

# Dambo presenta su nueva imagen institucional



## HACIENDO UN POCO DE HISTORIA

***“La estrategia que nos permitió llegar hasta aquí fue válida, pero una nueva estrategia es necesaria para seguir caminando”***

Dambo tiene su origen en un establecimiento dedicado a la actividad ganadera. El primer hito que marca la mentalidad emprendedora de sus fundadores, Teresa Damboriarena y Zeferino Escosteguy, fue la construcción de la primera represa de la región en el año 1973, con el objetivo de introducir el cultivo de arroz. No fueron obstáculo para asentar bases firmes en la actividad arrocería, e iniciar así su trayectoria como productores, la distancia existente con la capital, las dificultades en los accesos, el relieve poco apto para el riego por superficie, la falta de conocimiento y experiencia arrocería, ni algunos recursos enrarecidos en la zona, entre otras debilidades que presenta el sector en esa región.

Con el tiempo, instalan el primer secador y dos pequeños silos en lo que hasta aquel momento era el galpón de esquila del predio ganadero, en una señal de transición de la actividad histórica.

Damboriarena Escosteguy nace en 1992 y la familia agrícola-ganadera comienza a transitar por el camino agroindustrial. Hasta 2007, las actividades como productores e industriales permitieron consolidar al sector en la región, desarrollando sistemas en la zona y atrayendo a nuevos productores. Si bien las estrategias hasta ese momento habían funcionado, era necesaria una relectura para seguir adelante.

## COMIENZO DEL “PRESENTE”

Sembrando cambios... “No existen premios ni castigos, existen consecuencias”

En 2008, asume el mando la nueva generación de la familia. Un nuevo modelo de gestión se inicia teniendo como hilo conductor el desarrollo de un sistema de Gestión de Calidad e Inocuidad de alimentos en la industria y su sector administrativo. Una nueva visión -renovada, joven y con base en el trabajo serio y responsable- permitió consolidar esta nueva etapa. Las certificaciones de calidad (ISO 9001, ISO 22000 y HACCP), así como la adopción del Modelo de Mejora Continua (esfuerzo reconocido por INACAL con el Premio Nacional de Calidad en 2012 y 2017), fueron ordenando los procesos de trabajo.

Con el tiempo se percibió la necesidad de mejorar la comunicación de la empresa con su entorno, de manera de adaptarse más rápidamente a un contexto cambiante. Era preciso ajustarse y simplificar procedimientos. Con ese objetivo, se creó una imagen institucional con la adopción de “Dambo” como marca y nombre de la empresa, simbolizada por la estampa de los silos, y a la izquierda por como base un campo de arroz. Paralelo a ello, la historia como productores continúa y resulta el paño de fondo que orienta y permite entender las más diversas realidades del sector.

Como resultado de esas acciones se amplió la zona de cobertura de la empresa, tanto en lo que hace a la comercialización de semillas como al número de productores y sistemas más allá de su área de influencia tradicional. El desarrollo de los procesos y de las personas de la organización hizo posible la expansión a nuevos mercados.

No obstante, así como la naturaleza y la vida se manifiestan en ciclos (días, estaciones, entre otros) la vida empresarial también. Un nuevo ciclo se inició en el año 2019 y para ello una vez más resultaba imperativo renovarse.

#### NUEVO CICLO, UNA NUEVA IMAGEN

“Los frutos del presente son resultado de las semillas que plantamos en el pasado. Los frutos del futuro los estamos plantando en las semillas del presente”

Renovarse significa de alguna manera alivianar la carga, liberarse de las “mochilas”, hacerlo más simple y eficaz. En una época de cambios tan acelerados darle agilidad al sistema con estrategias innovadoras -aliadas a la experiencia y utilizando las herramientas tecnológicas actuales- parece ser la nueva tónica. Ese alivianar no significa cortar gastos pero sí gastar mejor. No significa dejar de hacer inversiones sino invertir a conciencia. No significa reducir personas en la plantilla pero sí apoyarlas para que puedan tornarse más productivas. No significa retraerse sino consolidarse internamente con los ojos hacia afuera.

Como parte de esa estrategia de renovación, la nueva imagen institucional encaja perfectamente

en esas ideas: Dambo es calidez y calidad, solidez y simplicidad. El nuevo logotipo de Dambo está constituido principalmente por una tipografía geométrica, levemente modificada. La letra “D” fue intervenida de forma que el hueco de la misma se reemplazó por la forma geométrica de un grano de arroz. Este está inclinado de manera que represente una proyección ascendente del mismo. El color del logotipo es un gris cromático oscuro que emula al color de la tierra fértil, pero con un tono metalizado en aquellas aplicaciones que lo permitan para permitir una asociación con lo tecnológico.

La textura que acompañará a buena parte de los materiales de representación de Dambo hace referencia al sistema de riego habitual en el Uruguay, el cual se vale de las imprescindibles taipas, típicas del cultivo de arroz en el país. Al igual que la empresa, simbólicamente, la marca se muestra más simple, más leve, pronta para expandir e impulsar nuevos rumbos.

Las semillas para futuras cosechas, se están sembrando hoy.

Como empresa familiar, creer en el trabajo integrado de las personas en el campo ha sido la clave de los resultados en todos los tiempos. Y en Dambo eso es lo único que no cambia. ✓

