



Mercado

En septiembre de 1875, la Legislatura de la provincia de Buenos Aires sancionó su primera ley de Educación Común, dando el puntapié inicial al plan de desarrollo educacional en la Argentina.

En la actualidad, hay en el país 10,5 millones de estudiantes escolares y 1,3 millones de estudiantes universitarios.

Desde los comienzos, Estrada, con sus marcas Rivadavia, El Nene, Arte y América, está presente en el mercado de materiales didácticos que abastece la demanda que esta actividad genera.

Cuadernos, repuestos, blocks y mapas son instrumentos indispensables para los estudiantes de ayer y de hoy, que día a día vuelcan en ellos su aprendizaje.

Logros

El logro principal de la marca se basa en mantener un valor agregado constante en toda su gama de productos, aun teniendo en cuenta que, a nivel mundial, el mercado de papelería escolar no contiene mayor diferenciación.

Para esto se apoya en el *expertise* que le otorga ser una empresa que desarrolla libros y textos escolares, lo que le permite alimentarse permanentemente de las nuevas necesidades y tendencias en materia educacional y pedagógica.

Este trabajo en producto-marca se refleja directamente en las ventas de la compañía que, trascendiendo crisis económicas del país y situaciones competitivas de mercado, mantiene su liderazgo histórico en participación en las categorías de repuestos y cuadernos escolares.

Historia

El 27 de noviembre de 1869, Ángel de Estrada fundó una empresa comercial que fue el origen y el principio de la casa editora que 135 años después sigue llevando su nombre.

A lo largo de su desarrollo, la empresa focali-

zó sus actividades tomando en consideración los principios básicos de un hondo patriotismo, orientado hacia la formación de la conciencia nacional y el respeto a las tradiciones.

Estos principios le permitieron asumir su papel de empresa rectora en el campo de la educación, la técnica y la cultura, con la incorporación de todos los medios idóneos posibles para elaborar productos de óptima calidad, sea en el rubro papelería como en el editorial.

Al poco de ser fundada y con el propósito de



novedad didáctica y el repuesto Rivadavia pasó a ser sinónimo de hojas de carpetas.

A partir de 1948 la empresa encargó la fabricación de este papel a Celulosa Argentina, S.A., a cuyos técnicos demandó dos años la tarea de analizar exhaustivamente la marca extranjera y de realizar pruebas de combinación de pastas y de su terminado mate.

Por fin, Estrada recibió la primera remesa de papel en bobinas, cuya calidad mostró las excelentes características y cualidades propias del



contribuir a la mejor labor en las escuelas argentinas, Estrada importó material didáctico, sólidos geométricos y globos terráqueos. Casi paralelamente inició la confección y producción en el país de cuadernos y carpetas con los más diversos rayados y cuadrículados, elementos imprescindibles para la labor escolar.

Poco antes de concluir el siglo XIX, ya se fabricaban en sus talleres los por muchos años populares y difundidos cuadernos con tapas de color celeste o rosa, con dibujos de arabescos muy de época, y como característica principal el logotipo de una golondrina.

Muchas fueron las generaciones de alumnos que se valieron de esos cuadernos, difundidos con diversas denominaciones como San Martín, Belgrano y Chacabuco, entre otros.

Es así como, en 1917, fueron creados y lanzados al mercado los repuestos con la marca Rivadavia, hechos con un papel especial filigranado de la más alta calidad para la escritura, fabricado especialmente para Estrada por una empresa en Suecia.

Un éxito extraordinario acompañó a esta

hasta entonces importado de Suecia.

Este papel constituyó, desde sus orígenes, la clave del éxito de los productos de esta marca.

Con el transcurrir del tiempo, Rivadavia fue incorporando a su línea cuadernos y nuevos repuestos para dibujo, música, contabilidad, mapas y demás productos destinados al uso escolar.

Hoy, a punto de cumplir 90 años, la marca Rivadavia sigue siendo reconocida por madres, docentes y chicos por sus atributos distintivos dados por el papel, y por la innovación y el desarrollo que desde siempre contribuyeron a generar productos de la más óptima calidad, aportando soluciones concretas a necesidades en el campo de la educación y de los materiales didácticos.

Producto

El papel Rivadavia es un producto muy diferenciado, cuyas características principales otorgan los siguientes beneficios:

- Su gramaje alto evita que la tinta se traspase y se trasluzca.
- Su superficie rugosa y texturada es ideal para darle forma a la letra y mejorar la motricidad fina del niño. Permite, también, el perfecto desplazamiento de los elementos de escritura.
- Su tonalidad blanco mate evita el cansancio de la vista.





- Sus renglones poseen una tonalidad adecuada para guiar la visión del niño sin molestar, y con el objetivo de que las únicas protagonistas de la hoja sean sus letras y palabras.
- Su proceso de fabricación, denominado "encolado en masa", permite "borrar y volver a escribir".

En la elaboración de materiales didácticos intervienen componentes racionales y emocionales, que son la fuente en la que Rivadavia se



sustenta para diferenciar a sus productos.

Racional: el cuaderno es el lugar donde el chico produce, es de uso cotidiano y la posibilidad de conservarlo es muy importante, sobre todo en los primeros años del colegio (1º, 2º y 3º). "Es el documento tangible del proceso de aprendizaje y de enseñanza".

Emocional: funciona como reflejo de los sujetos involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje, que son:

- El docente: para ellos, el cuaderno evidencia la capacidad y eficiencia de su tarea pedagógica. Frente a sí mismo, frente a pares y superiores y frente a los padres de los alumnos. "Ahí ves cómo el maestro enseña".
- Para el alumno: el cuaderno refleja al niño y en él se ve plasmada la evolución intelectual y social.
- Para los padres: el éxito del niño recae en valoración y satisfacción de los padres.

Por lo tanto, el cuaderno funciona como evidencia y sustento de gratificación de los tres sujetos involucrados. "El cuaderno es más que el boletín, es el documento por excelencia del proceso de enseñanza y aprendizaje".

Este concepto se traslada al papel en todas sus presentaciones:

- Repuestos de hojas.
- Cuadernos tapa dura y tapa flexible.
- Mapas.
- Línea de cuadernos ABC.
- Cuadernos y repuestos complementarios (de comunicación, música, contabilidad, etc.).

Desarrollos recientes

Recientemente, Rivadavia revolucionó el mercado de la papelería escolar incorporando en sus repuestos "la banda protectora". Este elemento consiste en una banda de polietileno aplicada sobre el margen de la hoja, que le otorga una mayor resistencia al papel, reforzando las perforaciones.

Este era "el" atributo que estaba faltando y fue el resultado del esfuerzo del equipo de trabajo de los ingenieros de la planta, quienes lo-



graron una tecnología que no existía a nivel mundial.

Promoción

"Se puede borrar y volver a escribir" es el "slogan" que muchos argentinos tienen presente en sus mentes y es desde siempre un sinónimo de la marca Rivadavia.

Durante años, la empresa se basó en este lema, haciendo referencia a la calidad de su papel.



Otras frases como "Es el mejor papel", "Invertí en tu hijo" o "A toda prueba" han sido utilizadas también como ejes de campaña. El papel, su resistencia y calidad son el mensaje central y permanente de la publicidad.

Madres, docentes y niños han escuchado y visto estas frases en todas las piezas de comunicación de la empresa, desde campañas masivas en televisión, "jingles" en radios, avisos en revistas, carteles en librerías e innumerables acciones en colegios.

En la actualidad, nuevos formatos -como la web www.repuestosrivadavia.com.ar- le permite llegar a los usuarios con propuestas más innovadoras, por el cual se genera un vínculo durante todo el año con los niños. Pero es en el colegio y en las docentes donde Rivadavia focaliza sus esfuerzos para contribuir y estar siempre presente en las tareas educativas.

Valores de la marca

Casi 90 años de trayectoria avalan y posicionan a Rivadavia como una marca paradigmática, especialmente desarrollada para uso escolar.

El éxito de Rivadavia está sustentado en el proceso de "investigación y desarrollo en el cual se testea e involucra a madres, alumnos y docentes", para la definición de todos sus productos.

El objetivo de este proceso es cuidar todos los aspectos, para dar respuestas a cada necesidad con un atributo sustentado racional y pedagógicamente.

www.repuestosrivadavia.com.ar

Lo que usted no sabía sobre Rivadavia

- Estrada acompaña a Rivadavia en el mercado de papelería escolar: ofreciendo otras marcas también muy reconocidas y con alto valor agregado. Es así que para el segmento de educación inicial posiciona a "El Nene", con una oferta de blocks, juegos y libros didácticos; para el segmento universitario profesional, "Arte" brinda una amplia línea de cuadernos espiralados, blocks y resmas, y por último, con la marca "América" completa la propuesta de la empresa con una gama de productos que proponen una adecuada relación precio-calidad.
- El cuaderno San Martín fue uno de los productos de la empresa, anteriores a Rivadavia, sobre el que Jorge Luis Borges escribió partes de sus obras y en el cual se inspiró para su libro de versos que tituló "Cuaderno San Martín".

