos cursos y damos presentaciones, y la tercera y no menos importante, el parking privado, esto ha supuesto un plus en comodidad y rapidez para servir a nuestros clientes y para la recepción de mercancías.

Cuentan además con un aula de formación y apuestan por el reciclaje y puesta al día de los profesionales. ¿El aprendizaje constante es importante para el equipo de Dimasa?

Sí, por supuesto que es importante. Cada vez existen más materiales y nuevas tecnologías aplicadas a las instalaciones y como profesionales en el sector es nuestro deber conocerlas. El asesoramiento técnico es un valor añadido que nuestro cliente valora y el cliente de nuestro cliente también, por eso es importante fomentarlo y compartirlo. Las jornadas la realizamos con nuestro personal técnico cualificado y por supuesto con la colaboración de los proveedores. Además, este tipo de reuniones sirven para empatizar y afianzar las relaciones comerciales con todos tus colaboradores: clientes, proveedores y personal.

Su lema es 'Distribuimos confianza'. ¿Cuál es el secreto para haberse ganado la seguridad, a su vez, de los clientes?

Bueno en realidad no es ningún secreto. De hecho, el eslogan lo pusimos después de muchos años de actividad, cuando ya teníamos el feedback del cliente y observamos que todas las cualidades que destacaban de nuestro trabajo tenían un elemento en común; la confianza. ¿Y cómo nos la hemos ganado? Pues manteniendo una misma filosofía de trabajo: Hacer las cosas bien y con ganas, ser humildes, formales y dar una atención adecuada a cada cliente.

Todos en nuestro trabajo buscamos mantener relaciones a largo plazo tanto con los clientes como con los proveedores y esto solo es posible si hay confianza.

Hemos pasado por una complicada situación debido a la pandemia mundial de coronavirus que ha llevado a los negocios a llevar acabo medidas drásticas. ¿Cómo se ha adaptado Dimasa a estos cambios? ¿Cómo han operado estos meses de confinamiento?

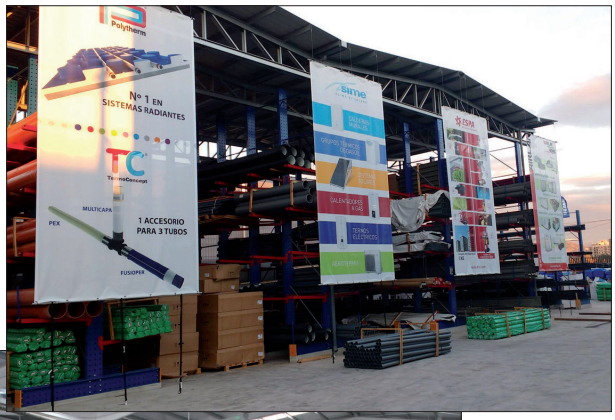
En Dimasa, salvo la semana que se paró totalmente la actividad, hemos seguido trabajando, al suministrar materiales para servicios esenciales

Zona de autoservicio. Clave del éxito de Dimasa tras su remodelación. Los clientes encuentran rápidamente todo aquello que buscan.

Fachada de las instalaciones y valores de equipo. Saneamientos Dimasa cuenta con 5.000 metros cuadrados tras la remodelación que realizaron en 2017. Con ello mejoraron y ampliaron los espacios ya existentes y se incorporaron tres nuevas zonas que han sido clave para su éxito: autoservicio, zona de formación y parking privado, junto con los valores que comparten con todos sus empleados.

podíamos tener abiertas las instalaciones. Eso sí, adaptándonos en todo momento a los diferentes escenarios que nos iba marcando el gobierno.

En este tiempo hemos contado con todo el personal: almacén, tienda, comercial, técnicos, logística, administración y marketing. Aportando el mismo servicio ante una situación mucho más compleja,



Almacenes y sala de formación. Gracias a la amplitud de sus instalaciones, los clientes pueden encontrar una zona de exposición exterior con parking para cargar cómodamente los productos adquiridos. Asimismo, se ha creado una sala de formación para empleados y clientes.

"Cuando nos incorporamos al grupo estábamos seguros de nuestra elección y a día de hoy lo confirmamos: fue un rotundo acierto"

cosa que los clientes han agradecido bastante. En momentos difíciles hay que apostar.

¿Qué perspectivas tiene el sector tras este episodio?

Esta es la pregunta del millón, el sector forma parte del sistema económico en general y si ya es difícil hacer previsiones con un escenario vamos a llamarle normal, imagínate con el actual.

Es una situación nueva para todos, el cómo y cuándo se resuelva va a depender principalmente del control sobre la propia pandemia. En resumen, barajaría dos posibles escenarios; si el virus se controla próximamente, apostaría por la recuperación que dicen los economistas tipo V, pero de una forma más pronunciada tipo anagrama Nike. Por otro lado, si tardamos más en controlarlo tendremos que poner las luces anti-nieblas, ya que ni el mejor economista del mundo vería más allá del corto plazo.

Por norma soy optimista y quiero pensar que esta pesadilla acabará más pronto que tarde y en dos o tres años habremos recuperado la cifra de negocio que llevábamos.

Desde el año 2012, Dimasa pertenece al Grupo Avalco. ¿Cómo valoraría su asociación con nuestra central de compras?

Cuando nos incorporamos al grupo estábamos seguros de nuestra elección y a día de hoy, pasado el tiempo, lo confirmamos: fue un rotundo acierto.

No nos podemos olvidar que vivimos en un mundo cada vez más competitivo, más globalizado y que avanza a un ritmo alarmante, para convivir en él de una forma digamos cómoda tenemos que unir nuestras fuerzas.

Aprovechando esta pregunta desde aquí quiero darle las gracias al personal de Avalco, por su estupenda labor, y a nuestros compañeros de viaje alentarlos para que seamos cada vez más grupo.

¿Cuáles son los planes de futuro de Dimasa?

¿Qué os parece sí volvemos otra vez al símil del tren? Dijimos que no teníamos definido el destino, por tanto, tenemos que seguir viajando disfrutando de cada parada, pero sin saber cuál será la última estación. Eso sí, adaptando y modernizando nuestro medio de transporte, cómo por ejemplo incorporando la compra del billete online. Podríamos decir que actualmente Dimasa está preparando el vagón para la próxima parada, la parada de la digitalización.

Somos conscientes que la distribución está en el punto de mira, los nuevos paradigmas de compra nos afectan y toca adecuar el modelo de negocio para que los cambios que se están originando en el comportamiento del consumidor no sean una amenaza, sino una oportunidad para nuestra empresa.

Sin más les deseo a tod@s un Buen Viaje.