

The Globe: *Manual de imagen corporativa*
SMART LEARNING

Índice:

La Marca

Concepto y significado:	3
Construcción y proporciones:	4
Uso del símbolo de los dos puntos (:):	19

Versiones y Aplicación del Logotipo

Uso del tagline y alineaciones:	7
Versión vertical (compacta):	9
Construcción de la versión vertical:	10
Colocación del tagline en versión vertical:	13
Versiones con símbolo The Globe:	14
Colocación y proporciones de símbolo The Globe:	15
Tamaño mínimo de reproducción:	16
Símbolo de marca registrada (®):	17
Versiones a 1 tinta (positivo/negativo):	18

Identidad Visual Corporativa

Colores corporativos:	20
Tipografías:	21
Fondos y patrones corporativos:	36
Retículas de comunicación y composición:	39

Papelería Corporativa

Hojas de carta y sobres:	25
Tarjetas de visita:	26
Blocs de notas:	27
Carpetas:	28

Entorno Digital y Multimedia

Avatares para redes sociales:	22
Firmas de email:	23
Iconos básicos:	43
Banners y destacados de formadores:	44
Tarjetas web de formadores:	50

Ejemplos de Aplicación

Composiciones fotográficas:	30
Merchandising:	52
Mockups:	55

La marca:

Compuesto por una tipografía bold italic personalizada que transmite:

Solidez: autoridad y liderazgo

Dinamismo: avance y modernidad

Exclusividad: tipografía custom, propiedad intelectual única.

Tipografía personalizada creando un ritmo visual continuo con un Kerning ajustado para que el logotipo funcione como un bloque compacto, sin perder legibilidad.

Los dos puntos : no son un simple elemento gráfico. Actúan como un gesto narrativo que transforma la marca en una puerta abierta.
"Tenemos algo que contarte"

Los dos puntos representan:

- Una invitación
- Lo importante viene después
- El conocimiento que espera
- El experto, el contenido, el resultado

Lo verdaderamente importante está en todo lo que The Globe tiene para ti, tras los dos puntos:

- Los mejores profesionales
- El conocimiento especializado
- Los resultados garantizados
- El acompañamiento

The Globe:
SMART LEARNING

Construcción:

El logotipo se construye sobre una retícula basada en la unidad X, que corresponde al grosor del trazo horizontal de la letra "T". Los espacios de separación se definen como múltiplos de esta unidad (2X).

La marca tiene una inclinación de 8° respecto al eje vertical.

Estas proporciones deben respetarse en cualquier reproducción para garantizar la coherencia visual del logotipo.

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la altura de la caja baja de las letras del logotipo.



La marca:

Compuesto por una tipografía bold italic personalizada que transmite:

Solidez: autoridad y liderazgo

Dinamismo: avance y modernidad

Exclusividad: tipografía custom, propiedad intelectual única.

Tipografía personalizada creando un ritmo visual continuo con un Kerning ajustado para que el logotipo funcione como un bloque compacto, sin perder legibilidad.

Los dos puntos : no son un simple elemento gráfico. Actúan como un gesto narrativo que transforma la marca en una puerta abierta.
"Tenemos algo que contarte"

Los dos puntos representan:

- Una invitación
- Lo importante viene después
- El conocimiento que espera
- El experto, el contenido, el resultado

Lo verdaderamente importante está en todo lo que The Globe tiene para ti, tras los dos puntos:

- Los mejores profesionales
- El conocimiento especializado
- Los resultados garantizados
- El acompañamiento

The Globe:
SMART LEARNING

Construcción:

El logotipo se construye sobre una retícula basada en la unidad X, que corresponde al grosor del trazo horizontal de la letra "T". Los espacios de separación se definen como múltiplos de esta unidad (2X).

La marca tiene una inclinación de 8° respecto al eje vertical.

Estas proporciones deben respetarse en cualquier reproducción para garantizar la coherencia visual del logotipo.

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la altura de la caja baja de las letras del logotipo.



Colocación del Tagline:

El logotipo puede ir sin tagline, siendo éste un elemento adicional, pudiendo incluso cambiar con el tiempo o en función del canal o medio de comunicación en el que se encuentre el logotipo.

Tagline alineado: debe alinearse a la izquierda con respecto al logotipo.

Tagline centrado: debe centrarse con respecto al texto The Globe, sin contar con los dos puntos.

Tagline tras los dos puntos: debe alinearse con los dos puntos, centrado en altura.

Tagline alineado:

The Globe:
SMART LEARNING

Tagline centrado:

The Globe:
SMART LEARNING

Tagline seguido:

The Globe: SMART LEARNING

Colocación del Tagline:

El logotipo puede ir sin tagline, siendo éste un elemento adicional, pudiendo incluso cambiar con el tiempo o en función del canal o medio de comunicación en el que se encuentre el logotipo.

Tagline alineado: debe alinearse a la izquierda con respecto al logotipo.

Tagline centrado: debe centrarse con respecto al texto The Globe, sin contar con los dos puntos.

Tagline tras los dos puntos: debe alinearse con los dos puntos, centrado en altura.

Tagline alineado:

The Globe:
SMART LEARNING

Tagline centrado:

The Globe:
SMART LEARNING

Tagline seguido:

The Globe: SMART LEARNING

Versión vertical: (compacta)

Esta versión es de libre uso, creada específicamente para situaciones o espacios donde la versión horizontal no sea viable, aunque su uso no está limitado a estos casos.

**The
Globe:**
SMART
LEARNING

Construcción de versión vertical: (compacta)

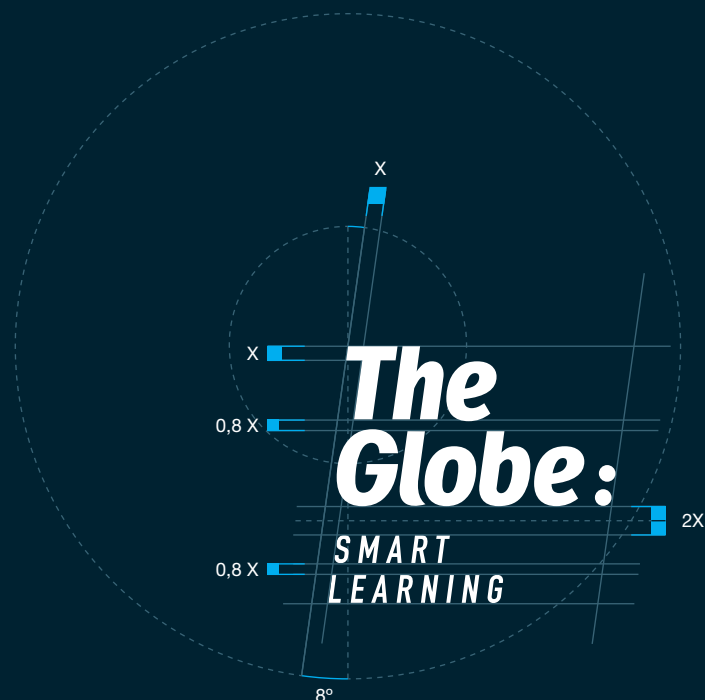
La unidad X, que corresponde al grosor del trazo horizontal de la letra "T" sirve de referencia para la separación de los elementos del logotipo y su tagline

La marca mantiene la inclinación de 8° respecto al eje vertical.

La alineación de las palabras "The" y "Globe" con respecto a la diagonal, está ajustada visualmente para evitar una desalineación óptica.

Estas proporciones deben respetarse en cualquier reproducción para garantizar la coherencia visual del logotipo.

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la altura de la caja baja de las letras del logotipo.



Versión vertical: (compacta)

Esta versión es de libre uso, creada específicamente para situaciones o espacios donde la versión horizontal no sea viable, aunque su uso no está limitado a estos casos.

***The
Globe:***
*SMART
LEARNING*

Construcción de versión vertical: (compacta)

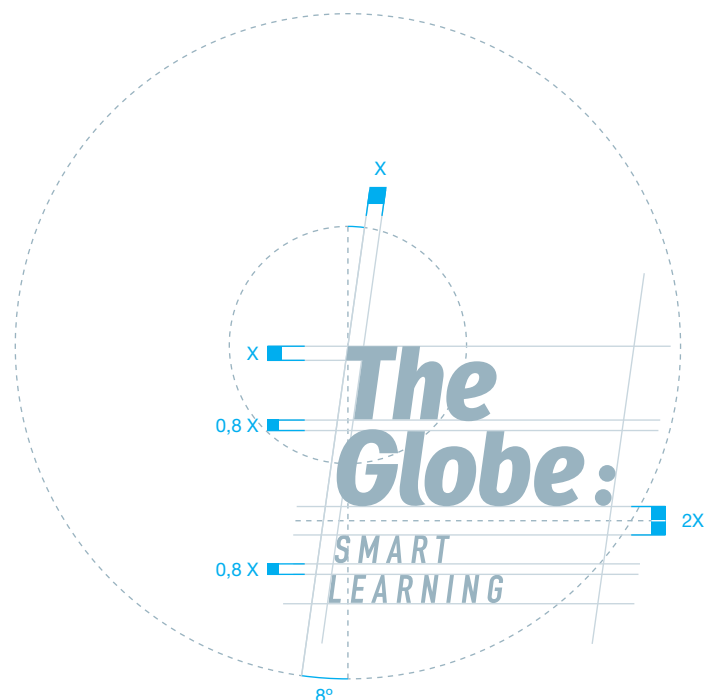
La unidad X, que corresponde al grosor del trazo horizontal de la letra "T" sirve de referencia para la separación de los elementos del logotipo y su tagline

La marca mantiene la inclinación de 8° respecto al eje vertical.

La alineación de las palabras "The" y "Globe:" con respecto a la diagonal, está ajustada visualmente para evitar una desalineación óptica.

Estas proporciones deben respetarse en cualquier reproducción para garantizar la coherencia visual del logotipo.

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la altura de la caja baja de las letras del logotipo.



Colocación del
Tagline en versión
vertical:
(compacto)

El logotipo puede ir sin tagline, siendo éste un elemento adicional, pudiendo incluso cambiar con el tiempo o en función del canal o medio de comunicación en el que se encuentre el logotipo.

Tagline centrado: debe centrarse con respecto al texto The Globe, sin contar con los dos puntos.

Tagline alineado: debe alinearse con los dos puntos, centrado en altura.

**The
Globe:**

**The
Globe:**
SMART
LEARNING

**The
Globe:**
SMART LEARNING

**The
Globe:**

**The
Globe:**
SMART
LEARNING

**The
Globe:**
SMART LEARNING

Versiones de la marca con símbolo

The Globe puede usar su símbolo en cualquier situación, conviviendo con la versión de dos puntos (.). Cuando se utilice el símbolo, el texto "The Globe" debe ir siempre sin los dos puntos. Igualmente, cuando no se utilice el símbolo, "The Globe" debe llevar siempre los dos puntos.



Proporciones y colocación del símbolo:

Tanto en la versión horizontal como en la vertical, el símbolo mantiene el mismo tamaño, coincidiendo con la distancia que hay desde el inicio de la o, hasta el final de la e de la palabra "Globe".

La distancia de separación entre "The Globe" y el símbolo, debe ser la misma distancia de la altura de caja del texto minúscula de "The Globe", tanto en la versión vertical como en la horizontal.



Tamaño mínimo (positivo/negativo):

The Globe:

~6 cm

The Globe:

~4,5 cm

The Globe:

~3 cm

The Globe:

~2 cm

The Globe:

~1 cm

The Globe:

~6 cm

The Globe:

~4,5 cm

The Globe:

~3 cm

The Globe:

~2 cm

The Globe:

~1 cm

Situación del símbolo de ®:

Cuando se requiera añadir el símbolo de marca registrada, debe situarse en el lado izquierdo superior o inferior. Cuando el logotipo vaya acompañado de un tagline, el símbolo de ® puede colocarse a la derecha del tagline, alineado en la parte superior del mismo.



® **The Globe:**

The Globe:
SMART LEARNING®

® **The Globe:**



® **The
Globe:**

**The
Globe:**
SMART
LEARNING®

**The
Globe:**
SMART LEARNING®

Versiones a 1 tinta (positivo/negativo):

The Globe:

The Globe:
SMART LEARNING

The Globe: SMART LEARNING



**The
Globe:**

**The
Globe:**
SMART
LEARNING

**The
Globe:**
SMART LEARNING



The Globe:

The Globe:
SMART LEARNING

The Globe: SMART LEARNING



**The
Globe:**

**The
Globe:**
SMART
LEARNING

**The
Globe:**
SMART LEARNING

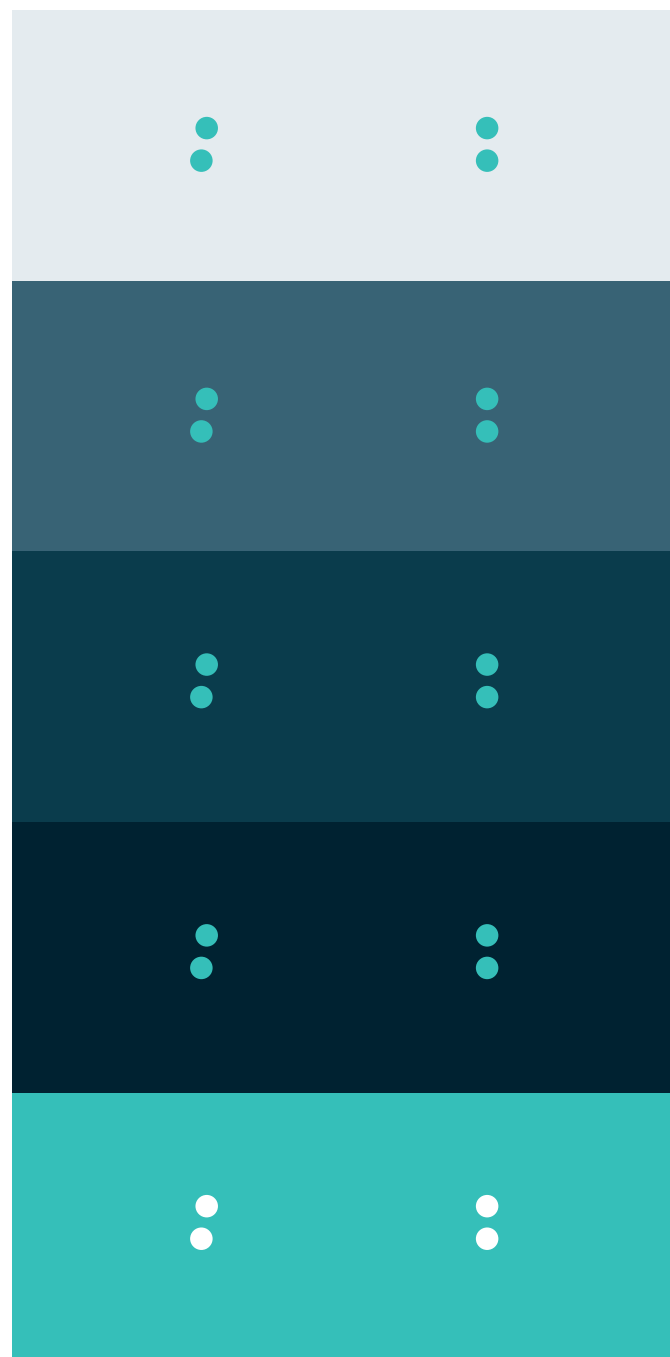


Uso del signo/ símbolo de dos puntos

El uso de los puntos está permitido en situaciones en las que el logotipo esté presente en alguna parte de la composición del elemento pero siempre que ambos elementos (símbolo de dos puntos independiente y logotipo) se encuentren en posiciones separadas y alejadas entre ellas.

Este símbolo puede mantener la inclinación original que tiene en el logotipo y también puede colocarse completamente vertical, es decir, con ambos puntos centrados en su eje vertical.

Este elemento no debe utilizarse como identificador de la marca, sino como un recurso complementario.



Colores corporativos:

Equivalencias en colores Pantone®, CMYK, RGB y hexadecimal.

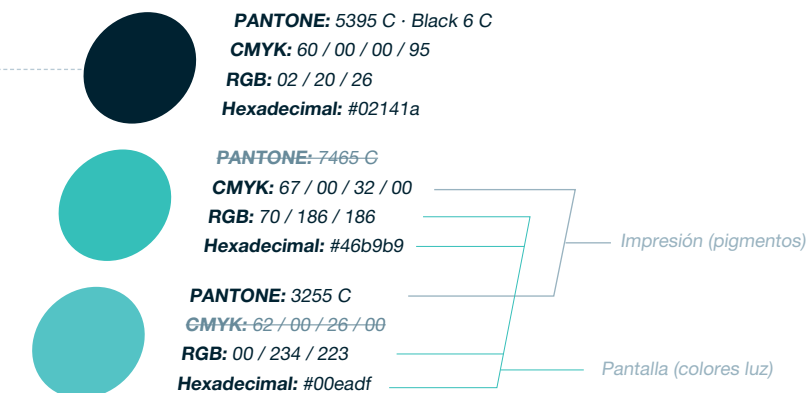
Los valores CMYK, RGB y hexadecimal son aproximaciones y pueden variar según el medio o dispositivo de reproducción.

El color turquesa, al tratarse de un color especial con limitaciones de reproducción, dispone de 2 versiones optimizadas: Uno para impresión (CMYK 67/00/32/00 o tinta plana PANTONE® 3255 C) y otro para pantallas (#00eadf o RGB 00/234/223), funcionando además como complemento de la versión #46b9b9 y RGB 70/186/186.

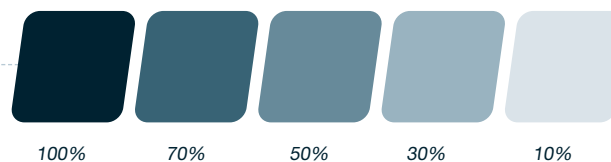
El tono del tagline debe ser uno de los matices del PANTONE® 5395 C, escogido en función del fondo sobre el que se aplique la marca, procurando que exista cierta diferencia tonal respecto al logotipo.

Para garantizar la máxima fidelidad de color, se debe utilizar siempre la referencia Pantone® consultando la guía de colores oficial.

Logotipo:



Tagline:



Tipografías:

Tipografías corporativas para todo tipo de documentos, folletos, carteles, webs, etc.

Estas son las tipografías seleccionadas y recomendadas para cualquier trabajo que acompañe a la marca, pudiendo usarse otras tipografías cuando la campaña o el contexto así lo requiera (por el tono, idea o creatividad).

El uso de estas tipografías es especialmente importante en trabajos o documentos formales y representativos de la empresa o marca, donde deben aplicarse con mayor rigor.

Principales:

Helvetica Neue LT :

IMPRENTA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Roboto Condensed:

WEB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Complementarias:

Helvetica Neue LT - Familia Condensed:

IMPRENTA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Familias Roboto Slab / Serif

WEB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Slab

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Serif

Se muestran solo algunas versiones de cada familia. Pueden usarse todos los pesos disponibles (light, regular, medium, bold, extrabold, etc.)

Avatar:

Versiones de avatar para redes sociales y cuentas en plataformas en las que se pueda personalizar con imagen.

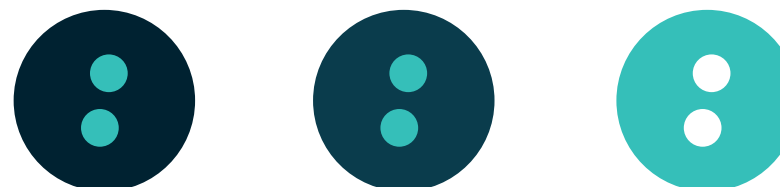
Redes Sociales o plataformas
en las que se necesite identificar a la marca para todo el público

RRSS



Plataformas o herramientas web
en las que la marca ya es visible o se trate de algo interno.

Tools



Firma email:

Versiones de firmas, con y sin tagline.

Estas versiones sirven de referencia o ejemplos, pudiendo la empresa cambiar o evolucionar sus firmas respetando las pautas marcadas en este manual con el fin de no desvirtuar la imagen de marca.

Estos ejemplos no son obligatorios, únicamente muestran versiones e invita a procurar reflejar sobriedad y seriedad en un elemento gráfico como este, una firma de email.

David Martínez de Aro
Director Manager

655 788 644
955 235 647

**The
Globe:**

SMART LEARNING

www.theglobeformacion.com

David Martínez de Aro
Director Manager

655 788 644
955 235 647

The Globe:

SMART LEARNING

www.theglobeformacion.com

David Martínez de Aro
Director Manager

655 788 644
955 235 647

**The
Globe:**

www.theglobeformacion.com

David Martínez de Aro
Director Manager

655 788 644
955 235 647

The Globe:

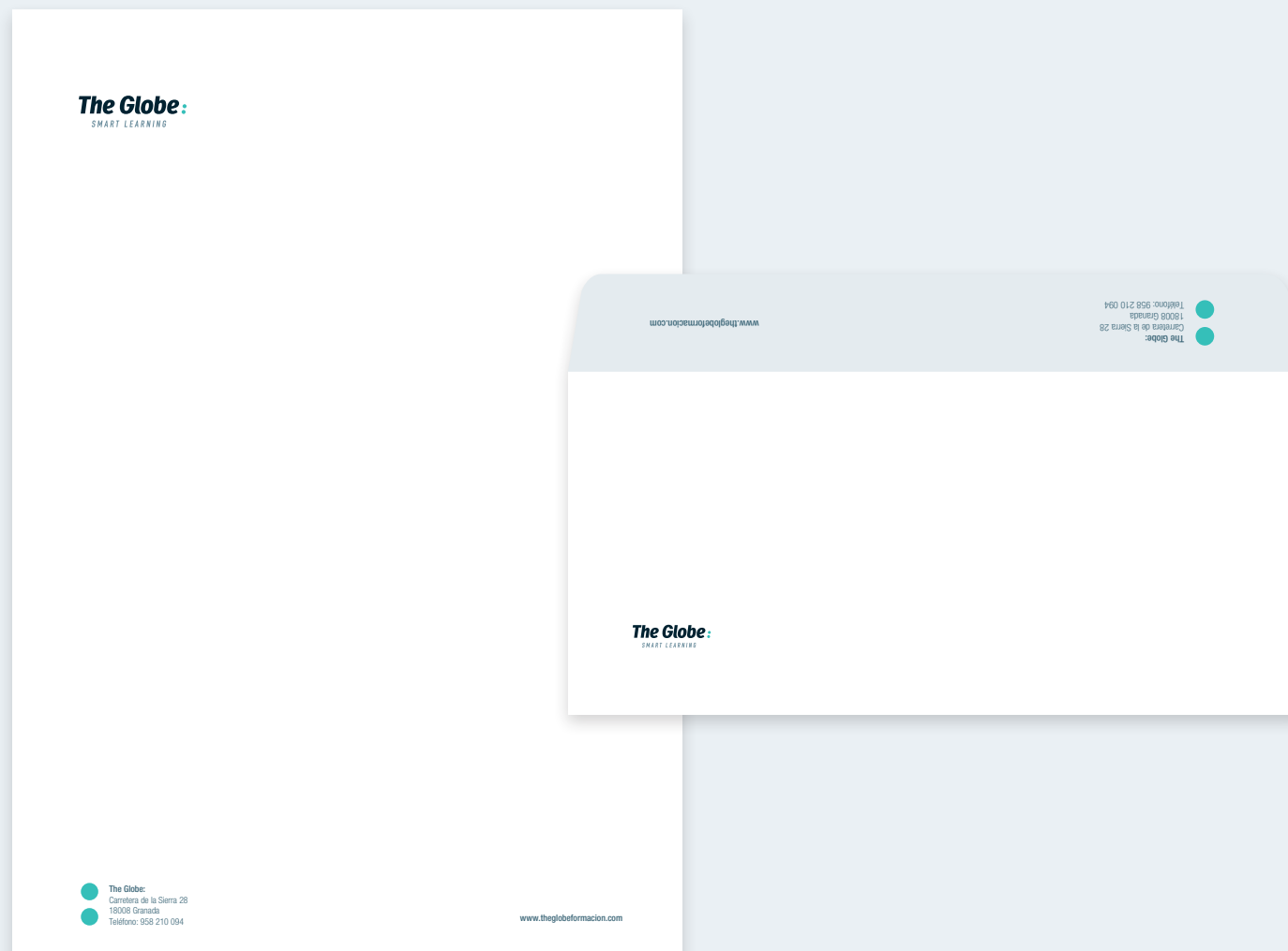
www.theglobeformacion.com

Papelería



Papelería 1:

Composición y diseño de papel de carta A4 y sobre americano con o sin ventanilla.



Papelería 2:

Composición y diseño de tarjeta de visita con 2 fondos posteriores oficiales.

The Globe:

José Roca
CEO

655 488 744

958 210 094

jose@theglobeformacion.com

Carretera de la Sierra, 26
18008, Granada

www.theglobeformacion.com

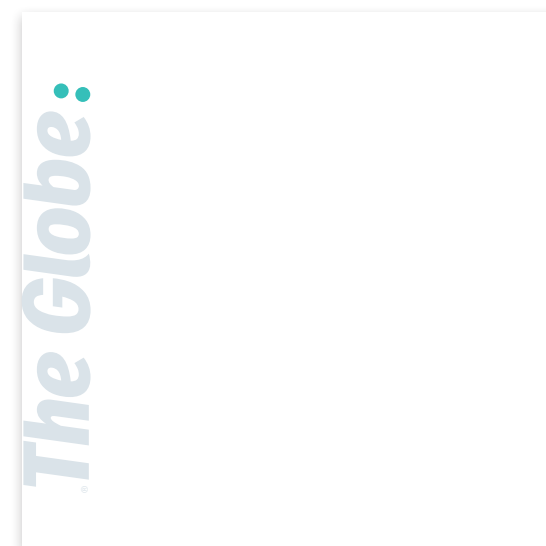
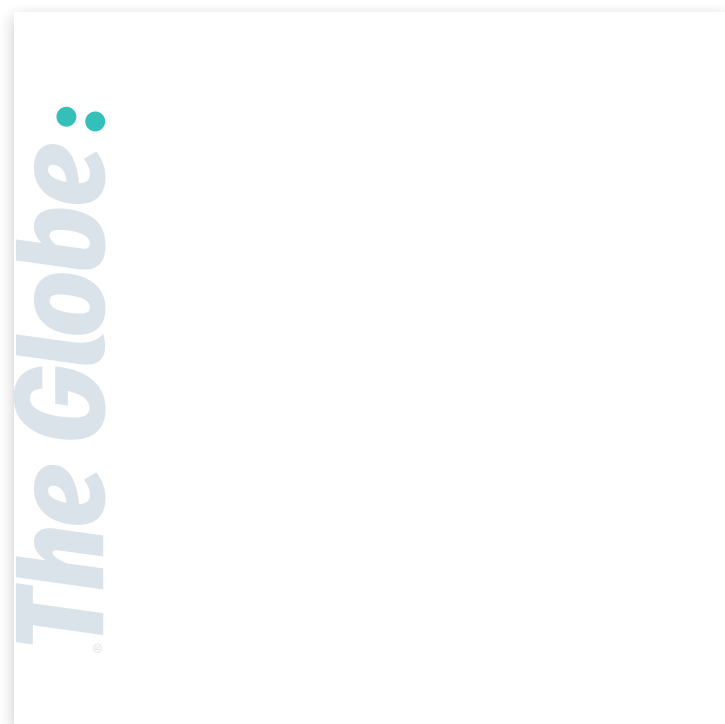


The Globe: SMART LEARNING

The Globe: SMART LEARNING

Papelería 3:

Hojas para tacos de notas o blocs.



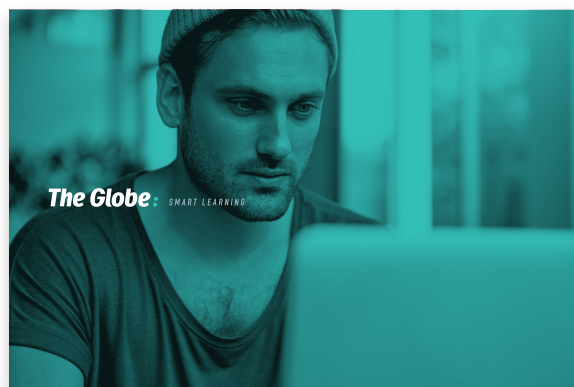
Papelería 4:

Carpetas corporativas. Dos modelos.



Aplicaciones



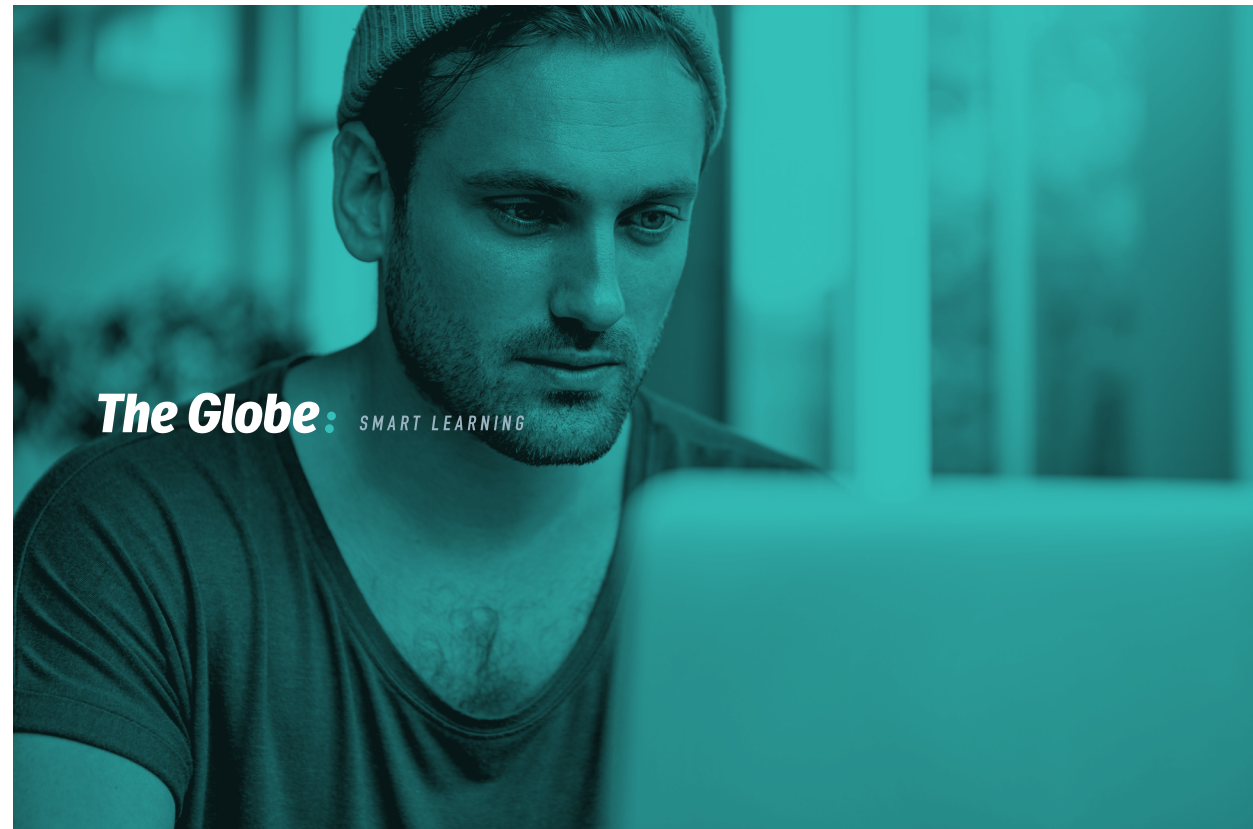


Ejemplos de aplicación

Se muestran algunas posibilidades de aplicación de la marca y el estilo gráfico corporativo sobre fotografía. Estos ejemplos son orientativos y no pretenden agotar todas las combinaciones posibles, sino ilustrar el uso coherente de los elementos de identidad: logotipo, diagonal, color corporativo y tipografía.

Composición:

Aplicación básica: logotipo sobre fotografía con tratamiento de color corporativo.



Composición:

Incorporación de la diagonal y el claim como elementos compositivos.



Composición:

La fotografía en blanco y negro permite reducir el uso del color corporativo manteniéndolo como acento.



Composición:

Uso de diagonal para footer en composiciones de carteles, portadas o anuncios.

Su uso no es obligatorio, se trata de un recurso corporativo útil para formalizar campañas y elementos gráficos de todo tipo.

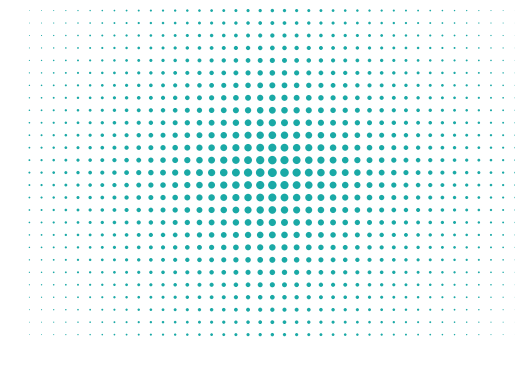
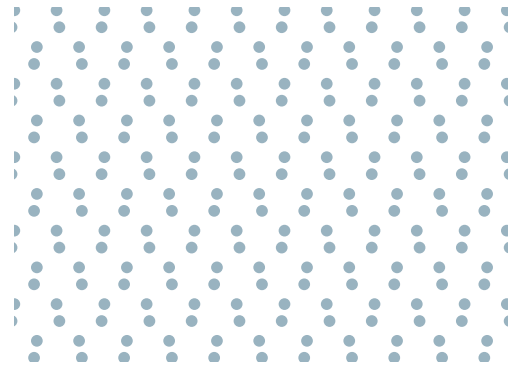
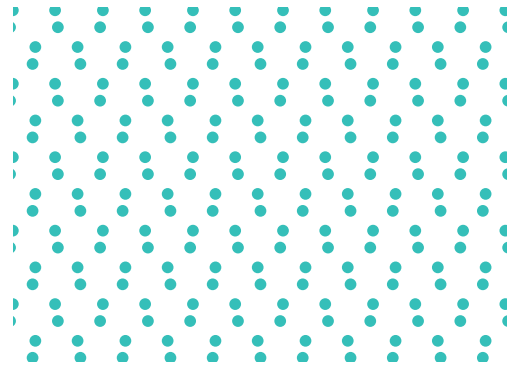
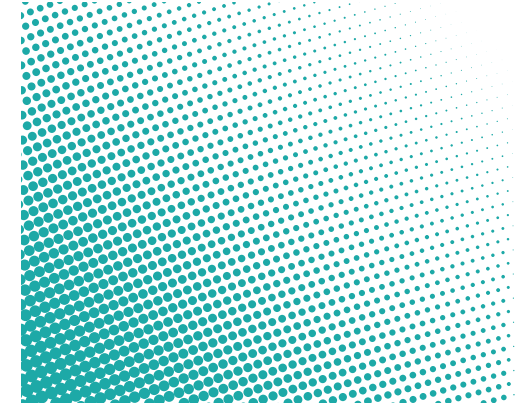
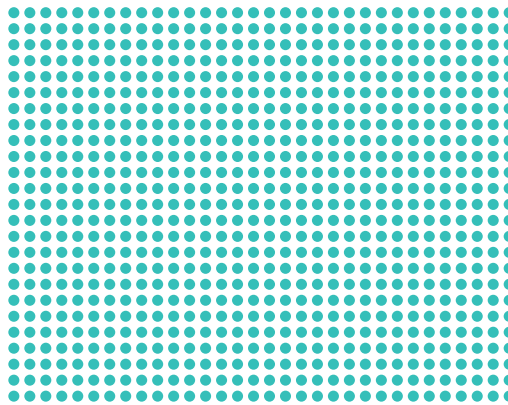
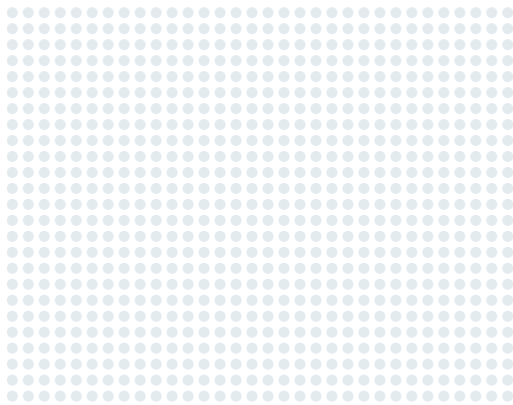
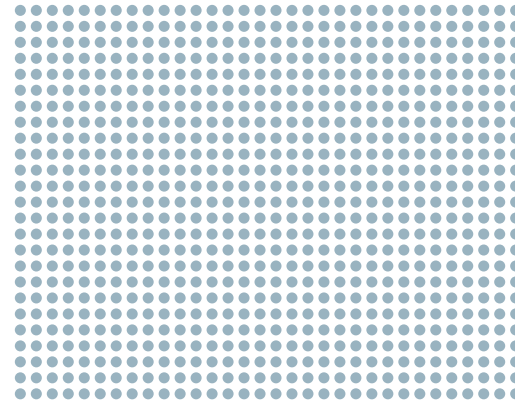
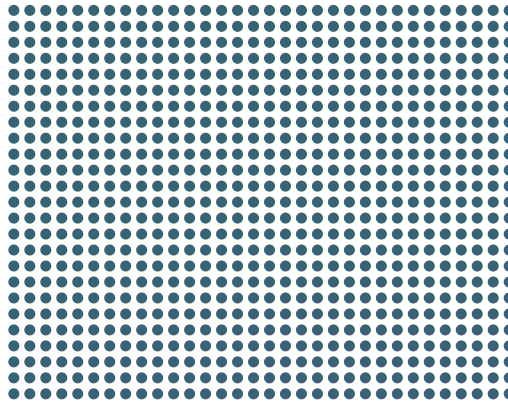
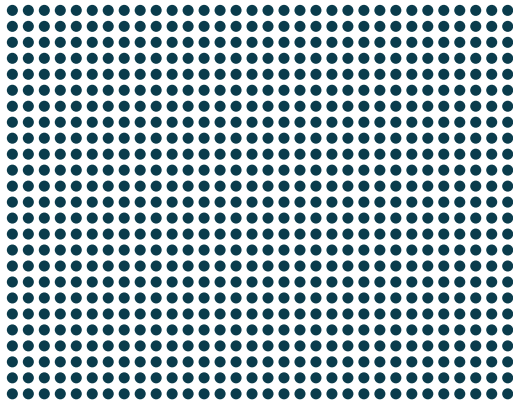


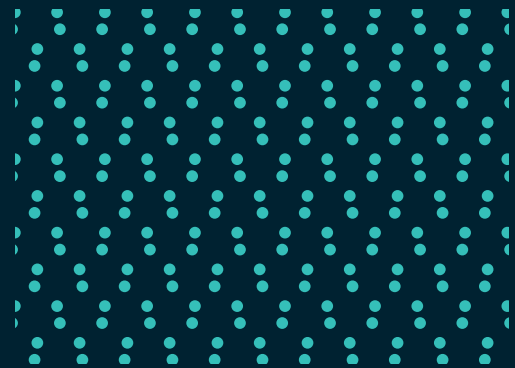
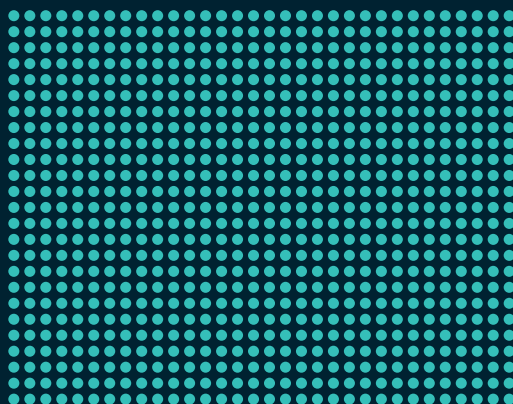
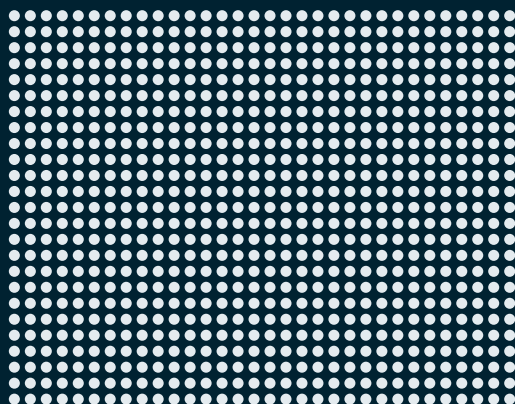
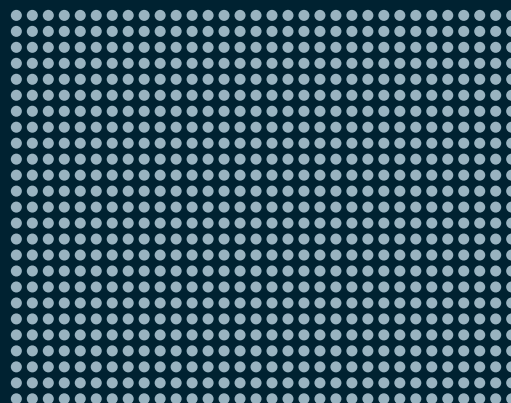
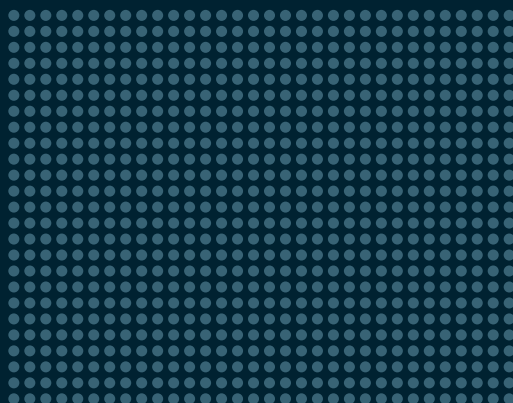
Fondos y Patrones



Fondos corporativos básicos:

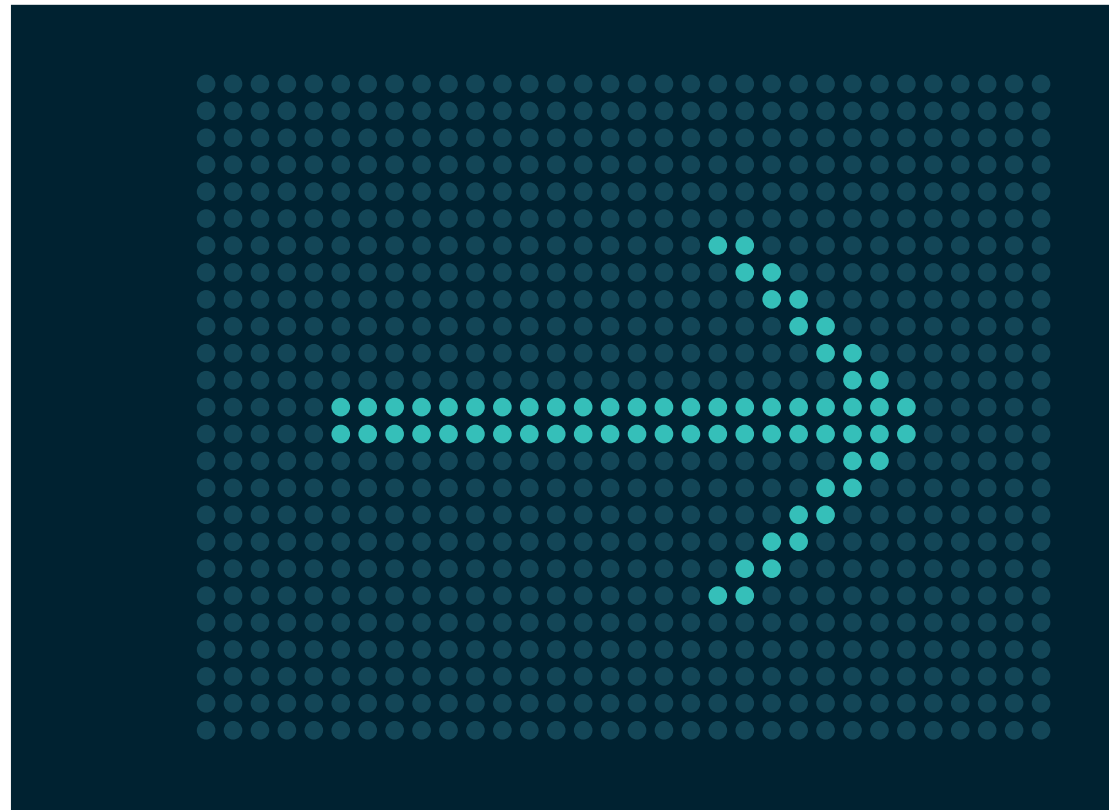






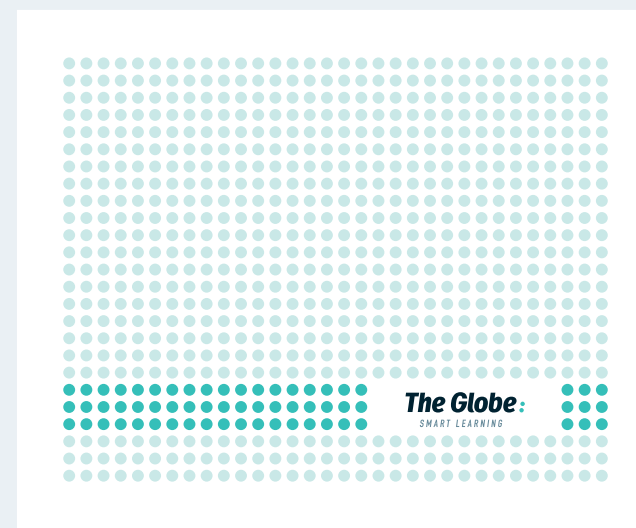
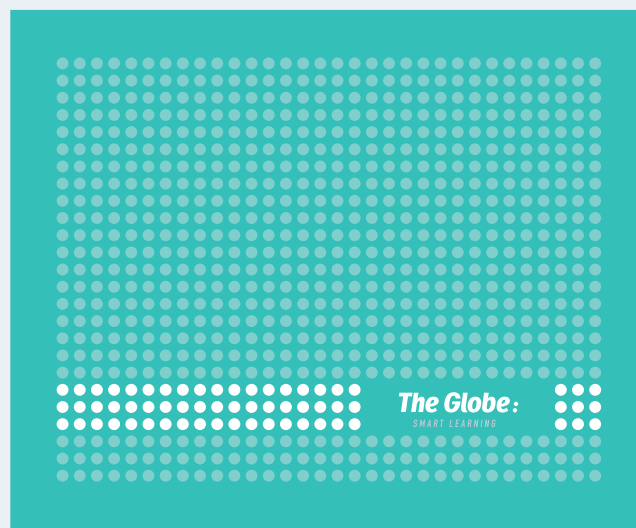
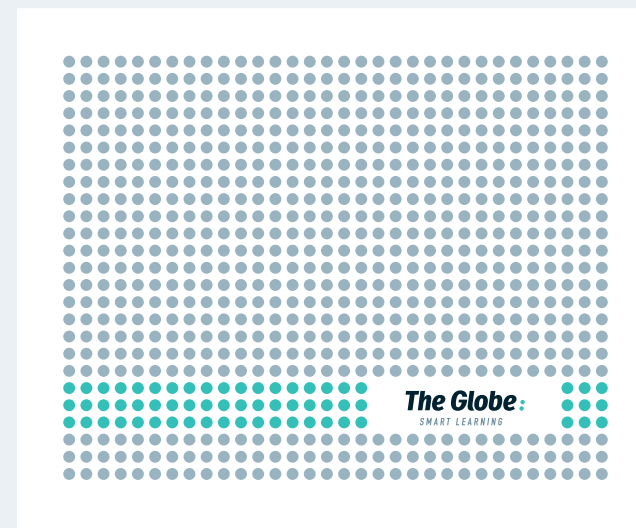
Recurso de comunicación:

Uso de retícula para comunicación en cualquier soporte (web, vídeo, señalética, papel, etc)



Recurso de composición:

Uso de retícula para la composición de cualquier soporte (web, vídeo, señalética, papel, etc)



Recurso de comunicación:

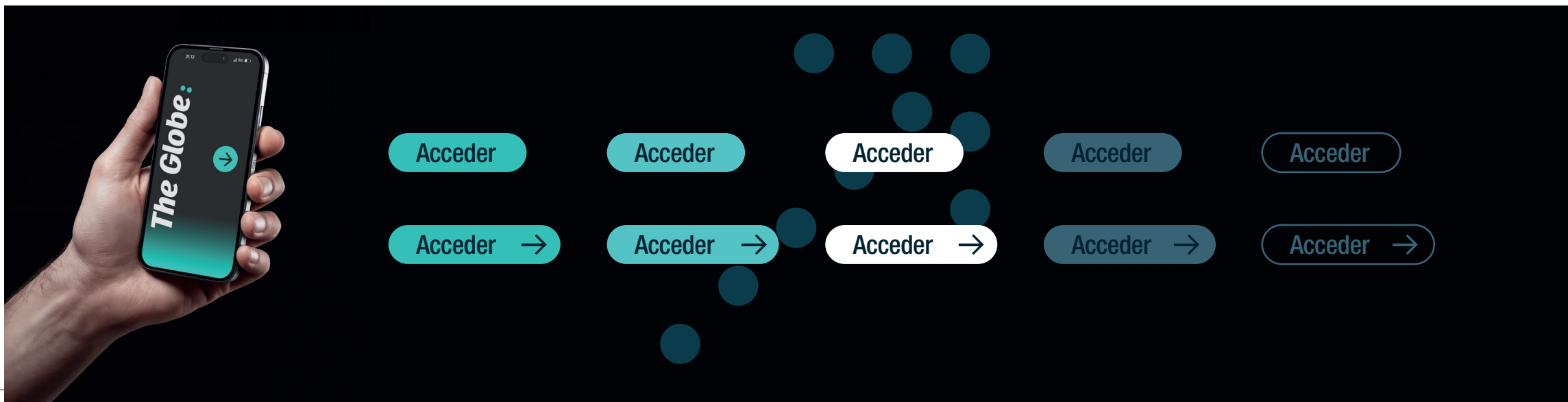
Uso de retícula para la comunicación de mensajes sobre cualquier soporte (web, vídeo, señalética, papel, etc)



Iconos / Banners / Destacados



Iconos básicos:



Banners-destacados formadores:



 **Ingeniería**
informática avanzada
97% de alumnos
aprobados

Acceder



 **Ingeniería** *informática avanzada*



 **Ingeniería**
informática avanzada
97% de alumnos
aprobados

Acceder



 **Ingeniería** *informática avanzada*

Banners-destacados formadores:



 **Derecho**
internacional
97% de alumnos
aprobados

Acceder



 **Derecho** *internacional*



 **Derecho**
internacional
97% de alumnos
aprobados

Acceder



 **Derecho** *internacional*

Banners-destacados formadores:



Banners-destacados formadores:



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder



● **Oposiciones**
del Estado
97% de alumnos
aprobados

★★★★★

Acceder

• Conviértete en
Informático del Estado

Con el preparador N°1 de España

Acceder



• Conviértete en
Informático del Estado

Con el preparador N°1 de España

Acceder



• Conviértete en **Técnico Sanitario** especializado

Emergencias Sanitarias

Acceder



• Conviértete en **Técnico Sanitario** especializado

Emergencias Sanitarias

Acceder



Tarjetas-web formadores:



Merchandising



Tazas:



Tazas:



Polos:



Mochilas:



Bolsas:



Mockups



