V 1.0 – 09.2026

Ahead®

Brand
& visual
guidelines.

Ahead®

A new chapter is Ahead.

Ahead se transforma para representar una nueva manera de entender la hospitalidad: *más moderna, más humana, más confiable y siempre un paso adelante.*

Índice

01 • La marca 04

02 • Identidad Visual 14

03 • Sistema de diseño 24

04 • Aplicaciones y voz 32

Ahead

La marca

Ahead evoluciona para liderar la hospitalidad moderna. Una marca que deja de mirar únicamente lo que existe para anticiparse a lo que viene, combinando operación, tecnología, diseño y experiencia para transformar espacios en oportunidades. **Una evolución que fortalece su identidad, construye confianza y proyecta a Ahead hacia el futuro.**

¿Por qué existe este manual?

Durante ocho años, Ahead ha construido confianza a través de la forma en que opera, cuida y transforma cada propiedad. Este manual existe para que esa misma calidad se refleje también en cada expresión de la marca.

Aquí están las bases que definen a Ahead: lo que somos, lo que creemos, lo que prometemos, cómo hablamos y cómo nos vemos.

Cada elemento tiene una razón de ser. El logo, el color, la tipografía, la voz y cada decisión visual forman parte de un mismo sistema. *Respetarlo no limita a Ahead: hace que Ahead siga siendo Ahead.*

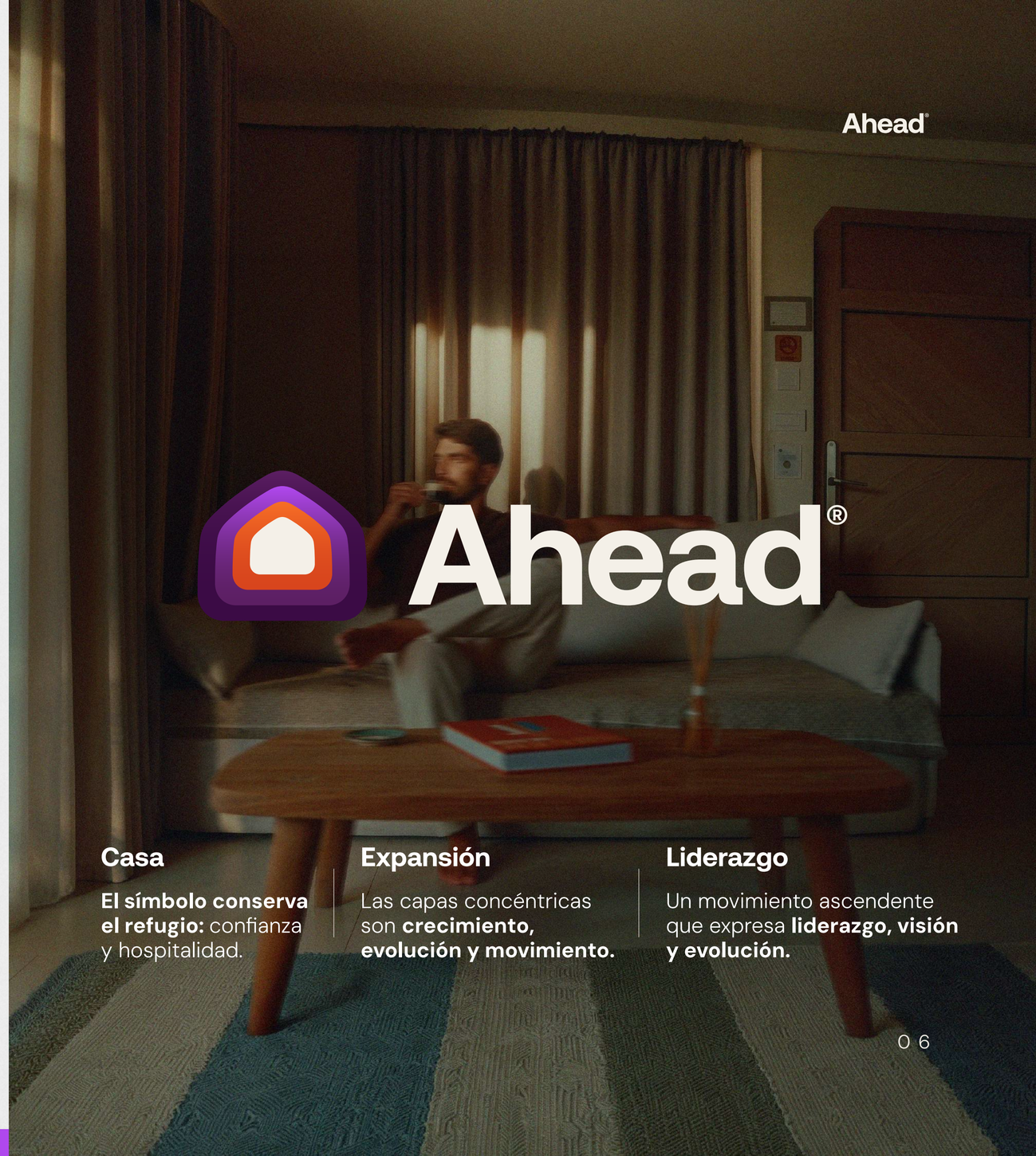
Por eso, este manual no es una referencia opcional. Es el punto de partida para construir, comunicar y representar Ahead con la claridad, la consistencia y la intención que la marca merece.

Cada decisión importa. Cada aplicación suma. Cada vez que Ahead aparece, estamos construyendo la percepción que otros tendrán de nosotros. Por eso, sus elementos no deben interpretarse, alterarse o reemplazarse arbitrariamente: **juntos forman un sistema que hace que Ahead sea reconocible, memorable y confiable.**

Always Ahead.

Somos quienes hacen que un lugar funcione mejor, se sienta mejor y llegue más lejos.

Ahead transforma y opera propiedades de renta corta vacacional. **Existimos para darle tranquilidad a quienes invierten y experiencias memorables a quienes habitan,** combinando tecnología, diseño y excelencia operativa.



Ahead®

Propósito

Ser líderes y referentes en hospitalidad moderna, transformando, operando y haciendo crecer propiedades para generar valor y crear experiencias excepcionales.

Promesa

Llevamos cada propiedad más lejos: haciendo crecer su valor, elevando su operación y creando experiencias en las que las personas pueden confiar.

Posición

Modern hospitality. Transformamos y operamos propiedades combinando diseño, tecnología y excelencia operativa para crear mejores experiencias y generar valor.

ACTITUD • TAGLINES OFICIALES

Always Ahead.

Siempre un paso adelante.

Trust what's Ahead.

Confía en lo que está por venir.

Se usan solos, nunca dentro del logo.

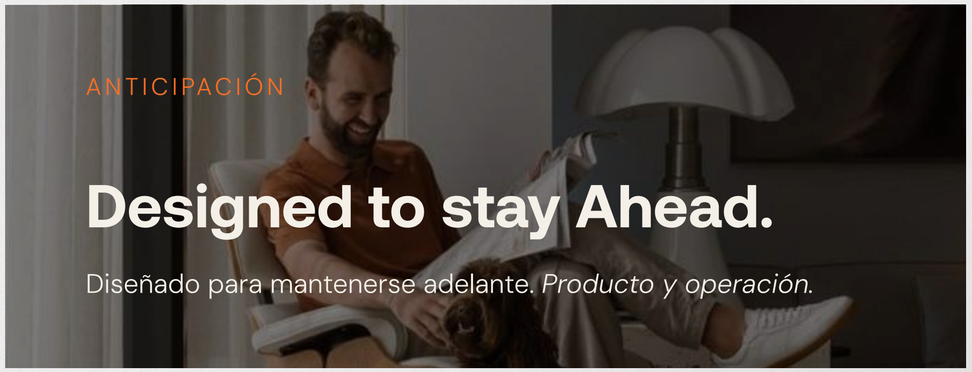
Intención Ahead.



LIDERAZGO

Leading what comes next.

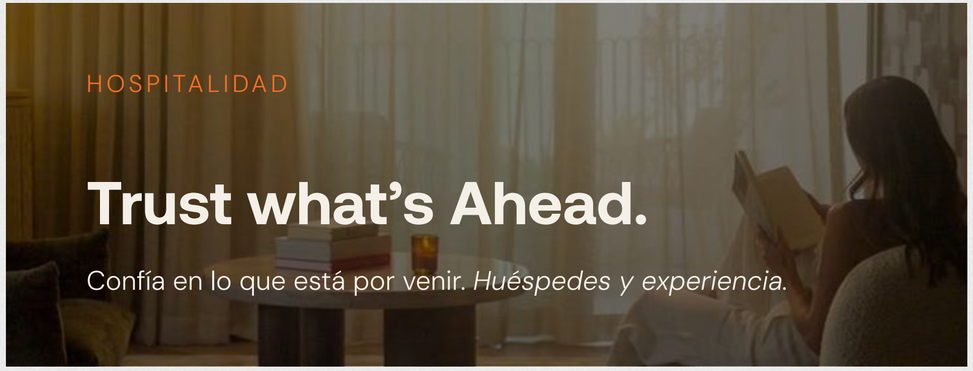
Liderando lo que viene. *Para inversionistas y aliados.*



ANTICIPACIÓN

Designed to stay Ahead.

Diseñado para mantenerse adelante. *Producto y operación.*



HOSPITALIDAD

Trust what’s Ahead.

Confía en lo que está por venir. *Huéspedes y experiencia.*



FIRMA

Always one step Ahead.

Cierre de piezas institucionales. *Nunca junto a otro tagline.*

Ahead

Seis valores, una actitud.

No son adjetivos de pared: son criterios de decisión. Si una pieza, un proceso o una propiedad no los cumple, no es Ahead.



Liderazgo

Marcamos el paso de la categoría en vez de seguirlo.



Hospitalidad

Cada detalle importa cuando se trata de hacer sentir a alguien como en casa.



Excelencia

Lo bien hecho no es una excepción: es nuestro estándar.



Creatividad

Encontramos nuevas formas de convertir ideas en experiencias que hacen la diferencia.



Innovación

Usamos la tecnología para hacer mejor lo que importa: operar mejor, anticiparnos y elevar la experiencia.



Confianza

Es la base de cada relación. Se construye con consistencia, transparencia y haciendo que las cosas sucedan.

Ahead

Cercana, experta, retadora.

Somos **humanos** e **innovadores** sin dejar de ser **confiables.** La personalidad se lee en el tono, el ritmo y el detalle — *no en el volumen.*

SÍ SOMOS	NO SOMOS
Cercanos	Informales sin propósito
Expertos	Solemnes ni distantes
Retadores	Arrogantes
Humanos	Corporativos ni fríos
Curiosos	Conformistas
Innovadores	Innovadores por novedad
Aspiracionales	Inalcanzables
Confiables	Genéricos

REGLA DE ORO

Decimos lo justo, con criterio, personalidad y propósito.

¿CÓMO SUENA?

Hablamos en primera persona del plural "nosotros" y nos dirigimos al lector en segunda persona: tú. El "usted" se reserva para documentos legales.

NUESTRA VOZ

Clara: Decimos lo necesario. Sin rodeos ni lenguaje corporativo innecesario.
Humana: Hablamos con personas: debemos ser cercanos, naturales y atentos.
Segura: Sabemos lo que hacemos. Comunicamos con confianza.
Con propósito: Cada palabra tiene una razón. No hablamos por llenar espacios.

CUANDO AHEAD HABLA

No dice: "Ofrecemos soluciones integrales de administración de propiedades."
Sí dice: "Nos encargamos de tu propiedad para que tú puedas mirar hacia lo que sigue."

No dice: "Reserva tu alojamiento con nosotros."
Sí dice: "Tu próxima estancia empieza aquí."

Misión

Lo que hacemos cada día

Transformar y operar propiedades con excelencia para maximizar su potencial, generar valor para quienes invierten y crear experiencias excepcionales para quienes las habitan.

Nuestra misión combina tres responsabilidades:

Transformar

Identificar el potencial de cada propiedad y convertirlo en espacios más atractivos, funcionales y competitivos.

Operar

Gestionar cada detalle con estándares altos, tecnología y conocimiento para garantizar consistencia, eficiencia y confianza.

Hacer crecer

Generar nuevas oportunidades de valor para propietarios, propiedades y huéspedes a través de una visión de largo plazo.

Visión

Hacia dónde vamos

Ser uno de los referentes de la hospitalidad moderna en Latinoamérica, reconocidos por transformar la manera en que las propiedades se operan, se viven y generan valor.

Queremos construir una compañía capaz de establecer nuevos estándares en la categoría: una organización donde tecnología, diseño, operación y hospitalidad trabajen juntos para crear mejores negocios y mejores experiencias.

Una marca que no solo crezca en número de propiedades, sino también en influencia, confianza y capacidad de transformar la industria.

Ser reconocidos no por seguir el camino, sino por ayudar a definir hacia dónde va la hospitalidad.

Ahead

Lo que queremos construir.

Liderazgo	**Convertir a Ahead en un referente de la hospitalidad moderna.** Construir una marca con suficiente carácter, diferenciación y credibilidad para liderar la conversación y establecer nuevos estándares en la categoría.
Confianza	**Hacer de la confianza nuestro principal activo.** Ser el aliado que propietarios y huéspedes eligen porque saben que detrás de cada propiedad existe una operación responsable, consistente y comprometida.
Crecimiento	**Hacer crecer el valor de cada propiedad y de la compañía.** Expandir nuestro alcance sin perder la calidad de operación, fortaleciendo el modelo para que cada nueva propiedad represente una nueva oportunidad de crecimiento.
Experiencia	**Elevar la manera en que las personas viven la hospitalidad.** Crear experiencias memorables a través de espacios bien pensados, servicio, tecnología y atención a cada detalle.
Evolución	**Mantenernos siempre preparados para lo que viene.** Cuestionar lo establecido, incorporar nuevas tecnologías, aprender del comportamiento del mercado y encontrar constantemente mejores maneras de hacer las cosas.
Reconocimiento	**Hacer que Ahead sea reconocible antes de ser explicada.** Construir una identidad sólida y consistente que permita que cada propiedad, experiencia, comunicación y punto de contacto transmita el mismo carácter.

Ahead

Identidad visual

El logo, su construcción y las reglas que lo mantienen reconocible en cualquier tamaño y soporte.

Tres versiones, un mismo logo

La horizontal es la principal. La vertical se usa cuando el espacio es más alto que ancho. El isotipo va solo cuando la marca ya está presente en el contexto.



PRINCIPAL · HORIZONTAL

Uso por defecto: web, firmas, documentos y señalética.

*Cuando exista riesgo de confusión sobre el origen de la comunicación, debe utilizarse siempre el lockup completo.



VERTICAL

Uso por defecto: Formatos cuadrados y verticales: redes, merch y fachadas.

Ahead

Cuatro capas concéntricas.

El isotipo es una casa que se expande: cuatro capas que repiten la misma silueta hacia afuera. La capa interior en crema es el refugio; las capas de naranja a morado oscuro son el movimiento y el liderazgo.



ISOTIPO

Uso por defecto:
Avatar, favicon, app icon, bordados y sellos.

a/b = 1.5 **Lockup horizontal:** relación entre la altura del símbolo y la altura de caja del wordmark.



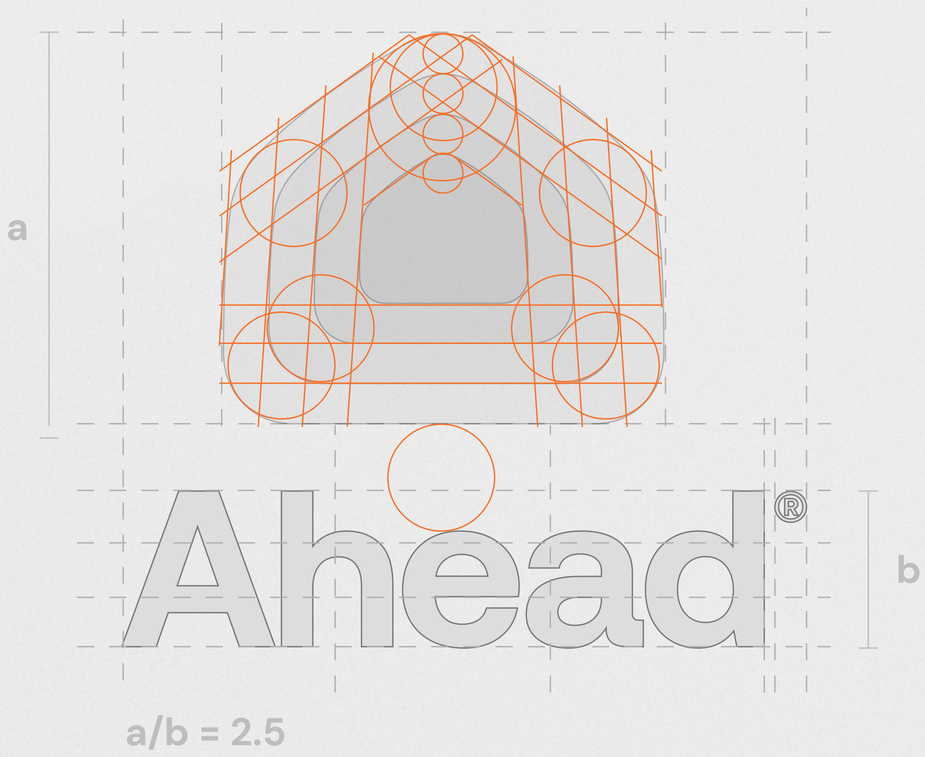
Área de respiro = 0.5x

La unidad de medida es **x = la altura del símbolo.** Dejar al menos **0.5x libre** (tamaño de la “e”) en los cuatro lados.

Nada entra en esa zona: ni texto, ni bordes de página.



*No se redibuja ni se reconstruye: usa siempre los archivos maestros.



a/b = 2.5 **Lockup vertical:** separación entre símbolo y wordmark.

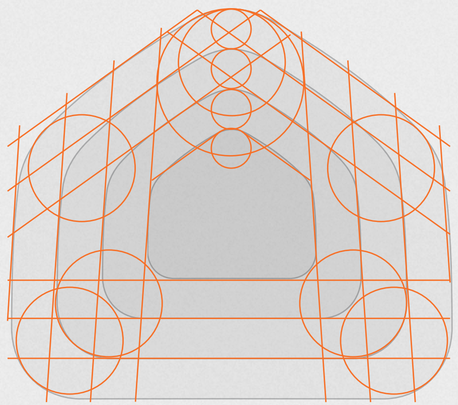


Área de respiro = espacio letra "e"

Dejar al menos el espacio de la letra "e" en los cuatro lados.

Nada entra en esa zona: ni texto, ni bordes de página.

*No se redibuja ni se reconstruye: usa siempre los archivos maestros.





Área de respiro = Forma isotipo central.

Dejar al menos el espacio de dicha forma en los cuatro lados.

*No se redibuja ni se reconstruye: usa siempre los archivos maestros.

Tamaño mínimo de reproducción

Para garantizar la legibilidad y el reconocimiento de la marca, el logo debe respetar siempre su tamaño mínimo de reproducción.

No debe reducirse por debajo de las dimensiones establecidas, ya que hacerlo puede comprometer la claridad de sus formas y detalles.

El tamaño mínimo protege la presencia de Ahead, incluso en sus aplicaciones más pequeñas.



MÍNIMOS HORIZONTAL

Digital: 96 px de ancho.
Impreso: 26 mm de ancho.





MÍNIMOS VERTICAL

Digital: 50 px de ancho.
Impreso: 14 mm de ancho.





MÍNIMOS ISOTIPO

Digital: 24 px de ancho.
Impreso: 8 mm de ancho.



*Estos valores corresponden al ancho total del logo.

Ahead

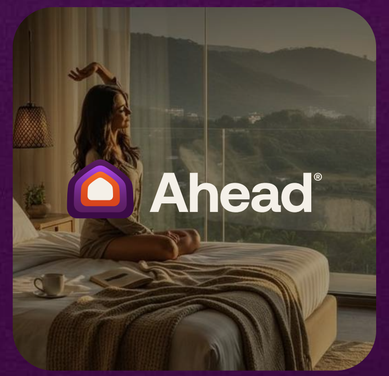
¿Dónde puede vivir?

Versión a color sobre diferentes fondos claros, oscuros y fotografícos, y uso en monocromía en casos específicos.

*Monocromático sobre fondo blanco.

*Monocromático sobre fondo negro.

*Logo sobre textura.



*Sobre fotografía, el logo debe mantener contraste y legibilidad suficientes. Cuando sea necesario, utilizar un tratamiento de imagen o superficie que garantice su correcta reproducción.

Lo que nunca hacemos

Seis errores frecuentes. Ante la duda: archivo maestro, sin editar.



1 · No deformar ni estirar.



2 · No rotar ni inclinar.



3 · No recolorear fuera de la paleta.



4 · Sin sombras, brillos ni relieves.



5 · No sobre fondos sin contraste.



6 · No recomponer el lockup
ni cambiar la tipografía.

Ahead

Sistema de diseño

Color, tipografía, iconos, patrón, fotografía y componentes. Las piezas con las que se construye todo lo demás.

Un morado propio

El morado es el elemento de reconocimiento; el crema aporta sofisticación; el terracota, humanidad.

Dark Morada

#3B0B45 / **R:** 59 **G:** 11 **B:** 69
C: 70 **M:** 96 **Y:** 0 **K:** 60
Fondos y profundidad

Lila

#B149F0 / **R:** 177 **G:** 73 **B:** 240
C: 53 **M:** 67 **Y:** 0 **K:** 0
Acento sobre oscuro

Soft Lila

#EFEBFD / **R:** 239 **G:** 235 **B:** 253
C: 9 **M:** 9 **Y:** 3 **K:** 0
Superficies suaves

Terracota

#D8451D / **R:** 216 **G:** 69 **B:** 29
C: 0 **M:** 83 **Y:** 94 **K:** 10
Cercanía y humanidad

Naranja

#F76F26 / **R:** 247 **G:** 111 **B:** 38
C: 0 **M:** 68 **Y:** 91 **K:** 0
Símbolo y detalles

Morada

#5C1F63 / **R:** 92 **G:** 31 **B:** 99
C: 62 **M:** 96 **Y:** 0 **K:** 36

CONFIANZA + LIDERAZGO

Cream

#F4F0E8 / **R:** 244 **G:** 240 **B:** 232
C: 6 **M:** 5 **Y:** 10 **K:** 0

HOSPITALIDAD + CALMA

Negro #000000 / **C:** 0 **M:** 0 **Y:** 0 **K:** 100 · Wordmark y texto

Blanco #FFFFFF • Texto en fondos oscuros.

Ahead®

Proporción

El morado domina el sistema visual. El crema aporta sofisticación y calma. El terracota introduce humanidad y contraste. El naranja y el lila funcionan como acentos y nunca deben competir con el morado como color principal.

CONTRASTE

Crema sobre morado	Soft lila sobre dark morada
Morado sobre crema	Soft lila sobre lila
Blanco sobre terracota	Blanco sobre naranja

Crema o blanco de base.

Morado territorio de marca.

Dark morada como contraste.

Lila como acento

Blanco textos.

Terracota como contraste.

Naranja como acento

Negro textos.

Ahead

TITULARES

Aeonik Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tracking cerrado (-10 a -15 %). Sentence case, nunca todo en mayúsculas.

CUERPO DE TEXTO

DM Sans light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Light en párrafos, Medium en énfasis y etiquetas y Bold en destacados de un párrafo.

NIVEL	MUESTRA	ESPECIFICACIÓN
Display	**Always Ahead.**	Aeonik Bold / 45 pt / -10
H1	**Un paso adelante**	Aeonik Bold / 35 pt / -10
H2	**Operación y experiencia**	Aeonik Bold / 25 pt

NIVEL	MUESTRA	ESPECIFICACIÓN
Body	Transformamos y operamos propiedades para crear mejores experiencias.	DM Sans Light / 16pt
Caption	Datos, pies de foto y notas legales.	DM Sans Light / 12pt
Eyebrow	PROPIEDADES · PORTFOLIO	DM Sans Light / 12pt / +150

Ahead

Línea redondeada, trazo ligero

Set base: Material Symbols Rounded, peso 300, sin relleno. Las esquinas redondeadas conversan con las capas del isotipo.

Tamaños 20 / 24 / 32 / 40 px.

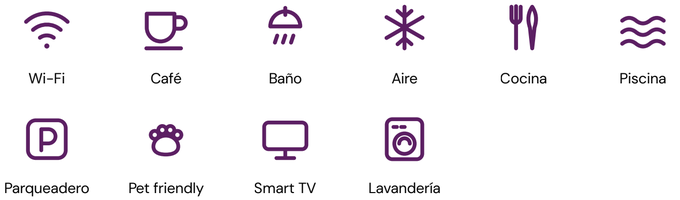
VALORES



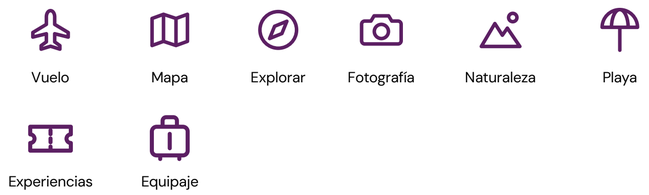
OPERACIÓN



ESTANCIA Y AMENIDADES



TURISMO Y DESTINO



RENTA Y NEGOCIO



DIGITAL, WEB Y REDES



EVITAR

Iconos rellenos, con degradado, con sombra o de sets distintos en la misma pieza.

Ahead

Rasgo formal del isotipo como elemento

Del isotipo salen tres recursos gráficos**:** la **silueta ampliada** como marca de agua, el **arco superior** como recorte de imagen y las **capas concéntricas** como ritmo de composición.

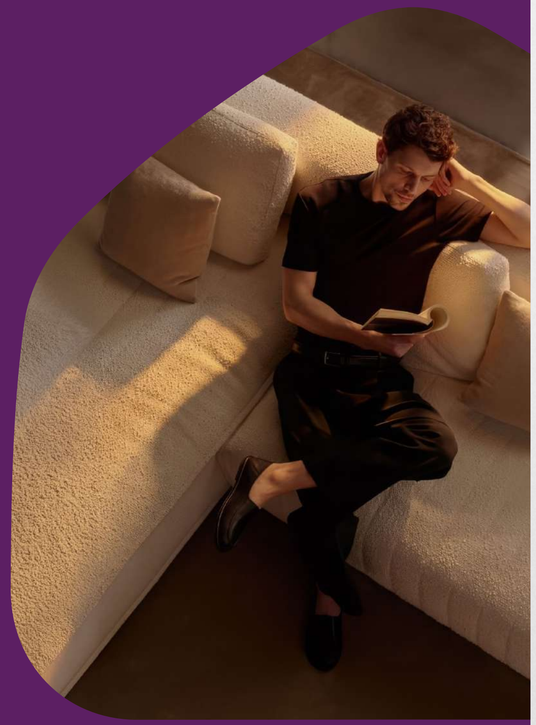
1 • MARCA DE AGUA

Always Ahead.

Transformamos y operamos propiedades para crear mejores experiencias.

Silueta sangrada con opacidad. Máximo 2 sola por pieza.

2 • RECORTE DE IMAGEN



Arco superior en fotos de propiedad: evoca el refugio del símbolo.

3 • CAPAS

Capas anidadas para demostrar la expansión y crecimiento.

*Se pueden explorar más usos gráficos a partir de la forma del logo, siempre y cuando se respeten las proporciones de su geometría.

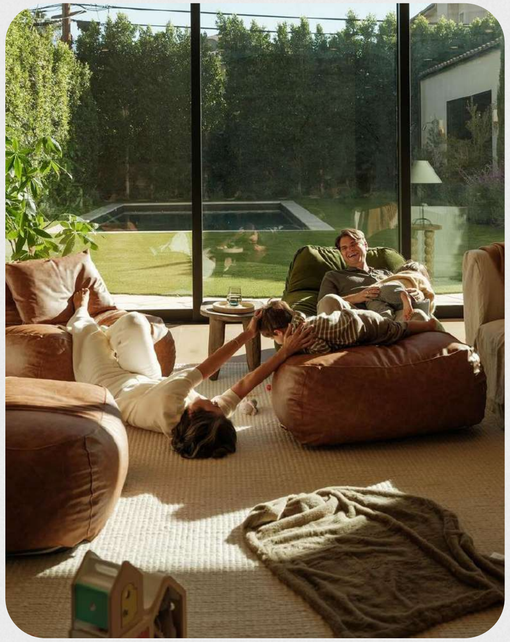
Luz natural, lugares habitados.

Interiores cálidos con luz de ventana, materiales naturales y señales de vida, un café, un libro abierto, una sombra larga. Personas presentes pero nunca posando a cámara.

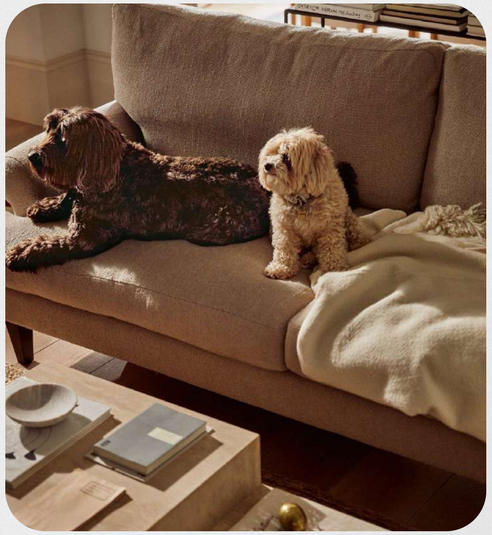


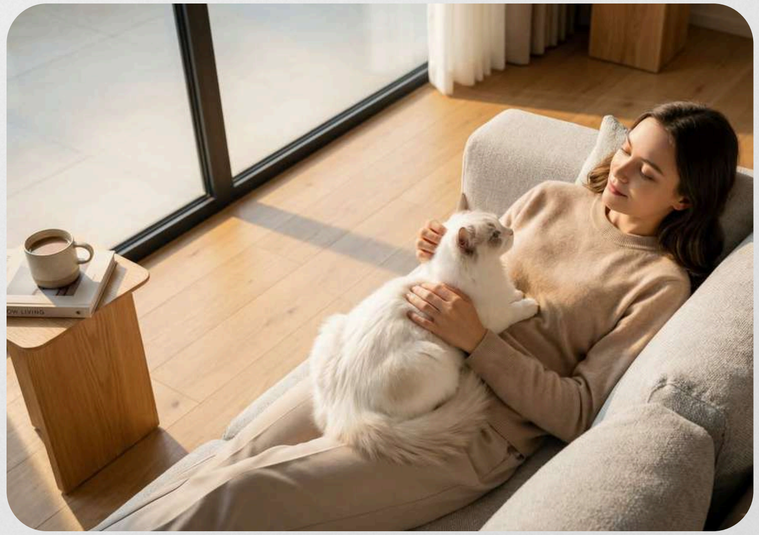












Sí: Luz cálida y direccional, paleta de maderas y cremas, planos generales del espacio, detalles con textura.

*Las personas participan de la escena; no son el centro de la pose.

No: HDR, filtros azules, gran angular deformado, espacios vacíos sin vida, personas posando de manera rígida.

Punto de partida digital

Botones píldora, tarjetas de 20 px de radio y foco visible. Este apartado establece principios visuales base. La especificación completa de componentes vive en el Design System digital.

BOTONES

Reserva ahora

Reserva ahora

Hablemos

Hablemos

Ver propiedades

Conoce más →

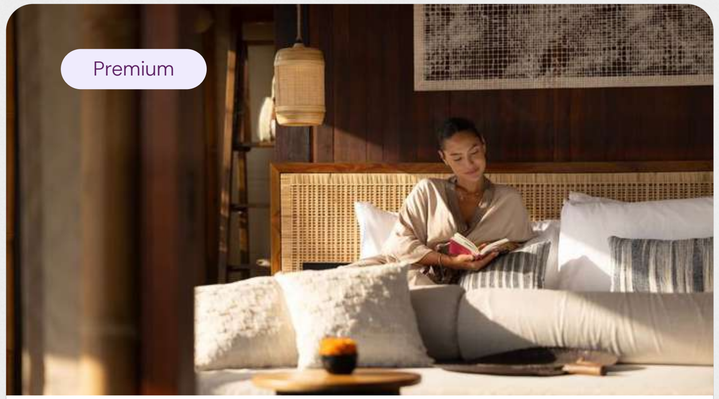
Foco - anillo naranja

PÍLDORAS

2 huéspedes

Wi-Fi

Pet friendly



BOGOTÁ • CHAPINERO

Anima 64 by Ahead

2 habitaciones · 4 huéspedes · Balcón

Anima 64 es la opción ideal para tu estancia en Bogotá. Situado en el vibrante barrio de Chapinero Alto, cerca de la Zona G, este elegante y moderno apartamento minimalista ofrece el máximo confort...

Reserva ahora

Conoce más →

Diario | Mensual

Fechas de estancia

Agregar fechas

Número de huéspedes — 1 +

Correo electrónico

nombre@corre.com

Teléfono

CO +57

Agregar número

Reserva ahora

Ahead

DATOS Y MÉTRICAS

4.9	92%	+200	+10
Calificación promedio	Ocupación anual	Unidades operadas	Ciudades en Colombia

Cifras en Aeonik Bold sobre morado oscuro. *Cifras de ejemplo, reemplázalas con datos reales.

Aplicaciones y voz

Dónde aparece la marca y cómo habla cuando llega ahí.

La marca en el mundo real

Papelería, redes, señalética y detalle de estadía. **Regla común:** fondo crema o morado, un solo mensaje y el logo con su área de respiro.





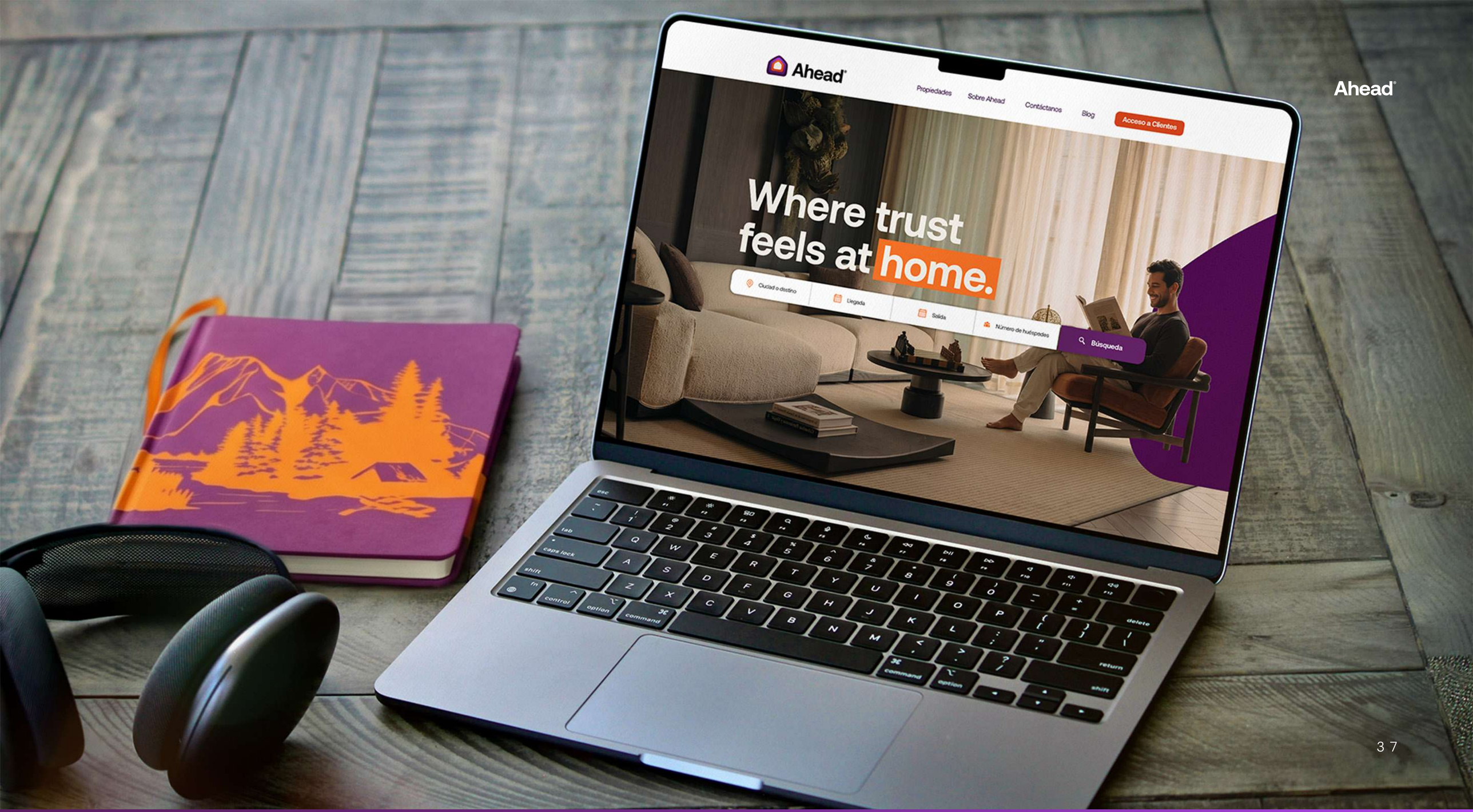



Trust what's Ahead.
weareahead.co
Ahead
Always one step Ahead.
Ahead
weareahead.co
Ahead


Ahead®
Where trust
feels at home.
Find your place
weareahead.co
MONOCLE


weareahead
Ahead | Rentas Cortas | Vivienda Turística | Apartahoteles
591 publicaciones
6.167 seguidores
68 seguidos
Alquiler de casas de vacaciones
Expertos en estadías únicas
+200 propiedades desde apartamentos a islas
Descubre @thisisanima_
Reserva con nosotros | Administramos tu inmueble
www.weareahead.co y 4 más
weareahead
Donde la confianza se siente como en casa.
Espacios para llegar, desconectar y sentirte en el lugar correcto.
Encuentra tu próximo lugar.
weareahead.co


Always Ahead.
Designed to stay Ahead.
Ahead®
weareahead.co


Ahead
Propiedades
Sobre Ahead
Contáctanos
Blog
Acceso a Clientes
Where trust feels at home.
Ciudad o destino
Llegada
Salida
Número de huéspedes
Búsqueda


11:00
TUE
15
Calendar
Photos
Camera
Weather
Clock
Ahead
Maps
App Store
Messege
Newsstand
Home
File
i Books


Welcome to
your
place.
Ahead
weareahead.co


Ahead
Ahead®


OPERADO POR
Ahead®
Trust what's Ahead.
weareahead.co


Ahead®

Ahead

Una voz, cuatro tonos.

La voz no cambia; el tono se ajusta al canal. Español como idioma principal. El inglés se utiliza en taglines oficiales y en términos específicos de la industria cuando aportan claridad o reconocimiento.

CANAL	TONO
Inversionistas	Directo y con datos. Cero adjetivos vacíos.
Huéspedes	**Cálido y anticipado:** resolvemos antes de que pregunten.
Equipo	Claro y accionable. Una idea por mensaje.
Incidencias	**Responsable y humano:** qué pasó, qué hacemos, cuándo.

ASÍ SÍ

"Tu llegada está lista. La clave del apartamento te espera en la app y el equipo está disponible las 24 horas."

ASÍ NO

"Le informamos que su proceso de check-in ha sido habilitado exitosamente en nuestra plataforma digital."

CTA

Reserva ahora · Conoce el portafolio · Hablemos
Empecemos. Nunca "Click aquí".

2026

Ahead®

Trust what's Ahead.

Este brandbook es la base, no el límite. Antes de publicar una pieza nueva, verifica: ¿respeta el logo, la paleta y la voz? ¿Dice una sola cosa? ¿Se anticipa a lo que la persona necesita?