



**CORNER**  
SAFETY ECOSYSTEM

# Manual de identidad corporativa

Versión 1.2 / Julio 2018

# Contenido

## 01

### Introducción

**Pág. 4** Uso de este manual.

**Pág. 5** Nuestra misión.

## 02

### Identidad corporativa

**Pág. 7** La marca.

**Pág. 8** Espacio de seguridad y tamaño mínimo.

**Pág. 10** Versiones de la marca.

**Pág. 12** Colores corporativos.

**Pág. 13** Tipografía corporativa.

**Pág. 14** Usos incorrectos.

## 03

### Aplicaciones de la marca

**Pág. 18** Papelería corporativa.

**Pág. 23** Presentaciones PPT.

**Pág. 24** Firma para email.

**Pág. 25** Redes sociales.

**Pág. 26** Pen drives.

**Pág. 27** Chaleco de alta visibilidad.

**Pág. 29** Comunicación con el cliente.

**Pág. 33** Sello de caucho.

Introducción

01

## 1.1 Uso de este manual

---

El presente manual es una herramienta para todas aquellas personas y empresas que necesiten representar, comunicar, aplicar o hacer uso de la imagen corporativa de Corner Safety. En él se detallan las formas correctas e incorrectas de representar la marca Corner Safety, así como diferentes ejemplos de aplicación. Al especificar las reglas de uso de la marca, buscamos definir los valores, los atributos, la personalidad y el carácter de nuestra identidad.

La correcta aplicación de la marca, respetando su composición, proporciones, colores y tipografías, contribuirá a reforzar la imagen de Corner Safety y a llegar al público de una manera efectiva, gracias a un mensaje visual sólido e íntegro.

El valor de una marca depende en gran medida de la coherencia en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión y afecta muy negativamente al perfil de la marca y a la percepción que el público tiene de sus valores y servicios. Ser disciplinados y respetar las reglas de aplicación de la marca es garantía de que ésta transmitirá de forma consistente y eficaz la identidad y personalidad de Corner Safety.

El fin último de este manual es que los principios que definen nuestra identidad no se queden únicamente en nuestras mentes, sino que consigan llegar a las de nuestro público de una manera efectiva y duradera, haciéndola reconocible y transmitiendo de un vistazo los valores que queremos representar.

## 1.2 Nuestra misión

Corner Safety es una consultora de seguridad, pero no tradicional. Nuestro primer objetivo es cambiar la cultura de seguridad en la empresa. El segundo, hacerlo adaptándola al mismo tiempo al futuro y a la industria 4.0. Corner Safety nace como respuesta a una curva de rendimiento decreciente que venimos observando en las fábricas y puestos de trabajo desde hace años. Los supervisores no terminan de implicarse, los trabajadores han “aprendido” a despreocuparse y siguen sin percibir los riesgos, la inversión aumenta, pero no se consigue retorno...

Frente a esto, nuestra propuesta es **“vestir la empresa de seguridad”**, esto es, crear un ambiente seguro, usando las modernas técnicas de Marketing, Internet e Ingeniería social, de acuerdo a las regulaciones que marca la Ley.

La **señalética** es el mejor camino para hacer visible la seguridad y para poner las medidas necesarias allí donde el riesgo se da. Para llegar al diseño correcto, estudiamos los flujos de movimiento, analizamos los riesgos y la normativa existente y valoramos los comportamientos de los usuarios.

**¿Por qué somos únicos haciendo esto?** Porque somos un grupo de especialistas en Recursos humanos, Seguridad laboral, Formación, Diseño, Psicología y Marketing. Utilizamos una serie de procedimientos propios, basados en los principios de la Arquitectura de elección/evitación y la Ingeniería social. Y en función de esta auditoría, realizamos propuestas basadas en señalética, sensores, proyectores, etc., creando un ambiente que genera seguridad.



Identidad  
corporativa

02

## 2.1 La marca

El imagotipo de Corner Safety está compuesto por un elemento gráfico acompañado de las palabras "CORNER SAFETY ECOSYSTEM".

Es posible aplicar el imagotipo de dos formas distintas: en vertical y en horizontal. La elección de una u otra dependerá del espacio en el que se quiera colocar. Cuando se aplique la versión vertical, el texto se situará por debajo del elemento gráfico, mientras que en posición horizontal las palabras se colocarán a la derecha de éste.

En ambos casos, CORNER es la palabra que tendrá siempre mayor peso.

Versión vertical



Versión horizontal



## 2.2 Espacio de seguridad y tamaño mínimo

### Versión vertical

Para su correcta aplicación y percepción, siempre que la marca vaya acompañada de texto u otros elementos gráficos, se deberá respetar entre ellos una distancia mínima de "x", que equivale a la altura de la letra "O" de la palabra CORNER. Esto es común tanto para la versión horizontal como para la vertical.

Para garantizar su legibilidad, el tamaño mínimo al que puede ser reproducida la marca es de una anchura de 17 mm en formato impreso y de 75 píxeles en pantalla.



Impresión: 17 mm  
Pantallas: 75px



## 2.2 Espacio de seguridad y tamaño mínimo

### Versión horizontal

La distancia de seguridad se corresponde nuevamente con la altura de la "O".

El tamaño mínimo en este caso es 20 mm en formato impreso y 125 píxeles en pantalla.



Impresión: 20 mm  
Pantallas: 125px

## 2.3 Versiones de la marca: vertical

---

Siempre que sea posible, la marca se aplicará en su versión principal. Cuando por motivos técnicos esto resulte inviable, se empleará la versión en blanco y negro.

En el caso de aplicar la marca sobre fotografías o imágenes, se empleará siempre la versión que proporcione un mayor contraste respecto al fondo.

Versión principal



Versión principal negativa



Versión en blanco y negro



Versión blanco y negro negativa



## 2.3 Versiones de la marca: horizontal

---

Para la versión horizontal se aplican las mismas reglas que para la versión vertical.

Versión principal

---



Versión principal negativa

---



Versión en blanco y negro

---



Versión blanco y negro negativa

---



## 2.4 Colores corporativos

---


Siempre que se utilice la versión principal de la marca, ésta deberá ser representada con los colores corporativos.

Si alguna de las tintas no estuviera disponible, se aplicará la versión en blanco y negro del imagotipo.


Esta misma gama de colores será también utilizada en las presentaciones corporativas, la página web y demás aplicaciones.



R152 G61 B35  
C0 M75 Y80 K44  
HEX #9a3f21  
Pantone 7599C




R200 G84 B53  
C0 M75 Y80 K20  
HEX #c74f2d  
Pantone 7597C



R36 G42 B52  
C80 M70 Y55 K60  
HEX #2c2d36  
Pantone 433C



R115 G116 B127  
C50 M40 Y30 K30  
HEX #72747e  
Pantone Cool Gray 9C



R212 G233 B248  
C15 M2 Y0 K0  
HEX #dfeefb  
Pantone 656C

## 2.5 Tipografía corporativa

---

La tipografía corporativa principal es la familia Futura en sus versiones Book y Heavy. Ésta es la tipografía que se utilizará para los textos que acompañen al imago tipo en todas sus aplicaciones.

La tipografía secundaria es la familia Calibri en sus versiones Regular y Bold, que será empleada en soportes o aplicaciones que por razones técnicas no permitan la utilización de la tipografía corporativa. Será también la tipografía utilizada en los textos editados por la empresa, como ofertas y facturaciones, y en las marcas de agua de imágenes y cartelería.

### Futura Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.:,;&%€)

Aa

### Futura Heavy

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 (.:,;&%€)**

**Aa**

### Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.:,;&%€)

Aa

### Calibri Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 (.:,;&%€)**

**Aa**

## 2.6 Usos incorrectos

A la hora de hacer uso del imago tipo, deberá respetarse siempre la manera en que ha sido diseñado, manteniendo su composición, proporciones colores y tipografía.

En ningún caso la marca aparecerá representada de las formas que aparecen a la derecha y en las páginas siguientes.

Los usos incorrectos que se muestran aquí son aplicables tanto a la versión vertical como horizontal del imago tipo.



No deformes el imago tipo



No añadas sombras



No apliques colores no corporativos



No apliques satinados ni relieves

## 2.6 Usos incorrectos



No inviertas los colores corporativos



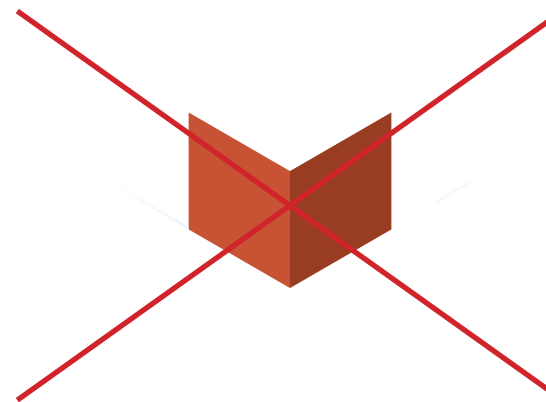
No apliques trazados



No añadas otros elementos gráficos



No inviertas el orden de los elementos



No presentes el logotipo sin el texto



No presentes el logotipo sin los elementos gráficos

## 2.6 Usos incorrectos



No apliques degradados



No apliques motivos



Asegura que haya suficiente contraste



Respetar el espaciado entre las letras



No utilices tipografías incorrectas



No ocultes el imagotipo



# Aplicaciones de la marca

03

## 3.1 Papelería corporativa

### Tarjetas de visita

Para las tarjetas de visita se empleará la versión vertical del imagotipo, en el anverso. En el reverso, aparecerán el nombre, el puesto en la empresa y los datos de contacto del/la empleado/a, su código QR personalizado, la dirección de la empresa y su página web.

Las tarjetas tendrán unas dimensiones de 85x55 mm y estarán impresas en papel de 250 g con acabado mate.



## 3.1 Papelería corporativa

### Sobres

Hay dos modelos de sobre, el sobre con ventana y el sobre sin ventana, pudiendo ser utilizado uno u otro según lo que se necesite.

En ambos casos se empleará la versión horizontal del imatipo y se situará en la esquina inferior izquierda del anverso del sobre. En el reverso estarán impresos los datos de contacto de la empresa.



Sobre con ventana



Sobre sin ventana

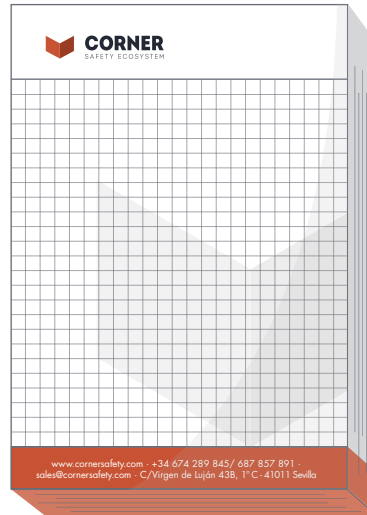


## 3.1 Papelería corporativa

### Folios y bloc de notas

Los folios y blocs de notas que estén a disposición de los empleados en la oficina tendrán el diseño que aparece a la derecha.

Estos folios serán los utilizados para los comunicados internos de la empresa, que serán redactados con la tipografía Calibri.



## 3.1 Papelería corporativa

---

### Carpeta corporativa

---

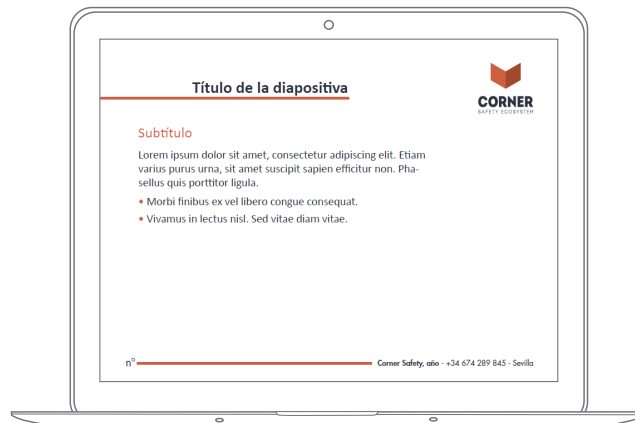
La carpeta corporativa tendrá el diseño que se ve a continuación, con unas dimensiones de 23x34 cm, y estará impresa en papel no satinado de 250 g.



## 3.1 Papelería corporativa

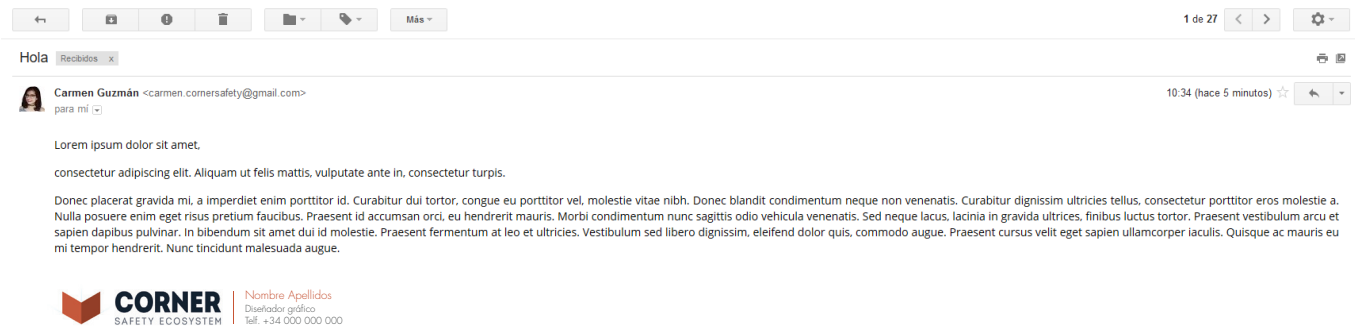


## 3.2 Presentaciones PPT



## 3.3 Firma para email

Para la firma adjuntada en los correos electrónicos, se utilizará la versión horizontal del imago-tipo, con una anchura de 13,5 cm. Los datos de contacto de la persona se situarán a la derecha de éste, separados por una línea vertical, y estarán escritos con la tipografía corporativa.

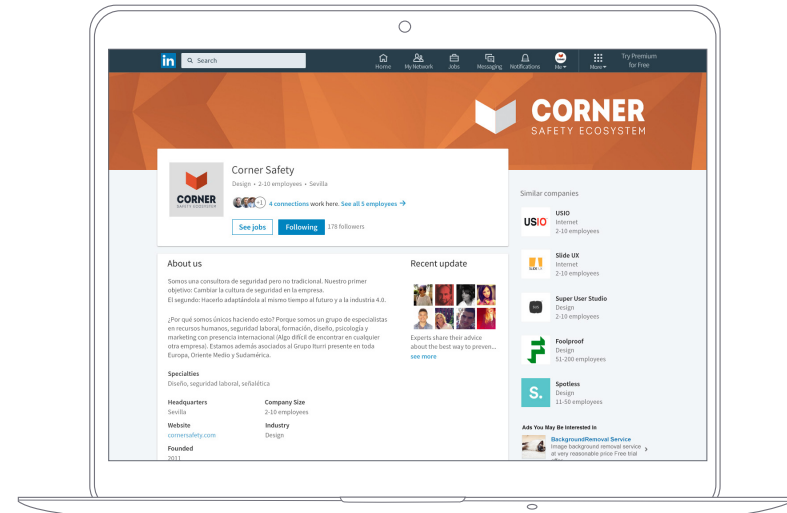




## 3.4 Redes sociales



Facebook



LinkedIn



Twitter

## 3.5 Pen drives

---

Los productos elaborados para el cliente le serán entregados en un pen drive como los que aparecen a la derecha.



## 3.6 Chaleco de alta visibilidad

Estos chalecos serán utilizados por los empleados que se desplacen a las fábricas y zonas de trabajo del cliente.



## 3.6 Chaleco de alta visibilidad

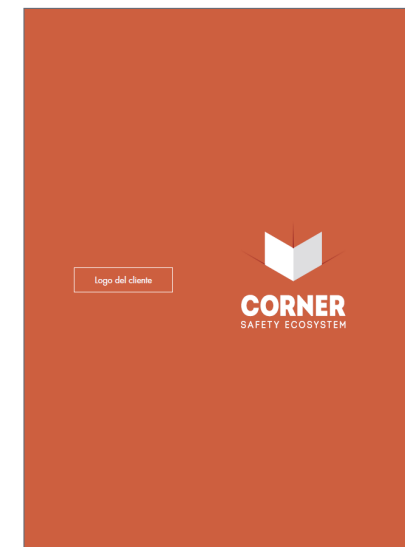
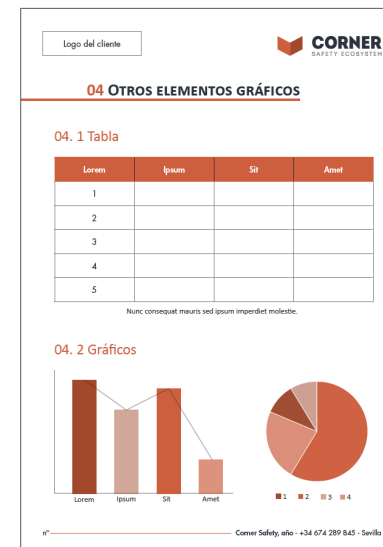
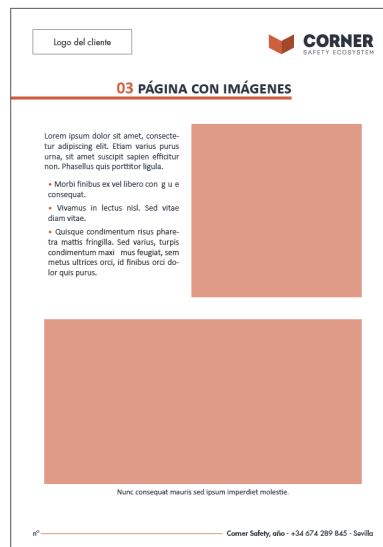
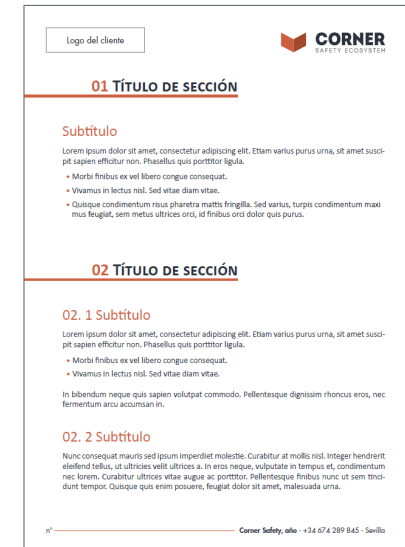
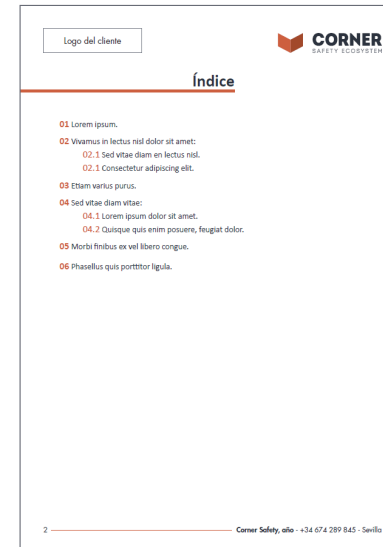
---



## 3.7 Comunicación con el cliente

### Proyecto


Se trata de un documento detallado en el que se describen y explican al cliente las acciones a realizar en su empresa. Para elaborarlo, se seguirá el estilo que se muestra a la derecha.



## 3.7 Comunicación con el cliente

### Oferta

CORNER SAFETY, S.A.  
**Dirección:** C/Virgen de Luján, 43B, 1º C  
**C.P.:** 41011 - Sevilla (España)  
**Tel.:** +34 687 857 891/ 687 857 891  
**Email:** sales@cornersafety.com  
**Web:** www.cornersafety.com



**OFERTA ECONÓMICA Nº. 0\_/18** 04/01/2018

COD. CLIENTE: 001


**NOMBRE EMPRESA.**

**DIRECCIÓN: DOMICILIO FISCAL**  
SEVILLA 4100

**UBICACIÓN DE LOS TRABAJOS:**

REF.

CORNER SAFETY, S.A.  
**Dirección:** C/Virgen de Luján, 43B, 1º C  
**C.P.:** 41011 - Sevilla (España)  
**Tel.:** +34 687 857 891/ 687 857 891  
**Email:** sales@cornersafety.com  
**Web:** www.cornersafety.com



**OFERTA ECONÓMICA Nº. 0\_/18** 04/01/2018

COD.	DESCRIPCIÓN:	UNDS.:	IMPORTE:
IMPORTE OFERTA ECONÓMICA:			
Asciende el presupuesto general a la expresada cantidad de .-			

**I.V.A. (21%) NO INCLUIDO**  
CONDICIONES DE PAGO: TRANSFERENCIA A 30 DÍAS

ACEPTADO  
FIRMA Y SELLO:

FFCHA:

Página 2



## 3.7 Comunicación con el cliente

### Tarjetón

Siempre que se envíe al cliente un proyecto, una oferta o un regalo, éstos irán acompañados de un tarjetón en el que aparecerán los datos de contacto de la empresa, el código QR de la página web, y un hueco para escribir.

Su tamaño será de 21x10 cm y el papel tendrá el mismo gramaje que las tarjetas de visita.

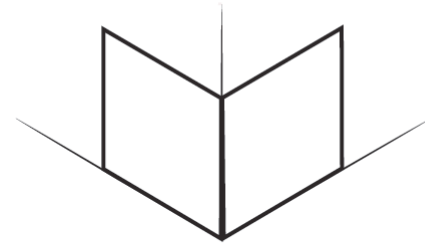




## 3.8 Sello de caucho

---

El sello tendrá unas dimensiones de 57x21mm, y en él se empleará la versión vertical del imago tipo.



**CORNER**  
SAFETY ECOSYSTEM

**Corner Safety, S. A.**

**C/ Virgen de Luján, nº43 B - 1º C  
41011 Sevilla**

**☎ +34 674 289 845/ 687 857 891**

**✉ [sales@cornersafety.com](mailto:sales@cornersafety.com)**



**CORNER**  
SAFETY ECOSYSTEM

©2018 - Corner Safety - Sevilla