

# Manual de marca de Crowley

Version 1.0 — Marzo 2022



# Índice

Introducción	3	<b>Ejemplos de comunicación antes y después</b>	<b>19</b>
<b>Estrategia</b>	<b>4</b>	Comunicación interna	20
Brand Plus - Resumen	5	Página de inicio de Logística	21
Promesa de marca	6	Anuncio: Logística	22
Propósito de marca	7	<b>Comunicación adicional</b>	<b>23</b>
Valores de marca	8	Narrativa de marca, inspirada por la promesa de marca Fluidez en Movimiento	23
Posicionamiento de marca	9	<b>Comunicación de marca resumen</b>	<b>24</b>
Personalidad de marca	10	<b>Comunicación de marca</b>	<b>25</b>
<b>Identidad verbal</b>	<b>11</b>	Resumen	25
<b>La voz de Crowley</b>	<b>12</b>	Mensajes - Nivel empresarial	26
Nuestros atributos de personalidad	13	Logística	27
<b>Tácticas de comunicación</b>	<b>14</b>		
Experta	14		
Esencial	15		
Visionaria	16		
Tenaz	17		
<b>Resumen: Tono de voz</b>	<b>18</b>		

# Introducción

## **Bienvenidos al manual de marca Crowley.**

Durante 130 años, hemos establecido el estándar de cómo se mueve el mundo. En la actualidad, impulsamos nuestra industria al brindar incomparables soluciones de logística, gobernanza, marítimas y energéticas, respaldadas por la tecnología y nuestro compromiso inquebrantable con la seguridad y la integridad. Nuestro trabajo conecta nuestro planeta y lo mueve hacia un futuro seguro y sostenible. Nuestra nueva marca nos permite dar vida a todo lo que hacemos de manera más eficaz.

Donde hemos estado es importante, pero como vanguardistas de nuestra industria, estamos enfocados en usar nuestra experiencia para navegar hacia lo que está por delante de nosotros. Esto se resume en nuestra nueva idea de marca: Fluidez en Movimiento, que es el núcleo de nuestra nueva estrategia de marca. Esta idea no es un eslogan, sino una propuesta de experiencia que todas las personas que interactúan con nuestra marca pueden esperar recibir, en cada punto de contacto, cada vez que interactúan con Crowley. Sus elementos estratégicos de apoyo, informan cada aspecto de nuestra expresión creativa, desde cómo organizamos nuestra oferta hasta cómo sonamos verbalmente y lucimos visualmente. Este documento ilustrará, en su totalidad, los elementos estratégicos y creativos de la evolución de la marca Crowley.

Es importante aclarar que esta evolución de la marca no es un simple cambio de símbolo. Es un símbolo de cambio. Estamos orgullosos de ser líderes en prácticas emergentes de energía limpia, a través de iniciativas como la energía eólica marina e inversiones tecnológicas que permiten que nuestras soluciones tengan un impacto mínimo en nuestro medio ambiente, al tiempo que brindan mayor valor que nunca a nuestros aliados de negocios. Igual de importante es enfatizar lo que nunca cambiará: nuestro enfoque incesante en la seguridad y nuestra integridad como colaboradores de Crowley, para hacer siempre lo correcto para con nuestros socios, nuestro planeta y nuestra gente.

Como los encargados de defender nuestra marca, estas pautas son ante todo para usted: una referencia a la cual acudir para crear expresiones consistentes y convincentes de la marca Crowley. Como equipo, somos responsables de preservar la integridad de nuestra marca. Cuando seguimos estos principios, hacemos avanzar nuestra marca, evolucionamos hacia un Crowley más fuerte que tiene la intención de hacer progresar a nuestra empresa, la industria y el mundo.

# Estrategia

Nuestra estrategia de marca establece, las bases de cómo nuestros aliados de negocios, potenciales clientes y colaboradores perciben a Crowley. Informa nuestros comportamientos y también sirve como brújula creativa para la expresión de nuestra marca.

Nuestra estrategia considera tanto el capital que hemos acumulado a lo largo de nuestros 130 años de historia, como las ambiciones que tenemos a medida que avanzamos hacia nuestro futuro y hacemos progresar a nuestra empresa, a nuestros aliados de negocios y el mundo.

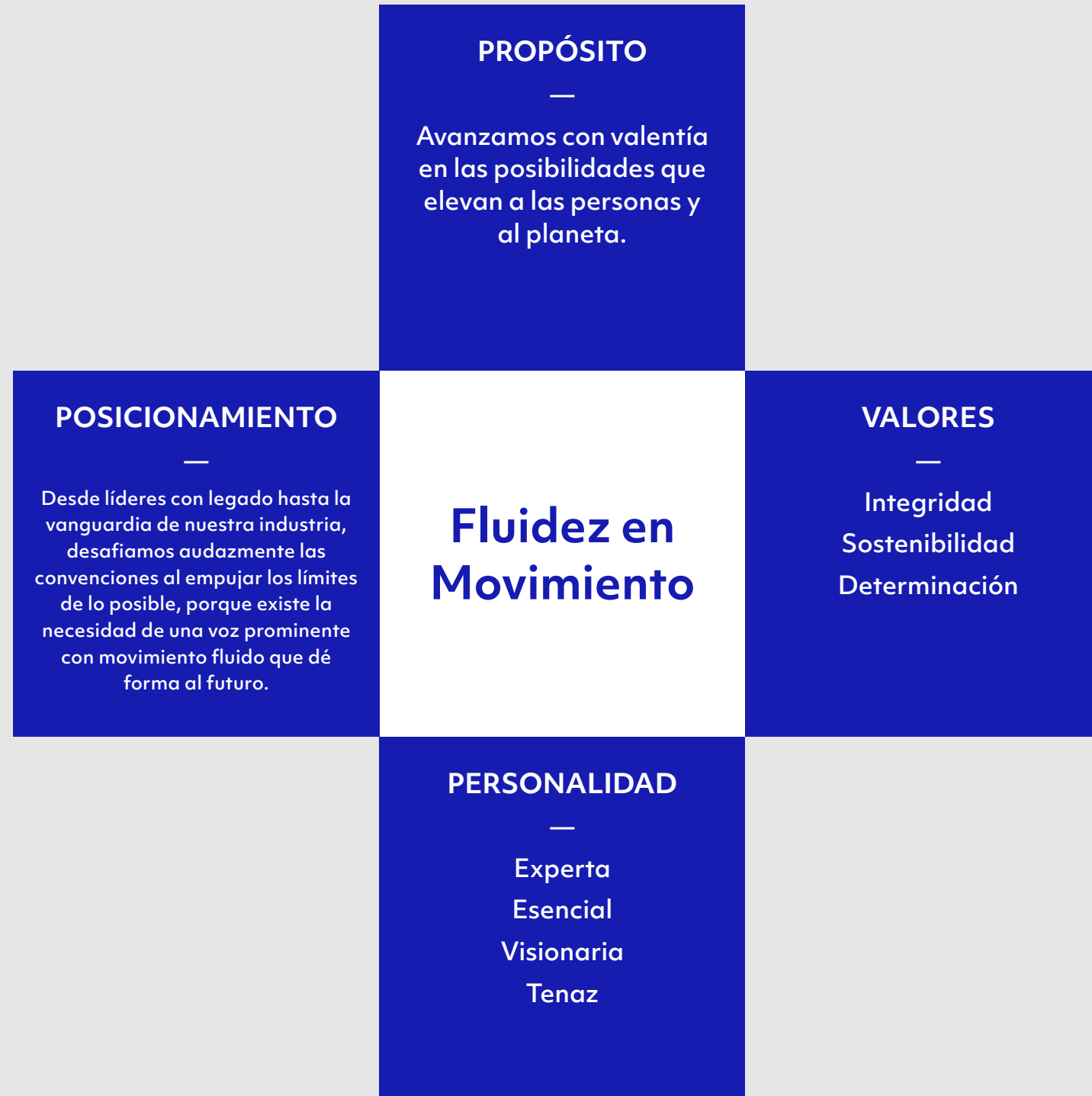
## Brand Plus - Resumen

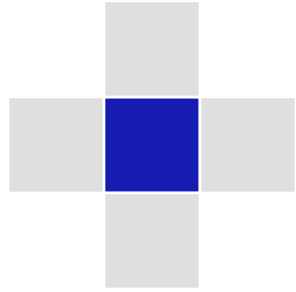
### El Brand Plus de Crowley

Nuestro Brand Plus contiene todos los componentes estratégicos clave de nuestra marca y estos, a su vez, ayudan a informar cómo nos expresamos visual y verbalmente.

Con nuestra idea de marca como base, también tenemos cuatro partes únicas que la respaldan: propósito, posicionamiento, personalidad y valores.

En las páginas siguientes, analizaremos más de cerca cada uno de estos elementos para ver cómo ayudan a dar vida a la marca Crowley.

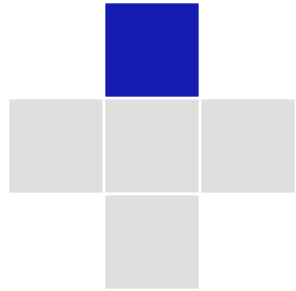




La promesa de marca es una expresión concisa de la esencia central de nuestra empresa. Nos da un centro de gravedad claro que informa e inspira a los demás elementos de nuestra Marca Plus.

Nuestra marca se define por nuestra capacidad para hacer avanzar a nuestros aliados, al planeta y a nosotros mismos con destreza. La “Fluidez en Movimiento” es un concepto que está presente en todo lo que hacemos y creamos, da forma a nuestro pasado e impulsa nuestro futuro.

# Fluidez en Movimiento



Nuestro propósito explica por qué hacemos lo que hacemos. Encapsula los beneficios que Crowley trae a la mesa — y al mundo — y funciona como un grito de guerra, dando un verdadero sentido de significado a nuestro negocio.

# Avanzamos con valentía en las posibilidades que elevan a las personas y al planeta.

---

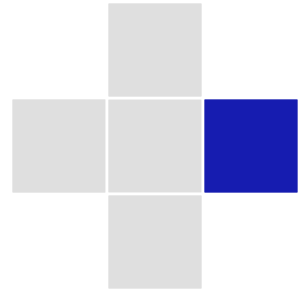
Emplea la humanidad de la valentía al mismo tiempo que concuerda con los resultados centrados en las personas.

---

Suficientemente amplio como para seguir siendo flexible a medida que evoluciona nuestro portafolio, y lo suficientemente específico para mantenernos centrados en nuestra misión.

---

Destaca un objetivo, «elevar a las personas y al planeta», transmite aspectos positivos tanto del presente como del futuro.



Nuestros valores influyen en el comportamiento y toma de decisiones de nuestros colaboradores, líderes y la organización como conjunto. Representan las creencias fundamentales que todos compartimos y guían cómo nos vinculamos entre nosotros, con nuestros aliados y comunidades.

Si bien hemos evolucionado nuestros valores, es importante enfatizar que la Seguridad sigue siendo fundamental para todo lo que hacemos y estará integrada en cada parte de nuestra organización.

## Integridad

**Construimos nuestro nombre haciendo lo correcto. A medida que nuestra empresa evoluciona para hacer frente a un mundo cambiante, la integridad sigue siendo nuestro norte.**

Las grandes empresas hacen lo correcto, incluso cuando nadie está mirando. En Crowley, defendemos la seguridad y el bienestar de nuestra gente en todo lo que hacemos, tratándolos con honestidad, equidad y respeto. Construimos relaciones duraderas con todos los socios, forjadas por la confianza. Hacemos lo correcto por nuestro medio ambiente, cumpliendo con nuestra responsabilidad para con nuestros clientes y nuestro planeta. Todos los días, nuestra integridad demuestra que ser grande, comienza con ser bueno.

## Sostenibilidad

**La sostenibilidad comienza con nuestra gente y nuestras prácticas, y se extiende a nuestras soluciones, socios y todo el planeta.**

Tenemos la misión de convertirnos en la empresa marítima, logística y tecnológica más sostenible e innovadora del mundo. Nos estamos moviendo, tenazmente, hacia nuestras ambiciones a través de un enfoque holístico y desde las bases. Comienza con nuestras prácticas centradas en las personas: una dedicación incesante a la seguridad en el lugar de trabajo, prácticas de contratación éticas y participación comunitaria. Continúa con nuestras soluciones, que ayudan a todas las partes interesadas a superar sus objetivos de manera segura y sostenible. Se extiende a nuestro planeta, a través de inversiones en tecnologías que disminuyen las emisiones y aumentan nuestro impacto positivo en la sociedad. Y a medida que crezca nuestra reputación como líderes en sostenibilidad, estableceremos el estándar al que aspiren otros.

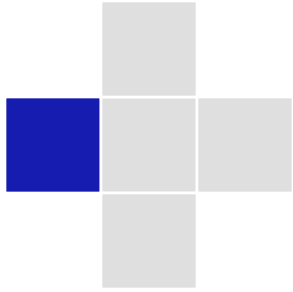
## Determinación

**Nos apasiona el progreso. A través de la innovación constante y las inversiones en el futuro, ofrecemos experiencias excepcionales.**

Nos esforzamos por alcanzar la excelencia en todo lo que hacemos, dando prioridad a la experiencia del cliente y del colaborador. Y logramos esta excelencia juntos, como One Crowley, One Team. Superar el status quo es nuestro estándar. Nuestras soluciones innovadoras aprovechan al máximo el hoy y nos mueven hacia un mejor mañana. Pongamos a las personas en el centro de nuestro progreso, invirtiendo en procesos y tecnologías que nos ayudarán a crear un mundo mejor. Encontramos armonía en nuestras fortalezas individuales y avanzamos hacia nuestro compromiso unificado de servicio extraordinario. Asumimos la responsabilidad de nuestra seguridad y bienestar, tanto en el trabajo como en el hogar. Nuestro enfoque de equipo requiere que todos contribuyan y sean responsables ante sí mismos, nuestro medio ambiente y entre nosotros. El aprendizaje y la mejora continua no solo se esperan, son esenciales.



## Posicionamiento de marca



¿Qué nos diferencia de nuestros competidores? ¿Cómo aportamos valor a nuestros socios? Nuestra declaración de posicionamiento responde a estas preguntas articulando los aspectos diferenciales que nos hacen únicos y cuenta una historia integrada que refleja las fortalezas esenciales de nuestra marca empresarial.

### **Declaración de posicionamiento - Formato extendido**

En Crowley, aspiramos a ser el cambio esperado y superar los límites de lo posible, con confianza.

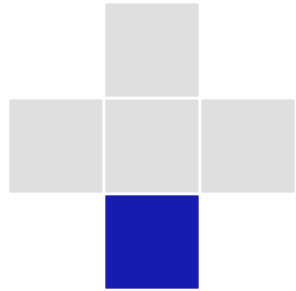
Como empresa con un legado de 130 años, ahora a la vanguardia de nuestra industria, tenemos el mandato de desafiar audazmente las convenciones para nuestros aliados. Y nuestros colaboradores incomparables están comprometidos con este viaje de redefinir la categoría y representar la sostenibilidad con responsabilidad, sin dejar de ofrecer experiencias y alianzas excepcionales. Para nosotros, cómo y con quién logramos nuestras ambiciones es tan importante como nuestro éxito final.

Nuestro planeta e industria evolucionan continuamente, y se necesita una voz prominente que dé forma al futuro. Con nuestra gente, intuición, inclusión y escala, trascendemos orgullosamente la industria. Bienes, servicios, capital, personas: ejemplificamos la Fluidez en Movimiento.

### **Declaración de posicionamiento - Formato resumido**

Desde líderes con legado hasta la vanguardia de nuestra industria, desafiamos audazmente las convenciones empujando los límites de lo posible, porque existe la necesidad de una voz prominente con fluidez en el movimiento que dé forma al futuro.

## Personalidad de marca



Los atributos de nuestra personalidad son una colección de características que le dan un estilo distintivo y convincente a nuestras comunicaciones visuales y verbales. Se distinguen de nuestros valores en que, en lugar de guiar nuestros comportamientos, nos brindan el marco adecuado para la expresión de nuestra marca. En esencia, estas cualidades dan vida a la marca Crowley y nos ayudan a causar una impresión fuerte en nuestro público.

### Experta

Avanzar es fundamental para todo lo que hacemos. Con más de un siglo de experiencia y abundantes conocimientos técnicos y tecnologías, conectamos el lugar donde hemos estado con el lugar al que nos dirigimos.

**Somos:**  
**Seguros**  
**Experimentados**  
**Sofisticados**

No somos:  
 Arrogantes  
 Antiguados  
 Pretenciosos

### Esencial

Construimos y mantenemos las líneas de vida que mantienen el mundo abierto y en movimiento. Estamos liderando la acción para ayudar a nuestro planeta a estar más conectado.

**Somos:**  
**Fundamentales**  
**Decisivos**  
**Observadores**

No somos:  
 Insistentes  
 Dominantes  
 Severos

### Visionaria

Vemos las rutas de manera diferente. Evaluamos cada camino con el conocimiento individual que se merece. Planificamos y nos movemos de forma inteligente, sin dejar de centrarnos en el resultado final.

**Somos:**  
**Inspiradores**  
**Conscientes**  
**Innovadores**

No somos:  
 Sentimentales  
 Cerebrales  
 Improvisados

### Tenaz

Nuestro trabajo mueve al mundo y a las personas que lo integran. Y eso nos impulsa. Cumplimos con nuestra gente, socios y el planeta. Nos revitaliza lo que hacemos y por qué lo hacemos.

**Somos:**  
**Apasionados**  
**Intencionados**  
**Valientes**

No somos:  
 Imprudentes  
 Rígidos  
 Impetuosos

# Identidad verbal

La identidad verbal es la entrega consistente de un lenguaje distintivo, propio y alineado estratégicamente en las comunicaciones de una empresa. Ejecutado correctamente, ayuda a nuestra audiencia a reconocer, recordar y conectarse con la marca Crowley. Nuestra identidad verbal cobra vida a través de una combinación precisa de cómo hablamos y qué decimos, lo que llamamos tono de voz y guía de mensajes. Cuando se usan juntos, estos elementos aseguran que sonamos como una empresa unificada y enfocada, una que se destaca y va más allá de nuestra competencia.

Esta sección está diseñada para ayudar a cualquier persona, desde equipos internos hasta agencias externas, a crear comunicaciones de marca para o en nombre de Crowley.

# La voz de Crowley

El tono de voz de Crowley es nuestro estilo distintivo de hablar y escribir: cómo decimos lo que decimos. Junto con nuestra identidad visual, el tono de voz es un componente esencial para expresar con éxito nuestra marca, diferenciándonos de la competencia y comunicándonos de manera más eficiente.

Aplicamos nuestra voz en todas las comunicaciones, desde corporativas, publicitarias hasta el contenido en línea, materiales de ventas y atención al cliente. Y lo usamos con todas las personas con las que nos encontramos: aliados de negocio, prospectos, colegas, el público en general, los medios de comunicación y más.

Tenga en cuenta que ciertos componentes de nuestra voz difieren de algunas prácticas prescritas por la guía de uso y estilo de Associated Press. Si tiene dudas sobre si se debe seguir el estilo Associated Press para una comunicación en particular, consulte al equipo de liderazgo de Marketing y Comunicaciones.

## Nuestros atributos de personalidad

Nuestro tono de voz está basado en nuestros cuatro atributos de personalidad, que brindan la base estratégica para nuestra expresión creativa. Cada atributo de la personalidad cobra vida a través de una serie de lineamientos prácticos y tácticas de escritura: las reglas a las que nos adherimos para crear comunicaciones alineadas a nuestra voz. En las siguientes páginas, veremos más de cerca las tácticas y los lineamientos que definen cada atributo, y luego aprenderemos cómo se unen para crear una voz distintiva para Crowley.

**Experta**

**Esencial**

**Visionaria**

**Tenaz**

## Tácticas de comunicación

Experta

# Experta

Avanzar es fundamental para todo lo que hacemos. Con más de un siglo de experiencia y abundantes conocimientos técnicos y tecnologías, conectamos el lugar donde hemos estado con el lugar al que nos dirigimos.

### Somos:

Seguros

Experimentados

Sofisticados

### No somos:

Arrogantes

Anticuados

Pretenciosos

---

### Evita la jerga (a menos que sea absolutamente necesario).

Si bien el transporte marítimo y la logística tienen su propio vocabulario y convenciones, las palabras de moda pueden alejar a ciertas audiencias y, de hecho, pueden limitar nuestra capacidad de trascender en nuestra industria.

En su lugar, elegimos palabras que brinden claridad sin comprometer nuestro conocimiento.

Evitamos el lenguaje «interno» y la mayoría de las siglas.

---

### Estructura la información cuidadosamente.

Nuestras comunicaciones tienen diferentes objetivos, ya sea para destacar nuestra diferencia o ejemplificar un concepto complicado.

Somos considerados respecto al flujo de información. La información más importante se da a conocer en la parte superior de la página; no estamos tratando de aumentar el suspenso.

Organizamos la información de forma secuencial a través de indicaciones numeradas, puntos enlistados (bullets) y palabras orientadas al proceso como “primero”, “luego” y “finalmente”.

---

### Considera la situación y la audiencia.

Estamos seguros de nosotros mismos y somos accesibles. Eso se refleja en nuestro lenguaje.

En inglés nos sentimos cómodos usando contracciones (i.e: you're, etc.). En inglés y español usamos palabras informales, aunque tenemos el tacto suficiente para saber cuándo necesitamos usar un lenguaje más formal y técnico.

## Tácticas de comunicación

Esencial

# Esencial

Construimos y mantenemos las líneas de vida que mantienen al mundo abierto y en movimiento. Estamos liderando la acción para ayudar a nuestro planeta a estar más conectado.

### Somos

Fundamentales

Decisivos

Observadores

### No somos:

Insistentes

Dominantes

Severos

---

### Construye conexión a través de la elección de palabras.

Para nosotros, las alianzas lo son todo. Y esas relaciones comienzan estableciendo un buen entendimiento.

Independientemente de quién sea nuestra audiencia, les hablamos como lo haríamos con cualquier otro ser humano. Ellos son «ustedes», nosotros somos «nosotros», y comunicamos la acción de alianzas colaborativas a través de palabras como «juntos» y «vamos».

En la comunicación externa/comercial utilizamos «su» (plural), como cuando decimos por ejemplo «tenemos la solución para su empresa» (la empresa de ustedes). En la comunicación interna utilizamos «tu» para evocar confianza y familiaridad y «su» (plural) únicamente cuando nos referimos a grupos.

---

### Brinda puntos claros y concisos.

Evitamos ser muy granulares en nuestro enfoque, el objetivo es llegar a la esencia o el beneficio de nuestra solución de manera sucinta y convincente.

Explicamos que somos esenciales con beneficios claros y tangibles, no con promesas excesivas o un lenguaje demasiado enfático.

Rechazamos palabras como “muy” y “verdaderamente”.

---

### Equilibra la descripción con la distinción.

Aprovechamos las oportunidades para elevar el lenguaje con marcas de distinción sutiles.

Equilibramos títulos evocadores con subtítulos descriptivos y consideramos qué información podría conocer la audiencia antes de escribirla.

Afirmamos la inteligencia de los clientes y aliados con frases como con palabras o frases como “saben” y “entienden” o, internamente, “tú sabes” y “tú entiendes”, dependiendo de la audiencia, luego seguimos con información nueva.

## Tácticas de comunicación

Visionaria

# Visionaria

Vemos las rutas de manera diferente. Evaluamos cada camino con el conocimiento individual que se merece. Planificamos y nos movemos de forma inteligente, sin dejar de centrarnos en el resultado final.

### Somos:

Inspiradores

Conscientes

Innovadores

### No somos:

Sentimentales

Cerebrales

Improvisados

---

### Ilustra el proceso, enfatiza los resultados.

Visualizamos el éxito y luego diseñamos las soluciones que generan resultados.

Ilustramos claramente tanto los medios como el fin: cómo lo hacemos y qué obtendrá nuestra audiencia de ello.

---

### Considera el contexto.

Cuando sabemos que nos estamos comunicando con una audiencia conocedora en el tema, nos abstenemos de decir lo que ya suponemos que saben.

Por el contrario, si nuestra audiencia es nueva en Crowley o en la industria, nos ajustamos a ello.

---

### Establece empatía desde el comienzo.

La experiencia nos ha dado la capacidad de tener una visión del futuro que otros no tienen.

Nos reunimos con clientes y aliados de negocio poniéndonos en su lugar, expresando sus posibles problemas u objetivos incluso antes de haber tenido nuestra primera conversación.

Hablamos de cuáles podrían ser sus objetivos; luego, hablamos de cómo los resolvemos.



## Tácticas de comunicación

Tenaz

# Tenaz

Nuestro trabajo mueve al mundo y a las personas que lo integran. Y eso nos impulsa. Cumplimos con nuestra gente, aliados y el planeta. Nos revitaliza lo que hacemos y por qué lo hacemos.

### Somos:

Apasionados  
Intencionados  
Valientes

### No somos:

Imprudentes  
Rígidos  
Impetuosos

---

### Capta a los lectores con los titulares.

Incorporamos beneficios, conceptos clave y resultados en nuestros titulares, puntos que luego ampliamos en el texto posterior.

En lugar de limitarnos a resumir el texto o el tema, aludimos al diferencial de Crowley e incorporamos elementos que resaltan nuestro tono tenaz.

---

### Explica claramente nuestro «por qué».

Escribimos como hablamos: como expertos y sin esfuerzo.

Empleamos oraciones fragmentadas y, a veces, comenzamos con “Pero”, “Y” y “Porque”. Porque hacerlo nos permite explicar claramente nuestro “Por qué”. Y eso le da sentido a nuestro mensaje.

---

### Sazona con palabras/frases creativas.

Usamos tácticas como la aliteración (repetir el mismo fonema) y la repetición de palabras para mantener la atención de los lectores.

De vez en cuando, utilizamos el lenguaje figurado y hacemos juegos de palabras sutiles, aunque usamos esta táctica con moderación.

---

### Cierra con fuerza.

Terminamos con llamados a la acción o call to action (CTA, por sus siglas en inglés) inteligentes y poderosos, y con pasos concretos sobre lo que se debe hacer a continuación.

## Resumen: Tono de voz

### Experta

Avanzar es fundamental para todo lo que hacemos. Con más de un siglo de experiencia y abundantes conocimientos técnicos y tecnologías, conectamos el lugar donde hemos estado con el lugar al que nos dirigimos.

**Somos:**

Seguros  
Experimentados  
Sofisticados

**No somos:**

Arrogantes  
Anticuados  
Pretenciosos

- Evita la jerga.
- Estructura la información cuidadosamente.
- Considera la situación y la audiencia.

### Esencial

Construimos y mantenemos las líneas de vida que mantienen al mundo abierto y en movimiento. Estamos liderando la acción para ayudar a nuestro planeta a estar más conectado.

**Somos:**

Fundamentales  
Decisivos  
Observadores

**No somos:**

Insistentes  
Dominantes  
Severos

- Construye conexión a través de la elección de palabras
- Brinda puntos claros y concisos
- Equilibra la descripción con la distinción

### Visionaria

Vemos las rutas de manera diferente. Evaluamos cada camino con el conocimiento individual que se merece. Planificamos y nos movemos de forma inteligente, sin dejar de centrarnos en el resultado final.

**Somos:**

Inspiradores  
Conscientes  
Innovadores

**No somos:**

Sentimentales  
Cerebrales  
Improvisados

- Ilustra el proceso, enfatiza los resultados.
- Considera el contexto.
- Establece empatía desde el comienzo.

### Tenaz

Nuestro trabajo mueve al mundo y a las personas que lo integran. Y eso nos impulsa. Cumplimos con nuestra gente, aliados y el planeta. Nos revitaliza lo que hacemos y por qué lo hacemos.

**Somos:**

Apasionados  
Intencionados  
Valientes

**No somos:**

Imprudentes  
Rígidos  
Impetuosos

- Capta a los lectores con los titulares.
- Explica claramente nuestro «por qué».
- Sazona con palabras/frases creativas.
- Cierra con fuerza.

# Ejemplos de comunicación antes y después

Si bien cada atributo de personalidad es importante, nuestra voz requiere que los cuatro trabajen juntos fluidamente. En las siguientes páginas, compartimos ejemplos que utilizan tácticas con estos atributos para crear la única y auténtica voz de Crowley.

Es importante recordar que estos principios pueden y deben ecualizarse según el canal y la audiencia. Veremos ejemplos de cómo la voz de Crowley se expresa a través de un espectro de comunicaciones técnicas y expresivas.

## Ejemplos de comunicación antes y después

Comunicación interna

### ANTES

#### EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE

Hemos hablado de la centralidad en el cliente como algo fundamental para brindar consistentemente una experiencia superior al cliente. Pero, ¿cómo contribuye la Transformación Digital a esto? Una forma es proporcionando un entorno que aprovecha los conocimientos basados en datos. Sin embargo, hay más.

Todo lo que tienes que hacer es sentarte y ver este video de 2 minutos para obtener más información sobre el papel de la TD en la prestación de una experiencia superior al cliente.

### DESPUÉS

#### Dale a la experiencia del cliente un impulso digital

Como ya sabes, centrarse en el cliente es fundamental para brindar una experiencia superior. Pero, ¿dónde entra la Transformación Digital? Comienza con conocimientos basados en datos que permiten personalizar la experiencia más que nunca. Pero hay mucho más.

Mira este video de dos minutos sobre cómo la Transformación Digital puede ayudarte a brindarle una experiencia superior a tu cliente.

← **Esencial**  
Afirma la inteligencia de la audiencia

← **Tenaz**  
Cierre con una llamada a la acción

## Ejemplos de comunicación antes y después

Página de inicio de Logística

### ANTES

#### Un proveedor es tu mejor opción

Cuando se trata de logística, muchas empresas pueden ofrecer soluciones para una pequeña parte de la cadena de suministro, pero muy pocas están en la posición de poder manejarla en su totalidad. Sin embargo, Crowley ha sido reconocido en reiteradas ocasiones por los beneficios que brindamos a los clientes, incluidas las soluciones de fuente única para la gestión del ciclo completo de la cadena de suministro que unen a Centroamérica, Puerto Rico, el Caribe y los EE. UU.

De la fábrica a la casa de modas, de la granja a la mesa y de las instalaciones de producción a la venta minorista, Crowley combina el transporte marítimo de carga con el almacenamiento, los movimientos terrestres y el despacho aduanero para lograr la mayor eficiencia y velocidad al tiempo que reduce los puntos de fricción.

### DESPUÉS

#### Un proveedor. Tranquilidad infinita

Sus necesidades logísticas son complicadas. La mayoría de las empresas pueden manejar una parte de la ecuación. Pero pocos pueden solucionar todo lo que necesitan.

En Crowley, desempeñamos un papel activo en cada etapa de su viaje. Nuestras soluciones de fuente única para la gestión del ciclo completo de la cadena de suministro brindan resultados en todo momento. Consideramos sus movimientos por tierra, aire y mar, y todos los puntos de control intermedios para garantizar que su viaje sea eficiente en términos de costo y tiempo, y sin fricciones. Con nuestros expertos ubicados en los EE. UU., el Caribe y Centroamérica, estaremos allí para servirles en todas partes.

← **Esencial**  
Visionario

← **Esencial**  
Puntos claros y concisos

## Ejemplos de comunicación antes y después

Anuncio: Logística

### ANTES

**Para ganar en los negocios, permite que Crowley te ayude a simplificar tu cadena de suministro.**

La ropa es un producto perecedero que nos ha inspirado a desarrollar formas más eficientes de mover materiales a lo largo de una cadena de suministro. Ofrecemos una miríada de conocimiento para garantizar que sus productos lleguen a las estanterías de las tiendas a tiempo para la campaña de la temporada. Somos tus expertos en envíos de ropa desde y hacia Estados Unidos, Centroamérica y el Caribe. Con servicios de transporte de puerta a puerta bajo un único conocimiento de embarque, Crowley puede manejar todos los aspectos de tu envío, sin importar el tamaño, de manera conveniente y rentable. Y con los servicios de despacho de aduanas, almacenamiento, consolidación, desconsolidación de carga y distribución, podemos entregar tus productos cuándo y dónde los necesites.

Para ver cómo podemos eliminar la complejidad de tu cadena de suministro y ayudar a que tu negocio prospere, contáctanos hoy.

### DESPUÉS

**Soluciones a la medida para la cadena de suministro de su negocio**

La moda se mueve rápido. Para mantenerse al día, es necesario un aliado de negocio que pueda ayudarles a moverse tan rápido como la temporada.

En Crowley, ofrecemos soluciones para la cadena de suministro eficientes que llevan sus productos desde la sala de corte hasta la sala de exhibición en muy poco tiempo.

**Nuestra presencia internacional** puede trasladar su carga desde los EE. UU., Centroamérica y el Caribe.

**Nuestras soluciones a la medida** garantizan un transporte eficiente y rentable, independientemente del tamaño.

**Nuestros expertos** manejan sus productos con el cuidado que se merecen.

Vea cómo podemos hacer que la próxima temporada sea la mejor hasta ahora.

← **Esencial**

Equilibra la descripción con la distinción

← **Tenaz**

Incorpora frases creativas

← **Experta**

Estructura la información cuidadosamente

## Comunicación adicional

Narrativa de marca, inspirada por la promesa de marca *Fluidez en Movimiento*

En Crowley, tenemos la experiencia que nos faculta en ir más allá de lo que se ha hecho antes.

Y comunicamos nuestras acciones con un mensaje que todos entienden: Impacto global.

Nuestro planeta y la industria están en constante evolución. Se necesita un líder prominente que pueda transmitir un futuro fuerte y sostenible, y luego tomar medidas para avanzar con valentía hacia él.

Tenemos esa voz. Tomamos esas acciones. Somos ese líder.

Nuestro viaje comenzó hace 130 años. Hoy, somos la vanguardia del movimiento.

Para nuestros aliados de negocio y nuestra gente, desafiamos audazmente las convenciones de la industria.

Brindamos experiencias superiores y excepcionales, al mismo tiempo que nos aseguramos de actuar de manera sostenible y responsable.

Con nuestra intuición, inclusión y escala, trascendemos la industria.

Y a través de nuestro progreso, enviamos un mensaje que se recibe en todo el mundo.

# Comunicación de marca resumen

Ahora que entendemos cómo debe sonar la marca Crowley, echemos un vistazo más de cerca a lo que decimos a través de los mensajes. Nuestro mensaje es la sustancia de lo que decimos a nuestras audiencias clave. Estos mensajes centrales, escritos a través del lente de nuestro tono de voz, ayudan a destacar áreas clave de diferenciación para Crowley en relación con nuestros competidores, y están respaldados por nuestros cuatro pilares fundamentales: valor, comunidad, gente e innovación. Con el apoyo de estos pilares, tenemos mensajes que usamos tanto a nivel empresarial como mensajes que se usarán para nuestras audiencias de soluciones, logística, distribución (*shipping*) y combustibles. Acompañando a estos mensajes hay puntos de prueba que ayudan a respaldar nuestras temáticas y anclan nuestro lenguaje al mundo real.



## Comunicación de marca

Resumen

### PILARES DE LA NARRATIVA

Nuestro mensaje se deriva de nuestra estrategia de marca y nuestros cuatro pilares fundamentales: valor, comunidad, gente e innovación. Cada uno se ha ampliado para incluir temas específicos, que se han utilizado para informar los mensajes que viven debajo de cada pilar. Si bien son distintos, estos pilares no son necesariamente discretos; por ejemplo, un proyecto de energía eólica marina que amplíe la comunidad de Crowley también sería una parte innovadora de nuestro futuro.

### MENSAJES Y PUNTOS DE PRUEBA DE EJEMPLO

Cada pilar de la narrativa contiene un conjunto de mensajes listos para usar que pueden emplearse solos o como base para comunicaciones más largas.

Cada pilar está respaldado por un conjunto de ejemplos de muestra, que de ninguna manera son exhaustivos y están destinados a ser ampliados.

### PILARES DE LA HISTORIA

#### Pilar 1 Valor

1. Destreza.
2. Liderazgo.
3. Eficiencia y rentabilidad.

#### Pilar 2 Comunidad

1. Participación en la comunidad.
2. Presencia internacional.
3. Sostenibilidad y responsabilidad social.
4. Negocios conjuntos y alianzas estratégicas.

#### Pilar 3 Gente

1. Seguridad en todo lo que hacemos.
2. Experiencia del colaborador.
3. Talento de los colaboradores.
4. Cuidado con el que operamos para nuestros aliados de negocio.

#### Pilar 4 Innovación

1. Visión de futuro.
2. Tecnología.
3. Liderazgo intelectual.

### MENSAJES

#### Pilar 1 Valor

Como vanguardistas de nuestra industria, avanzamos hacia un futuro dinámico y eficiente.

En Crowley, las alianzas son invaluable. Porque para nosotros, el valor es más que un resultado final. Es la suma de todas las partes. Nuestras soluciones son eficientes en costo y tiempo y se implementan con destreza.

### PUNTOS DE PRUEBA DE EJEMPLO

- «La suma de todas las partes» = Rentable, eficiencia del tiempo, experiencia de la gente.
- Historia de liderazgo.
- Esfuerzos de optimización de la red que impulsan la eficiencia, mejoran el servicio y llevan los productos al mercado más rápido.

## Comunicación de marca

Mensajes - Nivel empresarial

### Pilar 1

## Valor

**Como vanguardistas de nuestra industria, avanzamos hacia un futuro dinámico y eficiente.**

En Crowley, las alianzas son invaluable. Porque para nosotros, el valor es más que un resultado final. Es la suma de todas las partes. Nuestras soluciones son eficientes en costo y tiempo y se implementan con destreza.

La experiencia no puede hablar por sí misma, pero cuando se combina con el empeño en el progreso, dice mucho. Sobre la base de nuestros 130 años de historia, hemos expandido nuestra reputación mediante la creación de muchas de las soluciones y sistemas más avanzados de la industria.

Somos el líder marítimo, logístico y tecnológico, y estamos dedicados a hacer avanzar nuestra industria. Desafiamos audazmente las convenciones para nuestros clientes y aliados, todo en aras de la seguridad, la eficiencia y la entrega de experiencias superiores.

- «La suma de todas las partes» = Rentable, eficiencia del tiempo, experiencia de la gente.
- Historia de liderazgo.
- Esfuerzos de optimización de la red que impulsan la eficiencia, mejoran el servicio y llevan los productos al mercado más rápido.

### Pilar 2

## Comunidad

**Nuestro progreso se siente en las comunidades y se alimenta de la conexión.**

Nos basamos en la creencia de que el progreso requiere de alianzas, y que los caminos que formamos globalmente se forjan mediante las conexiones que cultivamos localmente. Estamos orgullosos de conectar, y estar conectados, con comunidades de todo el mundo.

Estamos comprometidos a facilitar el progreso de nuestro mundo y de las personas que lo habitan. Estamos invirtiendo en tecnologías que reducen las emisiones y aumentan nuestro impacto positivo en la sociedad. Y al hacerlo, estamos estableciendo el estándar de sostenibilidad al que otros aspirarán.

A través de nuestra dedicación a la seguridad en el lugar de trabajo, beneficios minuciosos y considerados para nuestros colaboradores, y el impacto real en la comunidad, nos estamos convirtiendo en la empresa marítima, logística y tecnológica más sostenible e innovadora del mundo.

- Compromisos de sostenibilidad y ESG.
- Programa Crowley Cares.
- Beca en memoria de Thomas B. Crowley Sr.
- Primer operador de barcos de EE. UU. en unirse a la Iniciativa de Transparencia en el Reciclaje de Barcos.
- Alianza eólica Crowley + Watco.

### Pilar 3

## Gente

**Cumplimos con nuestros aliados de negocio empoderando a nuestra gente.**

Nuestra gente es nuestro activo más valioso y estamos comprometidos con ellos. Como sociedad laboral y empresa familiar, operamos en el mejor interés de la comunidad Crowley: aquellos con quienes nos aliamos y aquellos a quienes nos enorgullece llamar colaboradores de Crowley.

Podemos cumplir con nuestros aliados al empoderar primero a nuestra gente. Nuestros expertos de la industria son singularmente hábiles en lo que hacen, e igualmente expertos en unir sus habilidades para crear soluciones más sólidas que la suma de sus partes.

La seguridad es más que una misión. Es obligatoria. Defendemos la seguridad y el bienestar de nuestra gente. Y, a su vez, nuestra gente está facultada para defender la seguridad en cualquier momento. Nuestro énfasis en la seguridad por encima de todo y nuestro enfoque centrado en los colaboradores crean un lugar de trabajo como ningún otro en la industria, y una experiencia para nuestros aliados que es inigualable.

- Competencias esenciales.
- Consejo «IDEA».
- Esfuerzos empresariales y filantrópicos en EE. UU., el Caribe y Centroamérica.
- Grupos de recursos para colaboradores.

### Pilar 4

## Innovación

**Tenemos visión de futuro, y usamos nuestra fluidez para ampliar los límites de lo que es posible.**

Crowley es excepcional porque estamos versados en la construcción de soluciones integrales de logística, gubernamentales, marítimas y energéticas. Pero lo que nos hace verdaderamente singulares es nuestra comprensión de dónde se puede incorporar la tecnología para elevar nuestras habilidades en todas nuestras áreas de especialidad.

Hemos liderado el movimiento por tierra, aire y mar. Ahora, estamos construyendo caminos a través de nuevos canales, permitiendo más conexiones que nunca. Porque la experiencia nos ha enseñado que la logística y la innovación no se cruzan. Van de la mano. Elevamos nuestro conocimiento invirtiendo en procesos y tecnologías que nos ayudarán a crear un negocio más sólido y un mundo mejor.

Somos conscientes del papel cada vez mayor que desempeñamos en el futuro del comercio, las comunidades y el mundo en general. En nuestros esfuerzos de innovación, consideramos cómo un solo cambio de comportamiento puede tener un impacto generalizado. Nuestro objetivo es hacer el mayor bien posible.

Nuestro trabajo es mucho más que un medio para un fin: es el comienzo de un movimiento para el futuro. Estamos adquiriendo el conocimiento y las herramientas para crear soluciones únicas para nuestros aliados de negocio hoy, y así podamos tener la experiencia y el tacto para lograr un progreso sin precedentes mañana.

- Alianzas innovadoras (Saildrone, otros).
- Primer remolcador eléctrico, remolcador Tier IV.
- División de Energía Nueva.

# Comunicación de marca

Logística

## Pilar 1

# Valor

En Crowley, hacemos más que planificar caminos hacia el éxito. Desempeñamos roles activos en cada parte del viaje. Brindamos resultados en todo momento mediante nuestras soluciones de una fuente única, para la gestión del ciclo completo de la cadena de suministro. Desde el tipo de carga hasta el tamaño del contenedor, desde el flete aéreo hasta el transporte terrestre, sus necesidades no son de la misma talla que otros. En Crowley, diseñamos y entregamos soluciones para todos los tamaños y especificaciones.

Nuestras soluciones estratégicas y de alta calidad combinan sus necesidades con nuestros conocimientos, lo que significa menos esfuerzo de su parte y una mayor estabilidad en el proceso, brindando rentabilidad y tranquilidad.

Hemos sido una parte integral de la forma en que se mueve el mundo durante más de 130 años, lo que nos brinda una perspectiva única de nuestra industria y su futuro. Nuestra historia nos ha preparado para cualquier presión que se nos presente y, a raíz de los acontecimientos mundiales y geopolíticos, hemos optimizado nuestros procesos para garantizar más resiliencia que nunca.

- Reconocimiento repetido por nuestras soluciones de una fuente única para la gestión del ciclo completo de la cadena de suministro.
- Mercancías fuera de medida (sobredimensionadas), carga de contenedor completo y carga consolidada de volumen inferior a un contenedor completo.
- Cargas congeladas y refrigeradas, cargas de proyecto, suministros farmacéuticos, textiles o industria de la confección.
- Transporte marítimo + logística entre EE. UU. y Puerto Rico desde 1954.
- La optimización de la red impulsa la eficiencia, mejora el servicio y lleva los productos al mercado más rápido
- Coordinación fluida entre Crowley, aduanas, funcionarios del Departamento de Agricultura de EE.UU., fumigadores y granjas o instalaciones de procesamiento.

## Pilar 2

# Comunidad

Estamos orgullosos de servir a las comunidades de los EE. UU., el Caribe, Centroamérica y más allá. Porque nosotros mismos somos parte de estas comunidades.

Nuestras soluciones atienden tanto el viaje como el destino. Pero para nosotros, el éxito es aún más profundo. Se trata también de las conexiones que hacemos y la comunidad que construimos a lo largo del camino.

Nuestra fluidez trasciende geografías. Con expertos de Crowley ubicados en los EE. UU., el Caribe y Centroamérica, le atendemos en su origen, su destino y en cada punto de control en el camino.

En nuestra industria, como en la vida, es tan importante de dónde venimos como hacia adónde vamos. Al conectar al mundo del comercio, también ayudamos a las comunidades del mundo a crecer y acercarse.

Hacemos más que mover mercancías. También tenemos la intención de hacer el bien, en las comunidades en las que vivimos y trabajamos, y para las personas que más lo necesitan.

- Crowley honra a los veteranos estadounidenses en Puerto Rico
- Se establece el Centro Crowley para el Transporte en la Universidad del Norte de Florida

## Pilar 3

# Gente

Otros proclaman la seguridad. Nosotros apostamos nuestro nombre en ello. Entre todas las consideraciones importantes de la cadena de suministro, la seguridad es la más esencial. Y como colaboradores de Crowley, la seguridad está incorporada en todo lo que hacemos.

Nuestros líderes de logística conocen su rol en la cadena de suministro. Desempeñan su papel de manera experta y saben dónde su contribución puede tener un mayor impacto dentro del ciclo completo.

Nuestros aliados confían en nosotros para brindar soluciones que respalden a sus negocios y su gente. Nos entusiasma esa responsabilidad y actuamos con integridad y honestidad en todo lo que hacemos.

Vemos las conexiones que nuestras soluciones facilitan en el mundo y nos enorgullecemos personalmente de nuestro papel como conectores de personas.

- La integridad es nuestro valor principal.
- Presencia en EE.UU., el Caribe (incluyendo a Puerto Rico y República Dominicana), y Centroamérica.

## Pilar 4

# Innovación

Durante sesenta años, hemos abierto caminos por tierra, aire y mar para nuestros aliados de negocio. Hoy, aprovechamos todo lo que hemos desarrollado y aprendido para construir nuevos caminos digitales.

Estamos invirtiendo en las empresas y en los innovadores cuyas tecnologías hacen que nuestras soluciones sean mucho más eficientes y efectivas para nuestros aliados.

Nuestra tecnología facilita a nuestros aliados de negocio monitorear su carga en cualquier punto del viaje y personalizar las condiciones y los servicios según sea necesario.

- Monitoreo de temperatura en tiempo real basado en la nube dentro del servicio de almacenamiento en frío.
- Soluciones de almacenamiento con control de temperatura y humedad en Miami y Jacksonville, Florida (CrowleyFresh).