

alma *brands*

 METRO  



BIENVENIDOS A LA NUEVA FORMA DE MUVERSE

MetroMuv redefinió un proyecto financiero como una nueva plataforma de movilidad urbana. A partir de un cambio estratégico, construyó una identidad propia, cercana y diferenciada, capaz de ampliar el rol histórico de Metro de Santiago hacia un nuevo territorio. En una categoría saturada de fintechs y billeteras digitales, la marca transformó un medio de pago en una experiencia urbana integrada, instalando una nueva conversación sobre movilidad, ciudad y vida cotidiana.

DEL PAGO PASAMOS A

LA MOVILIDAD

METRO
♦♦♦ PAGO



METRO*mu***v**

CADA ELEMENTO SE ELIGIÓ CON PINZAS

/ Evaluación Nuevo Logo /

Imaginario Asociado al nuevo logo

Metro

“Lo relacione con el metro como tal, transporte público, estaciones de metro trayecto a la universidad, caminar de vuelta a mi casa”
(20-39 años)

- Existe una asociación directa con Metro y el servicio de transporte y desde ahí todas las asociaciones que surgen están vinculadas a las expectativas y lo que conocen actualmente de la marca.

Más servicios/comercio
Cercanía
Alegria
Innovación
Novedad
Moderno
Juvenil
Progreso/crecimiento/avance
Confianza

METRO/

Color

Estategia

Identidad Verbal

Identidad Visual

Logotipo

Actos de rescate

Tactos, mltas

lomo de Aya

Mas, excoctas

Co, loandru

Color

Tipografía

Sistema gráfico

Iconografía

Look and feel

Color Principal

El Rojo Sonda es el color distintivo de MetroHuv, la esencia que nos identifica. Este tono vibrante no solo transmite la personalidad que nos define, sino que también facilita una comunicación cercana y empática. Su energía y brillo aportan dinamismo a nuestras piezas comunicacionales, permitiéndonos destacar con vitalidad y expresar nuestra autenticidad de manera impactante.

Su presencia debe ser predominante en todas nuestras comunicaciones. Aunque en algunas piezas puede haber un mayor porcentaje de nuestros colores secundarios, en términos generales, la marca debe destacarse principalmente en Rojo Sonda MetroHuv.

/ Evaluación Nuevo Logo /

Imaginario Asociado al nuevo logo

Metro

Movimiento

Agilidad/rapidez
Innovación
Conectividad
Novedad
Juvenil
Moderno
Progreso/crecimiento/avance

Iconografía



Variantes con color

Aquí te mostramos ejemplos de iconografía con sus tres expresiones:

1. Con sonrisa: Ideal para comunicar conexión, giro a marca, movimiento.
2. Con flecha: Para indicar dirección, acción, carga.
3. Énfasis: Indicada para comunicar intensidad, brillo, importancia.

La identidad no nació de la guata: cada elemento -nombre, color, logo, tono- fue validado con usuarios reales. El objetivo era claro: tomar el respaldo de Metro y llevarlo más allá de lo institucional y lo financiero, hacia el movimiento y la energía.

Ejecución

TRANSFORMANDO IDENTIDAD EN CULTURA



TRANSFORMANDO IDENTIDAD EN CULTURA



Construimos una cultura propia desde cero: horizontal, ágil, con mentalidad de producto y orientada al propósito: integrar a las personas a un mundo en movimiento.

Ejecución

COMO LO APLICAMOS HACIA AFUERA



La identidad se desplegó desde lo especializado hacia lo masivo: de LinkedIn y foros de innovación a los espacios donde miles de personas transitan cada día.

Ejecución

COMO LO APLICAMOS HACIA AFUERA





METROյուն