



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a



Convenio
Artesanías de Colombia S. A. - Gobernación del Tolima

Asesoría en diseño gráfico para el desarrollo de una marca colectiva para La Chamba, Tolima

Este documento hace parte del Plan
“Capacitación de artesanos de la Chamba en las áreas empresarial,
de mercadeo, diseño y gestión de la marca colectiva”
ejecutado por Artesanías de Colombia, S.A.

Gloria Rodríguez
Diseñadora gráfica

Bogotá, D. C., diciembre de 2005

**Asesoría en diseño gráfico para el desarrollo de una marca colectiva
para La Chamba, Tolima**

Artesanías de Colombia S.A.	Gobernación del Tolima
Gerente General Cecilia Duque Duque	Gobernador Guillermo Aragón Farcas
Subgerente Administrativo y Financiero Ernesto Orlando Benavides	Secretario de Hacienda Departamental Gustavo García Bate
Subgerente de Desarrollo Carmen Inés Cruz	Directora de Planeación Departamental Yenny Ortiz Cifuentes
Coordinador del Proyecto Aser Vega Camargo	Coordinadora de Proyectos de Artesanías Liliana Andrea Gómez Bonilla Profesional Planeación Departamental
Técnico – Subgerencia de Desarrollo Ramón Ortega Guzmán	Interventora Flor Eloisa Sánchez
Asesor Gloria Rodríguez Diseñadora gráfica	Profesional de Planeación Departamental

Introducción

En este informe se recopila la actividad de asesoría gráfica desarrollada en el en el Departamento del Tolima, localidad de La Chamba.

Su objetivo era iniciar la gestión de marca colectiva en la Chamba.

Se presentan a continuación los contenidos desarrollados por la Diseñadora Gráfica Gloria María Rodríguez:

1. La importancia del logotipo como identidad de empresa y sistema de protección que también otorga sentido de pertenencia.
2. Visualización de logotipo a través de ejemplos reales tomados del mundo del mercado actual de empresas de telefonía celular: Comcel, Movistar y Ola).
3. Participación de los beneficiarios invitándolos a recordar que les expresan los diferentes logotipos presentados: colores, símbolos, qué les dice cada imagen, etc.
4. Realización de ejercicios: se les entregó a los artesanos unas imágenes anteriormente elaboradas, las cuales se adjuntan, y se les pidió que las observaran desde una postura crítica y aportaran nuevas propuestas de imágenes con capacidad de representar el trabajo que hacen en La Chamba.

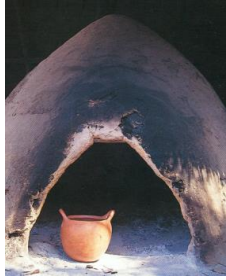
Con esta actividad se buscó sensibilizar a los artesanos sobre la importancia que tiene una marca, trabajada a modo de logotipo, y de buscar e identificar símbolos que puedan ser representativos de La Chamba, con el propósito de de desarrollar una imagen que los identifique en el mercado y la comunidad en general.

5. Se realizaron visitas a algunas familias de productores de La Chamba con tradición en la artesanía, como fuente de inspiración y para conocer los procesos productivos propios de este tipo de alfarería.

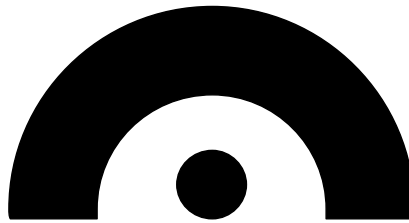
Ejercicio Desarrollado:

Se elaboraron con anterioridad dos propuestas de logotipo y se presentaron a los artesanos como una forma y método para ubicarlos en el tema.

1. Logotipo N° 1:



Horno tradicional de La Chamba
(foto libro “Pueblos de Barro”)



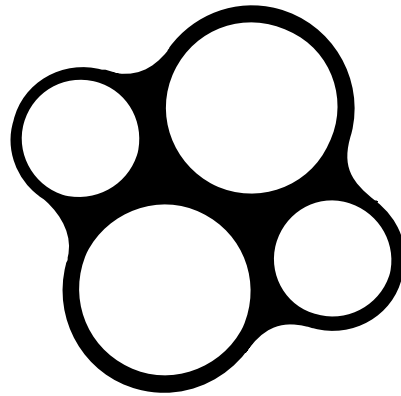
LA CHAMBA

Este logo es una abstracción y síntesis del horno, y está compuesto por una media circunferencia que protege y tiene dentro un círculo que representa la pieza a hornear y, al mismo tiempo, es un punto de concentración.

2. Logotipo N° 2:



Piezas típicas de La Chamba (foto libro “Pueblos de Barro”)



LA CHAMBA

El segundo logotipo es una abstracción y síntesis de diferentes las piezas artesanales, donde se juega con los círculos como forma predominante de los productos de La Chamba y se les agrupa para indicar la colectividad.

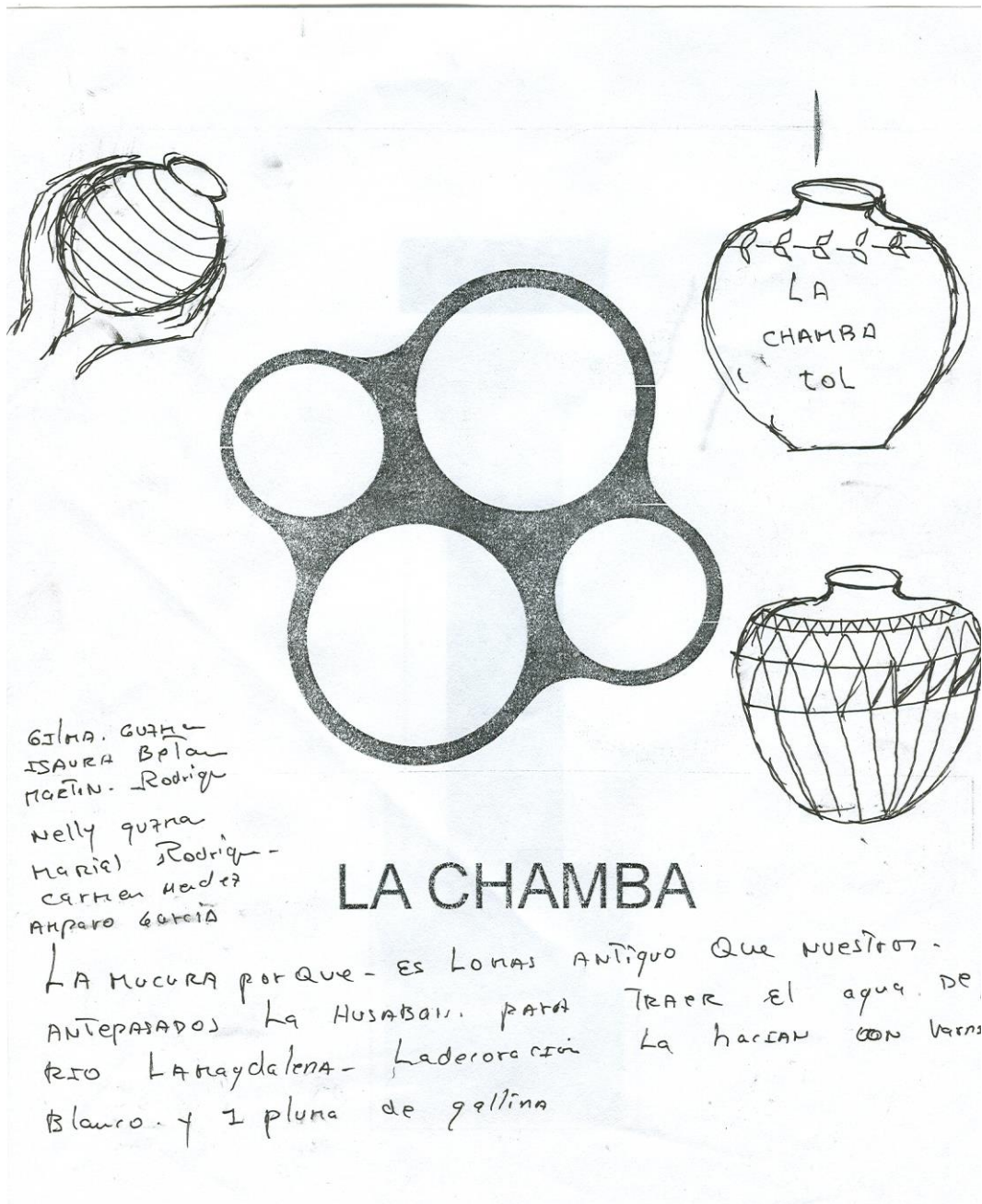
Anteriores propuestas entregadas a los artesanos



Las anteriores propuestas fueron entregadas a los artesanos, organizados en grupos de 5 personas, con el ánimo crítico de que las analizaran y elaboraron sus propias propuestas, de las cuales se adjunta algunas.



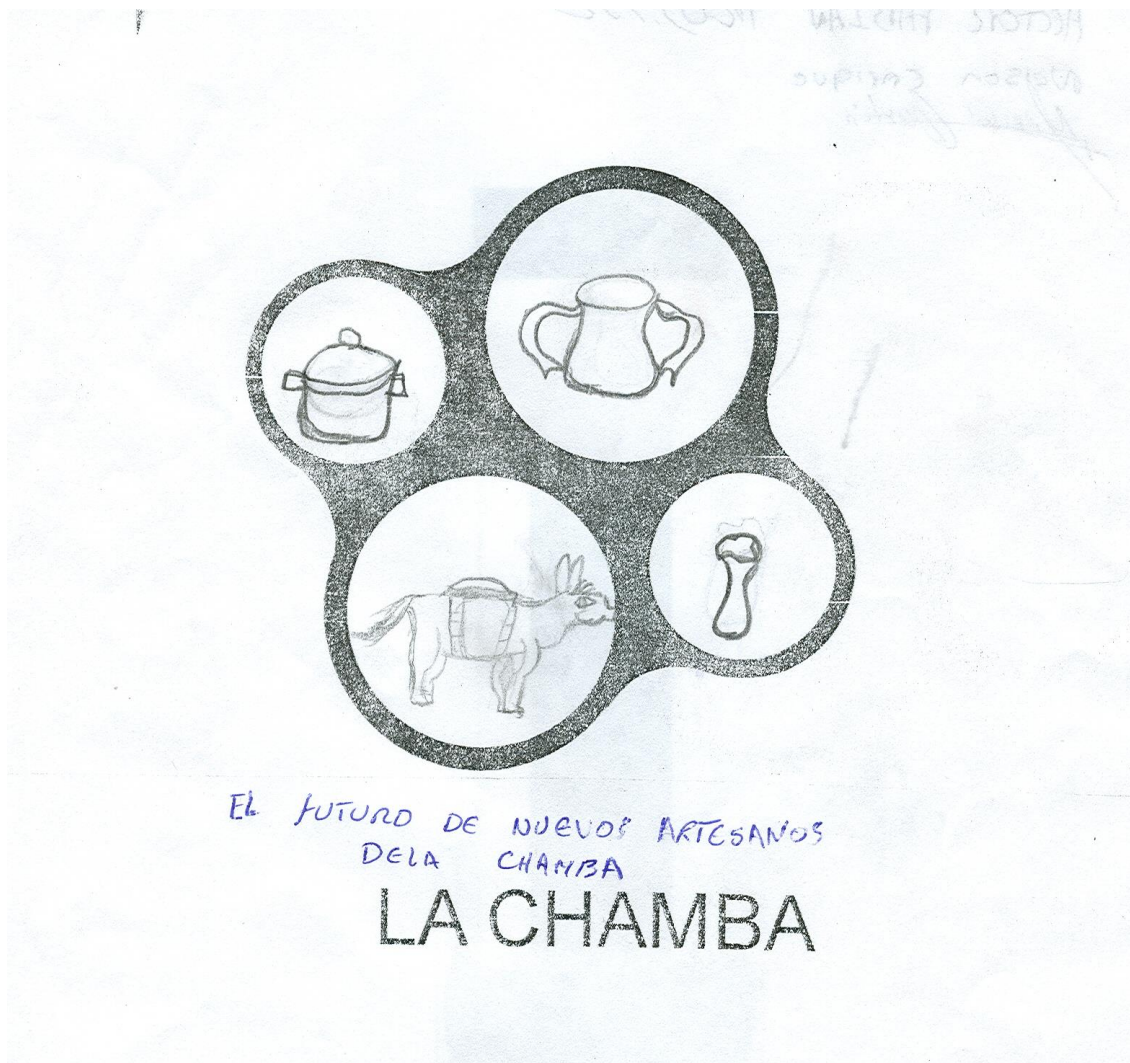
Algunas propuestas elaboradas por los asistentes:



// CERAMICAS DE LA



JOSE GUZMAN.
Jorge Barreto
Paula Guzman
YERMAN Gutierrez
Yessica Arias Guzman.
Nelson Gabriel Niño.



Observaciones sobre el trabajo realizado con los artesanos de La Chamba alrededor de la iniciativa de generar una marca colectiva para su producto:

1. Los artesanos se mostraron entusiasmados con la idea de disponer de una marca colectiva.
2. Las propuestas presentadas por ellos consistieron en múcaras y jarras en su gran mayoría, reconociendo este tipo de producto como el más representativo de La Chamba, lo que se tuvo en cuenta al elaborar la propuesta final.
3. Los artesanos de La Chamba no manejan actualmente ningún tipo de imagen o logotipo.
4. Ellos consideraron indispensable crear un logosímbolo para su artesanía, para que sus productos puedan ser marcados y, al mismo tiempo, protegidos, ya que en otros lugares

también elaboran piezas artesanales parecidas o las puedan comprar y hacerlas pasar como propias.

5. Se hicieron visitas a tres familias de artesanos: los Betancourt, los Montalvo y los Villaveces.
6. Se percibió la existencia de una gran unidad familiar alrededor del oficio, en el cual tienen muy definidos sus roles: el jefe del clan es el hombre, que a su vez define las funciones de sus integrantes; las mujeres están dedicadas al modelado y los hombres a la comercialización.
7. Los representantes de COONTRAUNICOL expresaron la necesidad de vender un poco más la imagen de La Chamba, con camisetas, recordatorios y con un trabajo cultural que involucre actividades que comprometan el folclor de la región y trajes típicos, de tal manera que se logre levantar la estima de los artesanos y crearles un mayor sentido de pertenencia.