

El poder de la unión

Los directivos de tres empresas del mercado de la puericultura que han establecido asociaciones con otras firmas exponen las razones que impulsaron estas iniciativas, proporcionan información sobre casos concretos y comentan su evaluación de los resultados obtenidos.

Según refieren los especialistas en management, las alianzas estratégicas son uniones voluntarias, duraderas y organizadas de personas y/o empresas que añaden parte de sus esfuerzos y objetivos para lograr ventajas competitivas.

Los entendidos en la materia sostienen que la constitución de este tipo de asociaciones permite sumar las fortalezas y superar las debilidades de los aliados a través de la articulación de actividades o funciones tales como producción, comercialización, logística, tecnología o financiamiento.

Dado que en el mercado de la puericultura también se registran esta clase de iniciativas, **BioNatal** entrevistó a los directivos de tres empresas de diferentes rubros para que compartan con los lectores de la revista sus experiencias relativas a las diversas alianzas estratégicas que han implementado sus respectivas firmas.



Daniel Dimare

Director de Marketing y Comunicación Institucional de Dimare S.A. (Juguetes)

Venimos realizando alianzas con diferentes objetivos, tales como promoción, presencia y activación de marcas, presencia y difusión de la actividad lúdica familiar con juguetes

Rasti, desarrollo de servicios, acciones de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) y desarrollo de productos y servicios. En términos generales, nuestra política de alianzas estratégicas se inscribe dentro del objetivo más general de posicionar a Rasti como la marca argentina premium del mercado del juguete de Latinoamérica y como una propuesta que prioriza el juego activo, creativo, compartido y familiar.

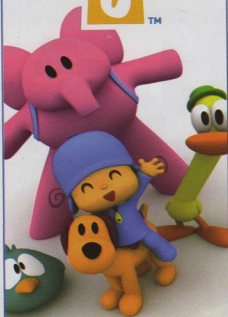
En línea con estos objetivos, la empresa ha realizado una serie importante de alianzas con otras firmas, entre otras:

- Acción de RSE, vidrieras y diversión (2009). Esta alianza con la empresa de indumentaria infantil Cheeky permitió la presencia de la marca Rasti en las principales vidrieras de la cadena, como así también que padres e hijos pudieran jugar con Rasti Junior en 11 de sus sucursales. Asimismo, con esta empresa se realizó la campaña de RSE de recaudación de fondos para la ONG Alegría Intensiva, que trabaja en beneficio de los niños pacientes del hospital Garrahan.
- Espacios de juegos Rasti (vigente). Alianza con Paseo Alcorta que consiste en crear y gestionar conjuntamente la Plaza de Juegos Rasti en el tercer nivel del shopping, al lado del patio de comidas. Allí los niños y sus padres pueden jugar libre y gratuitamente con tres diferentes contenidos

"Somos muy abiertos a este tipo de alianzas que generan una sinergia beneficiosa para las dos empresas aliadas, siempre que las marcas compartan valores, atributos y targets etarios."

P
O
C
O
Y
O
™

Pocoyo™ & © 2005 Zinkia Entertainment S.L.



¡Bienvenido,
POCOYO!

Los juegos de POCOYO
llegan a la Argentina
de la mano de Ruibal.



www.ruibalgames.com

lúdicos Rasti. Similares alianzas se realizaron con nuestro cliente Giro Didáctico, el Pasaje Rodrigo de La Plata y Galerías Pacífico.

- Rasti en eventos corporativos (2009). Con Paseo La Plaza se desarrolló una sala de juegos exclusiva con los contenidos lúdicos de Rasti para eventos corporativos.
- Rasti en restaurantes infantiles Casimiro (vigente). Los tres contenidos lúdicos de Rasti forman parte de las opciones de juego dentro de las sucursales de esta cadena, sumando sorteos especiales y acciones específicas de co-branding.
- Menú de juegos para las habitaciones del hotel Holiday Inn Córdoba (vigente). Este es un servicio que en forma conjunta con el hotel se ofrece a las familias que se hospedan allí. Solo tienen que solicitar en la recepción alguna de las propuestas del menú de juegos Rasti y se los entregan en la habitación.
- Cumpleaños RASTI (vigente). Este servicio ha sido creado en alianza con la empresa organizadora de eventos competitivos y corporativos Sport Pro. Consiste en diferentes alternativas de festejo de cumpleaños, siempre bajo la temática constructiva que ofrece Rasti y sus diferentes líneas.
- Qué pedirle a cada proveedor, más allá de la compra de mercadería, para que acompañe las acciones fijadas en nuestro plan de negocio.
- La planificación de acciones a lo largo de los distintos períodos de tiempo dentro del período global definido.

Los resultados son muy variados. El principal es una satisfacción personal, provocada por el hecho de ver a los chicos y sus padres disfrutando a la par de un momento lúdico con Rasti. En todas estas acciones es sorprendente la gran convocatoria e interés de la gente por participar y transmitir su aprecio por la marca así como los gratos recuerdos que les trae a los padres ese momento de juego. Esto genera una activación y recordación de marca sin igual.

Tenemos nuevos proyectos para el bienio 2010-2011, orientados a desarrollos de nuevos productos bajo el modelo de co-branding con empresas de otros sectores muy diferentes al juguete. Somos muy abiertos a este tipo de alianzas que generan una sinergia beneficiosa para las dos empresas aliadas, siempre que las marcas compartan valores, atributos y targets etarios.



Rodrigo Díaz

Gerente de La Valenziana S.R.L.

(Amoblamiento)

Nuestra compañía fomenta permanentemente la implementación de alianzas estratégicas, tanto en lo productivo como en lo comercial, al punto de que hemos puesto en marcha una decena de ellas, que aún permanecen vigentes con buenos resultados.

En materia comercial, formamos parte del equipo fundador de GEIAN (Grupo Exportador de Indumentaria

“Cada una de las alianzas que hemos establecido han tenido su balance positivo, todas siguen vigentes y estamos convencidos de que son herramientas fundamentales para el avance y el desarrollo de una pyme.”

EVA MAGIC

FABRICA DE GOMA EVA

Mesa para niños goma eve
18 mm 50x50 cm

Banquito para niños goma eve
18 mm 24x24 cm

Carrillito/Peletera goma eve
18 mm 120x120 cm

Pisos encastrables
6 mm
15/18 mm 50x50 cm

Tel:fax: (5411) 4687-0294/3944
www.evamagic.com.ar
info@evamagic.com.ar

y Accesorios para Niños) y tenemos alianzas con dos empresas dedicadas a la fabricación de artículos de blanquería para bebés. En cuanto a lo productivo, nos asociamos con una empresa de nuestra localidad para crear el único parque industrial de la zona, el Parque Industrial Uranga-Albarellos, en Santa Fe. Asimismo realizamos proyectos asociativos de desarrollo zonal en los que capacitamos personal de diferentes localidades con el fin de formarlos como proveedores de La Valenziana, e incluso realizamos tratados con municipalidades para absorber mano de obra con o sin calificación.

Las razones que llevan a la empresa a realizar alianzas son múltiples, entre muchas, se pueden mencionar las siguientes: la necesidad de mostrar nuestros productos en Latinoamérica, la ampliación de nuestra oferta incorporando artículos fabricados por otras compañías bajo nuestra supervisión y marca, la necesidad de emplazar nuestra fábrica en un terreno con escalabilidad a fin de seguir este proceso de crecimiento, la incorporación de mano de obra de otras localidades, a sabidas de que en el sitio donde está ubicada la planta de La Valenziana no existe desocupación desde hace años, y las ventajas de los acuerdos de colaboración con las autoridades comunitarias de nuestra localidad y de las localidades vecinas.

Cada una de las alianzas que hemos establecido han tenido su balance positivo, todas siguen vigentes y estamos convencidos de que son herramientas fundamentales para el avance y desarrollo de una pyme.

Seguramente en 2010 vamos a continuar con esta política y concretaremos alianzas estratégicas en comercialización, producción, logística, recursos humanos y medio ambiente, siempre con el fin de seguir creciendo a paso firme como lo hemos hecho hasta el presente.



Alejandra Martínez

Titular de Maminia, Mimos de Mamá

(Indumentaria para la lactancia y accesorios para la crianza del bebé)

Hemos realizado alianzas estratégicas con la empresa alemana de cosmética natural Weleda y la empresa suiza de sacaleches Medela. El primero en 2007 y el segundo en 2008.

En cada caso hemos tomado un canal que está segmentado y al cual esas empresas no llegaban; específicamente, el canal de las pañaleras y el canal de las casas multimarca dirigidas a mamás y bebés. Las mismas condiciones se mantienen hasta el presente.

Las principales razones que tuvimos para realizar estas alianzas están relacionadas con nuestro propósito de ampliar la oferta de productos que ofrecemos a los comercios minoristas.

Siempre estamos dispuestos a considerar la posibilidad de concretar otras alianzas estratégicas con empresas dedicadas a proveer productos para las mamás y los bebés, pero siempre con la condición de que sean firmas que cumplan con las premisas y la filosofía propia de la marca Maminia, es decir que sean productos cuidados, no masivos y naturales. 5

"Las principales razones que tuvimos para realizar estas alianzas están relacionadas con nuestro propósito de ampliar la oferta de productos que ofrecemos a los comercios minoristas."