

Solución inteligente para el retail

GU Trade actúa como un socio estratégico de sus clientes en la búsqueda de hacer más eficiente la gestión del punto de venta. Para eso se vale de una herramienta web mobile que obtiene la información relevante.

Marcelo Blanco, CEO y cofundador de GU Trade, nos interioriza sobre esta empresa joven -surgida en 2015, en Uruguay- que pone el foco en el sector del retail, más concretamente en las visitas estratégicas al punto de venta.

A través de una herramienta web mobile, los clientes obtienen información de valor para facilitar el proceso de toma de decisiones y, eventualmente, mejorar el curso de las acciones.

—¿Cómo y cuándo surgió GU Trade?

—GU Trade es una empresa uruguaya desarrollada por Xseed, una "software factory" creada en 2010 por cuatro amigos de la Facultad de Ingeniería, de los cuales dos aún trabajamos en ella. En 2015 Xseed crea GU Trade debido a una necesidad muy puntual del sector del retail: entender qué pasaba con los reposidores en la calle, conocer si habían visitado los puntos de venta o no. Con esa idea sacamos la primera versión de GU Trade: Geoubicación. Ésta registraba las entradas y salidas automáticas de los Puntos de Venta (PDV), que es una de las funcionalidades que hoy tiene GU Trade. Entender y gestionar el recorrido del equipo en el campo, los tiempos de transado y los tiempos dentro del punto



“Gracias a que somos especialistas en el sector, logramos que la herramienta sea vanguardia en el mundo del retail, ese es nuestro gran diferencial. Cada vez que la herramienta crece, crece para esa rama exclusivamente”, expuso el CEO de GU Trade.

Marcelo Blanco, CEO
y cofundador de GU Trade.

resulta vital. Luego, conseguimos nuestro primer cliente: Salus (Grupo Danone) y, a partir de eso, nos dimos cuenta de que el sector del retail era donde debíamos hacer foco. Allí comenzamos a especializarnos en generar funcionalidades específicas para el sector, hablar el mismo idioma, pensar en aspectos para mejorar los indicadores de las empresas. Eso nos hizo llegar a lo que hoy llamamos "GU Trade", una plataforma web mobile que busca mejorar la gestión de los productos de nuestros clientes en el PDV, registrando indicadores, controlando faltantes, quiebre, stock y demás. A partir de los clientes que confiaron en nosotros y gracias a que nos hemos convertido en especialistas en el sector, logramos que la herramienta sea vanguardia en el mundo del retail, ese es nuestro gran diferencial. Cada vez que la herramienta crece, crece para esa rama exclusivamente.

—¿Cómo funciona concretamente esta herramienta?

—Es una herramienta web mobile que lo que busca es obtener información relevante de los PDV para que nuestros clientes exploten la info para comercializar mejor sus productos. La versión mobile se instala en los

Herramienta web mobile que reúne información relevante de los PDV.



GU Trade tiene presencia en varios países de Latinoamérica y Centroamérica y tres sedes principales: Montevideo (Uruguay), Costa Rica y Perú.

celulares laborales de los repositorios, y la web es gestionada por el supervisor, encargado o jefe de área. No solamente permite tener control sobre el repositor, sino también que éste haga determinadas cosas para tomar mejores decisiones en el PDV, pueda accionar mejor, releve la info importante, y que en la web se puedan tomar mejores acciones y correcciones en base a desvíos. Sumado a esto, hemos encontrado que hay otras verticales que son muy interesantes, por eso no sólo vendemos el servicio de uso de la herramienta, sino que también tenemos tres servicios adicionales. Así, GU Trade Assistant propone administrar y mantener actualizada la herramienta (incorporando periódicamente los cambios a productos, rutas, planogramas, entre otros) con el fin de que los clientes inviertan ese tiempo en otras cuestiones. Para un servicio premium aún más completo, GU Trade Analytics proporciona reportes a medida y acorde a las necesidades específicas de cada cliente. El BI, por otra parte, permite convertir los datos en información de forma rápida y práctica, brindándoles a sus clientes indicadores clave para una acertada y fundamentada toma de decisiones.

—¿Por qué las empresas de retail deberían invertir en GU Trade?

—Las empresas de trade marketing suelen invertir mucho dinero en marketing dentro del PDV y la forma que tienen de hacerlo es mediante los repositorios, entonces la herramienta sin duda es fundamental. Para conocer si están haciendo el trabajo, indicarles cómo lo tienen que hacer y asegurarse de que se haga de la manera

correcta. En este sentido, por ejemplo, resulta muy útil la posibilidad de ordenarle tareas al repositor con relevamiento fotográfico. Esas fotografías, además de visualizar lo que están haciendo, nos permiten mantener un registro actualizado en forma digital. Lo cual resulta vital para las empresas ya que necesitan que la información esté centralizada, bien presentada y accionable. Entonces, permite mejorar la gestión de las personas, relevar información y que luego esa información esté accesible y determinada para ejecutar. Adicionalmente, la herramienta sigue creciendo e innovando para poder acercarnos a las problemáticas del día a día en un mercado tan cambiante. A futuro, va a seguir creciendo sobre la misma vertical, lo que nos va a permitir tomar mejores decisiones. Por eso siempre decimos que estamos a la vanguardia en trade marketing.

—Al ser una empresa surgida en Uruguay, ¿tienen experiencia trabajando en el exterior?

—Hoy podemos decir con orgullo que estamos en varios países de Latinoamérica y Centroamérica, con tres sedes principales: Montevideo (Uruguay), Costa Rica y Perú. En tanto que los países donde comercializamos son: Uruguay, Costa Rica, Perú, Colombia, Ecuador, Paraguay, Argentina, Panamá y Guatemala.

—¿Cómo vivieron su participación en el Retail Day 2018?

—Fue una experiencia muy buena, en parte gracias a un excelente trabajo de los profesionales que trabajan en la empresa, pero también a la aceptación del público. Cada visitante que se acercaba al stand se mostraba interesado en el tema y con ganas de recibir más información sobre la herramienta. Fue la primera vez que participamos en el Encuentro Nacional Retailer - Retail Day y sin dudas no será la última. <<

2015 Año de la creación de GU Trade, empresa nacida en Uruguay.