

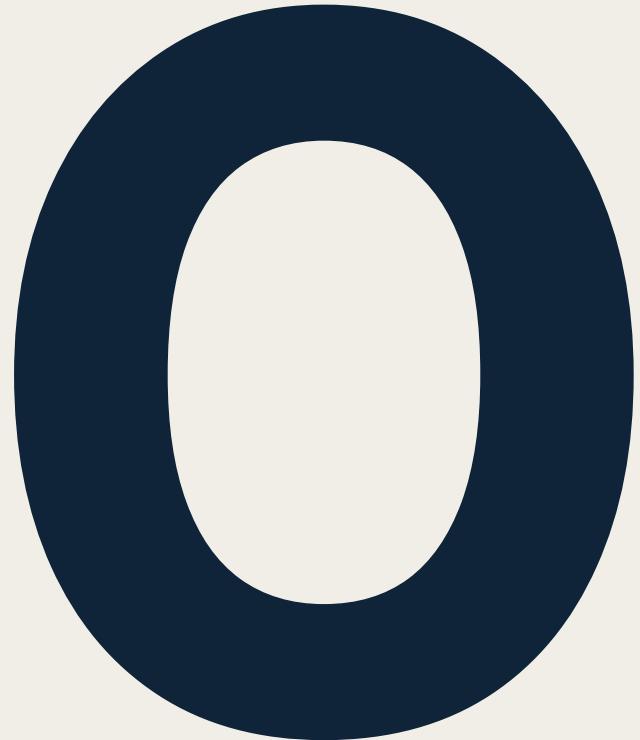
HSE GRUPO

Noviembre 2025

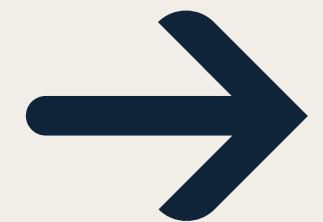
Presentación de marca

CONTENIDO

- 0 → El punto de partida**
- 1 ↗ Un origen que sigue vivo**
- 2 ↗ Valores de marca**
- 3 ↗ Palabras clave**
- 4 ↗ Concepto Creativo**
- 5 ↗ Unión convertida en símbolo**
- 6 ↗ El logotipo**
- 7 ↗ Tipografía**
- 8 ↗ Color**
- 9 ↗ El sistema visual**
- 10 ↗ Aplicaciones de marca**



**El punto de
partida: vosotros**



Como bien sabéis cualquier construcción comienza sobre unos cimientos sólidos.

Durante las últimas semanas hemos escuchado, investigado y, sobre todo, entendido.

HSE no nace de un logotipo.

Nace de una **historia**, un **origen** y unos **valores** que han permanecido intactos desde **1977**.

Lo que presentamos hoy no es un diseño: es la traducción visual y emocional de lo que sois como grupo.



**Un origen
que sigue vivo**

El origen de HSE comienza en **Ramales de la Victoria**.

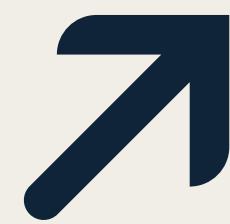
Una familia, un oficio, una generación que enseñó que **el trabajo es dignidad y la palabra es compromiso**.

Hoy, casi 50 años después, ese espíritu sigue siendo **el motor** que une a más de 400 personas en cuatro empresas muy distintas.

Del primer ladrillo en Ramales
al grupo que construye el
futuro de Cantabria.



2



**Vuestro valores,
nuestra base**

Conceptos que queremos transmitir:

RESPETO

PALABRA

SERIEDAD

TRATO HUMANO

ORGULLO DE ORIGEN

TRABAJO BIEN HECHO

3



**Las palabras que
definen la marca**

Conceptos clave que definen lo que es HSE:

SOLIDEZ

Sólido porque vuestra
trayectoria habla por sí sola.

HUMANIDAD

Humano porque aquí la
gente importa de verdad.

LEGADO

Porque la historia que traéis
es parte de vuestra identidad.

4

**Concepto
creativo**

Estas palabras nos llevan al concepto:

Unidos desde el origen

HSE no es un grupo por tamaño.
Ni por volumen.
Ni por sectores.

HSE es un grupo porque une.

**Une personas, generaciones, empresas y formas de
entender el trabajo.**

Y ese concepto es el **corazón de la identidad**.

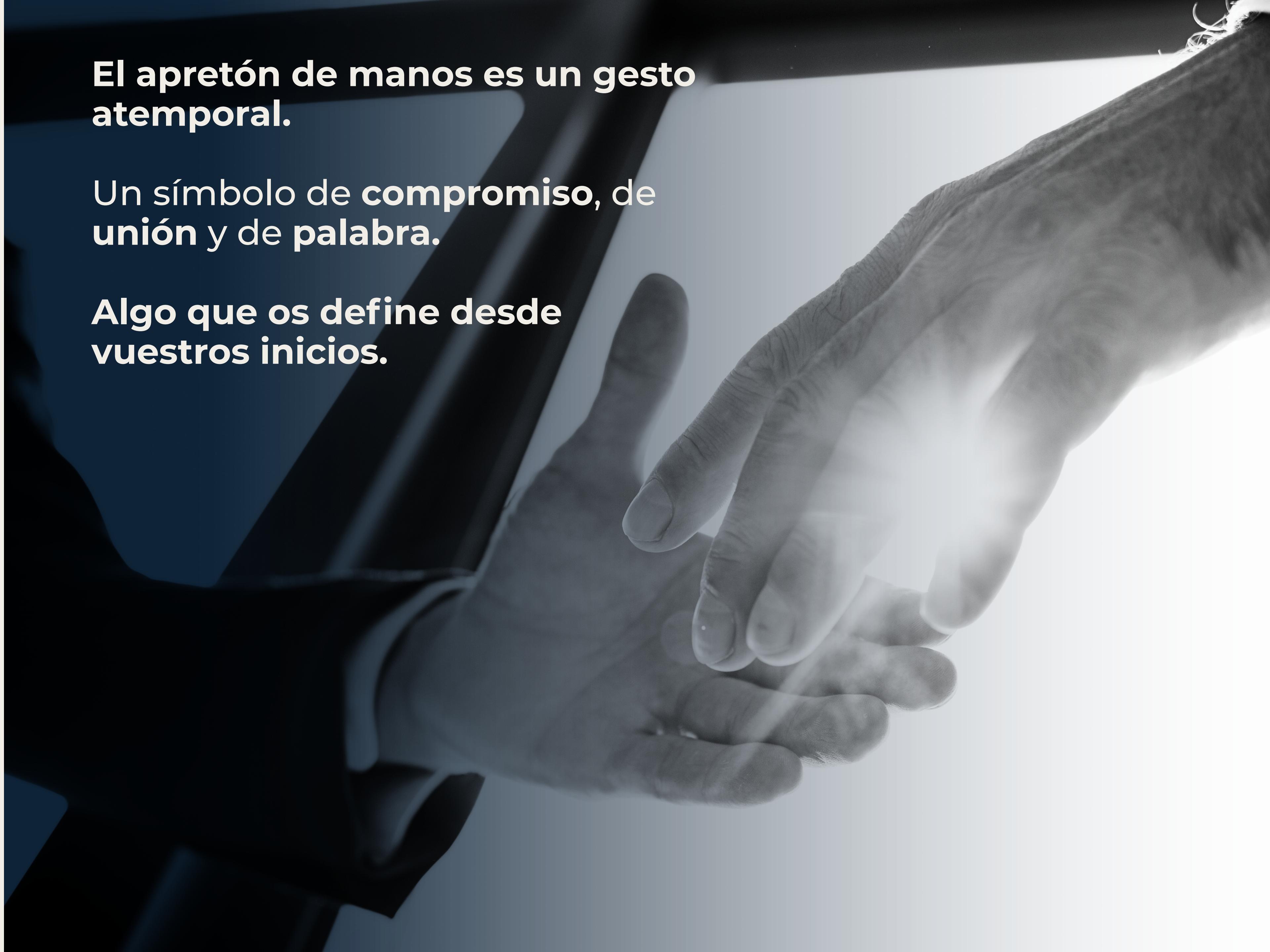
5 

**La unión
convertida
en símbolo**

**El apretón de manos es un gesto
atemporal.**

Un símbolo de **compromiso**, de
unión y de **palabra**.

**Algo que os define desde
vuestros inicios.**



Cuando dos personas se dan la mano, el gesto que se produce visto desde arriba dibuja una trayectoria natural.

Esa trayectoria, de manera orgánica, **forma una S**.

Y esa S se convierte en el punto de partida de esta identidad.











Esa S se convierte en un **símbolo contemporáneo** que transmite **humanidad** al unir sus dos partes como un apretón de manos, **solidez** gracias a su forma firme y estable, y **legado** al reinterpretar un gesto presente desde los inicios del grupo.



No es solo una letra: es la **abstracción de un gesto** que encarna **palabra, respeto y casi 50 años de historia.**



El logotipo

Del símbolo al logotipo

Gracias a la construcción del símbolo principal, podemos dar forma a una identidad **sólida, clara y coherente**.

A partir de este símbolo se desarrolla el logotipo completo traduciendo el gesto en una **identidad visual sólida y reconocible**.



house

hsce

grupo

El logotipo explicado

Reúne el símbolo de la S con un sistema tipográfico **robusto y contemporáneo**.

Un conjunto **claro y equilibrado** que refleja el carácter del grupo y su manera de trabajar.



Principios de diseño

Equilibrio visual basado en proporciones consistentes.

El símbolo que conecta las tres letras y define la personalidad del grupo.

Cortes sólidos que aportan solidez, estabilidad y carácter.



Las curvas suavizan el conjunto y aportan cercanía.

Tipografía de COPSESA en minúsculas: un guiño al origen.



Formato grande

Para usos de alta presencia.



Formato mediano

Para aplicaciones corporativas habituales.



Formato reducido

Para espacios pequeños y usos secundarios.
(se aplica sin el grupo)



Tipografía

Para acompañar la identidad necesitábamos una tipografía **versátil, clara y actual**.

Una tipografía que funcione igual de bien en documentos internos, presentaciones, señalética y comunicación digital.

Por eso incorporamos **Satoshi**: una familia tipográfica funcional, equilibrada y con la presencia necesaria para sostener al grupo en cualquier contexto.

Satoshi

Aa

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789 (@ € ; / !

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789 (@ € ; / !

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789 (@ € ; / !

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789 (@ € ; / !

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789 (@ € ; / !

8



Color

Los colores de HSE no son solo una elección estética: nacen del **origen del grupo, de su historia y de la tierra donde comenzó todo**.

Al mismo tiempo, aportan la **solidez y la presencia visual** que necesita un **grupo empresarial grande y consolidado**.

Una paleta que combina raíz y evolución para expresar quiénes somos hoy.

Azul HSE

Herencia de **COPSESA**,
mar de Cantabria,
confianza y estabilidad.

Blanco hueso

Autenticidad, claridad
y cercanía.

Arena / Tierra

Origen, trabajo,
calidez y humanidad.

HSE
grupo

HSE
grupo

HSE
grupo

HSE
grupo

HSE
grupo

9



El sistema visual

Además del logotipo, tipografías y color, la identidad incorpora elementos gráficos que **refuerzan la personalidad del grupo y conectan visualmente todas sus aplicaciones.**

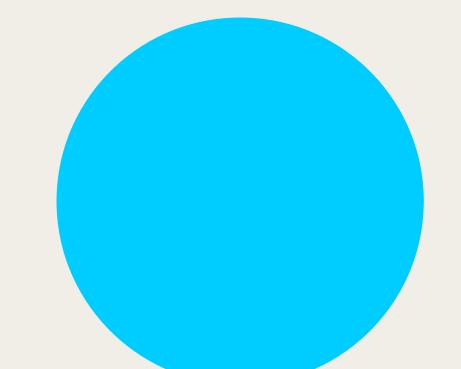
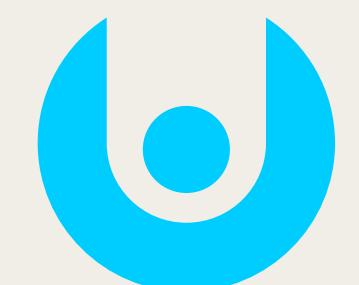
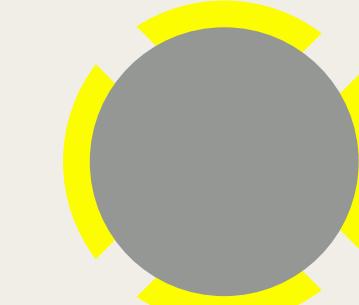
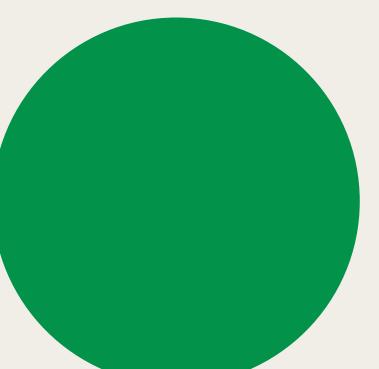
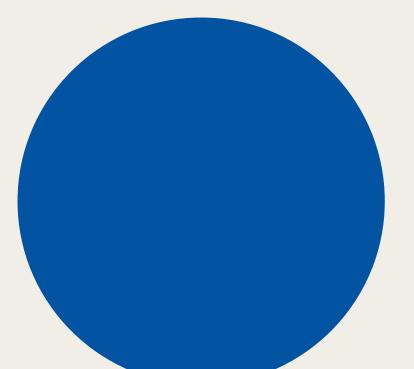
Estos elementos nacen del propio universo de HSE: las empresas que lo componen y el entorno donde trabajan.

Los pilares del grupo

A partir de los logotipos de **COPSESA, ERGIA, AGLOCAN** y **beUp** hemos extraído sus formas esenciales.

Estas reducciones dan lugar a cuatro puntos que representan, **de forma sutil y unificada**, a cada empresa dentro del grupo.

Además, estos puntos se utilizarán como **elemento visual dentro de la identidad**, reforzando la unidad, la diversidad y la construcción de una comunidad en bloque.





Construcción, crecimiento y comunidad

A lo largo de la presentación habéis visto números de planta, flechas ascendentes, bloques y líneas paralelas.

No son decorativos: **forman parte del lenguaje visual de la marca.**

Representan cómo crece HSE: una estructura que se eleva planta a planta y una comunidad que se construye en bloque.

Por eso este sistema vive también en las aplicaciones: líneas que ordenan, niveles que estructuran y un guiño constante a nuestros orígenes.





La marca en acción

El logotipo y los elementos del sistema visual funcionan con **claridad y consistencia en cualquier formato.**

Su **construcción sólida** permite que ambos se adapten a distintos tamaños, colores y soportes sin perder identidad.

Vamos a ver algunos ejemplos de como aplicamos la marca.

Papelería



Presentaciones / Conferencias



Cartelería corporativa



Presencia corporativa



The image features a large, white, sans-serif font spelling out the word "HOSPE". The letters are thick and have a slight drop shadow. The "O" in "HOSPE" is a large circle that contains a smaller, black and white photograph. In the photograph, a man in a dark suit and tie is seen from behind, looking down at a woman lying on the floor. The woman is wearing a light-colored top and dark pants. The background of the image is a dark, textured wall.

grupo