

Brand Guidelines *v1.0*

NOLAB.

Contents.

- 01. Brand Overview
- 02.Brand Foundation
- 03. Logo System
- 04. Color Palette
- 05. Typography
- 06. Photography Style
- 07.Visual Language
- 08.Digital Experience
- 09.Applications
- 10. AI Design Guidelines

01. Brand *Overview.*

1.1 QUIÉNES SOMOS

NOLAB es un ecosistema inmobiliario internacional de carácter premium. Más que una inmobiliaria tradicional, conecta a las personas con propiedades excepcionales, destinos seleccionados y oportunidades de inversión alrededor del mundo.

Entendemos el sector inmobiliario como una experiencia de pertenencia, legado y evolución personal, donde cada selección responde a un criterio humano, una visión global y una perspectiva de largo plazo.

1.2 FILOSOFÍA

Más que un tagline, es la filosofía que guía a **NOLAB**.

Live Beyond representa la búsqueda de nuevas posibilidades, experiencias extraordinarias y una visión que trasciende lo convencional.

Belong representa la conexión con lugares, personas y experiencias que generan un verdadero sentido de pertenencia.

Juntas, estas dos ideas definen la manera en que seleccionamos propiedades, destinos y oportunidades alrededor del mundo.

Porque no se trata únicamente de dónde vivir.

Se trata de descubrir dónde pertenecer.

Live Beyond.

Trascendencia

Exploración

Evolución

Visión Global

Belong.

Pertenencia

Comunidad

Afinidad

Legado

Conexión

1.3 POSICIONAMIENTO

NOLAB ocupa la intersección entre el sector inmobiliario, la inversión y el estilo de vida global.

Como ecosistema inmobiliario internacional, selecciona propiedades, destinos y oportunidades que responden a una visión compartida de pertenencia, legado y evolución personal.

No se define por la cantidad de opciones que ofrece, sino por el criterio con el que las selecciona.

1.4 ATRIBUTOS DE MARCA

Somos

Premium · Contemporáneos · Sofisticados · Internacionales · Editoriales · Selectivos · Tecnológicos · Humanos

No Somos

Ostentosos · Tendencia Pasajera · Inaccesibles · Genéricos · Corporativos · Masivos · Fríos · Transaccionales

02.

Brand *Fundations*.

2.1 PRINCIPIOS

Curated, not crowded

NOLAB prioriza la selección sobre la cantidad. Cada propiedad, destino u oportunidad responde a un criterio definido y una visión de largo plazo.

Timeless, not trendy

La marca busca permanencia. Evita tendencias visuales pasajeras y favorece soluciones capaces de mantenerse relevantes con el tiempo.

Human, not transactional

Las relaciones están por encima de las transacciones. La comunicación debe transmitir cercanía, confianza y pertenencia.

Global, not generic

La visión es internacional, pero cada experiencia debe sentirse relevante y contextualizada.

Sophisticated, not ostentatious

La elegancia proviene de la calidad, el detalle y la curaduría, nunca de la exageración.

Editorial, not corporate

La marca comunica como una publicación de referencia, no como una empresa tradicional.

2.2 VISUAL FOUNDATIONS

Arquitectura Contemporánea

La arquitectura es una de las principales fuentes de inspiración de NOLAB.

Espacios abiertos, líneas limpias, materiales honestos y una estética atemporal transmiten sofisticación, permanencia y visión de largo plazo.



Editorial Expression

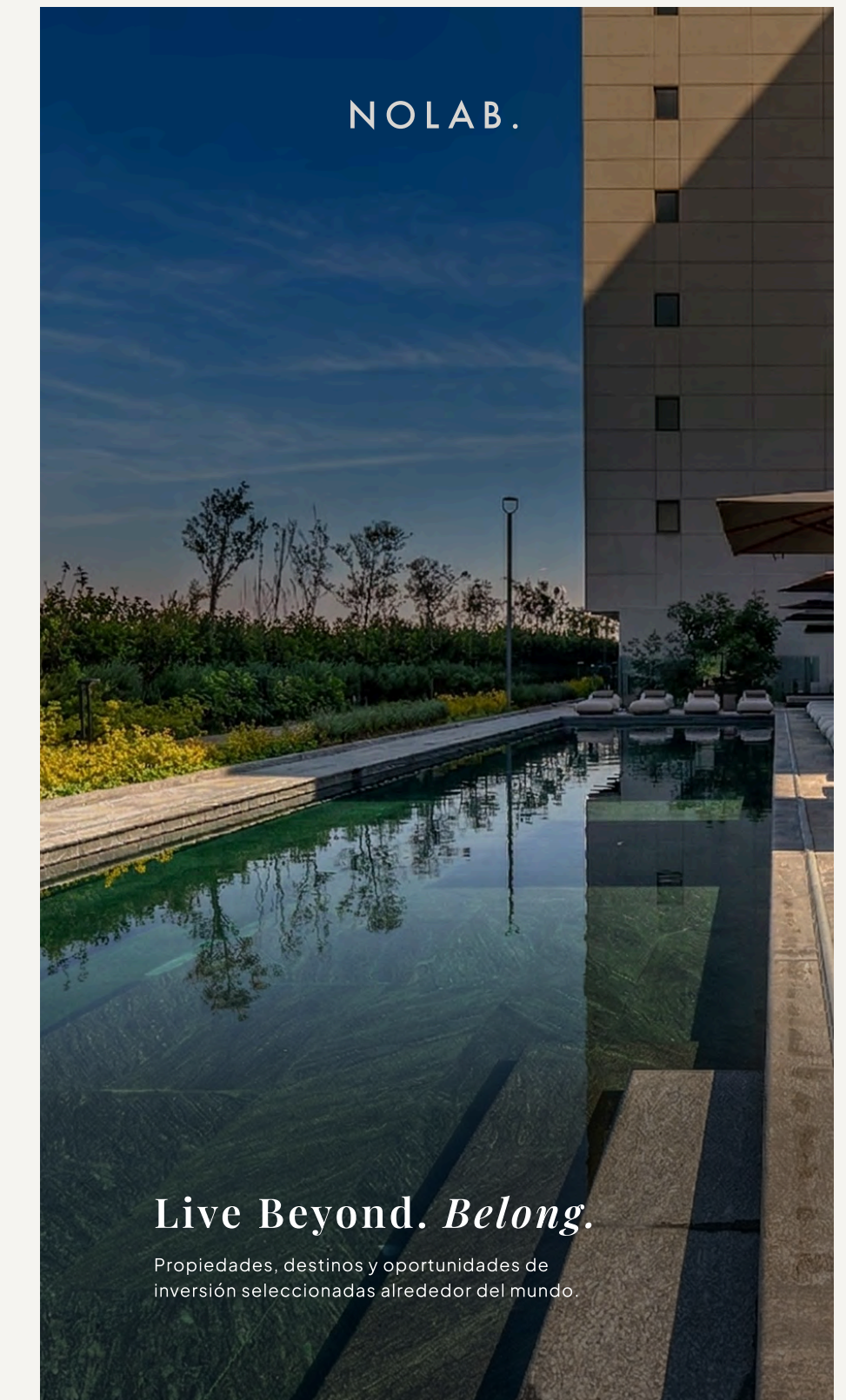
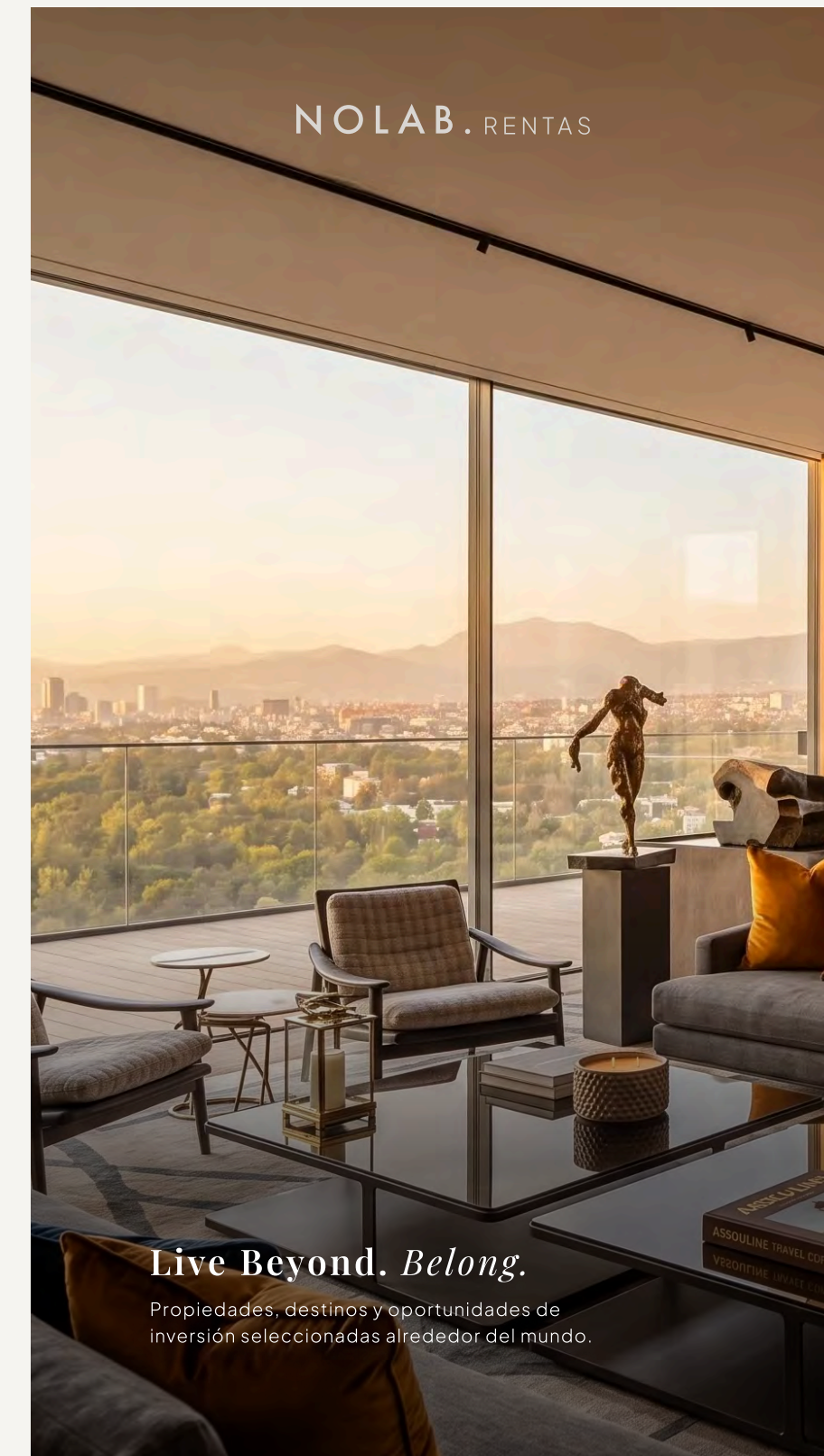
NOLAB comunica con la sensibilidad de una publicación editorial.

La jerarquía visual, el uso del espacio, la fotografía y el contenido trabajan juntos para construir una narrativa, no una promoción.

Cada pieza debe sentirse cuidadosamente editada, donde la calidad de la selección importa más que la cantidad de información presentada.

CARACTERÍSTICAS

- ✓ Mucho espacio negativo
- ✓ Titulares protagonistas
- ✓ Fotografía dominante
- ✓ Ritmo pausado
- ✓ Composición asimétrica
- ✓ Pocas palabras



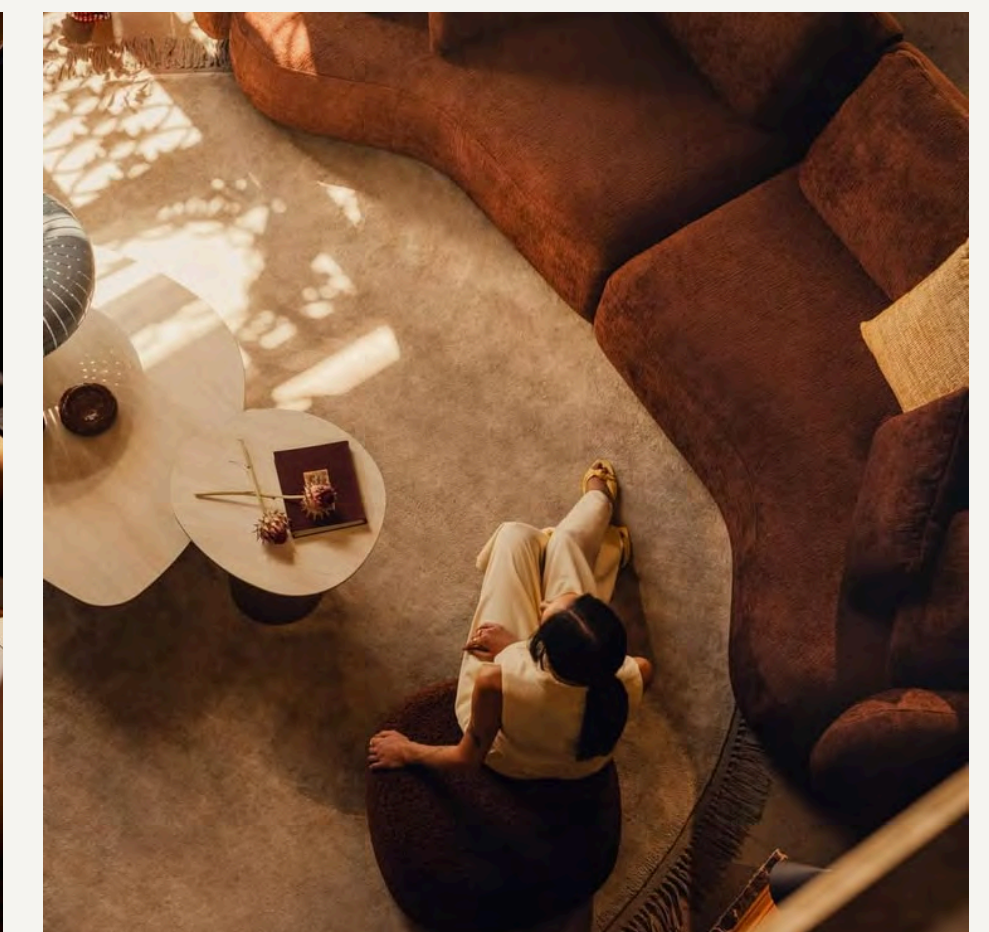
Global Lifestyle

NOLAB representa una visión internacional del habitar.

La comunicación debe transmitir apertura, descubrimiento y conexión con diferentes culturas, ciudades y destinos alrededor del mundo.

CARACTERÍSTICAS

- ✓ Destinos internacionales
- ✓ Experiencias auténticas
- ✓ Diversidad cultural
- ✓ Personas habitando espacios
- ✓ Sentido de descubrimiento
- ✓ Lifestyle aspiracional pero realista



Curated Experiences

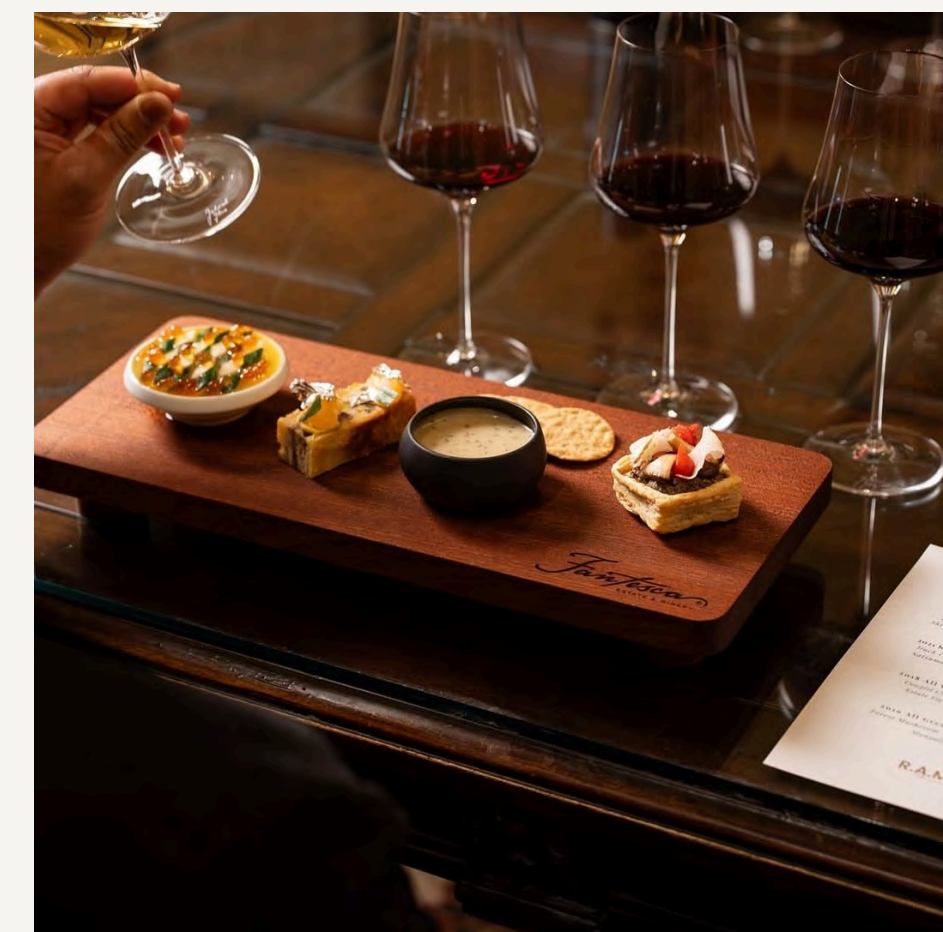
Cada punto de contacto debe sentirse seleccionado.

La marca comunica criterio, no abundancia.

Calidad antes que cantidad.

CARACTERÍSTICAS

- ✓ Experiencias cuidadosamente seleccionadas
- ✓ Conexión con la cultura local
- ✓ Hospitalidad premium
- ✓ Descubrimiento guiado
- ✓ Atención al detalle



2.3 TIMELESS DESIGN

NOLAB busca construir una identidad capaz de mantenerse relevante a través del tiempo.

Editorial Typography

Playfair Display aporta carácter, sofisticación y una sensibilidad editorial.

Plus Jakarta Sans aporta claridad, funcionalidad y versatilidad digital.

Restrained Color Palette

La paleta utiliza una base neutra y sofisticada complementada por un color de acento distintivo.

Purposeful White Space

El espacio negativo es un elemento fundamental del sistema.

Permite que el contenido respire, establece jerarquías claras y refuerza la sensación de exclusividad y confianza.

Editorial Composition

Las composiciones priorizan ritmo, equilibrio y narrativa visual.

Human-Centered Simplicity

La simplicidad implica que cada elemento cumple una función y contribuye a una experiencia más intuitiva, elegante y duradera.

NOLAB.

Live Beyond. *Belong.*

03. Logo *System*.

3.1 LOGO PRINCIPAL

El logotipo de NOLAB se construye a partir de un wordmark contemporáneo y un punto distintivo que aporta reconocimiento y consistencia dentro del sistema visual de la marca.



NOLAB.



NOLAB.

3.2 BRAND SIGNATURE

El punto representa el inicio de una conexión.

Dentro del sistema visual de NOLAB funciona como un elemento de reconocimiento y como referencia al origen de nuevas experiencias, relaciones y oportunidades.

N O L A B .

Live Beyond. *Belong.*

3.3 CLEAR SPACE

El área de protección del logotipo se define a partir de la altura total de la letra N del wordmark.

Esta medida, denominada x, debe mantenerse libre de cualquier elemento gráfico, tipográfico o borde que pueda comprometer la visibilidad y presencia de la marca.



3.4 MINIMUM SIZE

Para garantizar la legibilidad y reconocimiento de la marca, el logotipo no debe reproducirse por debajo de los tamaños mínimos establecidos.

WORDMARK

Digital



80 px

Impresión



20 mm

BRAND SIGNATURE

Digital



Live Beyond. *Belong.*

180 px

Impresión



Live Beyond. *Belong.*

40 mm

3.5 COLOR VARIATIONS

Versiones permitidas.

Primary

NOLAB.

Monochrome Dark

NOLAB.

Reverse

NOLAB.

Monochrome Light

NOLAB.

3.6 INCORRECT USAGE

No Hacer

NOLAB.

No Añadir Efectos

NOLAB.

No usar colores fuera de la paleta de color oficial

NOLAB.

No alterar las proporciones

NOLAB.

No usar el logotipo en su versión de contorno.

NOLAB.

No rotar

NOLAB.

No usar una tipografía diferente a la oficial.

3.7 BUSINESS VERTICALS

NOLAB opera como un ecosistema compuesto por distintas verticales de negocio.

Todas las verticales comparten la identidad visual principal de la marca, garantizando consistencia, reconocimiento y una experiencia unificada en cada punto de contacto.

La arquitectura se construye a partir del wordmark NOLAB acompañado por el nombre de cada vertical.

NOLAB.RENTAS

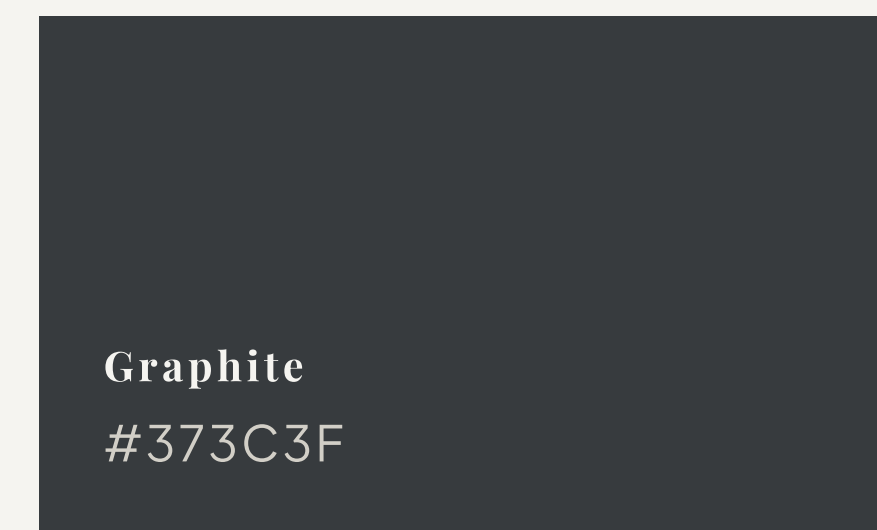
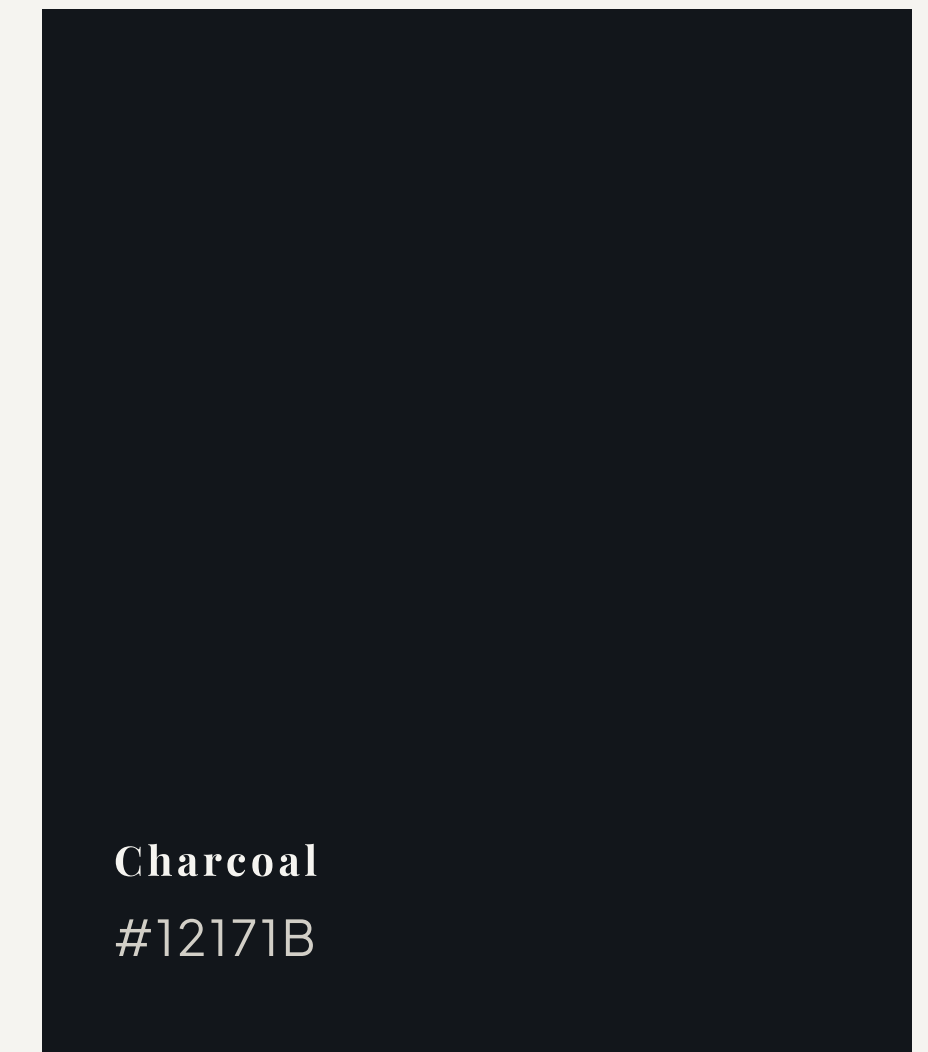
NOLAB.FRACTIONAL

04.

Color *Palette.*

4.1 CORE PALETTE

La paleta principal de NOLAB combina tonos sobrios y atemporales que transmiten confianza, sofisticación y claridad. Los colores han sido seleccionados para crear una identidad flexible, contemporánea y duradera, donde el contenido, la fotografía y la experiencia ocupan el papel principal.



4.2 VERTICAL COLORS

Las verticales de negocio utilizan colores complementarios para facilitar su identificación dentro del ecosistema NOLAB, manteniendo siempre una relación visual consistente con la identidad principal de la marca.

NOLAB.RENTAS

Forest
#2F4A3E



NOLAB.FRACTIONAL

Terracotta
#9E654E

4.3 COLOR DISTRIBUTION

80%
Neutral
PORCELAIN LIGHT

10%
Dark Sections
CHARCOAL

3%
Accent
NOLAB BLUE

7%
Text
GRAPHITE

El color de acento debe utilizarse con intención. Su efectividad depende de la moderación y el contraste con el resto del sistema.

05. Typography.

5.1 TYPE SYSTEM

Primary Typeface

Playfair Display - Utilizada para titulares, mensajes editoriales y expresiones de marca.

Aporta sofisticación, carácter y una sensibilidad atemporal.

La palabra clave dentro de un titular puede destacarse mediante el uso de cursiva para reforzar el mensaje principal.

Playfair Display - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Playfair Display - Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Playfair Display - Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Secondary Typeface

Plus Jakarta Sans - Utilizada para textos, interfaces y comunicación funcional.

Aporta claridad, legibilidad y versatilidad en entornos digitales.

Plus Jakarta Sans - Extralight

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Plus Jakarta Sans - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Plus Jakarta Sans - Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Plus Jakarta Sans - Light italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Brand Wordmark

Futura- Utilizada exclusivamente para el wordmark de la marca y sus extensiones.

NOLAB.

NOLAB.RENTAS

NOLAB.FRACTIONAL

H1 – 76/106

Live Beyond. *Belong.*

H2 – 40 / 166

Live Beyond. *Belong.*

H3 – 10 / 106

Live Beyond. *Belong.*

Body Large – 18/162

Propiedades, destinos y oportunidades de inversión
seleccionadas alrededor del mundo.

Body – 16/162

Propiedades, destinos y oportunidades de inversión seleccionadas
alrededor del mundo.

Caption – 10/135

Propiedades, destinos y oportunidades de inversión seleccionadas alrededor del mundo.

5.2 TYPE HIERARCHY

5.3 BEST PRACTICES

- ✓ Amplio espacio entre elementos
- ✓ Jerarquías claras
- ✓ Uso moderado de cursivas
- ✓ Contraste entre serif y sans

- ✗ Más de dos familias tipográficas
- ✗ Jerarquías confusas
- ✗ Uso excesivo de negritas
- ✗ Mezclar múltiples estilos decorativos

Live Beyond. *Belong.*

Propiedades, destinos y oportunidades de inversión seleccionadas alrededor del mundo.

06. Photography *Style*.

La fotografía es uno de los principales vehículos de expresión de la marca.

Cada imagen debe transmitir pertenencia, descubrimiento y sofisticación a través de una mirada editorial, humana y contemporánea.

Más que mostrar propiedades, la fotografía debe comunicar experiencias, aspiraciones y una forma de habitar el mundo.

6.1 PRINCIPIOS

Editorial, not promotional

Las imágenes deben sentirse como parte de una publicación editorial, no como una pieza publicitaria.

Human, not staged

Las personas deben sentirse auténticas y naturales, evitando poses forzadas o situaciones artificiales.

Curated, not crowded

Cada fotografía debe enfocarse en un mensaje claro, evitando la saturación visual.

Aspirational, not ostentatious

La fotografía debe inspirar sin recurrir a símbolos evidentes de lujo o estatus.

6.2 PHOTOGRAPHY PILLARS

01. Contemporary Architecture

La arquitectura es protagonista dentro del universo visual de NOLAB. Las imágenes deben destacar diseño contemporáneo, materiales nobles, amplitud espacial y una conexión natural con el entorno.

Características

- ✓ Líneas limpias
- ✓ Luz natural
- ✓ Relación interior-exterior
- ✓ Arquitectura integrada al paisaje
- ✓ Materiales auténticos



02. Global Lifestyle

NOLAB representa una visión global del habitar.

Las imágenes deben transmitir exploración, cultura y una forma de vida conectada con diferentes destinos y experiencias alrededor del mundo.

Características

- ✓ Destinos internacionales
- ✓ Descubrimiento cultural
- ✓ Viaje con propósito
- ✓ Momentos auténticos
- ✓ Sentido de pertenencia



03. Curated Experiences

Cada experiencia debe sentirse cuidadosamente seleccionada.
La fotografía debe comunicar hospitalidad, comunidad y momentos significativos que reflejen el criterio y la atención al detalle de la marca.

Características

- ✓ Gastronomía
- ✓ Hospitalidad Premium
- ✓ Networking
- ✓ Experiencias exclusivas



04. Human Connection

Las personas forman parte esencial de la experiencia NOLAB.

La fotografía debe mostrar interacciones naturales y auténticas, evitando poses artificiales o escenas excesivamente producidas.

Características

- ✓ Personas habitando espacios
- ✓ Conversaciones reales
- ✓ Comunidad
- ✓ Calidez
- ✓ Autenticidad



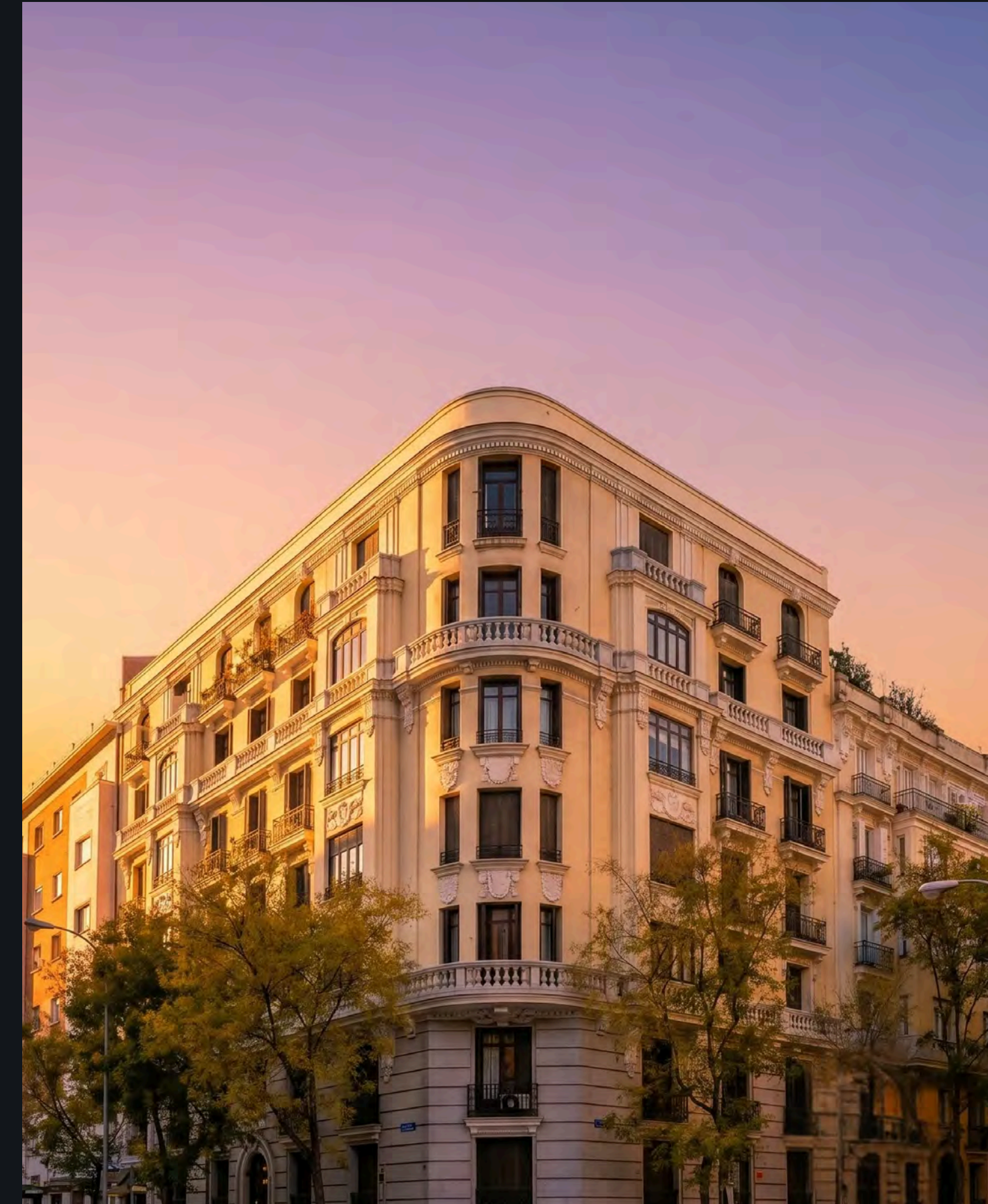
6.3 VISUAL CHARACTERISTICS

Use

- ✓ Luz natural
- ✓ Composición editorial
- ✓ Espacio negativo
- ✓ Tonos cálidos y neutros
- ✓ Escenarios reales
- ✓ Perspectivas amplias
- ✓ Momentos auténticos

Avoid

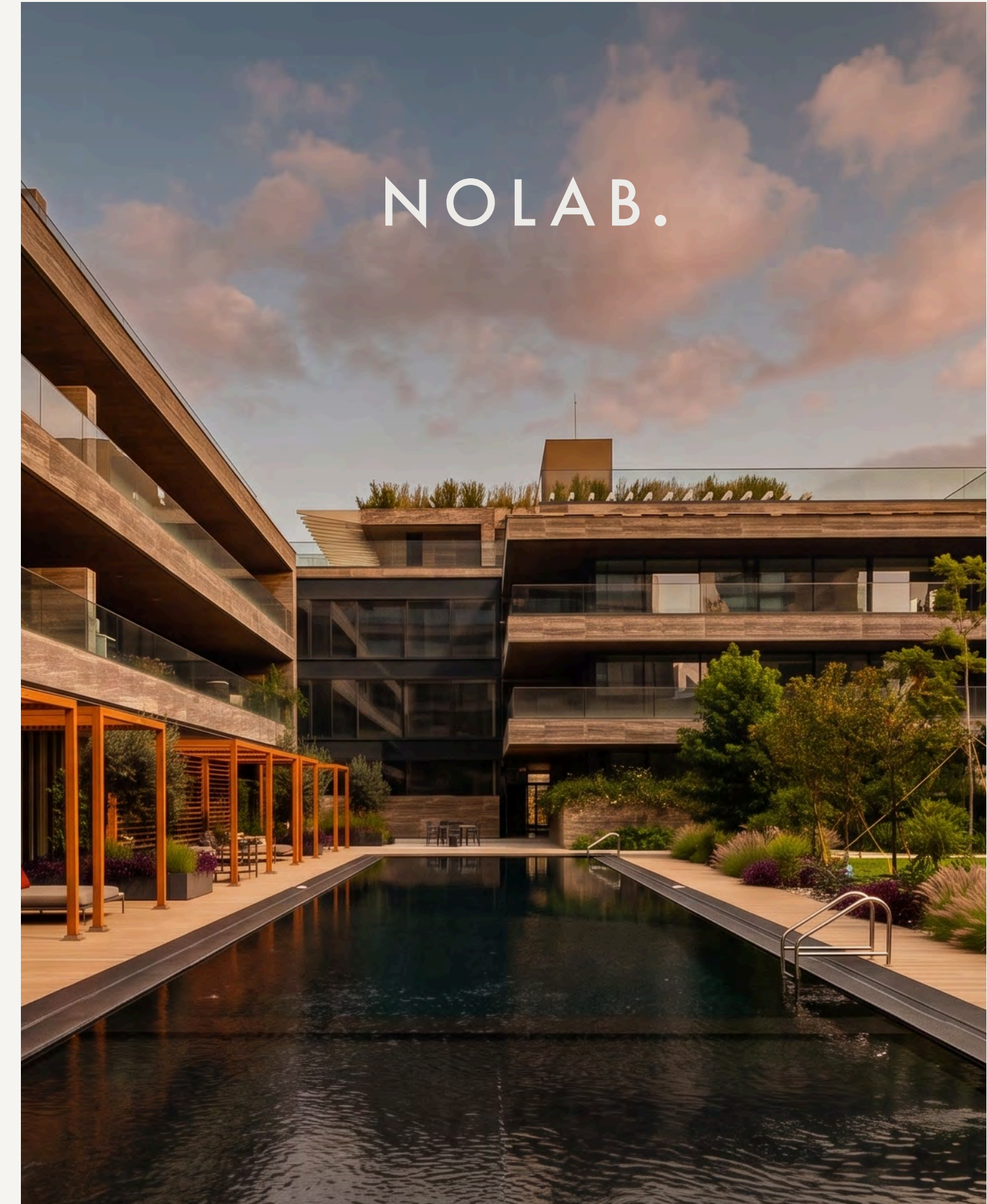
- ✗ Fotografías de stock evidentes
- ✗ Agentes inmobiliarios posando
- ✗ Grupos mirando a cámara
- ✗ Lujo ostentoso
- ✗ Saturación visual
- ✗ Edición excesiva



6.2 LOGO ON PHOTOGRAPHY

La versión en blanco del logotipo puede utilizarse sobre imágenes fotográficas siempre que exista suficiente contraste para garantizar su legibilidad.

Se recomienda posicionarlo sobre áreas limpias de la imagen y evitar fondos visualmente complejos.



07. Visual *Language*.

El lenguaje visual de NOLAB combina sensibilidad editorial, claridad contemporánea y una composición cuidadosamente curada. Cada pieza debe transmitir sofisticación, pertenencia y criterio a través del uso intencional del espacio, la tipografía, la fotografía y los elementos distintivos del sistema.

7.1 COMPOSITION PRINCIPLES

Spacious Composition

Las composiciones deben respirar. El espacio negativo es un recurso estructural del sistema, no un vacío a llenar.

Editorial Balance

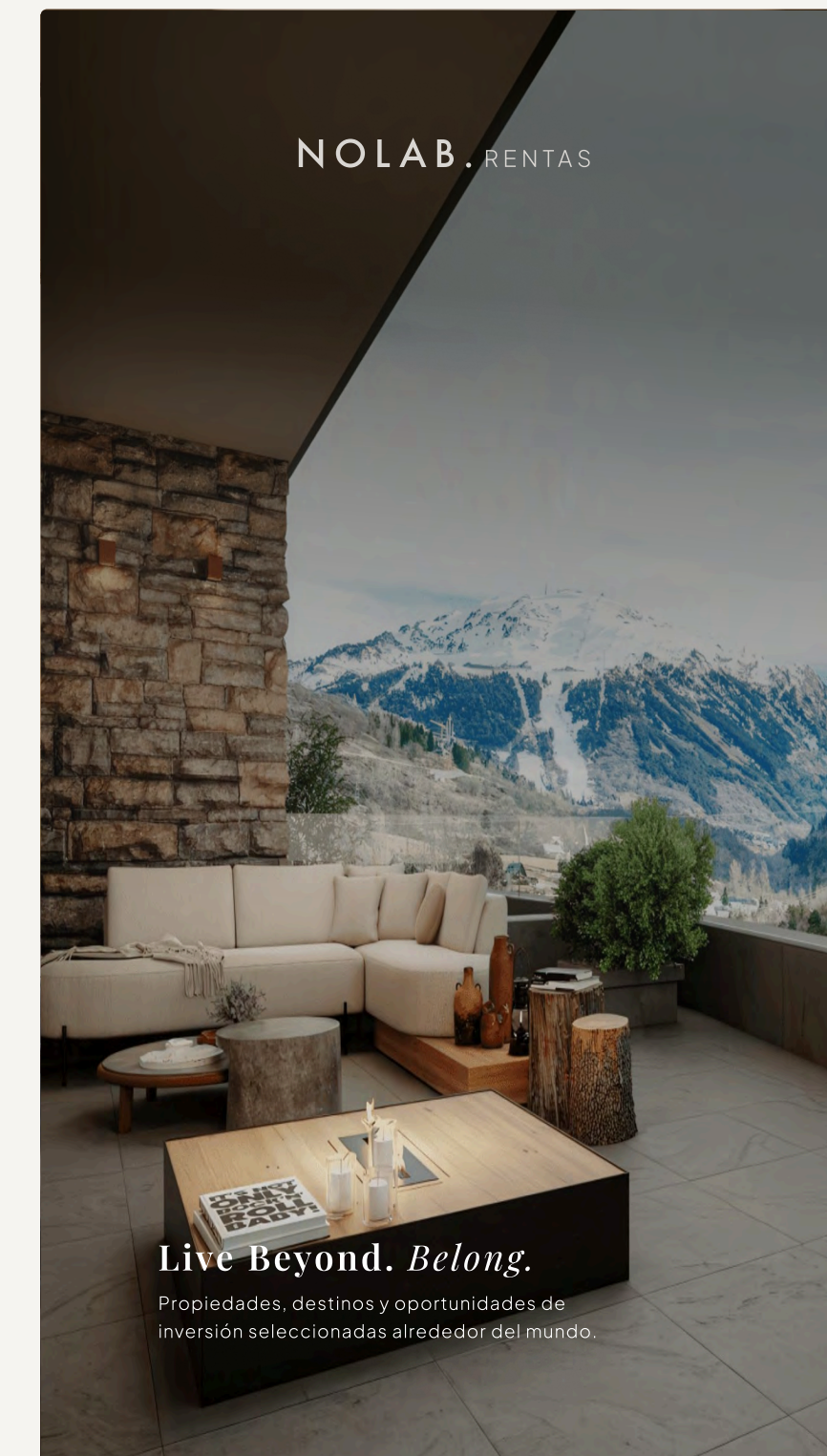
La jerarquía visual debe construirse con ritmo, contraste y equilibrio, priorizando una lectura clara y pausada.

Clear Focal Point

Cada pieza debe tener un punto de atención principal: una imagen, un titular o un mensaje clave.

Intentional Restraint

La marca prioriza claridad sobre abundancia. Menos elementos, mejor seleccionados.



Cada pieza debe sentirse cuidadosamente editada, evitando la saturación visual y favoreciendo una experiencia más cercana a una publicación editorial que a una comunicación promocional.

7.3 GRAPHIC ELEMENTS

The Dot

El punto distintivo es el elemento gráfico más reconocible del sistema NOLAB. Puede utilizarse como acento visual, recurso de navegación o marca de énfasis, siempre de forma sutil y consistente.

Dividers & Rules

Las líneas delgadas pueden utilizarse para dividir contenido, estructurar layouts o reforzar jerarquías, manteniendo siempre una apariencia limpia y discreta.

Framing & Spacing

Los márgenes amplios, bloques bien contenidos y estructuras modulares forman parte del carácter visual de la marca.

CALA VEDELLA · IBIZA · ISLAS BALEARES

Casa Tarida *II*.

Un refugio frente a Cala Tarida — arena blanca, aguas turquesas y atardeceres de ensueño.

3 Recámaras	2 Baños	100 m²
-------------	---------	--------

DESDE · FRACCIÓN 1/8	ENTREGA INMEDIATA
----------------------	-------------------

175.000 €

7.5 USE OF CONTRAST / TONE

Serif + Sans

La tensión entre Playfair y Plus Jakarta construye el tono editorial de la marca.

Dark + Light

La alternancia entre fondos oscuros y claros ayuda a crear ritmo y sofisticación.

Bold image + restrained layout

La fotografía puede ser protagonista, pero la composición debe mantenerse contenida.



08. Digital *Experience*.

La experiencia digital de NOLAB traslada los principios de la marca a entornos funcionales e interactivos.

Las interfaces deben conservar la misma sensación de claridad, sofisticación y criterio presente en el sistema visual, priorizando composiciones limpias, jerarquías claras y una navegación intuitiva.

Cada interacción debe sentirse editorial, contemporánea y cuidadosamente curada.

8.1 INTERFACE PRINCIPLES

Spacious by design

La interfaz debe respirar. Los márgenes, paddings y espacios entre bloques son parte esencial de la experiencia.

Clear hierarchy

La relación entre titulares, texto, acciones e imágenes debe ser evidente y fácil de recorrer.

Editorial restraint

La interfaz evita la saturación de componentes, colores o recursos visuales innecesarios.

Guided navigation

La experiencia debe sentirse simple, intuitiva y curada, ayudando al usuario a recorrer contenido, propiedades y oportunidades con claridad.

8.2 SPACING SYSTEM

Spacing

El espacio es un elemento estructural dentro de la experiencia digital de NOLAB.

Las interfaces deben construirse a partir de una escala consistente de espaciado que permita generar ritmo, claridad y una sensación de amplitud dentro de cada layout.

El uso generoso del espacio refuerza el carácter editorial y contemporáneo de la marca, facilitando una lectura más limpia y una navegación más intuitiva.

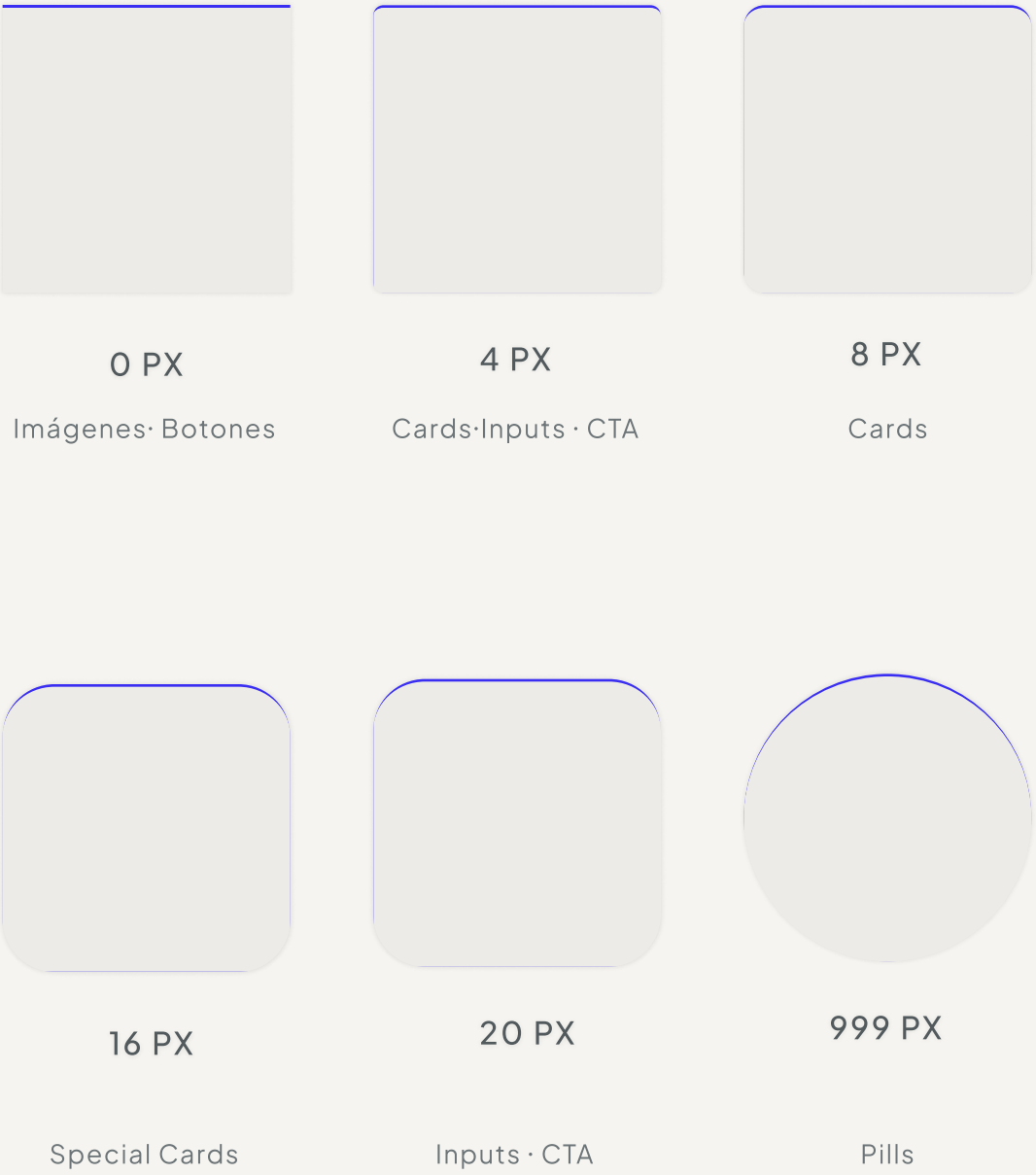


8.3 BORDER RADIUS

El sistema de interfaz de NOLAB utiliza radios suaves y contenidos para mantener una apariencia limpia, contemporánea y coherente con el carácter editorial de la marca.

La mayoría de los componentes se construyen a partir de un radio base, reservando radios más amplios para elementos específicos como pills o etiquetas sobre fotografía.

Border radius

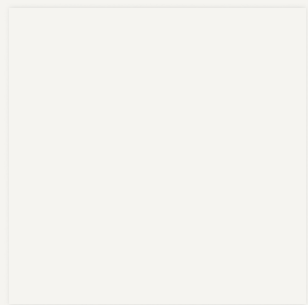


8.4 SHADOW

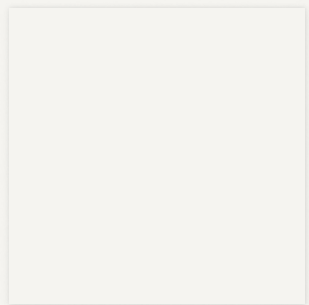
El sistema de sombras de NOLAB contempla distintos niveles de elevación para responder a la jerarquía y profundidad de la interfaz digital. Aunque el sistema completo considera múltiples niveles, la experiencia se construye principalmente a partir de tres categorías de uso:

1. Soft Surface

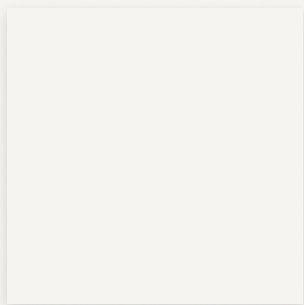
Sombras ligeras para cards y superficies de apoyo.



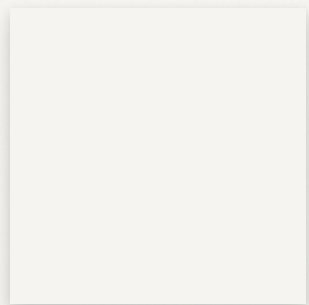
SHADOW-SM-01



SHADOW-SM-02



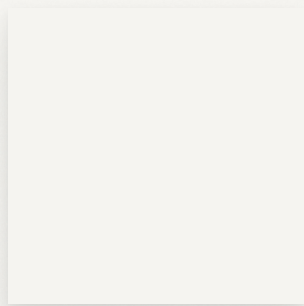
SHADOW-SM-03



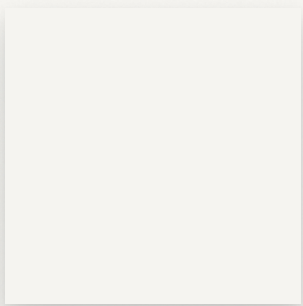
SHADOW-SM-04

2. Elevated Surface

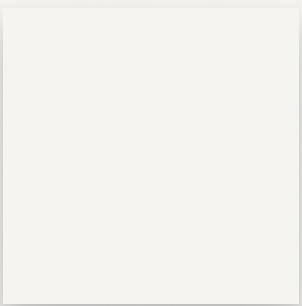
Sombras intermedias para menús, dropdowns o paneles



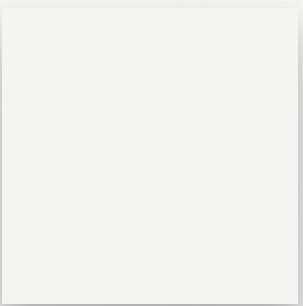
SHADOW-MD-01



SHADOW-MD-02



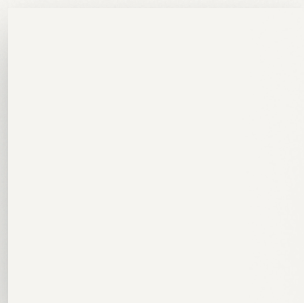
SHADOW-MD-03



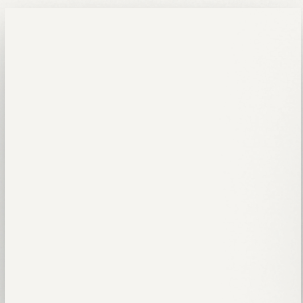
SHADOW-MD-04

3. Overlay

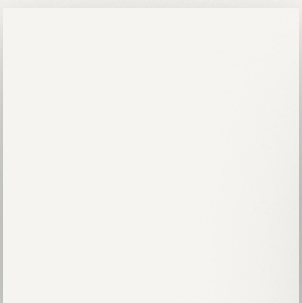
Sombras de mayor profundidad para modales o contenedores de alta jerarquía



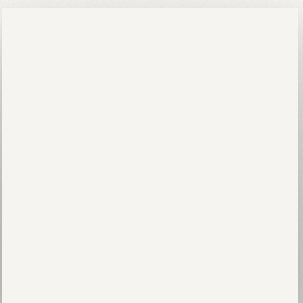
SHADOW-LG-01



SHADOW-LG-02



SHADOW-LG-03

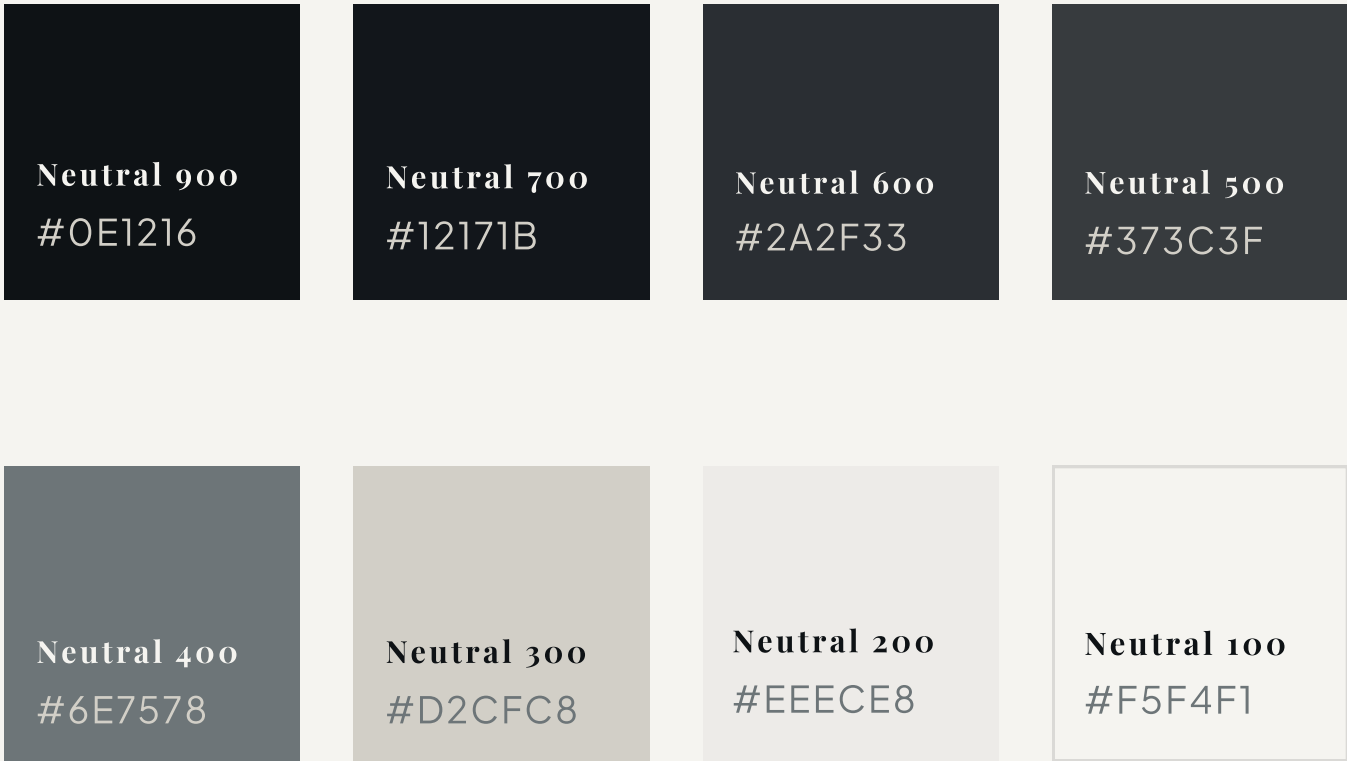


SHADOW-LG-04

8.4 UI COLOR SYSTEM

Las tonal extensions amplían la paleta principal de NOLAB para responder a necesidades funcionales dentro de la interfaz digital. Estas variaciones permiten construir jerarquías, superficies, estados e interacciones de forma consistente, manteniendo la claridad visual y el carácter editorial del sistema.

1. Neutral Scale



2. Nolab Blue

Funciona como color de acento dentro de la experiencia digital. Se utiliza principalmente en estados activos, navegación secundaria, microinteracciones e indicadores de énfasis.



3. Verticals

RENTAS



FRACTIONAL



8.3 CORE UI ELEMENTS

Los elementos base de la experiencia digital de NOLAB deben mantener la misma claridad, sobriedad y sofisticación presentes en el resto del sistema de marca.

Botones, formularios, tarjetas y elementos de navegación se construyen desde la simplicidad, la legibilidad y el uso intencional del espacio, priorizando siempre una experiencia intuitiva, ordenada y visualmente consistente.

Buttons

El sistema de botones de NOLAB se compone de dos variantes principales: un botón primario y un ghost button. Ambos deben mantener una apariencia limpia, contenida y consistente con el carácter editorial de la marca, priorizando siempre claridad, jerarquía y una experiencia visual sobria dentro de la interfaz.

Primary Button

- acciones de conversión
- CTA principal del hero
- envío de formularios
- reserva / contacto / exploración principal

DEFAULT



HOVER



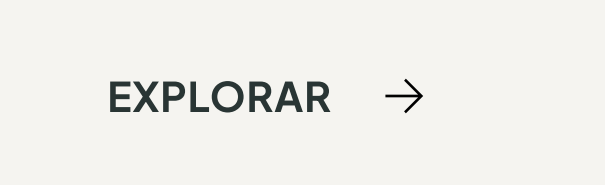
DISABLE



Ghost Button

- acciones secundarias
- links editoriales
- “ver más”
- navegación complementaria
- CTAs dentro de cards cuando no quieres competir con el principal

DEFAULT



HOVER



DISABLE



Tags & Labels

Las tags funcionan como elementos de apoyo para clasificar, contextualizar y destacar información breve dentro de la experiencia digital de NOLAB.

El sistema contempla tres variantes principales:

- 1. **Vertical chips.** Utilizadas para identificar líneas de negocio a través de su color asignado
- 2. **Status Pills.** Destinadas a comunicar estados, ubicación o temporalidad del contenido; Se usan sobre fotografía y se presentan como frosted pills.
- 3. **Editorial labels.** Etiquetas tipográficas utilizadas para ubicación, categorías o contexto complementario dentro de la interfaz.

Cada variante debe utilizarse de forma consistente y con un propósito claro, evitando competir visualmente con titulares, fotografía o acciones principales dentro de la interfaz.

1. VERTICAL CHIPS



2. STATUS PILLS



3. EDITORIAL LABELS

DESDE · FRACCIÓN 1/8 MADRID · ESPAÑA

Cards

Las cards organizan propiedades, destinos y contenido dentro de la experiencia digital de NOLAB. Su diseño prioriza fotografía protagonista, jerarquías claras y una presentación sobria de la información.

El sistema contempla dos variantes principales:

1. Destination Cards.

Se utilizan para explorar destinos, zonas o colecciones geográficas. La fotografía es protagonista y el contenido textual se reduce a un identificador breve de ubicación.

2. Property Listing Cards.

Se utilizan para presentar propiedades dentro de listings o módulos editoriales, combinando fotografía, estado, nombre, precio, atributos y ubicación dentro de una composición clara y cuidadosamente estructurada.

1. DESTINATION CARDS.



2. PROPERTY LISTING CARDS.



Alejandro Volta Dh IV.

\$35,750,000 MXN

4 Recs. · 4 Baños · 700 m²

Cuajimalpa de Morelos, CDMX, México

Tabs & Navigation States

Las tabs organizan la navegación secundaria dentro de la experiencia digital de NOLAB, permitiendo explorar verticales, categorías o vistas relacionadas sin abandonar la pantalla actual.

Su diseño debe mantener una apariencia sobria y consistente con el sistema visual de la marca, priorizando jerarquía, legibilidad y una distinción clara entre estados activos e inactivos.

States

Default

estado inactivo dentro de la navegación.

Active

Estado seleccionado dentro de la interfaz.

Puede apoyarse en NOLAB Blue como acento visual para señalar selección, jerarquía o foco dentro de la navegación secundaria.

México

España

USA

Dubai