



CARDÓN

COSAS NUESTRAS

Mercado

A lo largo de la década del 90 el mercado local estuvo signado por una fuerte y agresiva presencia de marcas internacionales. En ese escenario, Cardón, una empresa que había comenzado a desarrollarse en los '80 con la idea de rescatar y dar valor a las cosas nuestras, enfrentaba el desafío del crecimiento.

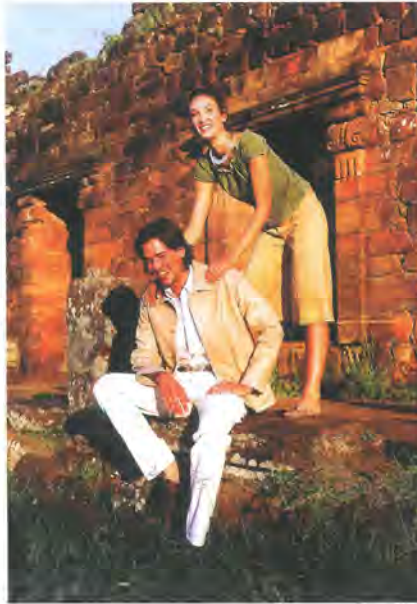
Fundada en 1988, dio sus primeros pasos como una talabartería, una modalidad comercial que aún no estaba desarrollada en el mercado. La empresa se dedicaba a la fabricación y venta de productos de cuero para satisfacer las demandas del sector agropecuario. En línea con el concepto fundacional, Cardón fue pionera en rescatar artículos relacionados con la tradición y la identidad cultural del país, y desarrollar íconos que en la actualidad son considerados elementos representativos de la cultura argentina. Un ejemplo de ello es el diseño de la guarda pampa de Cardón, que con el tiempo se extendió a otros usos y se impuso como un símbolo de argentinidad.

La fuerte apuesta de la empresa por ofrecer lo más auténtico de nuestras raíces, sirvió para enfrentar el auge de las marcas internacionales de indumentaria. El afán por generar una propuesta genuina e integral incentivó el desarrollo de una completa línea de indumentaria, con un estilo que refleja el espíritu autóctono.

La crisis del año 2001 y la posterior devaluación impulsaron la retirada de muchas empresas extranjeras. A partir de entonces, Cardón tuvo un rol preponderante, que potenció su crecimiento en todo el territorio. Hoy, con más de 90 locales distribuidos en todo el país, está posicionada como la primera marca tradicional argentina.

Logros

El concepto Cardón, vinculado con lo más auténtico de nuestra identidad, se fortaleció con la gran presencia geográfica de la marca, a través de locales ubicados en ciudades capitales, en pueblos del interior, en los centros turísticos más importantes y en los principales shoppings. Esta idea fundacional está presente en todos sus desarrollos, y le otorga significado y profundidad a la frase "hay una manera cardón de hacer las cosas", referida al concepto que genera la propuesta tradicional de artículos y que también se distingue en los emprendimientos de la marca:



La revista Cosas Nuestras, con 20.000 ejemplares que se distribuyen en todo el país, es una publicación trimestral que refleja costumbres, personajes, comidas típicas, leyendas, y todo aquello que conforma la identidad cultural de cada provincia argentina.

Cardón Ramos Generales es un lugar de reencuentro con las raíces, un multiespacio cultural y gastronómico ubicado en Martínez, provincia de Buenos Aires. Escenario de muestras de arte, cursos, suabastas de prendas criollas y antigüedades, presenta-

ciones y diferentes espectáculos artísticos, ofrece un servicio gastronómico bien tradicional, a cargo de los hermanos Petersen.

Cardón Torre Rural fue desarrollado a través de una alianza estratégica con Churba Friedman Emprendimientos, una prestigiosa y tradicional empresa dedicada al desarrollo de proyectos inmobiliarios. Es un edificio de 19 pisos, pensado para satisfacer la necesidad de la gente del interior de tener un espacio propio en la Capital Federal. Por ello se buscó que en su estética, en el conjunto de servicios personalizados que brinda a través de una conserjería y en su ubicación -a pasos del predio Rural de Palermo- lograra combinar la calidez del interior y el mundo de Buenos Aires.

Junto con Eidico, una reconocida compañía especializada en urbanizaciones privadas, se desarrolló Cardón Estancias. El espíritu de esta alianza es el de rescatar lugares en distintos puntos del país con alta significación cultural, geográfica, productiva o histórica, para otorgarles mayor valor, desarrollando emprendimientos orientados a satisfacer demandas de descanso, turismo, producción o vivienda permanente. El primer desarrollo, Estrella Federal, se realizó en Ramallo, provincia de Buenos Aires, en 400 hectáreas de campo a la vera del río Paraná, con un parque diseñado por el paisajista Carlos Thays y un casco histórico de 1841. El segundo, La Montaña, se encuentra en la provincia de Salta, en la finca que perteneció a Robustiano Patrón Costas. Es un señorial parque de 27 hectáreas con una gran variedad de especies arbóreas nativas y exóticas, rodeada por una reserva ecológica, donde se encuentra enclavada una imponente mansión de estilo colonial que fue la casa

familiar de Patrón Costas. A medida que se consolida cada proyecto de Cardón Estancias, se sigue avanzando con nuevos emprendimientos en diferentes puntos del país.

Con General Motors, la empresa desarrolló la pick up S10 Cardón, que fortalece el vínculo que tiene la marca con el sector agropecuario. Es una edición especial que toma como base la versión doble cabina 4x4 DLx y suma la potencia y el confort de Chevrolet S10 con el estilo de Cardón.

Historia

La historia de la empresa se remonta a 1986, cuando Gabo Nazar, oriundo de Ramallo, abrazó la idea de rescatar la tra-





dición en indumentaria y accesorios del campo argentino. Con un capital de apenas 100 dólares, que invirtió en cuero y herramientas de mano, comenzó a confeccionar cinturones para venderlos entre compañeros de facultad y amigos.

Dos años después, en 1988, se inauguró el primer local en su ciudad natal y luego, para continuar con el éxito conseguido en Ramallo, se abrieron locales propios de la marca en otras ciudades, como San Nicolás, Rosario y Tucumán.

En 1990 Cardón desembarcó en Buenos Aires, y al llegar a 1997 como una empresa ya constituida, con cuidados niveles de calidad, estándares de producción y con productos valorados en el mercado, se abrió al mundo de las franquicias.

Con ese nuevo formato comercial comenzó a crecer de manera sostenida. Año a año siguió ampliando la cadena, con la incorporación de locales en lugares estratégicos del país.

Producto

El concepto Cardón está presente en el estilo clásico y la calidad que caracterizan a su línea de indumentaria textil y de ropa de cuero.

También en sus artículos de marroquinería, calzado y en las piezas de platería criolla, muy ligadas junto al cuero con nuestra identidad y con los orígenes de la cultura rioplatense.

Las confecciones de la marca utilizan materiales nobles, que también se combinan con otros bien autóctonos, telas y diseños exclusivos y distintos tipos de cuero: vacuno, ovino, de búfalo, carpincho, gamuza y ciervo colorado, entre otros. La propuesta está pensada para satisfacer las demandas más exigentes del hombre y de la mujer de hoy. Además, incluye un fuerte desarrollo para los más chicos: la línea Gurises.

Con el fin de atender la demanda de clientes con gustos muy diferentes por la amplitud geográfica de Cardón, se realiza un permanente desarrollo de nuevas colecciones para cada temporada, que mantienen el espíritu original y autóctono de la marca.

Desarrollos recientes

Entre las novedades más recientes se encuentra el desarrollo de Cardón Casa, una línea que ofrece mobiliario y artículos para la casa, que siguen el estilo campo con el que están ambientados los locales de Cardón. También, a través de Cardón Ramos Generales, se desarrollan artículos de proveeduría caracte-

rísticos de nuestra tierra y una línea de vinos de alta gama, en forma conjunta con Bodegas Salentein.

Promoción

Desde sus comienzos, Cardón participó en las ferias y exposiciones más representativas del sector agropecuario. Estar presente en el lugar adecuado fue fundamental para hacer conocer la marca. Con el



crecimiento de la empresa se siguió participando en las mismas exposiciones, pero con una presencia mucho más fuerte.

Así, la marca fue la indumentaria oficial y se encargó del merchandising de las principales exposiciones agropecuarias, y llevó al histórico restaurante central de la Rural de Palermo la propuesta gastronómica de Cardón Ramos Generales.

El auspicio de eventos deportivos como el golf, el polo, la náutica, entre otros, y las acciones vinculadas con la cultura y la solidaridad marcan el estilo y el compromiso de la empresa.

Las campañas institucionales, las de los días festivos más entrañables y representativos para los argentinos y las acciones generadas en cada lugar donde hay un Cardón, se ven reflejadas en los medios de todo el país.

Valores de la marca

Calidad, calidez, confianza y compromiso son los pilares que inspiran cada una de las decisiones y las acciones de la empresa. Estos valores son los que hacen que la marca se mantenga firme y se fortalezca más allá de los vaivenes socioeconómicos del país. También sirvieron como fundamento para elaborar la misión de Cardón: "Promover el desarrollo cultural, económico y social de todos los integrantes de nuestra cadena de valor y de sus comunidades".

La misión sirve de guía para todas las actividades de la empresa, como la Gira Solidaria Cardón que se realiza en distintos puntos del país junto con reconocidos artistas, como Facundo Saravia, con fines sociales y culturales.

www.cardon.com.ar

Lo que usted no sabía sobre
Cardón

- El cardón es un cactus gigante que llega a medir hasta 15 metros de alto. Su corteza está cubierta por espinas que parecen agujas doradas, de hasta 30 centímetros. En la Argentina crece en la zona del norte, en los Valles Calchaquíes, donde también se encuentra el Parque Nacional Los Cardones. Es una de las especies vegetales más representativas del país, característica de la región semiárida que ocupa alrededor de las dos terceras partes de la Argentina.
- Cardón comercializa más de 1.600 productos.
- En el local insignia de la marca, ubicado en la avenida Alvear de Buenos Aires, se exhiben piezas de colección, tales como cuadros, mates, artículos de platería antigua, cuchillos, ponchos y aguayos, entre muchos otros.
- Desde hace más de 15 años Cardón recrea piezas históricas de platería criolla.

