

**Nativo<sup>®</sup>**  
by **The Globe:**

*Manual de imagen corporativa*



# Activo

## Índice:



### La Marca

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Concepto y significado:.....                  | 3  |
| Versión horizontal positivo:.....             | 4  |
| Versión horizontal negativo:.....             | 6  |
| Construcción versión horizontal:.....         | 8  |
| Versión vertical/compacto positivo:.....      | 9  |
| Versión vertical/compacto negativo:.....      | 11 |
| Construcción versión vertical:.....           | 13 |
| Tamaño mínimo de reproducción:.....           | 14 |
| Colocación de la marca madre:.....            | 15 |
| Versiones a 1 tinta (positivo/negativo):..... | 16 |
| El Método:.....                               | 17 |

### Identidad Visual Corporativa

|                            |    |
|----------------------------|----|
| Colores corporativos:..... | 18 |
| Tipografías:.....          | 19 |

### Entorno Digital y Multimedia

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Avatares para redes sociales:..... | 20 |
| Firmas de email:.....              | 21 |

### Papelería Corporativa

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Hojas de carta y sobres:..... | 23 |
| Tarjetas de visita:.....      | 24 |
| Blocs de notas:.....          | 25 |
| Carpetas:.....                | 26 |

## La marca:

La marca Nativo se construye sobre una tipografía de trazo dinámico y carácter cercano, acorde a un sector joven y en constante movimiento.

La presencia de "by The Globe" aporta el respaldo y la autoridad de una marca consolidada en la enseñanza del inglés, dotando a Nativo de credibilidad desde el primer momento.

Los globos de diálogo son el eje visual de la identidad y representan la promesa de la marca: que tu hijo entre en Nativo y salga hablando inglés.

Cada submarca tiene su propio globo, adaptado a su etapa, pero todas comparten el mismo hilo conductor: la conversación como meta y como resultado.

**Nativo**  <sup>®</sup>  
by **The Globe:**

**Nativo**  <sup>®</sup>  
by **The Globe:**

**Nativo**  <sup>®</sup>  
by **The Globe:**

**Nativo**  <sup>®</sup>  
by **The Globe:**

Babies y Kids  
Versión horizontal  
positivo:



Juniors y Teens  
Versión horizontal  
positivo:



Babies y Kids  
Versión horizontal  
negativo:



Juniors y Teens  
Versión horizontal  
negativo:



## Construcción versión horizontal:

Referencias de tamaños y separación de elementos para la composición de la marca.

"by The Globe" puede ser flexible y ajustarse en mayor o menor medida cuando la situación lo requiera para no perder legibilidad, manteniendo siempre un nivel secundario en este tipo de composición de la marca.

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

## Margen mínimo:

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la mitad de la altura del globo de diálogo del símbolo de la marca.



Babies y Kids  
Versión  
vertical/compacto  
positivo:



Juniors y Teens  
Versión  
vertical/compacto  
positivo:



Babies y Kids  
Versión  
vertical/compacto  
negativo:



Juniors y Teens  
Versión  
vertical/compacto  
negativo:



## Construcción versión vertical:

Referencias de tamaños y separación de elementos para la composición de la marca.

"by The Globe" puede ser flexible y ajustarse en mayor o menor medida cuando la situación lo requiera para no perder legibilidad, manteniendo siempre un nivel secundario en este tipo de composición de la marca.

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

## Margen mínimo:

El margen mínimo recomendable de seguridad será, en todos los casos, una distancia similar a la mitad de la altura del globo de diálogo del símbolo de la marca.



Tamaño mínimo (positivo/negativo):



# **The Globe:** **Nativo** Kids®

## Colocación de la marca madre:

La relación entre Nativo y su marca madre, The Globe, puede expresarse de distintas formas según el contexto y el medio.

En aplicaciones donde la marca Nativo tiene protagonismo propio, “by The Globe” actúa como respaldo discreto pero presente. En contextos institucionales o de mayor formalidad, ambas marcas pueden aparecer en igualdad de peso.

Las cuatro versiones establecen la jerarquía y disposición correcta entre ambas identidades, garantizando siempre la coherencia del sistema.

V1: “The Globe:” como marca principal.

V2: “by The Globe:” alineado izquierdo.

V3: “by The Globe:” centrado.

V4: “by The Globe:” en algún lugar secundario del soporte en el que se encuentre la marca Nativo (una portada, un cartel, etc.)

V1

**Nativo** Kids®  
*by* **The Globe:**

V2

**Nativo** Kids®  
*by* **The Globe:**

V3

V4

**Nativo** Kids®

*by* **The Globe:**



## EL MÉTODO



## El Método

Cuando Nativo se presenta como metodología propia, dispone de un símbolo específico: dos globos de diálogo superpuestos que refuerzan visualmente la idea de conversación y aprendizaje.

Este símbolo puede aparecer solo junto al logotipo de Nativo, o acompañado del texto "El Método" cuando el contexto así lo requiera.

Se recomienda que no se utilice como identificador único de la marca, sino como recurso complementario al logotipo.

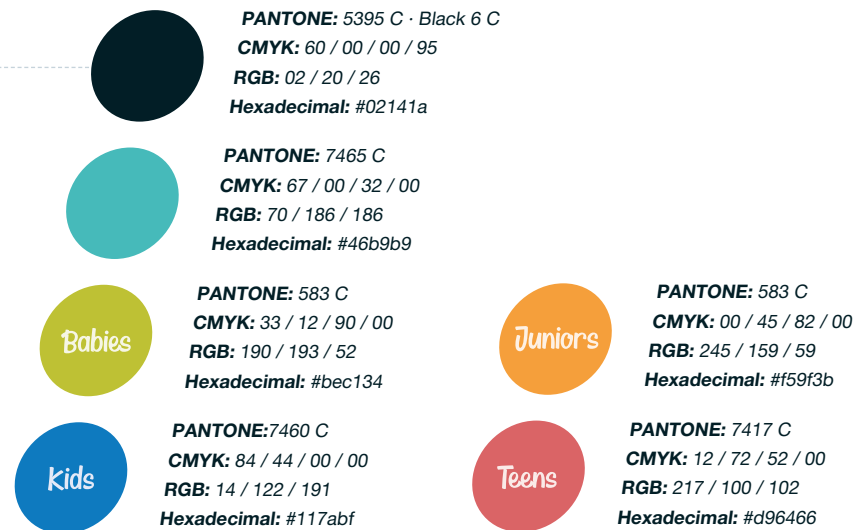
## Colores corporativos:

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

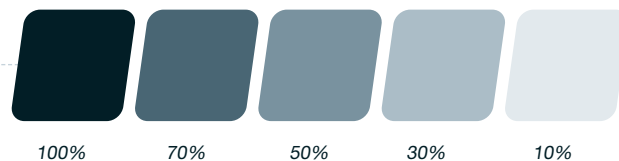
Los valores CMYK, RGB y hexadecimal son aproximaciones y pueden variar según el medio o dispositivo de reproducción.

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

### Logotipo:



### Tonalidades de grises corporativos:



## 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 :

IMPRESA

**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:

IMPRESA

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Familias Roboto Slab / Serif

WEB

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Slab

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



## Firma email:

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.

En estos ejemplos se muestra la versión Kids, siendo igual para el resto de versiones.

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



[www.nativo.com.es](http://www.nativo.com.es)

by **The Globe:**

**David Martínez de Aro**  
Director Manager

655 788 644  
955 235 647



[www.nativo.com.es](http://www.nativo.com.es)

**David Martínez de Aro**  
Director Manager

655 788 644  
955 235 647



[www.nativo.com.es](http://www.nativo.com.es)

by **The Globe:**

**David Martínez de Aro**  
Director Manager

655 788 644  
955 235 647



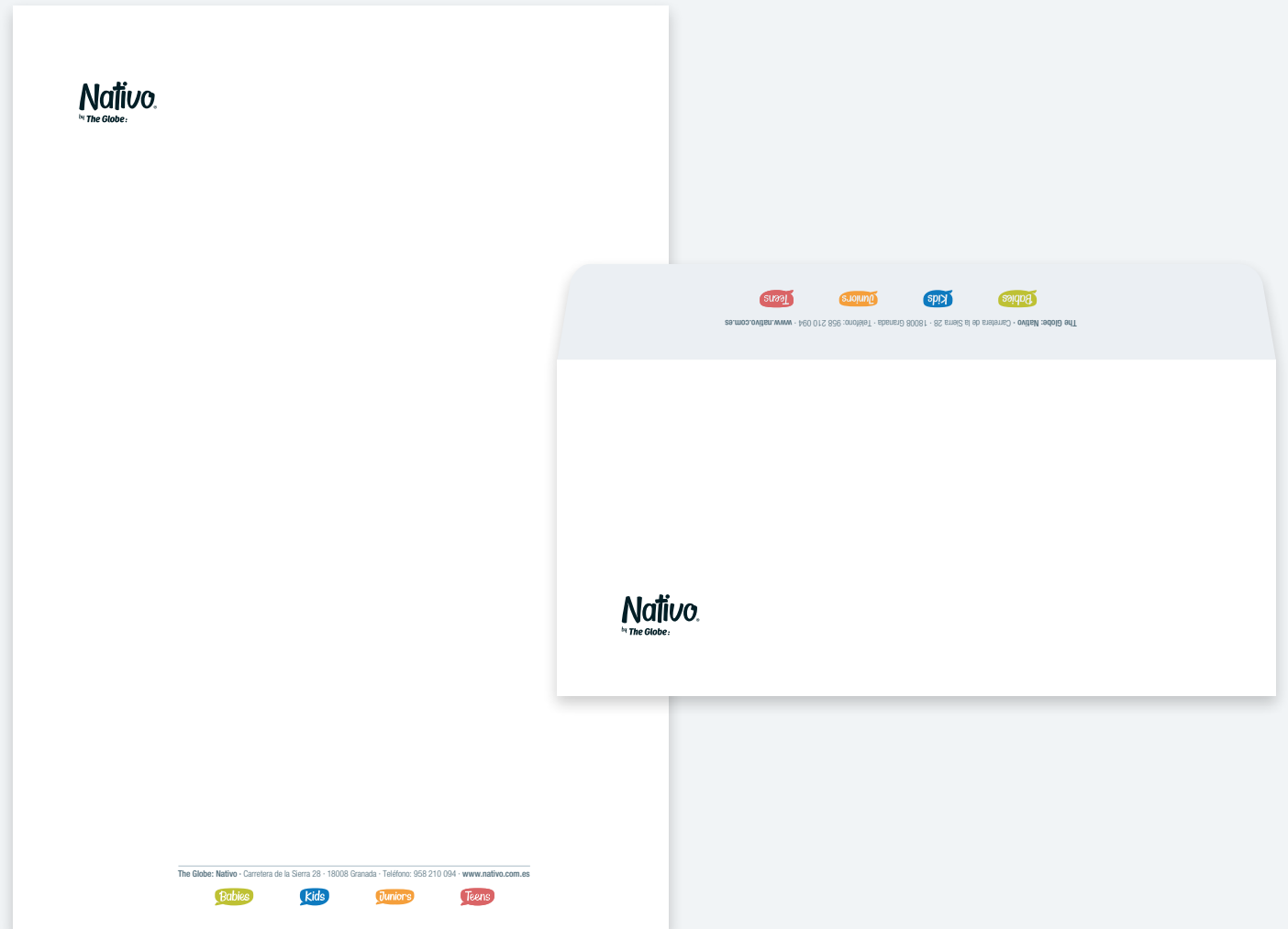
[www.nativo.com.es](http://www.nativo.com.es)

Papelería



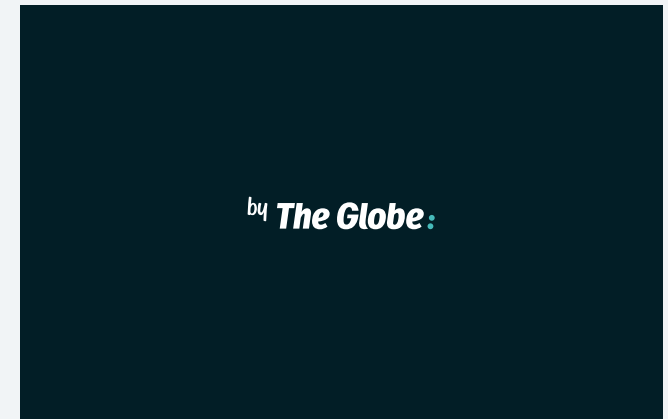
## Papelería 1:

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



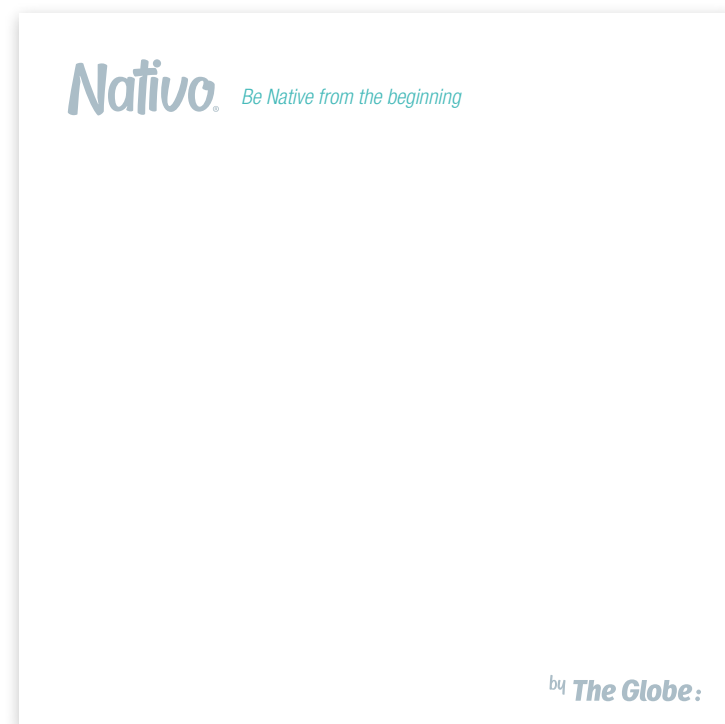
## Papelería 2:

Composición y dos versiones oficiales de diseño de tarjeta de visita.



## Papelería 3:

Hojas para tacos de notas o blocs.



## Papelería 4:

Carpetas corporativas. Dos modelos.



