vinetur

Godwana renueva su marca y refuerza su oferta en España y Portugal

La línea de VB Group impulsa experiencias privadas y un nuevo relato visual bajo el concepto All the way

martes 12 de mayo de 2026



VB Group ha presentado una nueva identidad de marca para Godwana, su línea especializada en viajes exclusivos a medida, y ha reforzado su operativa en España y Portugal con el desarrollo de experiencias propias en destino bajo el concepto Godwana

DMC Spain & Portugal.

La compañía sitúa este movimiento en la evolución del segmento de viajes de lujo hacia modelos centrados en la experiencia y el acceso. Según explica, el valor del viaje se desplaza del destino al tipo de experiencia y a la forma de acceder a ella. En esa línea, Godwana ha incrementado su implicación en el diseño y la ejecución de propuestas en destino.

Entre esas propuestas figuran accesos privados a espacios históricos habitualmente cerrados al público, encuentros con perfiles del ámbito cultural e itinerarios en entornos naturales con experiencias asociadas. La empresa cita también rutas en helicóptero y propuestas gastronómicas en espacios singulares como parte de esa oferta.

Godwana plantea estas iniciativas para un perfil de viajero que prioriza la singularidad, la personalización y el acceso frente a los itinerarios tradicionales. La compañía señala además que la planificación anticipada y la disponibilidad limitada de determinadas propuestas condicionan cada vez más la decisión final del viaje.

La nueva identidad de marca acompaña ese cambio. El rediseño introduce un lenguaje visual basado en una línea en movimiento, que representa el recorrido completo del viaje. La marca se articula bajo el concepto All the way, con el que la compañía presenta el viaje como un proceso continuo, desde la planificación hasta el regreso.

El desarrollo de estas experiencias se apoya en el trabajo directo en España y Portugal y en una red de colaboradores locales. Al frente de este desarrollo está Isabel Alonso Góngora, que resume así la propuesta: “El nuevo lujo no se compra, se accede. Y el acceso real solo lo da quien está dentro del destino”.

Godwana enmarca esta evolución en un modelo en el que amplía su implicación en distintas fases del viaje y desarrolla experiencias desde el propio destino para ofrecer propuestas más personalizadas y difíciles de replicar.

VB Group se presenta como un grupo empresarial de soluciones 360º dentro de la industria del turismo, el entretenimiento y la movilidad corporativa. Especializado en viajes corporativos, que representan más del 60% de su facturación, articula su

actividad a través de 16 marcas reconocidas en el mercado.

La compañía fue fundada en 2009 por los hermanos Jorge y Guillermo Espinós, cuenta con un equipo de más de 300 profesionales y alcanzó en 2025 una facturación de 170 millones de euros. Opera en 30 mercados internacionales y forma parte de UNIGLOBE, una de las redes internacionales de gestión de viajes con presencia en más de 70 países.

Desde sus oficinas en España y México, VB Group impulsa su expansión internacional a través de VB Global Network, con próximas aperturas en América dentro de su plan estratégico 2028, que prevé alcanzar los 500 millones de euros de facturación global.

Godwana Experiences, marca de VB Group fundada en 2006, diseña viajes exclusivos alrededor del mundo para quienes entienden el viaje como una forma de explorar, sentir e ir más allá de lo visible. Especializada en experiencias a medida, crea itinerarios únicos basados en lo auténtico, lo intangible y lo irrepetible.

Cada propuesta nace de una escucha profunda y se construye con un nivel de detalle, criterio y sensibilidad que la empresa vincula con la excelencia de su servicio. Su universo se amplía a través de Godwana DMC Spain & Portugal, con experiencias privadas en la península ibérica, y Godwana Collection, su línea de viajes de autor concebida desde la mirada experta, los grupos reducidos y el acceso a momentos extraordinarios.

Más que organizar viajes, Godwana dice crear experiencias que dejan huella.