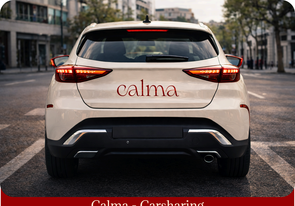


Calma - Carsharing

Estrategia y diseño de marca. 2026.

Overview

Calma es un servicio de carsharing que redefine la movilidad urbana desde el bienestar emocional. Frente a un contexto donde conducir está asociado al estrés y la prisa, la marca propone una experiencia más consciente, donde moverse también implica sentirse bien.

A través de una identidad sólida y un sistema visual coherente, Calma se posiciona como una alternativa premium centrada en la tranquilidad, transformando cada trayecto en un espacio de equilibrio dentro del entorno urbano.

Desafío

La mayoría de los servicios de movilidad se enfocan en eficiencia, velocidad y disponibilidad, dejando de lado la experiencia emocional del usuario. Esto genera un entorno donde conducir se vuelve una actividad tensa y poco agradable.

El desafío consistía en ingresar a un mercado competitivo proponiendo una diferenciación clara desde lo emocional, sin perder funcionalidad ni escalabilidad. La marca debía conectar con usuarios que buscan una forma más equilibrada de moverse, manteniendo coherencia en todos sus puntos de contacto.

Solución

La solución se construye a partir del concepto de "conducir desde la calma."

El sistema visual toma como referencia las ondas theta (Hz), asociadas a estados de relajación mental. Estas se traducen en una línea fluida que recorre la identidad, funcionando como metáfora de movimiento sin fricción. Este trazo no solo estructura el sistema gráfico, sino que también bordea y acompaña el logotipo, reforzando la unidad visual de la marca.

El resultado es una identidad que equilibra expresión y funcionalidad, aplicada de forma consistente en vehículos, interfaces y comunicación, generando una experiencia coherente alineada con su propósito: devolver la calma a la movilidad

ca
calma

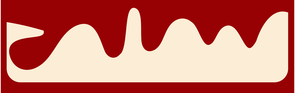
Atributos de marca

Calma | Cercanía | Confianza
Bienestar | Cuidado | Equilibrio

Key visual

calma

calma



ca
Conduce en calma

Presti Text
Tipografía principal
AaBbCc

Redonda
Tipografía secundaria
AaBbCc

E2E1AB
440005
FBEDD6
160204

Gracias