



Lineamientos de la Identidad Corporativa



Comunicación de David DeLorenzo

- La representación de la marca DOLE® nos ayuda a destacar en un mercado desordenado y protege nuestra equidad de marca, que es uno de nuestros activos más importantes.
- La marca Dole significa el rejuvenecimiento y los efectos verdaderos de una alimentación y estilo de vida saludable. Dole es natural, vital, e innovador y nuestros productos “Make Every Day Shine” - Hacen cada día brillar.
- Los lineamientos de la marca servirán como el plan de dirección de nuestra equidad de marca. Estos instrumentos nos ayudarán a presentar una cara de Dole y reforzará nuestros valores e imagen de marca.



Comunicación de David DeLorenzo

- Como el productor más grande del mundo y proveedor de fruta fresca, verduras, y flores, estamos orgullosos de las contribuciones que hacemos, y trabajamos continuamente para hacer aún mayor la diferencia.
- Nuestros productos, programas, y el compromiso de nuestra gente nos hacen el líder en la industria. Consumidores que creen en nuestra marca, socios que creen en nuestra promesa y empleados dedicados hacen esto posible.



Estrategia de la Marca

- La marca es una promesa que hacemos a nuestro público acerca de todas las cosas de Dole: nuestros productos, nuestro servicio y la experiencia de disfrutar nuestros productos.
- Esto es más que un nombre o un logo. Cada punto de contacto que tenemos con la gente, desde la apariencia de nuestros empaques hasta el enfoque de nuestra publicidad, crea impresiones acerca de quién, qué y el por qué de Dole.



Slogan

- Los productos de Dole personifican nuestra slogan: Hacer cada día Brillar. Nuestro slogan comunica el espíritu de nuestra marca y habla del rejuvenecimiento como parte de un estilo de vida. Es caliente, amistoso y ligero. Es una declaración inspiradora para aquellos que se esfuerzan por conseguir brillar, y es una validación para aquellos que ya lo tienen como parte de sus vidas. **Es único y memorable, además lo suficientemente breve como para usar en una variedad de aplicaciones corporativas.**



Make Every Day Shine™





Elementos de la firma Dole

- Una consistente combinación de elementos visuales hacen de nuestra firma única.



- Siempre reproduzca la firma usando las ilustraciones digitales proporcionadas. Estas ilustraciones nunca deberían ser re-dibujadas o cambiadas de cualquier modo.



Variaciones de la firma

- La firma de Dole aquí presentada será suficiente para representar a todas las entidades legales de Dole.
- Las divisiones de Dole deben ser mencionadas solamente en texto y no al pie de la firma.

Full-color version



One-color spot version






Black version





Colores de la firma

- La firma de Dole usa tres colores para su reproducción.
- Cada color tiene su propio código de referencia.

	Color Name	Spot Color	CMYK	RGB
	Dole Blue	(or PANTONE® Reflex Blue)	100,75,0,0	0,0,140
	Dole Red	(or PANTONE 186)	0,100,80,5	220,0,0
	Dole Yellow	(or PANTONE Process Yellow)	0,0,100,0	255,255,0



Usos inaceptables

- Alterar o cambiar la firma de Dole de alguna forma debilita el poder de lo que este representa. Algunos errores comunes son:

1. Alterar la relación fijada en los elementos de la firma.
2. Alterar los colores en la firma.
3. Usar la firma de Dole con el nombre de alguna división.
4. Colocar la firma con algún color de fondo.
5. Colocar un marco alrededor de la firma.
6. Deformar la firma.





Descripción

- Nuestro nuevo sistema es un diseño distinto que refleja la calidad Dole y establece una fuerte presencia visual en todos nuestros materiales impresos y en línea.
- Esto trae consigo elementos gráficos tales como: el elemento cielo de Dole, nuestra nueva tipografía, nuestras nuevas paletas de color y nuestro nuevo estilo de imágenes en un sistema que expresa nuestra identidad principal con un mirada fresca y nueva que dice “Dole”.
- Este es el único sistema que debería ser usado para nuestras comunicaciones.



El Elemento Cielo

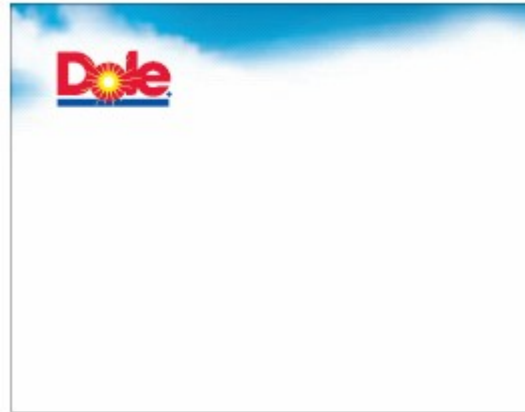
- Es el componente clave de la nueva imagen y sentimiento de Dole. Este contribuye a la sensación de salud y frescura que es la más grande equidad de Dole.
- Cuando sea posible, el elemento cielo debe ser usado en todas las comunicaciones corporativas, publicidad y empaques. En algunas aplicaciones la reproducción del elemento cielo puede no ser apropiado, como en una tarjeta de presentación.
- El elemento cielo es una ilustración de tramas de alta resolución proporcionadas en dos versiones diferentes.



El Elemento Cielo

- Encabezado en cartas
- Reportes
- Publicidad

Long Sky Element



- Libreta de apuntes
- Etiquetas de productos

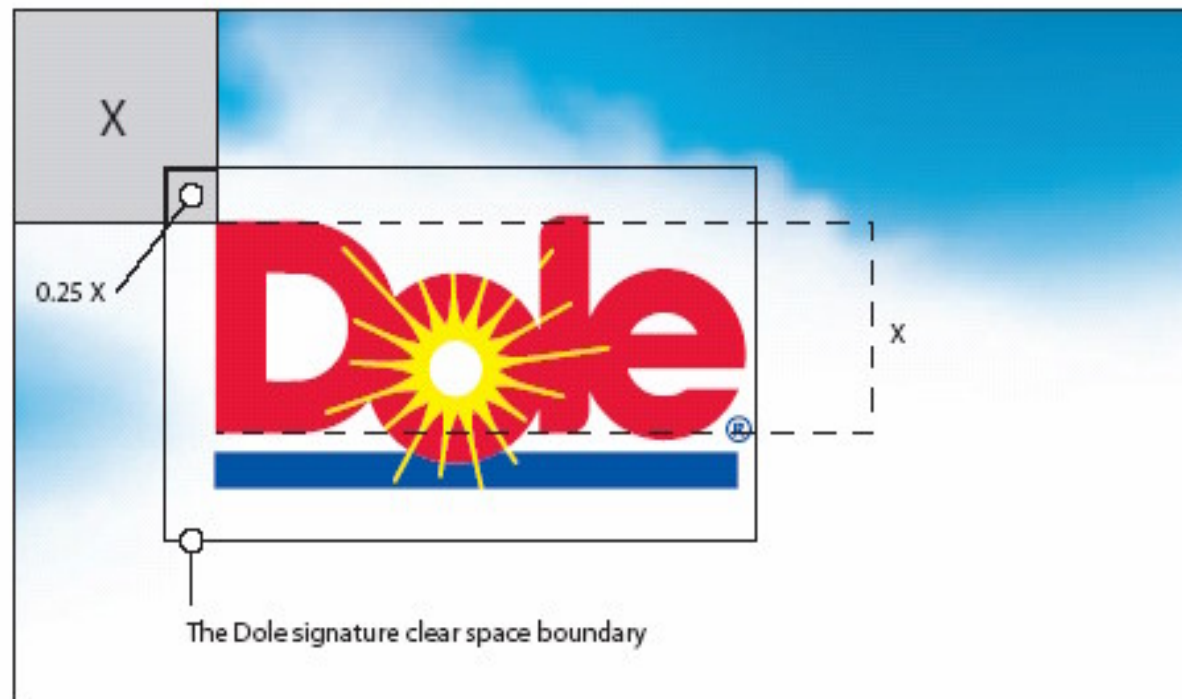
Short Sky Element





Colocación de la firma

- La firma de Dole siempre debe ser colocada en el margen superior izquierdo de la aplicación y a la distancia adecuada.





Estilo tipográfico

- Nuestro tipo de letra corporativo es FS Albert.
- Las fuentes FS Albert son versátiles y contemporáneas, y dan flexibilidad a través de muchas aplicaciones.
- La fuente Arial puede ser sustituido en los documentos Microsoft Office y en los textos de HTML cuando la fuente FS Albert no está disponible.

FS Albert Light—Preferred for headline and body copy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FS Albert Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FS Albert Bold—Preferred for secondary headlines

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FS Albert Extra Bold




ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789



Paleta de colores






- Los colores primarios son usados en la firma de Dole.

Dole Primary Palette

	Color Name	Spot Color	CMYK	RGB
	Dole Blue	(or PANTONE® Reflex Blue)	100,75,0,0	0,0,140
	Dole Red	(or PANTONE 186)	0,100,80,5	220,0,0
	Dole Yellow	(or PANTONE Process Yellow)	0,0,100,0	255,255,0

- Los colores secundarios pueden ser usados como elementos gráficos en comunicaciones corporativas.

Dole Secondary Palette

	Dole Orange	(or PANTONE 152)	0,50,100,0	255,130,0
	Dole Lt. Blue	(or PANTONE 2995)	90,10,0,0	26,164,222
	Dole Green	(or PANTONE 361)	70,0,100,0	81,184,30
	Dole Magenta	(or PANTONE 213)	0,95,25,0	238,14,118
	Dole Purple	(or PANTONE 2587)	60,65,0,0	148,74,178



Ejemplos usando la paleta de colores



Primary Color Palette

Primary Color Palette

Primary Color Palette

Secondary Color Palette



Primary Color Palette

Primary Color Palette

Secondary Color Palette

Primary Color Palette



Estilo de imagen

- Las imágenes añaden entusiasmo e interés a nuestras comunicaciones corporativas y desempeñan un papel fundamental en la unión de nuestra marca y productos con nuestros clientes y consumidores. Por lo cual hay que seguir ciertos consejos:
 - Presentar gente real en situaciones reales.
 - Capturar imágenes del público target disfrutando de productos o la vida a través de actividades diarias.
 - La gente debe parecer saludable y con vitalidad.
 - Las tomas deben ser frescas, brillantes.

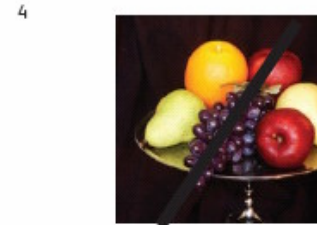




Usos inaceptables

- Es importante presentar la imagen de Dole de una manera clara y consecuente con través de todas las aplicaciones. Algunos errores comunes son:

1. Sustituir el tipo de letra corporativo FS Albert con otro.
2. Usar colores diferentes a los de la paleta.
3. Usar más del 5% del elemento cielo dentro del limite de la firma.
4. Usar imágenes de productos posando.
5. Usar imágenes de gente posando.
6. Usar imágenes que no sean la firma de Dole en el elemento cielo.





Comunicaciones Asociadas

- Cuando sea posible, el logo de Dole siempre deberá aparecer asociado sobre el elemento cielo.
- Se ha creado un logo especial donde ambos elementos estarán claros, legibles y fácilmente reconocibles, el cual no deberá ser alterado de ninguna manera.



- Este logo sólo podrá ser usado por compañías asociadas o en casos donde Dole no controla la reproducción de una aplicación particular.



Galería de ejemplos

- Estos son ejemplos donde se muestra el logo de Dole en varias comunicaciones asociadas.





Usos inaceptables

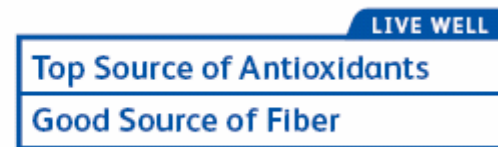
1. Usar el logo de Dole sin el elemento cielo.
2. Usar el logo de Dole sin el elemento cielo.
3. Colocar un marco alrededor del logo de Dole.
4. Usar otro elemento diferente junto con el logo de Dole.





Empaques

- La nueva marca de Dole debe ser clara en todos los empaques.
- Se ha creado el sistema Vivir Bien para ayudar a nuestros consumidores a tomar decisiones saludables.



- Los siguientes ejemplos son representaciones visuales del diseño de empaques. Los artes finales para cada división están actualmente en desarrollo. Una vez completo el empaque los lineamientos serán actualizados.



This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.