

Manual de identidad

Brand guidelines



ING DIRECT

Índice

01. Introducción	02. Logo	03. Colores corporativos	04. Fotografía, tipografía, ilustraciones e iconos	05. Mockups
1. Introducción	1. Construcción	1. Versiones a color	1. Fotografía	1. Papelería
2. Misión	2. Área de protección	2. Escala de grises	2. Tipografía	2. Medios impresos
3. Visión	3. Variaciones	3. Paleta de colores	3. Estilo de ilustración/ iconos	3. Digital
4. Valores	4. Logo adaptativo			4. Vehículos
5. Tagline	5. Versiones incorrectas			5. Oficinas
	6. Tamaño mínimo			6. Merchandising
				7. Ropa de trabajo

Index

01.

Introduction

- 1. *Introduction*
- 2. *Mision*
- 3. *Vision*
- 4. *Values*
- 5. *Tagline*

02.

Logo

- 1. *Construction*
- 2. *Clearspace*
- 3. *Variations*
- 4. *Adaptative logo*
- 5. *Incorrect usage*
- 6. *Minimun*

03.

Brand colors

- 1. *Color versions*
- 2. *Grey scale*
- 3. *Color palette*

04.

*Photography, typography,
ilustrations and icons*

- 1. *Photography*
- 2. *Typography*
- 3. *Illustrative and icon style*

05.

Mockups

- 1. *Stationery*
- 2. *Printed media*
- 3. *Digital*
- 4. *Vehicles*
- 5. *Offices*
- 6. *Merchandising*
- 7. *Workwear*

Introducción

Introducción, misión, visión valores de marca.y tagline.

01.

Introduction

Introduction, mision, vision, brand valuesand tagline.

Introducción

Este manual de identidad visual ha sido creado para garantizar la coherencia en la comunicación visual de nuestra marca ING. Es una herramienta que establece pautas claras para el uso correcto de los elementos visuales que reflejan nuestra esencia y personalidad.

El objetivo es ofrecer una guía para asegurar que cada material comunique los valores de la empresa de manera uniforme. Consultar este documento es clave para mantener una imagen profesional y confiable, fortaleciendo nuestra presencia en el mercado y consolidando una marca memorable.

Introduction

This visual identity manual has been created to ensure consistency in the visual communication of our brand ING. It provides clear guidelines for the proper use of visual elements that reflect our essence and personality. The objective is to offer a guide to ensure that every material communicates the company's values uniformly. Consulting this document is essential to maintain a professional and trustworthy image, strengthening our market presence and building a memorable brand.

Misión

En ING, ofrecemos servicios financieros innovadores y accesibles para facilitar la gestión de las finanzas personales y empresariales. Nos enfocamos en soluciones bancarias, de inversión y seguros, con una fuerte base digital. Nuestro público objetivo son individuos, emprendedores y empresas que buscan soluciones simples y eficaces. Operamos globalmente, destacándonos por nuestra innovación constante, tecnología avanzada y un enfoque centrado en el cliente.

Mision

At ING, we provide innovative and accessible financial services to simplify personal and business finance management. We focus on banking, investment, and insurance solutions, with a strong digital foundation. Our target audience includes individuals, entrepreneurs, and businesses seeking simple and effective solutions. We operate globally, standing out for our constant innovation, advanced technology, and customer-focused approach.

Visión

La visión de ING es ser la opción preferida globalmente, ofreciendo servicios financieros innovadores y sostenibles que permitan a los clientes gestionar sus finanzas de manera eficiente. En el futuro, ING será líder en tecnología financiera, enfocada en la sostenibilidad y el bienestar de sus usuarios. Se ampliará a nuevos mercados y segmentos, adaptándose a las necesidades de clientes individuales y empresas. Para lograrlo, ING deberá invertir en tecnología avanzada, talento humano y una cultura organizacional ágil y orientada al cliente.

Vision

ING's vision is to be the preferred global choice, offering innovative and sustainable financial services that help customers manage their finances efficiently. In the future, ING will lead in financial technology, focusing on sustainability and customer well-being. It will expand into new markets and segments, catering to both individuals and businesses. To achieve this, ING must invest in advanced technology, talent, and an agile, customer-focused organizational culture.

Valores Values

RESPONSABILIDAD

Valoran el impacto ambiental y social de su negocio, promueven la diversidad y apoyan causas responsables, fomentando el voluntariado entre sus empleados.

RESPONSABILITY

They value the environmental and social impact of their business, promote diversity, and support responsible causes, encouraging volunteering among their employees.

HONESTIDAD

Se comprometen a decir la verdad, ser transparentes y tomar decisiones justas para todas las partes, respetando la ley y sus propias reglas.

HONESTY

They are committed to telling the truth, being transparent, and making fair decisions for all parties, respecting the law and their own rules.

PRUDENCIA

Cuidan la confianza de sus clientes gestionando con responsabilidad su dinero e información, y evaluando riesgos antes de actuar.

PRUDENCE

They safeguard the trust of their customers by responsibly managing their money and information, and evaluating risks before taking action.

Tagline

DO YOUR THING

El tagline de ING, "Do your thing", significa "Haz lo que te gusta". La idea es que las personas sigan sus propios intereses y sueños, mientras ING les da las herramientas para gestionar sus finanzas de manera fácil y sin complicaciones.

ING's tagline, "Do your thing," means "Haz lo que te gusta." The idea is for people to follow their own interests and dreams, while ING provides them with the tools to manage their finances easily and without complications.

Logo

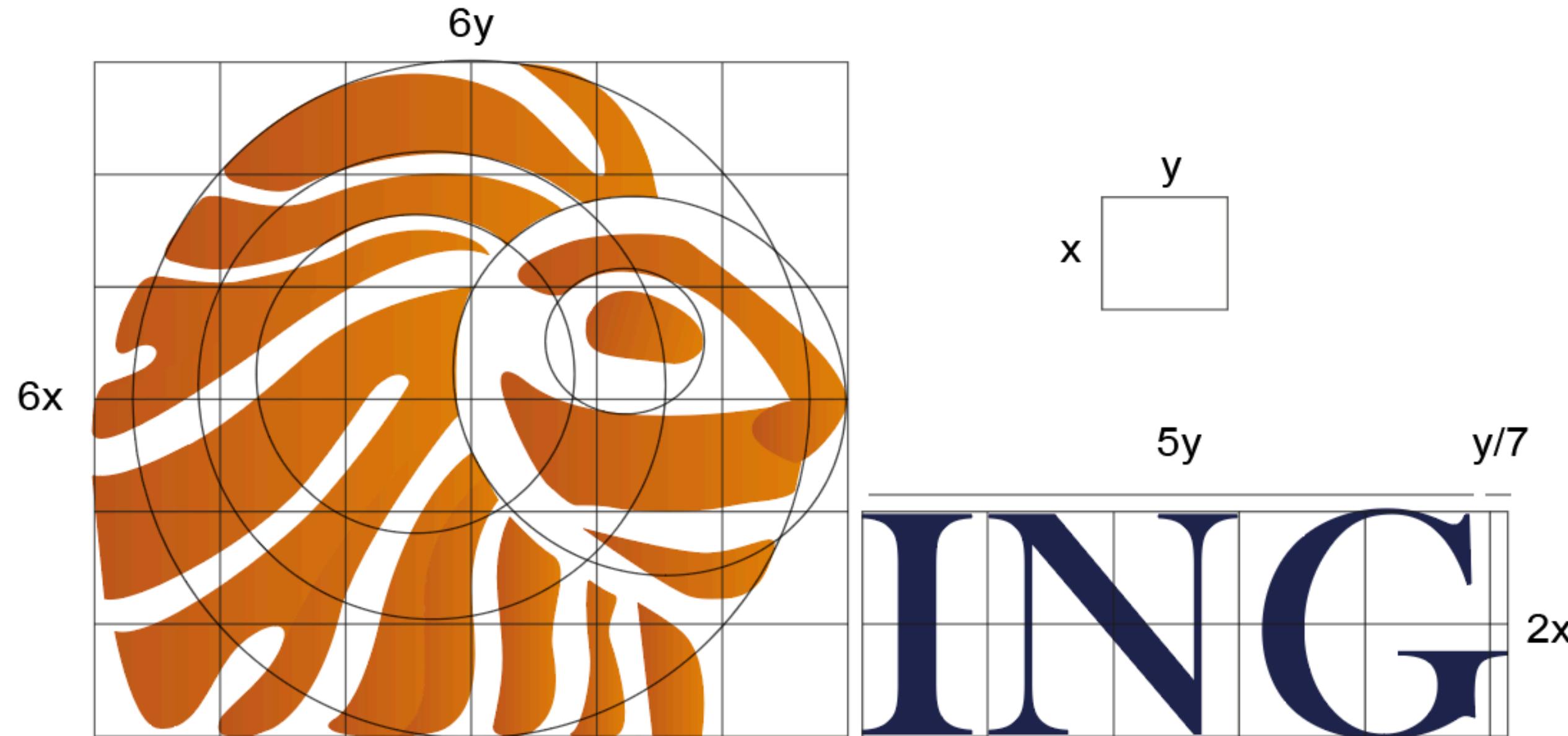
Construcción del logotipo, área de protección, variaciones, logo adaptativo, formas incorrectas de uso y tamaño mínimo.

02.

Logo

Logotype construction, clearspace, variations, adaptations, incorrect usage and minimum size.

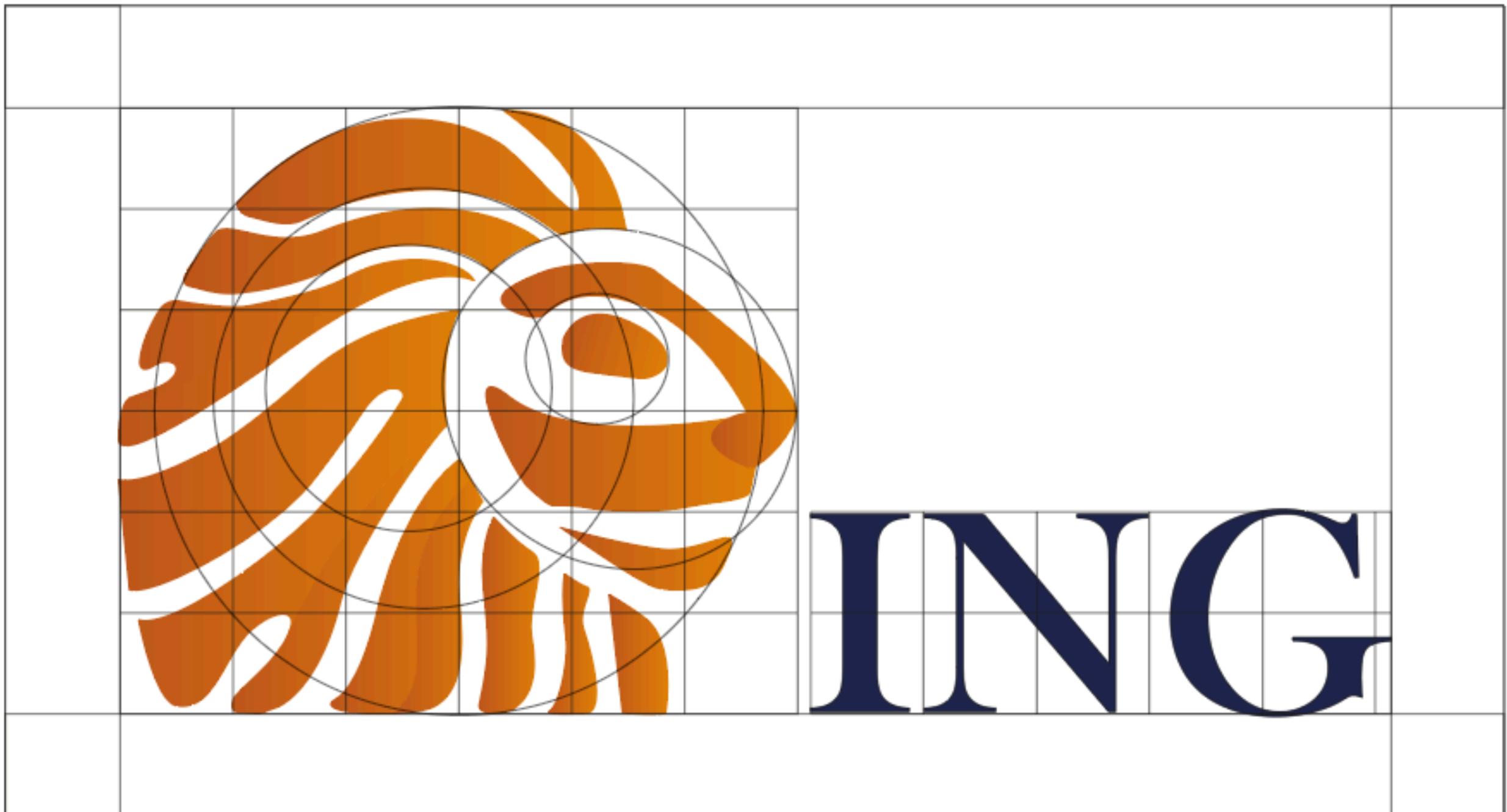
Construcción del logotipo/ Logo's construction



Área de protección/Clearspace

El área de protección del logotipo es el espacio mínimo que debe mantenerse libre alrededor de él para garantizar su legibilidad su presencia. Este espacio está definido por un cuadrado basado en las proporciones de los elementos que componen el logotipo. Ningún texto, gráfico u otro elemento debe invadir este espacio.

The logo's protection area is the minimum space that must remain clear around it to ensure readability and emphasize its presence. This space is defined by a square based on the proportions of the elements that make up the logo. No text, graphics, or other elements should encroach on this space to maintain the brand's visual clarity and integrity.



Variaciones del logotipo/ Logo variations

LOGO PRINCIPAL

El logotipo principal se compone del isotipo del león junto al texto "ING" como representación gráfica. Su diseño directo refuerza la identidad de ING como una entidad sólida y confiable, mientras el uso del león simboliza fuerza y liderazgo. Esto se justifica por la necesidad de simplificar y fortalecer la marca principal, haciéndola más directa y reconocible globalmente.

PRINCIPAL LOGO

The main logo consists of the lion symbol alongside the text "ING" as its graphic representation. Its straightforward design reinforces ING's identity as a solid and reliable entity, while the lion symbolizes strength and leadership. This approach is justified by the need to simplify and strengthen the main brand, making it more direct and globally recognizable.



LOGOTIPO PRINCIPAL (IMAGOTIPO)

Variaciones del logotipo/ Logo variations

LOGOS SECUNDARIOS

Los logotipos secundarios incluyen tres variantes: el isotipo del león acompañado del texto "ING Direct", el león sobre el texto "ING" en formato vertical, y el isotipo del león solo. Estas versiones están destinadas a usos específicos que requieren adaptabilidad según el contexto, como para espacios verticales limitados, o cuando el isotipo por sí solo es suficiente para identificar la marca. Todos mantienen la esencia visual de la marca y garantizan flexibilidad en su aplicación.

SECONDARY LOGO'S

The secondary logos include three variants: the lion symbol accompanied by the text "ING Direct," the lion above the text "ING" in a vertical format, and the lion symbol on its own. These versions are designed for specific uses that require adaptability depending on the context, such as for limited vertical spaces or when the symbol alone is sufficient to identify the brand. All variants preserve the visual essence of the brand and ensure flexibility in their application.



LOGO SECUNDARIO HORIZONTAL
(IMAGOTIPO)



LOGO SECUNDARIO VERTICAL
(IMAGOTIPO)



ISOTIPO

Las adaptaciones realizadas al logotipo se enfocan en garantizar su carácter responsive y su versatilidad en diferentes formatos y plataformas. Estas modificaciones permiten que el logo conserve su esencia y naturaleza, incluso cuando se simplifica para ajustarse a materiales impresos, dispositivos digitales o resoluciones de pantalla variadas. Esto asegura una representación consistente y efectiva de la marca en cualquier contexto.

The adaptations made to the logo focus on ensuring its responsive nature and versatility across various formats and platforms. These adjustments allow the logo to retain its essence and character, even when simplified to fit printed materials, digital devices, or different screen resolutions. This ensures consistent and effective brand representation in any context.



Logotipo adaptativo
Adaptive logo

Versiones incorrectas del logotipo

Incorrect usage

Para mantener la
consistencia del logo no
emplear de las
siguientes formas

*To mantain consistency in
logo use, don't do any of
the following practices*



No deformar ni
distorsionar de ninguna
manera el logotipo

*Do not skew or distort
the logo*



El logotipo no debe
utilizarse con contornos
añadidos

*The logo must not be
used with added outlines*



No aplicar degradado en
las letras del logotipo

*Do not apply gradients to
the letters*



No alterar la alineación
del logotipo

*Do not alter the logo's
alignment*



El logotipo no debe ser
alterado utilizando
colores diferentes para
cada uno de sus
elementos.

*The logo must not be
altered by using different
colors for each of its
elements.*



No alterar las
proporciones del
imagotipo

*Do not alter the
proportions of the
imagotype*



No rotar el logo

Do not rotate the logo



No distorsionar en 3D

Do not 3D distort



No usar colores que no
hayan sido especificados
en este manual

*Do not use colors other
than those specified in
this guidelines*

Tamaño mínimo



El tamaño mínimo recomendado para el uso del logotipo es de 8 cm de ancho y 4 cm de alto. Este tamaño asegura que todos los elementos, incluidas las ilustraciones y el texto, sean completamente legibles y visualmente claros en cualquier soporte. Reducir el logotipo por debajo de estas dimensiones puede comprometer la calidad y la legibilidad, afectando la correcta percepción de la marca.

The recommended minimum size for the logo is 8 cm wide and 4 cm high. This ensures that all elements, including illustrations and text, remain fully legible and visually clear across any medium. Reducing the logo below these dimensions may compromise its quality and readability, impacting the correct perception of the brand.

Minimum size

Colores corporativos

Versiones en colores, escala de grises y paleta de colores

03.

Brand colors

Color versions, grey scale and color palette.

Versiones en colores/ Color versions.

Colores/Colors



El logotipo únicamente puede usarse en los colores corporativos establecidos por la marca, además del blanco y el negro cuando estos no se puedan emplear. Con el fin de asegurar la consistencia y fidelidad a la identidad visual. Cualquier uso fuera de esta paleta no está permitido, ya que compromete la esencia y reconocimiento de la marca.

The logo may only be used in the corporate colors established by the brand, as well as white and black when the corporate colors cannot be applied. This ensures consistency and fidelity to the visual identity. Any use outside this color palette is not permitted, as it compromises the brand's essence and recognition.

Versiones monocromáticas y escala de grises

El logotipo en naranja degradado refleja mejor la identidad de la marca, pero en casos donde no se puede usar color, se emplean versiones en escala de grises con blanco y negro al 50%, manteniendo legibilidad y esencia.

The gradient orange logo best represents the brand, but in cases where color isn't possible, grayscale versions with white and 50% black are used, ensuring readability and essence.



50% color negro en fondo blanco
50% black on white background



Logo negro en fondo blanco
Black logo on white background



Color blanco en fondo negro al 50%
White on 50% black background



Logo blanco en fondo negro
White logo on black background

Grey scale

#000000
RGB 0, 0, 0
HSB 0, 0, 0
CMYK 0, 0, 0, 100
LAB 0, 0, 0

#21274D
RGB 33, 39, 77
HSB 232, 57, 30
CMYK 57, 49, 0, 70
LAB 17, 10, -24

#C25B1B
RGB 194, 91, 27
HSB 23, 86, 76
CMYK 0, 53, 86, 24
LAB 51, 38, 52

#D16C12
RGB 209, 108, 18
HSB 28, 91, 82
CMYK 0, 48, 91, 18
LAB 516, 35, 61

#DF7DOA
RGB 223, 125, 10
HSB 32, 96, 87
CMYK 0, 44, 96, 13
LAB 62, 32, 67

#FFFFFF
RGB 255, 255, 255
HSB 0, 0, 100
CMYK 0, 0, 0, 0
LAB 100, 0, 0

Colores corporativos

A continuación, se presentan los colores corporativos de la empresa, cuidadosamente seleccionados para reflejar la identidad y los valores de la marca de manera consistente.

These palette shows the corporate colors of the company, carefully chosen to consistently reflect the brand's identity and values.

Color overview

Fotografía, tipografía, ilustraciones e iconos

Fotografía, tipografía, ilustraciones e iconos

04.

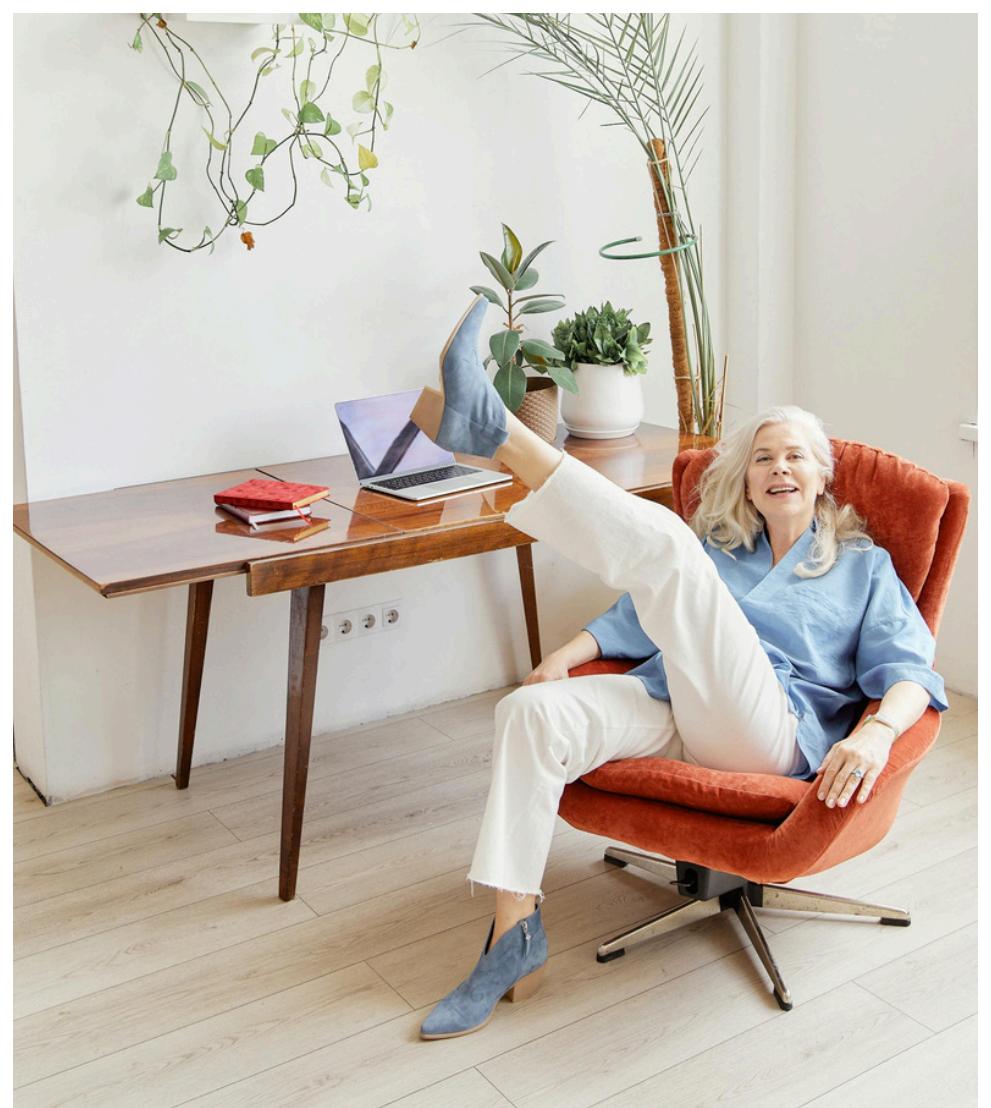
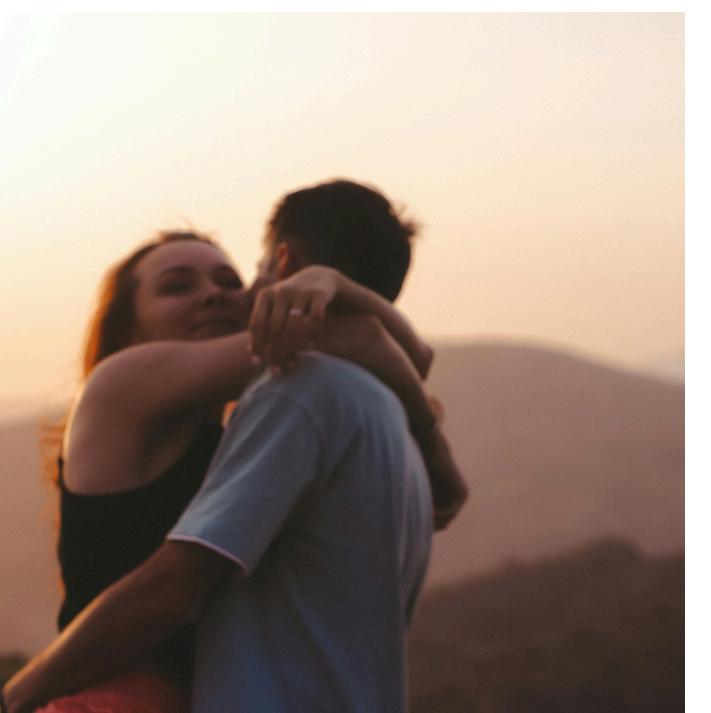
*Photography, typography,
ilustrations and icons*

Photography, typography, ilustrations and icons

Fotografía/photography

Las fotografías reflejan el espíritu de trabajo en equipo, transmitiendo profesionalismo, colaboración y la felicidad de nuestros clientes al alcanzar sus objetivos. Representan algunos de los valores de nuestra marca: confianza, éxito compartido y satisfacción.

The photographs reflect the spirit of teamwork, conveying professionalism, collaboration, and the happiness of our clients in achieving their goals. They represent some of the values of our brand: trust, shared success, and satisfaction.



Fotografía incorrecta/ *incorrect photography*

Las fotografías incorrectas no transmiten los valores de la marca, como profesionalismo, confianza o trabajo en equipo. Imágenes con poca calidad, desorganización, o que reflejen emociones negativas no deben ser utilizadas, ya que afectan la percepción de nuestra identidad visual.



Incorrect photographs do not convey the brand's values, such as professionalism, trust, or teamwork. Low-quality images, disorganized compositions, or those reflecting negative emotions should not be used, as they undermine the perception of our visual identity.



Tipografía/ typography

La tipografía primaria de la marca se utiliza exclusivamente en el logotipo. Su diseño distintivo refuerza la identidad visual, transmitiendo profesionalismo, confianza y los valores fundamentales de la empresa.

The brand's primary typography is used exclusively in the logo. Its distinctive design reinforces the visual identity, conveying professionalism, trust, and the company's core values.

Baskerville Old Face
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Tipografía secundaria/ secondary typography

La tipografía secundaria de la marca se utiliza principalmente para la documentación interna y el tagline. Su diseño claro y legible garantiza una comunicación efectiva, alineándose con los valores de la marca y manteniendo una imagen profesional y coherente.

The secondary typography of the brand is primarily used for internal documentation and the tagline. Its clear and readable design ensures effective communication, aligning with the brand's values and maintaining a professional and consistent image.

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

ARIAL ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Título/Title _____ → 50pts

Subtitle. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. → 30pts

Text. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. → 19pts

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incident ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Ilustraciones e iconos

Illustration style and icons



Este es el estilo de ilustración e iconos que utilizará la empresa. Aunque su uso será limitado, al ser un banco, se implementarán principalmente en la aplicación móvil y el sitio web para mejorar la experiencia del usuario y comunicar de manera clara y moderna.

This is the illustration and icon style the company will use. While their usage will be minimal, as a bank, they will be primarily implemented in the mobile app and website to enhance the user experience and communicate clearly and modernly.

Mockups

Papelería, medios impresos, digital, vehículos, oficinas, merchandising y ropa de trabajo

05.

Mockups

Sattionery, printed media, digital, vehicles, offices, merchandising and workwear

Papeleria/ stationery



MANUAL DE IDENTIDAD



ING DIRECT

648392645
Ingdirect@gmail.com



ING DIRECT

648392645
Ingdirect@gmail.com



Papeleria/ stationery



Medios impresos / *printed media*



Medios impresos



Digital

MANUAL DE IDENTIDAD

Ing Direct.

Home Services Contact About Us Sign Up

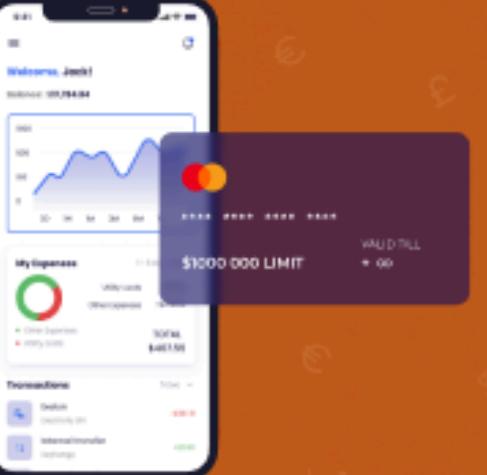
Discover Financial Freedom with LegacyLine

Welcome to our bank's website, where we provide secure financial solutions tailored to meet your unique needs.

[Open Bank Account](#) [Learn More](#)

<0.1% +14% +2.9M

Transaction Fees Savings Percentage Business Owner



Our Key Benefits

 **Financial Services**
Banks provide a wide range of financial services, including checking and savings accounts, loans, credit cards, and investment products.

 **Safety and Security**
Deposits in most banks are insured by government agencies, such as the Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC).

 **Economic Stability**
Deposits in most banks are insured by government agencies, such as the Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC).

[Read more →](#) [Read more →](#) [Read more →](#)



Ready for the future? Download The App!

Download the banking app to easily manage your finances, check account balances, transfer money, pay bills, and access a range of banking services from your mobile device.

Ing Direct.

Home Services Contact About Us Sign Up

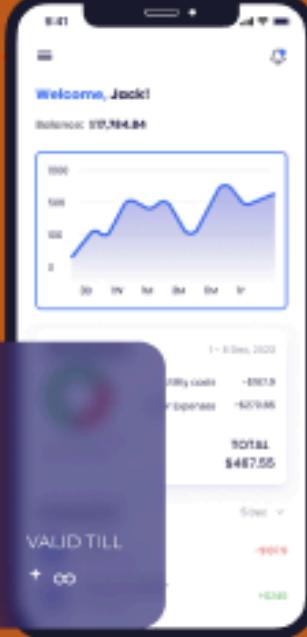
Discover Financial Freedom with LegacyLine

Welcome to our bank's website, where we provide secure financial solutions tailored to meet your unique needs.

[Open Bank Account](#) [Learn More](#)

<0.1% +14% +2.9M

Transaction Fees Savings Percentage Business Owner



Our Key Benefits



Financial Services

Vehículos/ vehicles



Officinas/
offices



Merchandising



Merchandising



Merchandising



Ropa de trabajo/ *Workwear*



Gracias.
Thank you.