

Uncover
nature's beauty

Explore
the world

THE
ULTIMATE
NUBA
BRANDBOOK

Avellana
Studio

2025

The spirit
of NUBA

Índice de contenidos

THE CONCEPT BOOK OF NUBA

00. The concept book of NUBA

- 00.1. Introducción general
- 00.2. Cómo piensa NUBA
- 00.3. Cómo trabaja NUBA

IDENTIDAD VERBAL NUBA

01. Elementos de identidad verbal

- 01.1. Manifiesto NUBA
- 01.2. Identidad verbal y tono de voz
- 01.3. Guía de comunicación
- 01.4. Eslogan NUBA

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD VISUAL

02. Marca

- 02.1. Logotipo
- 02.2. Marca gráfica principal. Versiones en color corporativo
- 02.3. Logotipo NUBA Travel and Experiences
- 02.4. Líneas de negocio

03. Normas de utilización de la marca

- 03.1. Zona de protección y reducción mínima
- 03.2. Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos
- 03.3. Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro
- 03.4. Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografía
- 03.5. Usos incorrectos

04. Tipografías

- 04.1. Tipografía corporativa

05. Gama cromática

- 05.1. Colores corporativos

DOSSIER

4	06. Papelería corporativa	74
5	06.1. Tarjetas de visita globales	75
7	06.2. Tarjetas personales	76
22	06.3. Sellos	81
	06.4. Invitaciones	82
	06.5. Facturas	83
	06.6. Papel corporativo	84
	06.7. Sobres	85
32	06.8. Portadocumentos	86
33	06.9. Papel de seda	87
34	06.10. Bolsas	88
38	06.11. Marcapáginas	89
39	06.12. Libro NUBA	90
	06.13. Agenda de viaje	91

07. Dossier

40	07.1. Pegatinas	93
	07.2. Señalética	94
41	07.3. Folletos	95
42	07.4. Funda de pasaporte	96
45	07.5. Press Kit	97
46	07.6. Welcome pack	98
	07.7. Lonas	100
	07.8. Mupis	101

08. Online

47	08.1. Web	103
48	08.2. Firmas correo	104
54	08.3. Experience Guide	105
57	08.4. Dossier NUBA	107
58	08.5. IG Posts	109
59	08.6. IG Stories	110

09. Fotografía

68	09.1. Guía fotográfica	111
69		112

EXTRAS

72	10. Contenido	115
73	10.1. Recursos	116

Introducción

Una organización proyecta su imagen, tanto hacia el exterior como hacia las personas que la integran. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de una compañía definen, en último término, su personalidad, la identidad corporativa que hace que una empresa destaque en el mercado. La finalidad de este manual es la de describir, de manera más clara y precisa, la nueva identidad corporativa de NUBA, y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para el proyecto.

Este manual pretende, por lo tanto, normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen de NUBA. A modo de normativa de aplicación de la identidad corporativa, deberá ser leído con detenimiento y comprendido antes de proceder a la puesta en práctica de los componentes de esa identidad. Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable.

00. The concept book of NUBA

00.1. Introducción general

00.2. Cómo piensa NUBA

- Nuestra marca
- Introducción
- Manifiesto NUBA
- Visión y misión
- Nuestros Valores
- Qué es NUBA
- Qué es no es NUBA
- Nuestra personalidad
- Nuestros clientes
- Entendiendo a cada cliente
- Análisis DAFO
- Ámbito de actividad

00.3. Cómo trabaja NUBA

- Líneas de negocio - Introducción
- Naming actual de la líneas de negocio
- Propuesta del naming de las líneas de negocio
- Definición de las líneas de negocio
- NUBA Travel & Experiences
- NUBA
- NUBA Luxury Incentives
- NUBA Insider
- NUBA LAB

INTRODUCCIÓN GENERAL



INTRODUCCIÓN GENERAL

TE DAMOS LA BIENVENIDA A LA GUÍA DE IDENTIDAD DE NUBA

En estas páginas, encontrarás los bloques principales que construyen las bases de NUBA. Además de ayudarte a aplicar nuestra identidad visual y verbal en cualquier contexto, esperamos que esta guía te aporte una visión clara del valor y de la importancia de nuestra marca. Cada elemento de esta guía nos ayudará a contar la historia de nuestra autenticidad y diferenciación. Como NUBA, esta guía es flexible, fluida y está en constante evolución. Esperamos que además de aprender, pases un buen rato.

Gracias por tu tiempo y por tu atención.

Comienza tu experiencia NUBA.

01.

CÓMO PIENSA NUBA

Descubre lo que nuestra marca significa y qué queremos comunicar.

NUESTRA MARCA



LOS CIMIENTOS DE NUBA

Empecemos con lo básico:
el ADN de nuestra marca.

Los elementos de esta sección definen qué es NUBA y para quién trabajamos. Son los ingredientes que nos diferencian y nos aportan nuestro valor añadido. En NUBA se entiende a cada cliente de forma individualizada. Desde la filosofía NUBA hasta el tipo de clientes para los que trabajamos, esta es la Introducción general que nos hará entender por qué hacemos lo que hacemos.

INTRODUCCIÓN

NUESTRO VIAJE EMPEZÓ EN 1994

EN 1994 NACE NUBA, CUYO NOMBRE EVOCA MISTERIO Y ASOMBRO Y SU PROCECENCIA ESTÁ INSPIRADA EN UNA TRIBU GUERRERA DEL SUR DE SUDÁN.

Gracias a la labor de Hilario de la Mata y de un grupo de expertos en el sector, nuestra agencia se convirtió en un sinónimo de descubrimientos y experiencias únicas. Desde el principio, hemos encabezado la redefinición del concepto de viajes de alta gama, ofreciendo itinerarios personalizados y experiencias exclusivas que han capturado la imaginación de quienes viajan con NUBA durante décadas.

Destacamos por nuestro enfoque innovador, a la vanguardia de la industria y por nuestro servicio excepcional. Con una trayectoria de 30 años, estamos presentes en España, México y Estados Unidos y tenemos un plan de expansión internacional que ampliará nuestro mercado en todo el mundo.



MANIFIESTO NUBA

MANIFIESTO

En NUBA, nos hemos propuesto reinventar el concepto de viajar. Nos enorgullece ir más allá de lo ordinario, ofreciendo experiencias que generan momentos inolvidables y perdurables en la memoria. Nos dedicamos a crear experiencias transformadoras que inspiran y enriquecen.

Nuestro enfoque se centra en diseñar vivencias a medida, donde la originalidad, la singularidad y la exclusividad son los pilares fundamentales de nuestra filosofía. Nos apartamos de la monotonía de los viajes convencionales para adentrarnos en las narrativas personales de nuestros clientes, con quienes, mano a mano, creamos experiencias verdaderamente únicas.

En nuestro día a día, abrazamos la transformación y nos mantenemos a la vanguardia de las innovaciones en el sector, desafiando constantemente los límites establecidos. Para nosotros, en NUBA, no se trata simplemente de elegir un destino, sino de esculpir las vivencias que deseamos atesorar.

Trabajamos en estrecha colaboración con una red amplia y exclusiva de profesionales cuyos servicios se entrelazan para dar vida a las aspiraciones de quienes nos eligen, ofreciendo soluciones meticulosamente diseñadas para cada experiencia.

En NUBA, los horizontes y los recorridos son infinitos; nos aventuramos constantemente hacia los rincones más remotos y enigmáticos del planeta. Nuestra esencia se nutre del compromiso y el respeto que sentimos por los lugares que exploramos y las comunidades que encontramos en nuestro camino. Además, nos esforzamos cada día por promover un turismo sostenible, dejando un impacto positivo a nuestro paso.

Construimos un proyecto global basado en la distinción, la confianza y la pasión por nuestro trabajo. Nos consideramos una empresa especializada en experiencias incomparables y nos dedicamos a guiar a aquellos que tienen un gusto refinado por la vida hacia un universo donde la excelencia y la elegancia se entrelazan en todos los rincones del mundo.

VISIÓN Y MISIÓN

NUESTRA VISIÓN ES SIMPLE

sobrepasar las expectativas de nuestros clientes.



Queremos seguir siendo líderes y referentes de la industria de los viajes de lujo en todo el mundo, con una reputación basada en nuestra experiencia, nuestra atención meticulosa por los detalles y un genuino entusiasmo por ofrecer el mejor servicio.

Queremos ser un faro de excelencia, creatividad y compromiso, ofreciendo a nuestros clientes la oportunidad de descubrir el mundo de una manera única y significativa.

Nuestros pilares son la seguridad, la diferenciación, la personalización, la comodidad y la exclusividad.

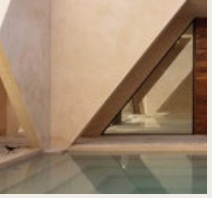
Como resultado, buscamos la felicidad de quienes nos eligen por primera vez y seguir satisfaciendo a los que ya conocen nuestros servicios.

NUESTROS VALORES

LOS VALORES DE NUBA SON EL CORAZÓN DE NUESTRA MARCA.

Son los principios que forman nuestro comportamiento y cómo nos presentamos y comunicamos en cada punto de contacto.

SOLIDEZ



Gracias a nuestra experiencia, podemos ofrecer un servicio sólido, respaldado por 30 años de experiencia y compromiso con la calidad.

HONESTIDAD



Actuamos con integridad y honestidad, cumpliendo nuestros compromisos y sin comprometer los principios éticos por beneficios a corto plazo.

EFICIENCIA



Elegimos la practicidad. Creamos oportunidades y solucionamos problemas. Sabemos cómo funciona nuestro negocio y sabemos cómo aprovecharlo.

EXCLUSIVIDAD



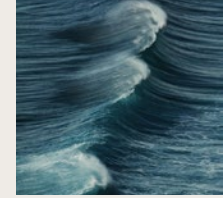
Cada experiencia está diseñada para ofrecer una inmersión profunda y exclusiva en la cultura, historia y personalidad de cada destino.

VERSATILIDAD



Entendemos qué es lo que hace a cada cliente especial, siendo la adaptabilidad nuestra fuerza impulsora. Destacamos por nuestra capacidad para adaptarnos a los cambios de la profesión y el entorno.

DETALLE



Estudiamos minuciosamente a cada persona que elige NUBA y tenemos una firme vocación por la atención y el servicio.

EXIGENCIA



Buscamos superar las expectativas más exigentes, ofreciendo momentos que durarán para siempre en la memoria.

INNOVACIÓN



Estamos constantemente explorando nuevas oportunidades y estrategias para mantenernos a la vanguardia de la industria.

SOSTENIBILIDAD



Ayudamos y apoyamos a las comunidades locales promoviendo prácticas sostenibles que garantizan la conservación del planeta.

QUÉ ES NUBA

LO QUE SOMOS IMPULSA LO QUE HACEMOS
Y ES LO QUE NOS HACE DIFERENTES.



SOMOS

- EXPERTOS PRECISOS
- ASESORÍA PERSONALIZADA.
- APASIONADOS DE NUESTRO TRABAJO Y FIELES A NUESTRO SERVICIO.
- TRANSPARENTES.
- PRIORIZAMOS LA ELEGANCIA Y LA DISCRECIÓN.
- AMIGABLES Y AMABLES EN EL TRATO.
- SUFICIENTEMENTE GRANDES PARA SER SEGUROS, PERO SUFICIENTEMENTE PEQUEÑOS COMO PARA QUE NOS IMPORTE CADA DETALLE.
- DINÁMICOS Y CON VISIÓN DE FUTURO..
- CREADORES DE TENDENCIAS.



OFRECEMOS

- UN PRODUCTO DIFERENCIADO.
- UN SERVICIO PERSONALIZADO.
- UN VALOR AÑADIDO.
- CALIDAD, NO CANTIDAD.
- EXCLUSIVIDAD.
- CONOCIMIENTO EXPERIMENTADO Y PROFUNDO.
- DEDICACIÓN POR LOS GUSTOS PERSONALES Y LA LIBERTAD DE QUIEN NOS ELIGE.
- SERIEDAD Y SEGURIDAD.
- RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE.

QUÉ NO ES NUBA

ES IGUAL DE IMPORTANTE SABER QUÉ NO SOMOS PARA ASÍ
ENTENDER CLARAMENTE A QUIÉN QUEREMOS ATRAER.

NO SOMOS

- NO SOBRE-VENDEMOS: CUMPLIMOS LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS SERVICIOS
- UN CLICHÉ DE LA INDUSTRIA
- UNA EMPRESA ANTICUADA Y RETRÓGRADA
- PARA UN MERCADO DE MASAS
- OSTENTOSOS NI VULGARES
- UNA MÁQUINA DE MARKETING
- CON UN INTERÉS ÚNICO EN HACER NEGOCIO
- PARECIDOS A LA COMPETENCIA
- IMPERSONALES

NUESTRA PERSONALIDAD



Nuestra personalidad es uno de nuestros puntos fuertes y una de las maneras más efectivas de demostrar de qué manera nos diferenciamos. Saber comunicar bien esto es lo que nos afianza como marca y nos permite demostrar que no somos una máquina corporativa.

NUBA está llena de talento y de conocimientos que nos gusta compartir allá donde trabajemos. Nos fascina viajar y compartimos con pasión esa ilusión de nuestros clientes por conocer nuevos destinos y culturas. Somos inteligentes y brillantes, pero no somos pomposos ni prepotentes; somos todo lo contrario. La creatividad y la originalidad destacan en cada una de las experiencias que ofrecemos. Para NUBA, nada es un problema a la hora de satisfacer a nuestros clientes: siempre haremos un esfuerzo extra por superar sus expectativas.

NUESTROS CLIENTES

NUESTRA MISIÓN COMO COMPAÑÍA ES AYUDAR A PERSONAS EXIGENTES A INVERTIR TIEMPO Y DINERO EN EXPERIENCIAS GRATIFICANTES.

NUESTRA CLIENTELA ES

Única · Busca un buen servicio · Es curiosa y busca un estímulo intelectual · Espera altos estándares de entrega · Busca experiencias exclusivas y especiales · Entiende que la calidad se recuerda más que el precio · Tiene una visión específica e individual acerca de sus viajes

OFRECEMOS UNA GRAN VARIEDAD DE SERVICIOS EXCLUSIVOS QUE NO SON PARA TODOS LOS GUSTOS O BOLSILLOS.

NUESTRA CLIENTELA NO ES

Quien considera que el servicio no es importante · Busca experiencias masificadas · Visión cerrada · Buscadores de ofertas y descuentos · Irrespetuosa por otros países y culturas · Quien prefiere packs vacacionales · Con presupuestos bajos/limitados

ENTENDIENDO A CADA CLIENTE



NUESTROS CLIENTES VALORAN LA CULTURA, LA EDUCACIÓN Y LA DIFERENCIACIÓN.

Además, son fantásticamente fieles: la mayoría vuelven a viajar con NUBA, lo que significa que hemos establecido una relación de calidad con ellos a lo largo de los años.

ENTENDIENDO A CADA CLIENTE



SUS INTERESES SON

1. Gastronomía y vino
2. Wellness
 - Yoga
 - Meditación
 - Nutrición
 - Bienestar mental / coaching
3. Joyería / relojes
4. Moda
5. Tecnología
6. Diseño de interior
7. Arte
 - Fotografía
 - Pintura
 - Escultura
 - Arquitectura
 - Música
 - Cine
 - Teatro
 - Opera
 - Danza
 - Historia
 - Literatura
 - Artesanía local
8. Automoción / movilidad
 - Coches deportivos
 - Turismo espacial
 - Sports F1
9. Deportes / aventura
 - Montaña / trekking
 - Buceo
 - Bicicleta
 - Esquí
 - Navegación
 - Golf
 - Hípica
 - Pesca
 - Caza
 - Criquet
 - Tenis / padel
10. Otras aficiones

ÁMBITO DE ACTIVIDAD



NUBA

ÁMBITO DE ACTIVIDAD

NUBA



Disponemos de sucursales en España divididas en:
Madrid - Bilbao - Sevilla
Barcelona - Málaga - Valencia

En Madrid, en Serrano 96, se encuentra la Sede Central



Disponemos de sucursales en Américas:
Colonia de Polanco (Ciudad de México)
y Monterrey



Disponemos de sucursal en
Miami (Florida)

FUTURAS EXPANSIONES

(Según plan estratégico 2024)
Chile - Colombia - Costa Rica
Perú - Paraguay - Panamá

Nuevo concepto: Hoteles boutique

02.

CÓMO TRABAJA NUBA

Descubre las diferentes líneas de negocio de NUBA.

LÍNEAS DE NEGOCIO - INTRODUCCIÓN

NUBA ofrece diferentes líneas de negocio, operando así en diferentes áreas y segmentos comerciales para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. A través de esta diversificación estratégica:



- APROVECHAMOS OPORTUNIDADES
- ALCANZAMOS NUEVOS MERCADOS
- NOS ADAPTAMOS A LAS CAMBIANTES DEMANDAS DE LA INDUSTRIA
- CONTRIBUIMOS AL ÉXITO GENERAL DE LA COMPAÑÍA

En este apartado, definiremos las líneas de negocio de NUBA identificando y delineando cada una de ellas para proporcionar claridad y enfoque en nuestra estrategia como empresa.

NAMING ACTUAL DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO

01. NUBA VIAJES A MEDIDA
AND PREMIUM SERVICES

02. MICE

03. INCOMING

PROPUESTA DE NAMING DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO



NUBA
TRAVEL and EXPERIENCES



01. NUBA

02. NUBA LUXURY INCENTIVES & EVENTS

03. NUBA INSIDER

04. NUBA LAB



DEFINICIÓN DE LÍNEAS DE NEGOCIO

Cada línea de negocio de NUBA tiene sus propios objetivos, estrategias, recursos y estructuras organizativas. Con esta definición de cada una de ellas, queremos ayudarte a comprender la actividad comercial de cada una de ellas.



NUBA

TRAVEL AND EXPERIENCES

NUBA Travel and Experiences es la empresa matriz y la línea transversal de la marca, que desempeña un papel fundamental sobre la dirección estratégica, la gestión y la coordinación de cada línea de negocio, gestionando los riesgos y creando valor para lograr los objetivos comunes.

SU MISIÓN ES:

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

NUBA Travel and Experiences establece la dirección estratégica para NUBA, definiendo los objetivos a largo plazo, las metas y las prioridades en función de su visión global y sus valores fundamentales.

CREACIÓN DE VALOR AÑADIDO

NUBA Travel and Experiences crea valor para sus accionistas, clientes, empleados y la empresa en conjunto. Esto implica la generación de beneficios económicos y contribución al desarrollo de los países en los que opera, promoviendo prácticas empresariales responsables y sostenibles.

INTERNACIONAL

Desde ella, se establecen los códigos de NUBA acorde a los objetivos globales de crecimiento, expansión y búsqueda de la excelencia. Las líneas de negocio de NUBA Travel and Experiences están dirigidas a sus ámbitos de negocio planteados de forma global y con mirada hacia su crecimiento internacional.

COORDINACIÓN

Alinea las actividades de cada línea de negocio para garantizar que trabajen en armonía hacia la consecución de objetivos comunes. Esto puede implicar la estandarización de procesos, la optimización de recursos y la transferencia de conocimientos a las diferentes líneas de negocio.

SUPERVISIÓN Y CONTROL

Supervisa y controla el desempeño de las líneas de negocio, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad, ética y responsabilidad corporativa establecidos. Esto implica un seguimiento activo de las operaciones y la creación de mecanismos de rendición de cuentas.

GESTIÓN DE RIESGOS

Es responsable de gestionar los riesgos a los que se enfrenta el grupo empresarial, evaluando las amenazas y las oportunidades del entorno empresarial y desarrollando estrategias para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

NUBA

QUÉ ES

Esta línea de negocio es la principal de nuestra compañía y está centrada en la venta de viajes a medida a particulares. NUBA se enfoca en ofrecer experiencias y viajes personalizados y exclusivos que superen las expectativas de nuestros exigentes clientes. A través de esta línea de negocio, nos comprometemos a ofrecer a particulares un servicio de alta calidad, atención al detalle y exclusividad en cada aspecto del viaje, desde la planificación hasta la experiencia misma.

QUÉ HACEMOS

Creamos experiencias excepcionales a través de un servicio alineado con los valores de nuestra marca.

Nos comprometemos a entender las necesidades y deseos únicos de cada cliente; seleccionamos cuidadosamente cada detalle para crear una experiencia inolvidable.

Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros proveedores en todo el mundo para asegurar acceso a nuestros clientes a los mejores destinos, propiedades y servicios.

QUÉ OFRECEMOS

Asesoramiento personalizado - Experiencias exclusivas - Planificación de itinerarios
Servicios relacionados: reservas de alojamiento, transporte, concierge, actividades turísticas, etc.

PARA QUIÉN

Particulares

NUBA LUXURY INCENTIVES & EVENTS

QUÉ ES

NUBA Luxury Incentives & Events se especializa en proporcionar soluciones de gestión de viajes para empresas de todos los tamaños. A través de esta línea de negocio, nuestra principal misión es facilitar los viajes de empresas de manera eficiente, ofreciendo asesoramiento personalizado y exclusivo.

QUÉ HACEMOS

Entendemos las complejidades y las demandas únicas que enfrentan las compañías en la gestión de sus viajes corporativos.

Simplificamos los procesos, ofreciendo soluciones integrales y personalizadas que se adaptan a las necesidades específicas de cada empresa.

Nos comprometemos a ofrecer un servicio de primera calidad que garantiza la eficiencia, comodidad y seguridad de cada viaje empresarial.

QUÉ OFRECEMOS

Viajes corporativos - Colaboraciones con otras empresas - Programas de incentivos para trabajadores
Eventos empresariales exclusivos - Servicios de consultoría especializados en empresas

PARA QUIÉN

Empresas y sus destinatarios

NUBA INSIDER

QUÉ ES

A través de NUBA Insider, la línea de negocio B2B, proporcionamos una amplia gama de servicios, recursos y apoyo a otras empresas del sector. Nuestra misión es ayudar a las agencias a satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva y eficiente, ofreciendo experiencias de viaje únicas y memorables.

QUÉ HACEMOS

Nos esforzamos por ofrecer una exclusiva selección de servicios de alta calidad, asegurando el acceso a oportunidades en el mercado.

Proporcionamos un servicio excepcional y una atención personalizada a cada una de las agencias.

Entendemos sus necesidades y objetivos específicos, trabajando con ellos para desarrollar soluciones personalizadas.

QUÉ OFRECEMOS

Acceso a servicios y destinos exclusivos - Know-how del sector
Asesoría personalizada

PARA QUIÉN

Agencias de viaje
Servicios de turismo internacional

NUBA LAB

QUÉ ES

Esta es la innovadora iniciativa B2B que está redefiniendo las alianzas empresariales de NUBA. Nuestra nueva línea de negocio LAB busca crear una sinergia mágica donde la colaboración da lugar a la creación de productos, propuestas de "ancillaries", nuevos modelos de "concierge" y alianzas únicas. NUBA combina reflexiones y experiencias para transformar la materia empresarial en oportunidades brillantes para nuestros clientes más exigentes.

QUÉ HACEMOS

Sponsorship

Alianza con patrocinadores que amplían el mensaje de NUBA nacional e internacionalmente

Consulting

NUBA, tras 30 años de experiencia, es un gran conocedor del sector del turismo de alta gama. Su experiencia ahora será compartida para ayudar a otras empresas o iniciativas a crecer y comprender mejor las necesidades del sector.

Co-branding

Nuba en alianza con los mejores proyectos empresariales para crear alianzas comerciales

Desarrollo y estrategia de Travel
Advisors Program and Ambassadors

PARA QUIÉN

Sinergias empresariales dentro del sector del lujo y la artesanía marca España

01. Elementos de identidad verbal

01.1. Manifiesto NUBA

01.2. Identidad verbal y tono de voz

01.3. Guía de comunicación

01.4. Eslogan NUBA

Manifiesto NUBA

En NUBA, nos hemos propuesto reinventar el concepto de viajar.

Nos enorgullece ir más allá de lo ordinario, ofreciendo experiencias que generan momentos inolvidables y perdurables en la memoria. Nos dedicamos a crear experiencias transformadoras que inspiran y enriquecen. Nuestro enfoque se centra en diseñar vivencias a medida, donde la originalidad, la singularidad y la exclusividad son los pilares fundamentales de nuestra filosofía. Nos apartamos de la monotonía de los viajes convencionales para adentrarnos en las narrativas personales de nuestros clientes, con quienes, mano a mano, creamos experiencias verdaderamente únicas. En nuestro día a día, abrazamos la transformación y nos mantenemos a la vanguardia de las innovaciones en el sector, desafiando constantemente los límites establecidos. Para nosotros, en NUBA, no se trata simplemente de elegir un destino, sino de esculpir las vivencias que deseamos atesorar.

Trabajamos en estrecha colaboración con una red amplia y exclusiva de profesionales cuyos servicios se entrelazan para dar vida a las aspiraciones de quienes nos eligen, ofreciendo soluciones meticulosamente diseñadas para cada experiencia.

En NUBA, los horizontes y los recorridos son infinitos; nos aventuramos constantemente hacia los rincones más remotos y enigmáticos del planeta. Nuestra esencia se nutre del compromiso y el respeto que sentimos por los lugares que exploramos y las comunidades que encontramos en nuestro camino. Además, nos esforzamos cada día por promover un turismo sostenible, dejando un impacto positivo a nuestro paso.

Construimos un proyecto global basado en la distinción, la confianza y la pasión por nuestro trabajo. Nos consideramos una empresa especializada en experiencias incomparables y nos dedicamos a guiar a aquellos que tienen un gusto refinado por la vida hacia un universo donde la excelencia y la elegancia se entrelazan en todos los rincones del mundo.

Identidad verbal

Esta sección define cómo nos comunicamos. Nos ayudará a entender los elementos que, combinados, dan vida a nuestra identidad verbal.

A la hora de expresarnos, no solo importa lo que decimos, sino cómo lo decimos.

El lenguaje utilizado por las agencias de lujo tiende a ser soso, repetitivo y redundante. Hay un uso excesivo de clichés y jerga; palabras como "pasión", "lujo" y "personalizado" se usan en exceso y, a menudo, pierden su significado. Hay poca diferenciación en el tono de voz utilizado entre los diferentes operadores.

Para asegurarnos de que destacamos frente a nuestros competidores, necesitamos aplicar un tono de voz distintivo en nuestras comunicaciones escritas.

Tono de voz

Nuestro tono de voz da vida a nuestros valores a través de las palabras que utilizamos. Se trata de conectar nuestros valores y personalidad directamente mediante el lenguaje.

PRINCIPIOS DE NUESTRO TONO DE VOZ

Describimos nuestros valores y nuestro tono de voz de la misma manera, utilizando tres combinaciones de atributos. Somos:

- Responsables y capaces
- Inteligentes y flexibles
- Involucrados y atractivos

La combinación de estas palabras expresa quiénes somos y cómo nos comunicamos. Estos atributos crean nuestro distintivo tono de voz. Cada combinación debe ser utilizada en todas nuestras comunicaciones, tanto habladas como escritas.

Principio 1: Responsables y capaces

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO COMPORTAMIENTO:

Damos consejos claros y constructivos. Somos efectivos con nuestras entregas y decisiones; nos aseguramos de que nuestra clientela esté informada, permitiéndoles relajarse y disfrutar de nuestros servicios.

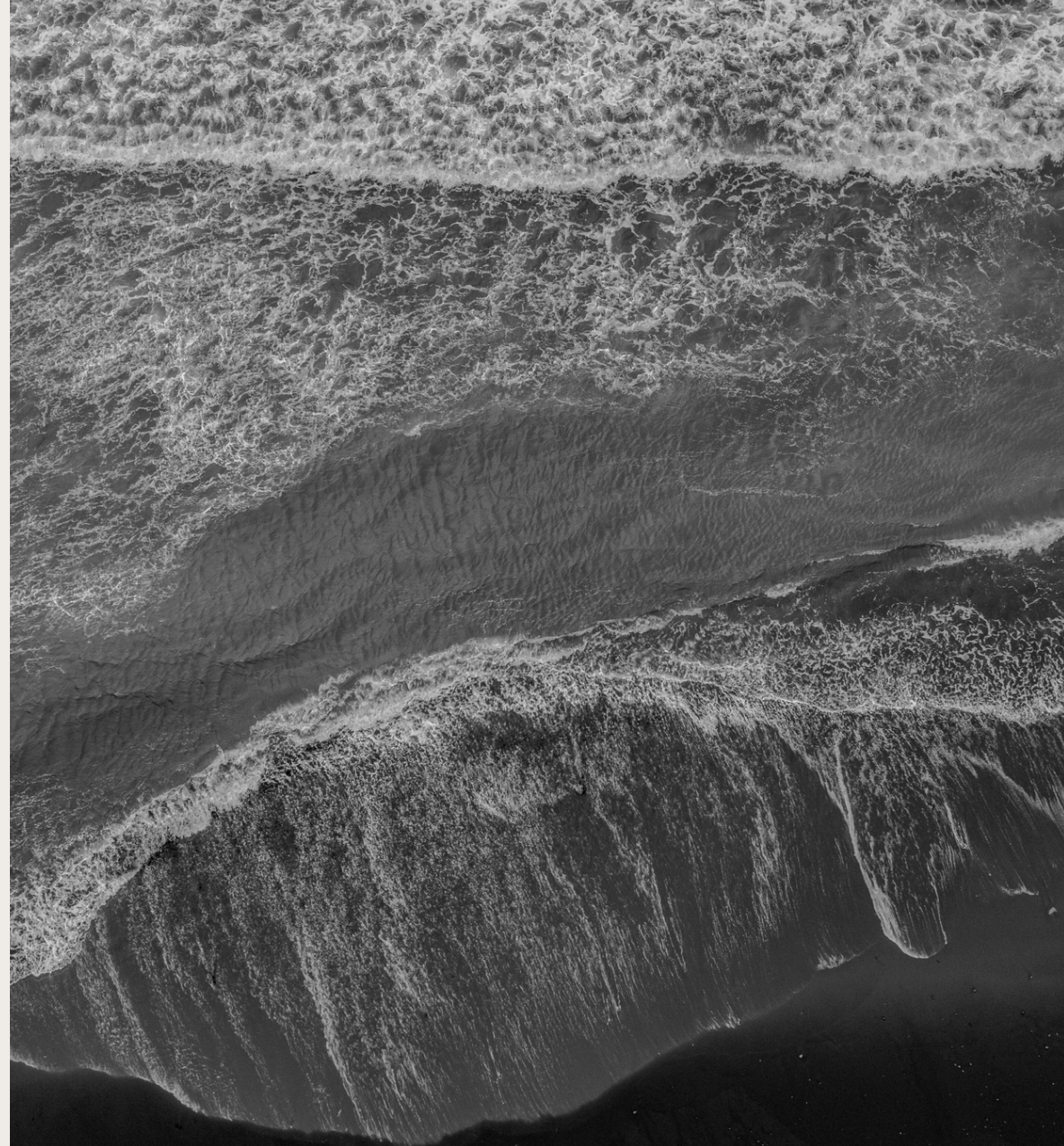
Sabemos y entendemos cada paso y nos implicamos en todo el proceso.

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO LENGUAJE:

Somos precisos, damos datos concisos y fáciles de entender.
Escribimos como personas responsables y expertas en nuestro sector.
No damos lecciones, estamos aquí para ayudarles.
No proporcionamos información innecesaria.

CUALIDADES CLAVE:

- Efectividad
- Brevedad
- Experiencia
- Seguridad



Principio 2: Inteligentes y flexibles

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO COMPORTAMIENTO:

Somos creadores de oportunidades y solucionamos problemas de manera eficiente.

Estamos informados, somos prácticos y comprensivos.
Nuestra opinión está basada en hechos y en nuestro conocimiento global. Sabemos cómo funciona nuestro negocio.

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO LENGUAJE:

Vamos directos al grano, ofreciendo los beneficios de manera lógica.
Utilizamos frases activas, no pasivas. Las frases activas son más fáciles de leer y entender. Anticipamos las preguntas de nuestros clientes y estamos preparados para dar respuestas útiles.

Somos específicos, creamos experiencias personalizadas y entendemos que cada cliente es distinto. Somos seguros, pero nunca arrogantes.

CUALIDADES CLAVE:

- Positividad
- Relevancia
- Realismo
- Lógica



Principio 3: Involucrados y atractivos

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO COMPORTAMIENTO:

Somos viajeros experimentados y sofisticados. Estamos comprometidos a ofrecer a cada cliente una experiencia distinta e inolvidable.

Somos empáticos y accesibles; no hacemos nuestro trabajo solo por ganar dinero. Tratamos a cada cliente de manera individual y buscamos satisfacer sus necesidades. Somos optimistas y entusiastas; creemos que confiar en nuestros clientes aportará beneficios a nuestro trabajo. Estamos interesados en las personas y eso se refleja en todas nuestras interacciones.

LO QUE SIGNIFICA PARA NUESTRO LENGUAJE:

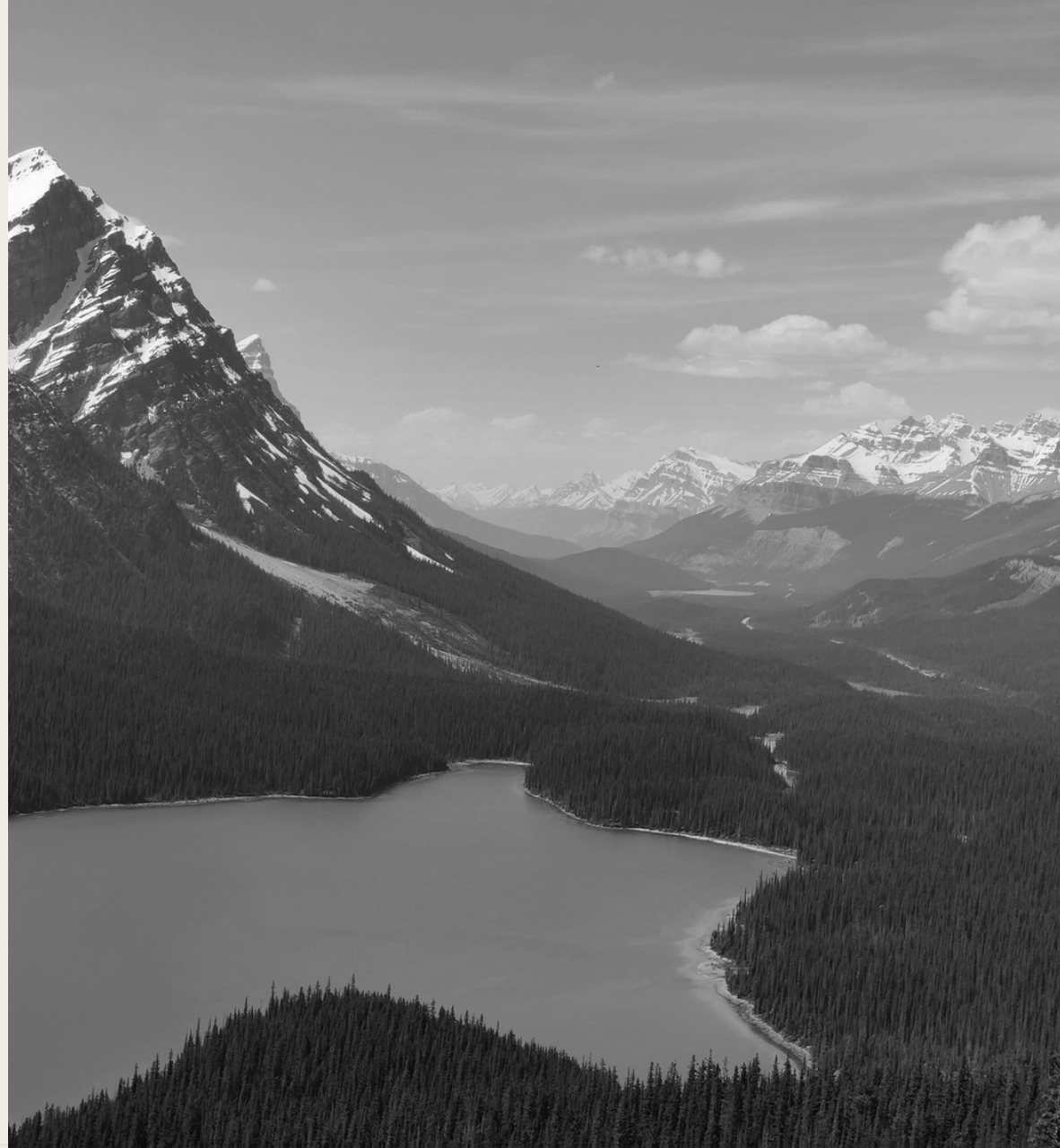
Evitamos dar descripciones genéricas y sosas; contamos cada experiencia con entusiasmo y detalle para que nuestra clientela se sienta atraída por nuestros servicios.

Incluimos llamadas a la acción o invitaciones a responder para dar seguimiento a nuestras comunicaciones.

No utilizamos palabras negativas ni que evoquen dudas. Somos casuales, pero no demasiado informales. Tratamos a nuestra clientela con respeto en cada interacción.

CUALIDADES CLAVE:

- Directos
- Educados
- Conectados
- Vibrantes



Guía de comunicación

Utiliza el activo en lugar del pasivo:

El uso del activo en la comunicación transmite una sensación de acción y liderazgo. En lugar de describir las acciones de manera pasiva, se enfatiza quién realiza la acción, lo que crea una impresión más dinámica y enérgica.

Lenguaje sencillo y respetuoso:

Un lenguaje sencillo pero respetuoso asegura que el mensaje sea fácilmente comprensible para todos los destinatarios, evitando la confusión y manteniendo la profesionalidad. Al mismo tiempo, el tono respetuoso refuerza la relación de confianza con los clientes.

Educado y personal:

La cortesía y la personalización en la comunicación son fundamentales para establecer una conexión emocional con los clientes. Al saludar de manera educada y ofrecer ayuda de manera personalizada, se demuestra consideración y atención hacia las necesidades individuales de cada cliente.

Breve y conciso:

La brevedad y la concisión son clave en la comunicación para captar la atención del receptor y transmitir el mensaje de manera efectiva. Al evitar redundancias y centrarse en los puntos clave, se asegura que la información sea fácil de entender y recordar.

Claro con los datos:

La claridad en la presentación de datos es esencial para garantizar que los clientes comprendan completamente los servicios ofrecidos por NUBA. Proporcionar información precisa y fácil de entender sobre la experiencia y la trayectoria de la empresa refuerza la confianza del cliente en la marca.

Transmitir confianza y comprensión:

Transmitir confianza y comprensión en la comunicación es fundamental para establecer una relación sólida con los clientes. Al mostrar empatía hacia las necesidades individuales de los clientes y ofrecer soluciones personalizadas, se crea un ambiente de confianza y seguridad en la marca.

Eslogan NUBA

- INGLÉS

NUBA: More than a Destination.
NUBA: Discover the Exceptional.
NUBA: The Art of Travel.

- ESPAÑOL

NUBA: Más que un destino.
NUBA: Descubre lo excepcional.
NUBA: El arte de viajar.

02. Marca

02.1. Logotipo

02.2. Isotipo

02.3. Marca gráfica principal. Versiones en color corporativo

02.4 Isotipo. Versiones en color corporativo

02.3. Logotipo NUBA Travel and Experiences

02.4. Líneas de negocio

Logotipo

La marca se configura como un logotipo basado en una tipografía sin serifa que le da un aspecto minimalista y moderno a la marca, creando un efecto más natural a nuestra

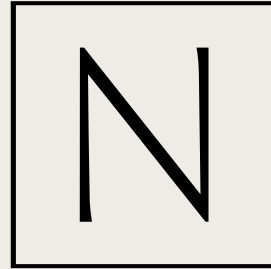
vista, aludiendo a las formas orgánicas presentes en la naturaleza. La combinación de líneas rectas y curvas aporta a la marca dinamismo y sensación de adaptabilidad constante.

NUBA

[ENLACE DE DESCARGA](#)

Isotipo

El isotipo se compone de la icónica "N" de NUBA, integrada armoniosamente dentro de un cuadrado.



[ENLACE DE DESCARGA](#)

Marca gráfica principal

Esta página reproduce el logotipo en su color corporativo, con los que deberá ser representado siempre que sea posible.

Logotipo: [ENLACE DE DESCARGA](#)

NUBA

NUBA

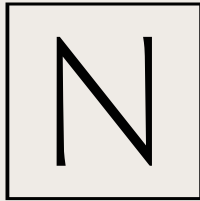
NUBA

NUBA

Marca gráfica principal

Esta página reproduce el isotipo en su color corporativo, con los que deberá ser representado siempre que sea posible.

Isotipo: [ENLACE DE DESCARGA](#)



Logotipo NUBA Travel and Experiences

NUBA Travel and Experiences es la empresa matriz y la línea transversal de la marca.

NUBA Travel & Experiences: [ENLACE DE DESCARGA](#)

NUBA
TRAVEL & EXPERIENCES

Líneas de negocio

Cada línea de negocio de NUBA tiene sus propios objetivos, estrategias, recursos y estructuras organizativas. Aquí reproducimos los tres logotipos para cada una de esas línea de negocio.

NUBA Lab: [ENLACE DE DESCARGA](#)

NUBA Luxury Incentives & Events: [ENLACE DE DESCARGA](#)

NUBA Insider: [ENLACE DE DESCARGA](#)

NUBA
TRAVEL & EXPERIENCES

NUBA
INSIDER

NUBA

NUBA
LAB

NUBA
LUXURY INCENTIVES & EVENTS

03. Normas de utilización de la marca

- 03.1. Zona de protección y reducción mínima logotipo
- 03.2. Zona de protección y reducción mínima isotipo
- 03.3. Zona de protección y reducción mínima logotipo Travel and experiences
- 03.4. Zona de protección y reducción mínima logotipo LAB
- 03.5. Zona de protección y reducción mínima logotipo Luxury Incentives and events
- 03.6. Zona de protección y reducción mínima logotipo Insider
- 03.7. Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos
- 03.8. Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro
- 03.9. Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografía
- 03.10. Usos incorrectos
- 03.11. Visualización junto con otros logotipos
- 03.12. Escritura correcta
- 03.13. Jerarquía de uso correcta

Zona de protección y reducción mínima Logotipo

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos de la zona

de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

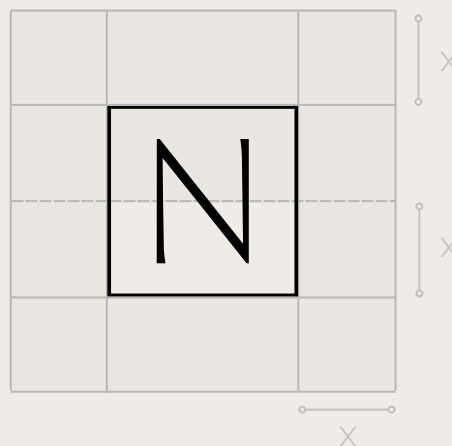
*Tamaño mínimo en medios impresos: 70mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 200px de ancho.

Zona de protección y reducción mínima Isotipo

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos

de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

*Tamaño mínimo en medios impresos: 35mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 100px de ancho.

Zona de protección y reducción mínima Logotipo Travel and Experiences

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos

de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

*Tamaño mínimo en medios impresos: 123mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 350px de ancho.

Zona de protección y reducción mínima Logotipo LAB

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos

de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

*Tamaño mínimo en medios impresos: 123mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 350px de ancho.

Zona de protección y reducción mínima Logotipo Luxury Incentives and Events

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos

de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

*Tamaño mínimo en medios impresos: 123mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 350px de ancho.

Zona de protección y reducción mínima Logotipo Insider

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos

de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.



X: Área de seguridad

*Tamaño mínimo en medios impresos: 123mm de ancho.

*Tamaño mínimo en medios digitales: 350px de ancho.

Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color corporativos, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo.

NUBA

NUBA

NUBA

NUBA

Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color corporativos, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo.

NUBA

NUBA

NUBA

NUBA

Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color corporativos, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo.

NUBA

Utilización cromática:
La marca sobre fondos
en blanco y negro

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca
sobre fondos en escala de grises.

NUBA

Fondo: Negro <10%

NUBA

Fondo: Negro <20%

NUBA

Fondo: Negro <60%

Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografía

Como norma general, la marca no debe reproducirse nunca sobre fondos de color que comprometan su visibilidad. En esta página mostramos como se debe reproducir la marca en fondos fotográficos.



Usos incorrectos

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.

~~NUBA~~

~~NUBA~~

~~NUBA~~

~~NUBA~~

~~NUBA~~

~~NUBA~~

Visualización junto con otros logotipos

Los logotipos de los partners deben mostrarse en negativo (negro sobre fondos claros y blanco sobre oscuros), manteniendo proporciones equilibradas y un margen de seguridad. Deben alinearse de forma homogénea, sin alteraciones ni efectos, y utilizarse solo sobre

fondos en colores corporativos de NUBA (priorizando Color 01 y 02). Se prohíbe el uso de colores originales, fondos con texturas complejas y la saturación visual con demasiados logotipos, asegurando así coherencia y profesionalismo en la comunicación visual.

Correcto



Correcto



Incorrecto



Escritura correcta

La marca debe reproducirse de forma escrita siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. NUBA se escribirá en mayúsculas.

Correcto

NUBA

Incorrecto

~~Nuba~~

~~nuba~~

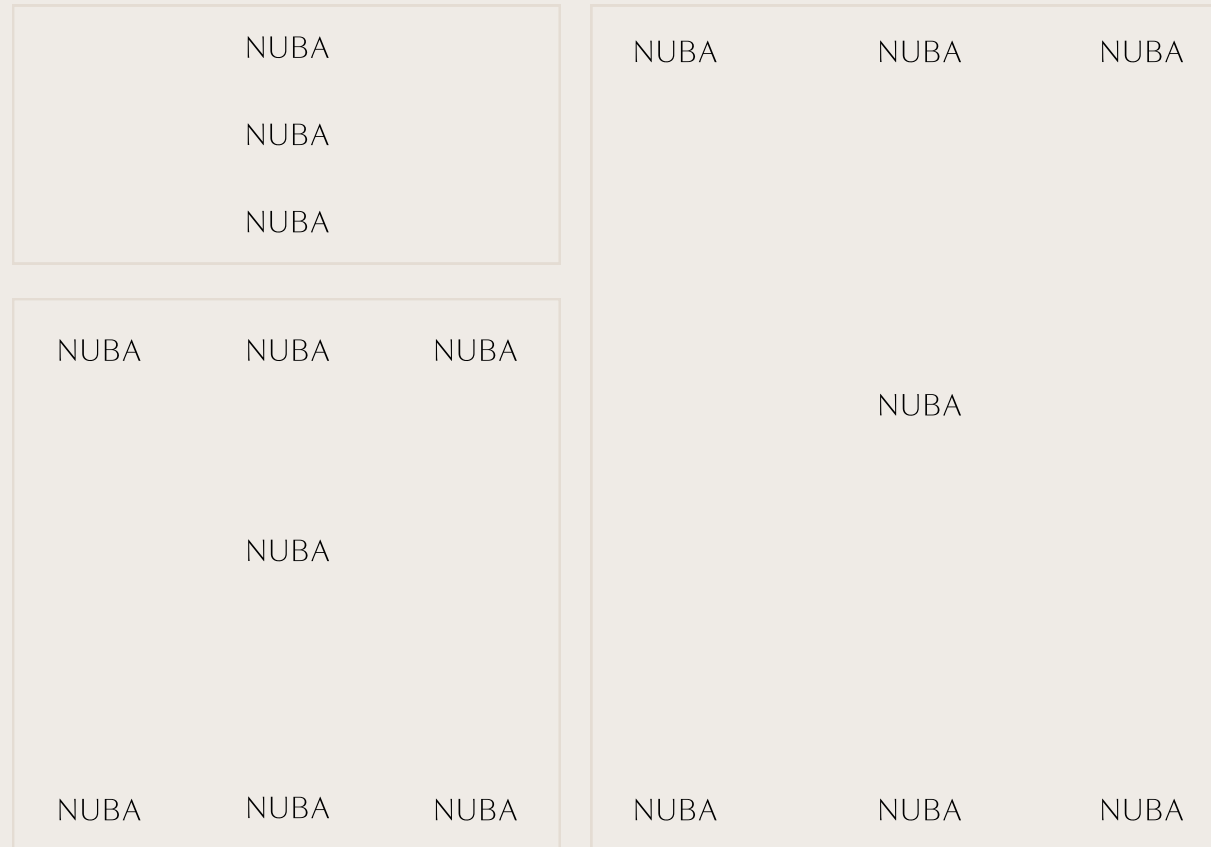
~~NuBa~~

Jerarquía de uso Logotipo

Tenga en cuenta el área de seguridad del logotipo cuando lo coloque en una esquina. Con un orden en particular, las opciones de colocación son:

- Esquina superior izquierda
- Parte central superior
- Centrado
- Parte superior derecha
- Parte central inferior
- Esquina inferior izquierda
- Esquina inferior derecha

El logotipo sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del logotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.



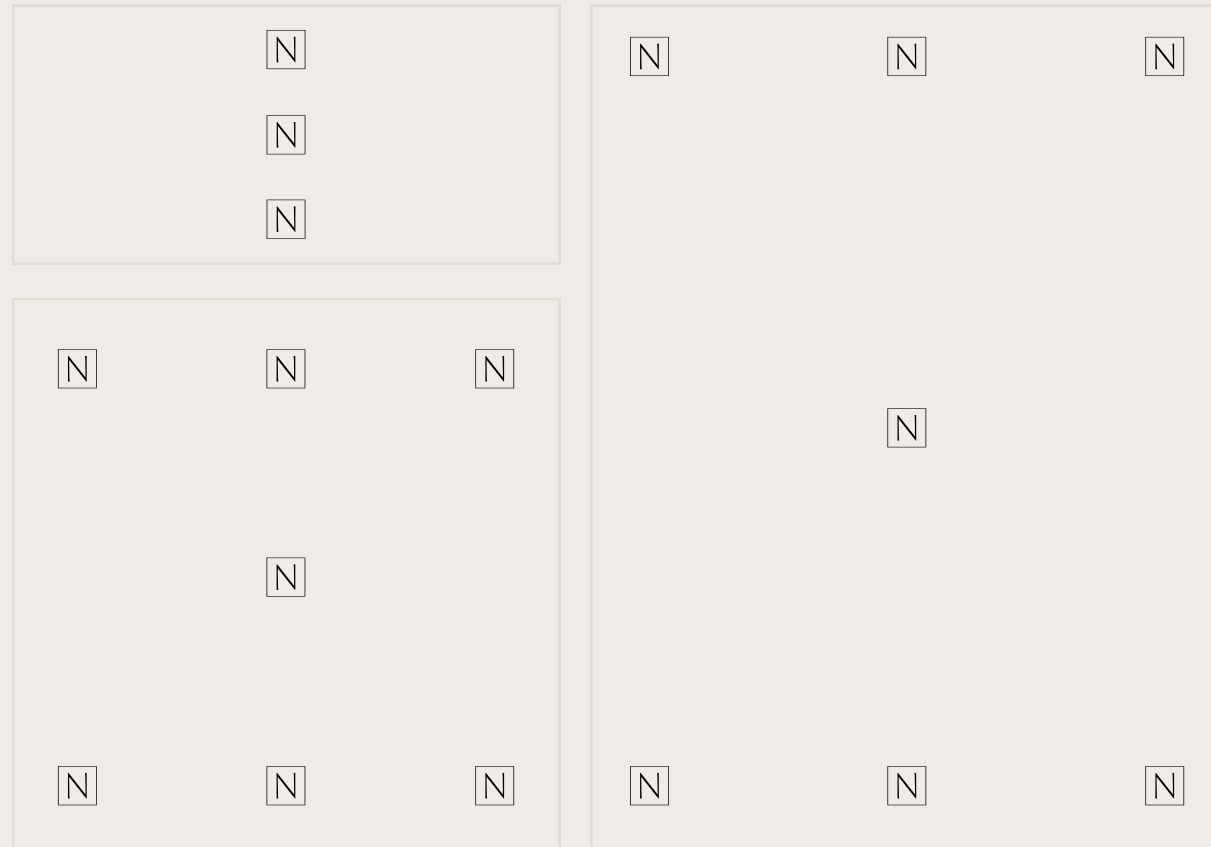
Jerarquía de uso

Isotipo

Tenga en cuenta el área de seguridad del isotipo cuando lo coloque en una esquina. Con un orden en particular, las opciones de colocación son:

- Esquina superior izquierda
- Parte central superior
- Centrado
- Parte superior derecha
- Parte central inferior
- Esquina inferior izquierda
- Esquina inferior derecha

El isotipo sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del isotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.

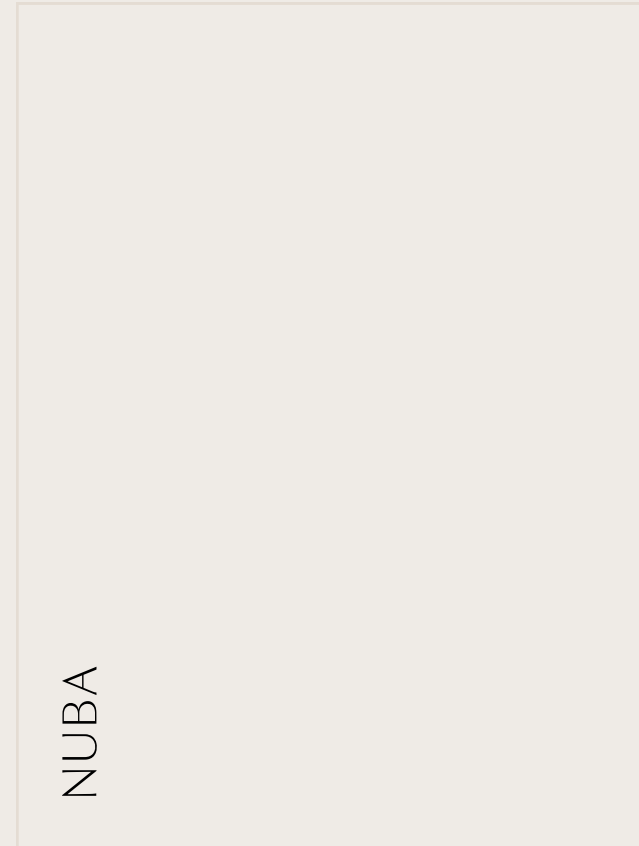
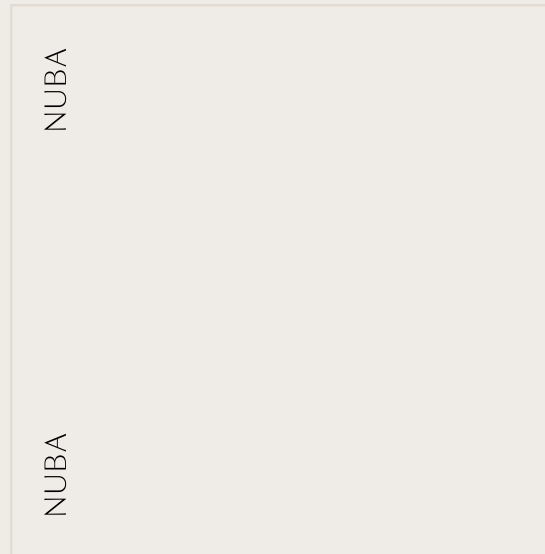
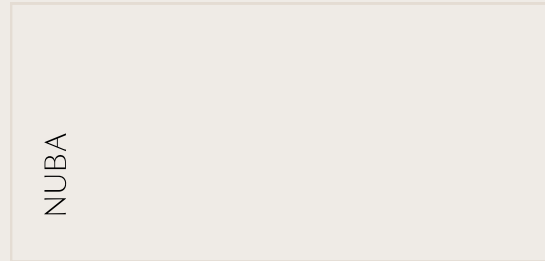


Jerarquía de uso Logotipo Vertical

Tenga en cuenta el área de seguridad del logotipo cuando lo coloque en una esquina. Con un orden en particular, las opciones de colocación son:

- Esquina inferior izquierda
- Esquina superior izquierda

El logotipo vertical sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del logotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.



Jerarquía de uso y variaciones permitidas

El logotipo sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del logotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.



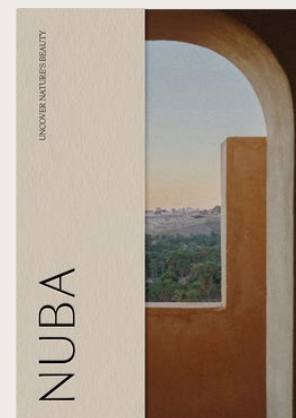
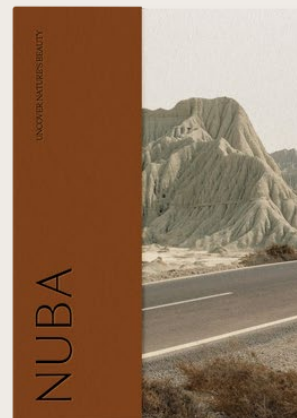
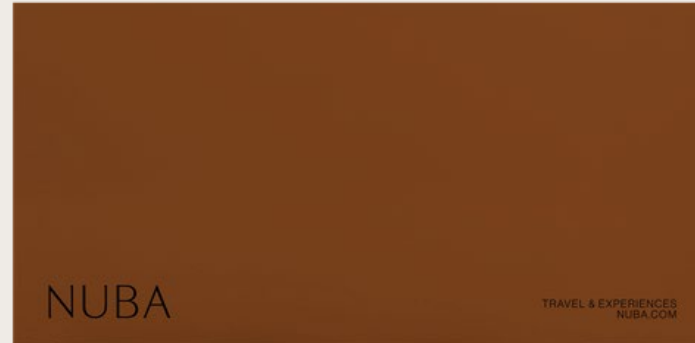
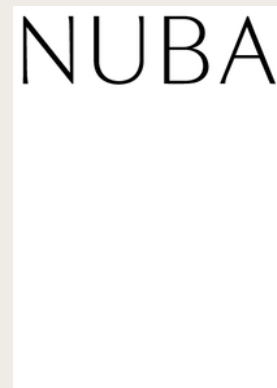
Ejemplos de jerarquía de uso online

El logotipo sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del logotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.



Ejemplos de jerarquía de uso offline

El logotipo sólo puede colocarse en los lugares indicados. Esto hace que la colocación del logotipo sea sencilla y coherente, a la vez que permite la suficiente flexibilidad para adaptarse a nuestro sistema gráfico dinámico.



04. Tipografías

04.1. Tipografía corporativa primaria

04.2. Tipografía corporativa secundaria

04.3. Usos y jerarquía

Tipografía corporativa primaria

La tipografía corporativa primaria de NUBA es HW Cigars.
Es una serifa de carácter clásico atemporal pero con algún toque

distintivo que transmite modernidad. La tipografía HW Cigars se
utilizaría para los títulos y subtítulos.

[ENLACE DE DESCARGA](#)

HW Cigars Light

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

Tipografía corporativa secundaria

La tipografía corporativa secundaria de NUBA es Neue Haas Grotesk. Es una tipografía sans serif elegante y moderna.

La tipografía Neue Haas Grotesk se utilizaría para los cuerpos de texto.

[ENLACE DE DESCARGA](#)

Neue Haas Grotesk Light

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

Jerarquía Tipográfica en Presentaciones y Dossiers Corporativos

Para garantizar coherencia y legibilidad en las presentaciones y dossiers de NUBA, se establece la siguiente jerarquía tipográfica:

Título de Apartado

Tamaño: 96pt

Tipografía: HW Cigars Light

Tipo de letra: Mayúsculas

Título de Página

Tamaño: 48pt

Tipografía: HW Cigars Light

Tipo de letra: Mayúsculas

Subtítulo en la Página

Tamaño: 24pt

Tipografía: HW Cigars Light

Tipo de letra: Normal

Cuerpo de Texto

Tamaño: 16pt o 18pt
(según la extensión del contenido)

Tipografía:

- Textos extensos:
Neue Haas Grotesk Light
- Textos breves:
HW Cigars Light

Tipo de letra: Normal
(con posibilidad de destacar palabras o frases en Medium)

Nombre del apartado dentro de la página

Tamaño: 12pt

Tipografía: HW Cigars Light

Tipo de letra: Mayúsculas

Interletrado: 100
(equivalente a 3 puntos en PPT)

05. Gama Cromática

05.1. Colores corporativos

Colores corporativos

El color es un componente fundamental de la identidad visual de NUBA y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en esta página las diferentes composiciones y tramas del color corporativo.

01. FONDO BASE

- Se usa principalmente como fondo tanto en materiales online como offline.
- El logotipo de NUBA se usará en este color únicamente cuando se coloque sobre el Color 02.

PANTONE P 13-1U (OFFLINE)
C 7 / M 7 / Y 10 / K 0
R 239 / G 235 / B 230
#EFEFBE6

02. COLOR DE ÉNFASIS

- Se emplea en fondos con poco texto, así como en materiales donde se busque destacar el logotipo en Color 01.
- El logotipo podrá usarse en este color cuando se aplique sobre fondos en negro o sobre los Colores 01, 03 y 04.

PANTONE P 29-16 U (OFFLINE)
C 34 / M 71 / Y 91 / K 43
R 121 / G 65 / B 28
#79411C

05. NEGRO

*Exclusivo para texto y logotipos

MEDIOS DIGITALES: #12120D
MEDIOS IMPRESOS:
• FONDOS DE COLOR: NEGRO ENRIQUECIDO (C: 86% M: 85% Y: 79% K: 100)
• TEXTOS Y LOGOS IMPRESOS: NEGRO PURO (C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%)

03. COMPLEMENTARIO

- Su uso es complementario en materiales online y offline, priorizando siempre los Colores 01 y 02.
- No se debe utilizar el logotipo en este color.

PANTONE P 23-3 U (OFFLINE)
C 17 / M 24 / Y 33 / K 3
R 214 / G 192 / B 169
#D6C0A9

04. SOPORTE ADICIONAL

- Se emplea como un color complementario en materiales digitales e impresos, después de haber priorizado los Colores 01, 02 y 03.
- No se debe utilizar el logotipo en este color.

PANTONE P 23-1U (OFFLINE)
C 13 / M 13 / Y 18 / K 0
R 228 / G 220 / B 211
#E4DCD3

DOSSIER

06. Papelería corporativa

06.1. Tarjetas de visita globales

06.2. Tarjetas personales

06.3. Sellos

06.4. Invitaciones

06.5. Facturas

06.6. Papel corporativo

06.7. Sobres

06.8. Portadocumentos

06.9. Papel de seda

06.10. Bolsas

06.11. Marcapáginas

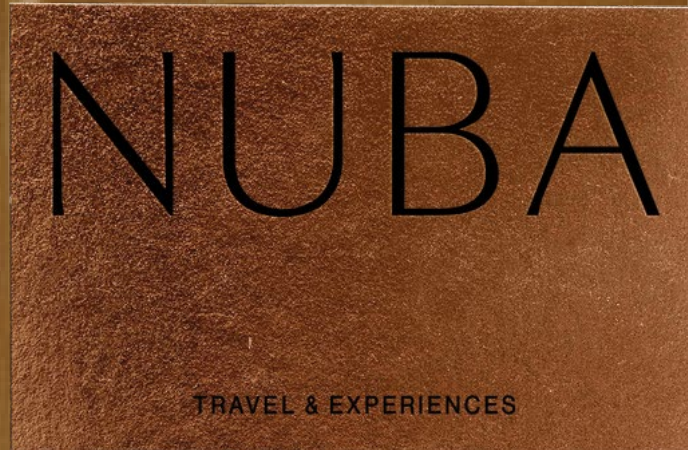
06.12. Libro NUBA

06.13. Agenda de viaje

Tarjetas de visita globales

Las tarjetas globales serán utilizadas dentro del Espacio NUBA, manteniendo una estética elegante y sofisticada. Su diseño presenta un fondo en tono cobre/bronce con efecto metálico, aportando un acabado premium.

En la parte frontal, el logotipo genérico de NUBA se aplicará con un golpe en seco en color negro, generando un sutil relieve que resalta la identidad de la marca. Dado que esta versión no cuenta con laminado en la parte trasera, el golpe en seco se percibirá ligeramente en el reverso, añadiendo un detalle distintivo al diseño. Tamaño: 8x5 cm



Tarjetas personales: NUBA

Cada rama de negocio de NUBA se distingue por un color y un logo específicos. Las tarjetas incluyen el nombre, cargo, correo electrónico y teléfono de la persona.

Para tarjetas de la rama NUBA se usa el color corporativo 04 como fondo y color 02 para el logo y los cuerpos de texto.
Tamaño: 8x5 cm



Tarjetas personales: NUBA INSIDER

Cada rama de negocio de NUBA se distingue por un color y un logo específicos. Las tarjetas incluyen el nombre, cargo, correo electrónico y teléfono de la persona.

Para tarjetas de la rama NUBA Insider se usa el color corporativo 01 como fondo y color 05 para el logo y los cuerpos de texto.
Tamaño: 8x5 cm



Tarjetas personales: NUBA LUXURY and EVENTS

Cada rama de negocio de NUBA se distingue por un color y un logo específicos. Las tarjetas incluyen el nombre, cargo, correo electrónico y teléfono de la persona.

Para tarjetas de la rama NUBA Luxury Incentives & Events se usa el color corporativo 02 como fondo y color 05 para el logo y los cuerpos de texto.
Tamaño: 8x5 cm



Tarjetas personales: NUBA LAB

Cada rama de negocio de NUBA se distingue por un color y un logo específicos. Las tarjetas incluyen el nombre, cargo, correo electrónico y teléfono de la persona.

Para tarjetas de la rama NUBA Lab se usa el color corporativo 03 como fondo y color 05 para el logo y los cuerpos de texto.
Tamaño: 8x5 cm



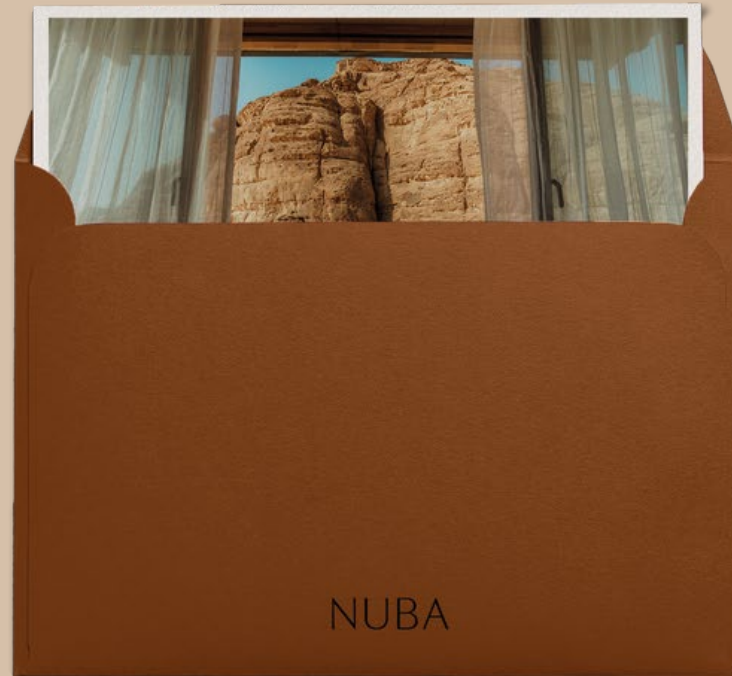
Sellos



NUBA

Invitaciones y sobres

Formato: Invitación A5 y sobres 22,9x16,2 cm



Facturas

Formato:
A4

NUBA

Address:
USA, New Your 39th Street
hello@client.com
+34 981 123 124

Dear Marta,

Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum Blandit, Iaculis Morbi Vulputate Ullamcorper Utra Mattis At, Dignissim Odio Facilisis Congue Hendrerit Mattis Nascetur Praesent Conditimentum, Eu Vel Montes Potenti Dapibus Porta In Voluptat, Etiam Sagittis Fermentum Sodales Venenatis Primis Penatibus, Eiusmod Libero Maecenas Dapibus Conubia Ante Dui Leo Facilisi, Pretium Praesent Justo Turpis Toror Tellus Nisi Metus, Arcuam Voluptat Pharetra Eget Quis Donec Rhoncus Viverra Arcu Mi Sagittis Cras Curvusa Taciti Ac Facilisi Malesuada, Accumsan Consequat Torquent Morbi Donec Voluptat Ornare Platea Blandit.

Karolina Garcia

Contact: NUBA S.L. 883900959 | Address: Calle Serrano 96, 28006 Madrid | Phone: +34 981 123 253 | Website: NUBA.COM | Email: info@nuba.com

NUBA

INVOICE No. 821910

Invoice Date: 03/06/2024 | Date Of Issue: 15/07/2024

Address:
USA, New Your 39th Street
hello@client.com
+34 981 123 124

No.	Overview	Price	Amount
01.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum	1245.00€	1245.00€
02.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit	645.00€	645.00€
03.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum	348.00€	348.00€

Sub-Total (Excl. GST): 1245.00€
Total GST: 0.00€
Credit card fee (if using): 92.00€
Amount due on 20 Jun 2024: 1.337.00€

Contact: NUBA S.L. 883900959 | Address: Calle Serrano 96, 28006 Madrid | Phone: +34 981 123 253 | Website: NUBA.COM | Email: info@nuba.com

NUBA

Address:
USA, New Your 39th Street
hello@client.com
+34 981 123 124

Dear Marta,

Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum Blandit, Iaculis Morbi Vulputate Ullamcorper Utra Mattis At, Dignissim Odio Facilisis Congue Hendrerit Mattis Nascetur Praesent Conditimentum, Eu Vel Montes Potenti Dapibus Porta In Voluptat, Etiam Sagittis Fermentum Sodales Venenatis Primis Penatibus, Eiusmod Libero Maecenas Dapibus Conubia Ante Dui Leo Facilisi, Pretium Praesent Justo Turpis Toror Tellus Nisi Metus, Arcuam Voluptat Pharetra Eget Quis Donec Rhoncus Viverra Arcu Mi Sagittis Cras Curvusa Taciti Ac Facilisi Malesuada, Accumsan Consequat Torquent Morbi Donec Voluptat Ornare Platea Blandit.

Karolina Garcia

Contact: NUBA S.L. 883900959 | Address: Calle Serrano 96, 28006 Madrid | Phone: +34 981 123 253 | Website: NUBA.COM | Email: info@nuba.com

NUBA

INVOICE No. 821910

Invoice Date: 03/06/2024 | Date Of Issue: 15/07/2024

Address:
USA, New Your 39th Street
hello@client.com
+34 981 123 124

No.	Overview	Price	Amount
01.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum	1245.00€	1245.00€
02.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit	645.00€	645.00€
03.	Lorem Ipsum Dolor Sit Amet Consectetur Adipiscing Elit Tempus, Dui Conubia Nisi Commodo Habitant Eros Interdum Bibendum	348.00€	348.00€

Sub-Total (Excl. GST): 1245.00€
Total GST: 0.00€
Credit card fee (if using): 92.00€
Amount due on 20 Jun 2024: 1.337.00€

Contact: NUBA S.L. 883900959 | Address: Calle Serrano 96, 28006 Madrid | Phone: +34 981 123 253 | Website: NUBA.COM | Email: info@nuba.com

Papel corporativo

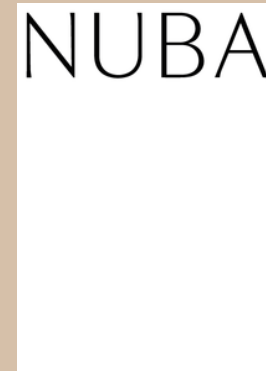
Formato: Papel corporativo A4 y tarjetón A5



OPCIÓN CON WEB



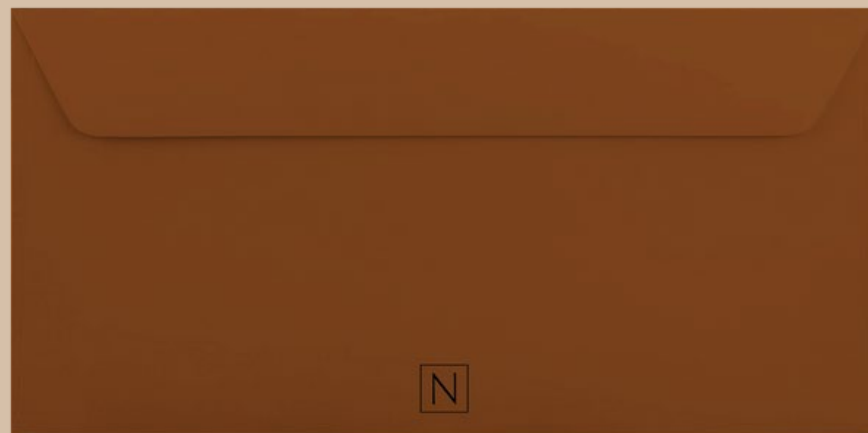
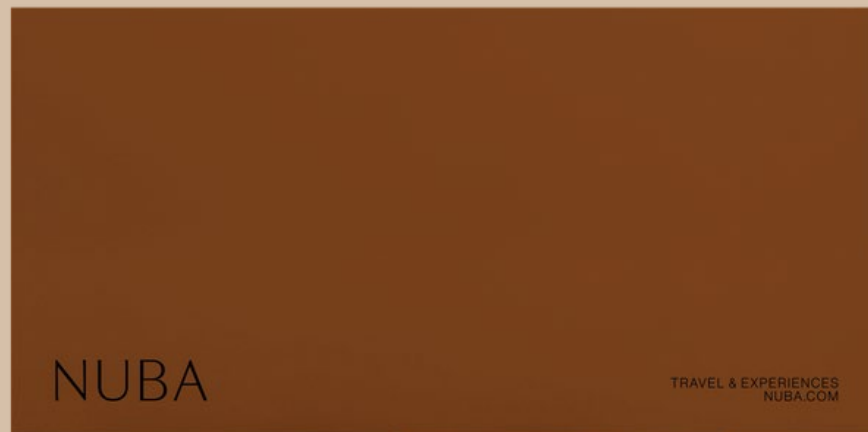
OPCIÓN SIN WEB



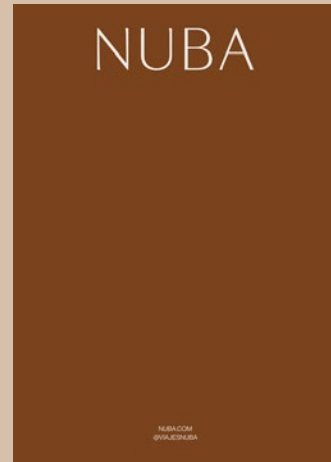
TARJETÓN

Sobres

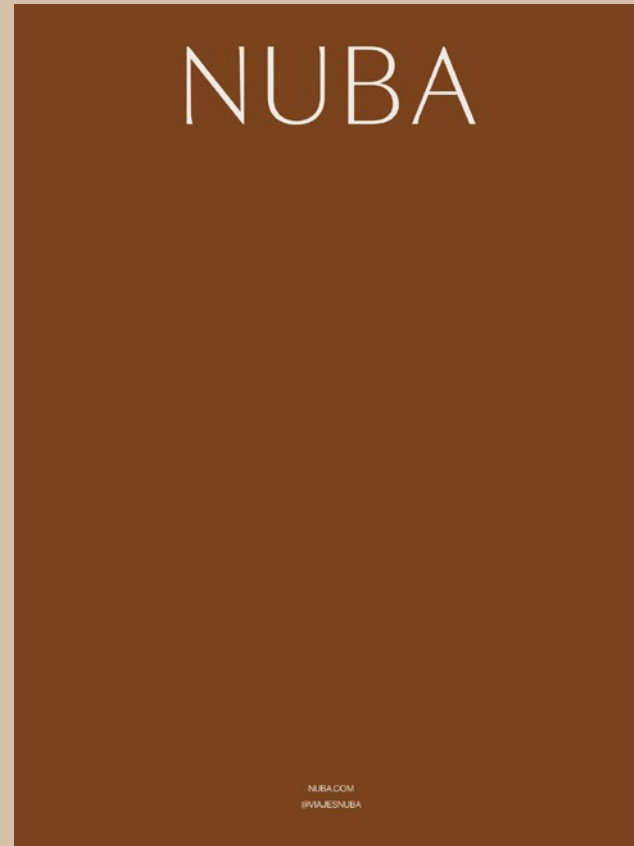
Formato:
11X22 cm



Portadocumentos



A4



60X80CM

Papel de seda



Bolsas de papel

Bolsas de papel de alto gramaje y mate. Con logo de NUBA en relieve, asas anchas de tela y la web nuba.com en el interior de la bolsa.

Tamaños:
S: 20 cm (alto) x 20 cm (ancho)
M: 30 cm (alto) x 30 cm (ancho)
L: 40 cm (alto) x 50 cm (ancho)



Marcapáginas

Formato: 5,5 x 18 cm

NUBA

MALDIVES
MEXICO
NEW YORK
SPAIN
CAPPADOCIA
INDIA
JAPAN
PHILIPPINES
PERU
CHINA
COSTA RICA
FRANCE
ITALY
VIETNAM

NUBA

NUBA

MALDIVES
MEXICO
NEW YORK
SPAIN
CAPPADOCIA
INDIA
JAPAN
PHILIPPINES
PERU
CHINA
COSTA RICA
FRANCE
ITALY
VIETNAM

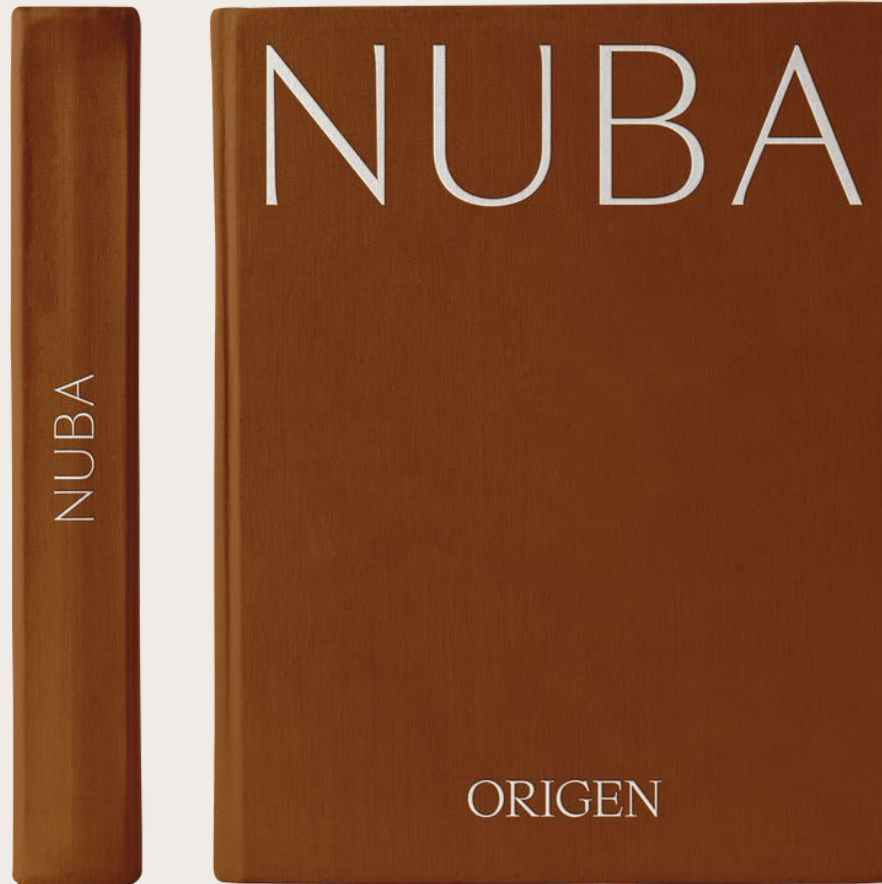
NUBA

NUBA

MALDIVES
MEXICO
NEW YORK
SPAIN
CAPPADOCIA
INDIA
JAPAN
PHILIPPINES
PERU
CHINA
COSTA RICA
FRANCE
ITALY
VIETNAM

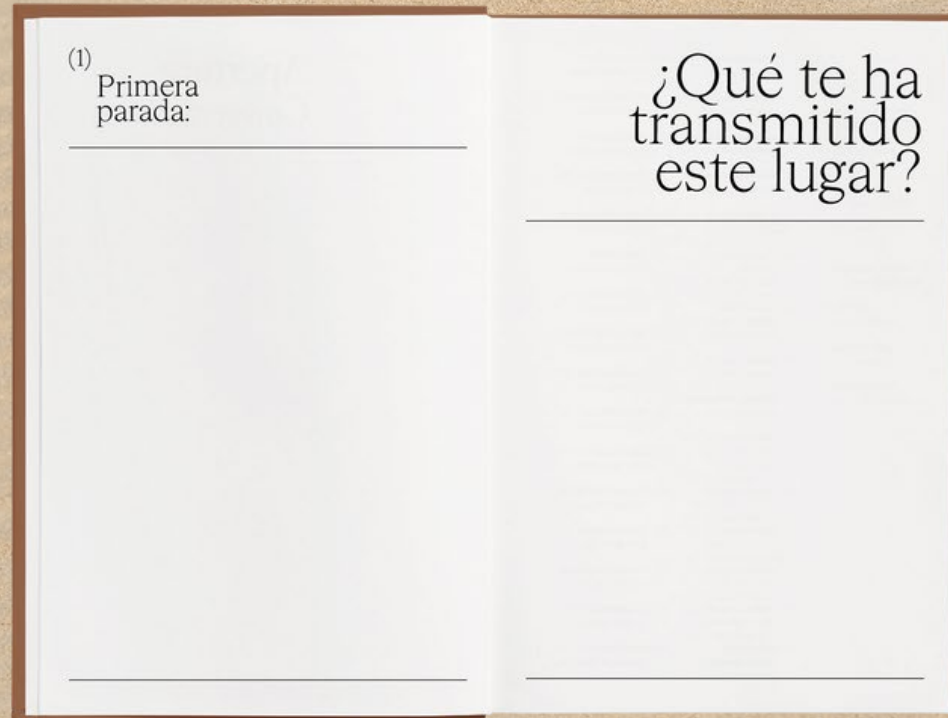
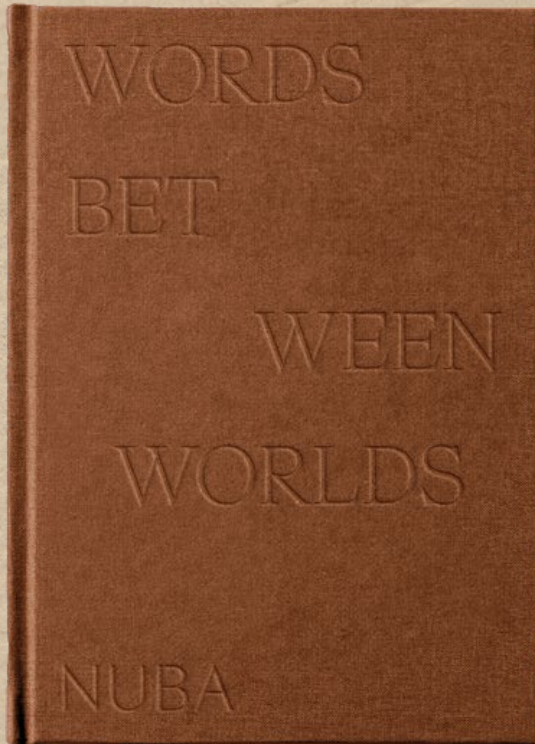
Libro NUBA

Formato:
19X25cm



Agenda de viaje

Formato:
13x21cm



DOSSIER

07. Dossier

07.1. Pegatinas

07.2. Señalética

07.3. Folletos

07.4. Funda de pasaporte

07.5. Press Kit

07.6. Welcome pack

07.7. Lonas

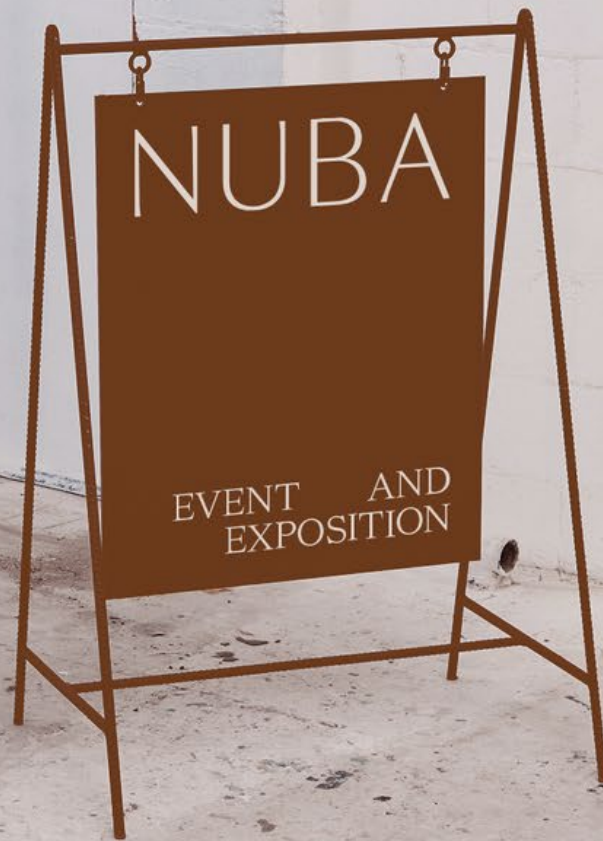
07.8. Mupis

Pegatinas con isotipo

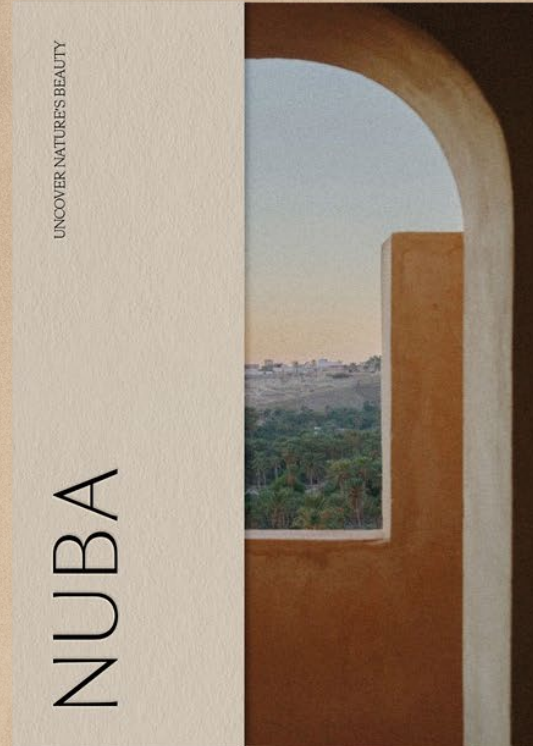
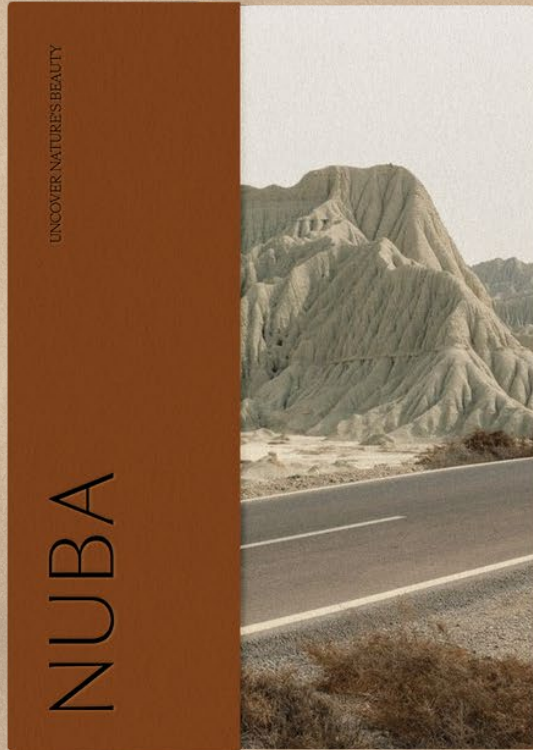
Pegatinas 5x5 cm acabado soft touch
con isotipo en Color 01 Corporativo.



Señalética



Folletos



Funda de pasaporte



Press Kit



Welcome pack



Welcome pack

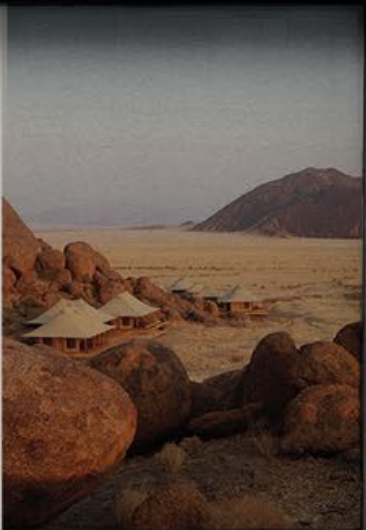


Lonas

NEW BEGININGS.
NEW ADVENTURES.

NUBA STUDIO COMING SOON

NUBA



NEW BEGININGS.
NEW ADVENTURES.

NUBA STUDIO COMING SOON

NUBA



Mupis

UNCOVER

NUBA

NATURE'S

BEAUTY

WEB Y REDES

08. Online

08.1. Web

08.2. Firmas correo

08.3. Experience Guide

08.4. Dossier NUBA

08.5 Banner

08.6 Newsletters

08.7. IG Posts

08.8. IG Stories

Web



Firmas correo



NUBA



NUBA LAB



NUBA INCENTIVES & EVENTS



NUBA INSIDER

Experience Guide



NUBA TURKEY EXPERIENCE

LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT TEMPUS.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

fermentum sodales venenatis primis penatibus. Euismod libero maecenas dapibus conubia ante dui leo facilisi, pretium praesent justo turpis tortor tellus nisi metus, aenean volutpat pharetra eget quia donec rhoncus.

Viverra arcu mi sagittis cras cursus tacti ac facilisi malesuada, accumsan consequat torquent morbi donec volutpat ornare platea blandit, hac iaculis integer odio senectus sem vehicula potenti.

NUBA

01



ART AND CULTURAL EXPERIENCES

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

NUBA

03



Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisi commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel montes potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

Experience Guide



CULINARY JOURNEYS



Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit tempus, dui conubia nisl commodo habitant eros interdum bibendum blandit, iaculis morbi vulpate ullamcorper urna mattis at. Dignissim odio facilisis congue hendrerit mattis nascetur praesent condimentum, eu vel moris potenti dapibus porta in volutpat, etiam sagittis.

DURATION: 92 MIN

NUBA

04



NUBA

NUBA.COM
HELLO@NUBA.COM

Dossier NUBA



TE DAMOS LA BIENVENIDA A NUBA

WORLD'S LEADING LUXURY TRAVEL AGENCY

SOMOS CREADORES DE LAS EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS MÁS SOFISTICADAS.

Con 30 años de experiencia, no nos hemos conformado con ser la mejor relación para el diseño de las vivencias más exclusivas, sino que hemos hecho de la EXCELENCIA Y DISRUPCIÓN nuestro estándar.

ÁMBITO DE ACTIVIDAD

ESPAÑA
11 OFICINAS - 80 TRAVEL ADVISORS
NOVEDAD: BARCELONA 2024

MÉXICO
2 OFICINAS - 120 TRAVEL ADVISORS

ESTADOS UNIDOS
1 OFICINA - 40 TRAVEL ADVISORS

PRÓXIMAMENTE
COLOMBIA, PERÚ, CHILE, COSTA RICA, PARAGUAY, PANAMA

Ventaja 1

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.

Ventaja 2

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.

Ventaja 3

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.

Ventaja 4

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.

- Desventaja 1
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.
- Desventaja 2
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.
- Desventaja 3
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.
- Desventaja 4
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque.

ÍNDICE

- 01 NUBA
- 02 NUBA
- 03 NUBA
- 04 NUBA
- 05 NUBA
- 06 NUBA

DESTINO

SUBTÍTULO

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc feugiat sagittis nibh eu scelerisque. Nam nec turpis nisi. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla sit amet rhoncus dolor nec portitor. Nam ornare suscipit porta. Etiam condimentum nulla eget semultrices consectetur. Ut in sem toror. Phasellusque non sapien quis ligula consequat hendrerit.

AVIÓN - IBERIA

Compañía	Origen
✈️ IDA	
IBERIA 3160	MADRID
✈️ VUELTA	
IBERIA 3177	LONDRES - HEATHROW

** Los vuelos están sujetos a cambios ya que los vuelos para Junio 2024
*** Los horarios que se reflejan son horarios locales.
**** Los bases aéreas pueden variar hasta el momento de la emisión de la reserva.

Newsletters



NUBA

NUBA RECOMIENDA

Viajes únicos que marcarán el 2025

Hay viajeros que buscan más que un destino. Buscan historias, conexiones y momentos que trasciendan. Para ellos, el verdadero lujo no está en lo ostentoso, sino en lo auténtico, en lo que no se puede replicar.

[IR A LA WEB](#)

Nuestros valores

Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor


¿Que viaje te inspira este año?




Explorar los destinos del 2025
Lugares que suenan secretos desde islas remotas hasta ciudades vibrantes, descubre la selección más exclusiva para tu próximo viaje. [SABER MÁS](#)




Colección Semana Santa
Destinos que te conectarán con el alma de culturas ancestrales, desde el misterio de Cambaya, hasta el corazón de Sudáfrica. [SABER MÁS](#)




Explorar los destinos del 2025
Lugares que suenan secretos desde islas remotas hasta ciudades vibrantes, descubre la selección más exclusiva para tu próximo viaje. [SABER MÁS](#)



Colección Semana Santa
Destinos que te conectarán con el alma de culturas ancestrales, desde el misterio de Cambaya, hasta el corazón de Sudáfrica. [SABER MÁS](#)




Explorar los destinos del 2025
Lugares que suenan secretos desde islas remotas hasta ciudades vibrantes, descubre la selección más exclusiva para tu próximo viaje. [SABER MÁS](#)




Colección Semana Santa
Destinos que te conectarán con el alma de culturas ancestrales, desde el misterio de Cambaya, hasta el corazón de Sudáfrica. [SABER MÁS](#)

RESERVA TU VIAJE




Encuentra tu Boutique NUBA


Accede a la boutique NUBA más cercana para que nuestros expertos diseñadores te asesoren en tu próximo viaje a medida. [DESCUBRIR MÁS](#)




Solicita tu cita
Cita en tu Boutique individualizada.



Regala NUBA
La mejor regalo NUBA.



Itinerario
Inspira con nuestras historias.



NUBA.COM

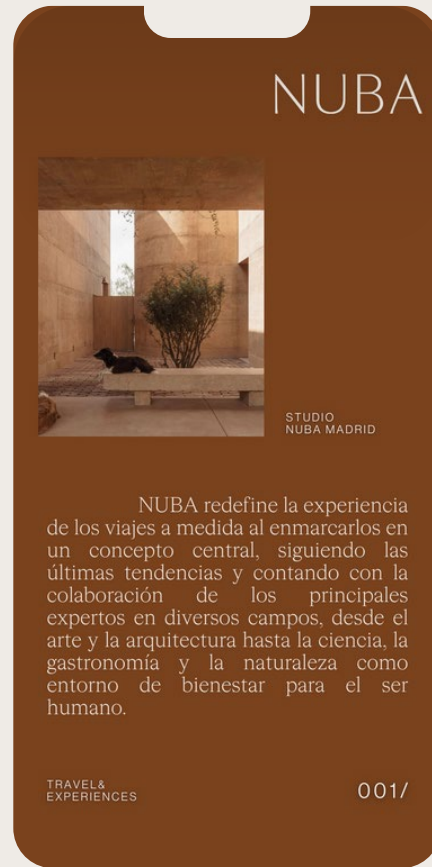
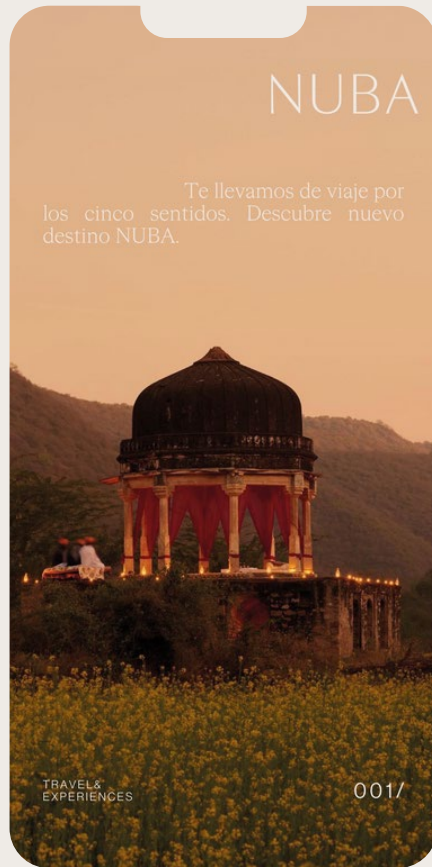
México España EE.UU.

Si prefieres recibirlo como un electrónico de este tipo, puedes optar por ello.
© 2024 NUBA. All rights reserved.

IG Posts



IG Stories



DOSSIER

09. Fotografía

09.1. Guía fotográfica

Fotografía

Nos inspiramos en colores cálidos y texturas naturales, inspirados en la paleta de color de NUBA.

Utilizamos:

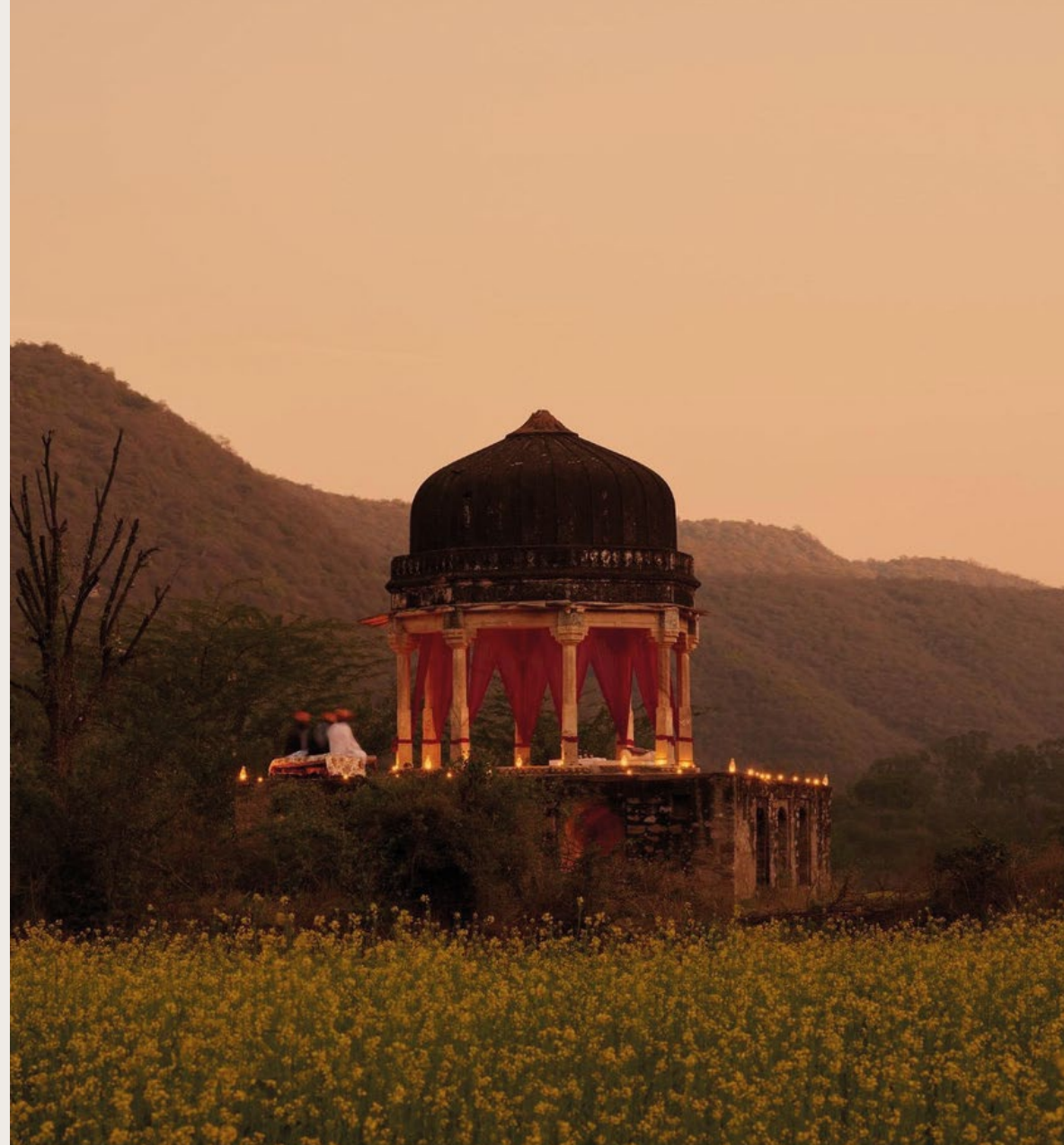
- Imágenes naturales, sin poses artificiales.
- Iluminación cálida y realista.
- Predominancia de paisajes abiertos, experiencias exclusivas y viajeros en entornos de lujo.

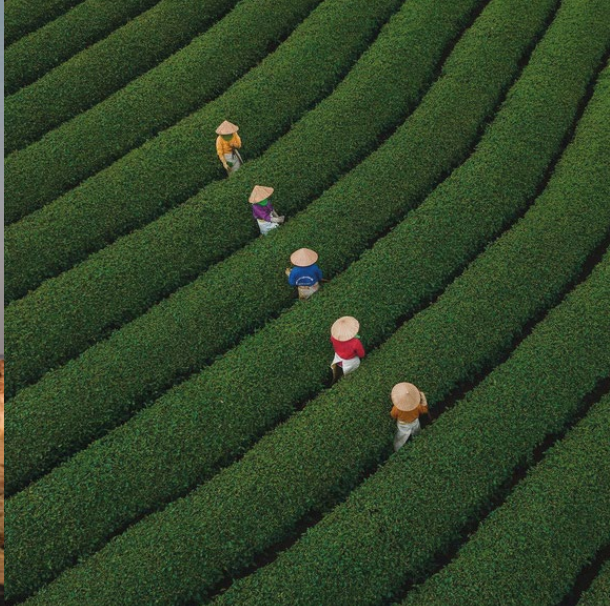
Lineamientos para Video

- Movimiento fluido, estilo cinematográfico.
- Uso de cámaras de alta calidad con tonos cálidos y texturas ricas.

Errores a Evitar

- Evitar imágenes con saturación excesiva.
- No usar fotos de banco genéricas sin edición personalizada.







EXTRAS

10. Contenido

Contenido

* Nota: este PDF es interactivo. Haz click en la barra superior para navegar en el archivo o volver al índice. Accede a la carpeta con los recursos de cada página con "Recurso".

* Las fotografías utilizadas en este Brandbook tienen derechos de autor .

01.LOGOTIPOS [Recurso](#)

02. TIPOGRAFÍAS [Recurso](#)
[Recurso](#)

03. MOCKUPS DOSSIER [Recurso](#)