

La familia como base para emprender



Dr. Daniel Dimare

Director de Marketing y RRH Juguetes Rasti

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo Año IV – Nº 21 – Marzo 2012 – ISSN 1851-6610



Nacimos como emprendimiento de un inmigrante italiano. Hoy somos Juguetes Rasti, una PyME familiar que se ha ido refundando a través de los años.

Somos cinco hermanos, todos profesionales, que emprendimos las distintas refundaciones de la empresa, motivados por nuevos sueños, desafíos y aspiraciones.

Junto al fundador -nuestro padre- “fabricamos” marcas y propuestas lúdicas de alto valor percibido, que estimulan y divierten a los chicos a través de juguetes didácticos que integran a niños y a sus padres en el momento del juego. La más importante es la marca del sistema constructivo Rasti.

Considero que sin nuestra preparación profesional habríamos seguido fabricando juguetes commodities –los básicos juguetes de plástico, que cualquiera fabrica y sin valor agregado alguno–. Seguramente nos habríamos fundido.

El profesionalismo, sumado a las fortalezas de ser emprendedores, nos ha permitido un rápido crecimiento y posicionamiento con un modelo de expansión de aproximación a los clientes y consumidores, buscando adaptar y lanzar productos y servicios de acuerdo con las preferencias de ellos, aplicando un consistente sistema de gestión, certificado bajo Normas ISO 9001:2008.

Hemos atravesado una primera etapa de intuición y esfuerzo, en la que el fundador junto a algunos operarios hacían todas las funciones. Luego siguió una etapa de transición y profesionalización, durante la cual nos fuimos integrando nosotros a medida que culminábamos la Universidad y profesionalizamos distintas funciones aplicando conocimientos obtenidos en ella.

En la década del 90 nos tuvimos que pasar de fabricantes a importadores, para después del año 2002 volver a fabricar. Pero esta vez trabajamos en el branding estratégico para crear y posicionar diferentes marcas para diversos targets etarios, y así estar preparados ante una nueva y potencial invasión de juguetes chinos. Primero fue Bimbi, después Blocky y Armatrón y, por último, emprender el gran sueño de encontrar, rescatar y relanzar la desaparecida marca Rasti, que alguna vez había sido nuestro competidor.

El exitoso relanzamiento de Rasti trascendió nuestro país, y hoy sus productos son exportados a varios países y distribuidos en varios otros por la empresa de juguetes número uno del mundo: Mattel.

Pasamos de ser 11 personas en el año 2001 a 90 en 2012, y a partir de una planta de 2000 m² llegamos a una nueva de 8000 m², próxima a inaugurarse. Nuestro sueño es “sacudir” el orden del mercado de juguetes tradicionales de la Argentina y la región, y así ser uno de los fabricantes jugueteros más importantes del continente.

Los emprendedores debemos mantener los drivers que son el combustible para el crecimiento de nuestros emprendimientos: esfuerzo, pasión, disfrute de nuestro trabajo, profesionalización, creatividad aplicada a productos y acciones, y diferenciación, tanto de productos y servicios como del trato con las personas con las que nos relacionamos (empleados, proveedores, competidores, asociaciones y clientes).

Tenemos que seguir enfocados en el mediano y el largo plazo, preparándonos y capacitándonos para el futuro, que será cada vez más desafiante. También, continuaremos invirtiendo tiempo y energía creativa para desarrollar conceptos

diferentes para nuevos productos y servicios. En la Argentina hay mucho por hacer aún y los nuevos emprendimientos y las PyMEs deben aprovechar y ser protagonistas.

Les dejo el sabio consejo de José Ortega y Gasset: “Sólo es posible avanzar cuando se mira lejos. Sólo cabe progresar cuando se piensa en grande”.

