



lúmina

● ● ● ● FASES DE LA LUNA

Modelo Estratégico y Visual para Marcas

Un workspace digital de innovación cíclica, disponible 24/7 y optimizado con IA,
que ilumina el camino de las MiPymes colombianas.



PROYECTO DE GRADO

Luna Mariana Mejía Orejarena

Directora de proyecto: Faynory Mora · Énfasis: Mercadeo

ÍNDICE

El documento se organiza en cuatro capítulos, uno por cada fase de la luna.

● LUNA NUEVA · INVESTIGACIÓN

- 1 Introducción al tema
- 2 Justificación
- 3 Delimitación del problema de diseño

● CRECIENTE · ESTRUCTURA

- 4 Objetivo
- 5 Antecedentes del proyecto
 - 5.1 Marco conceptual
 - 5.2 Marco de referencias y benchmarking

● LUNA LLENA · MÉTODO Y ÉTICA

- 6 Marco metodológico
 - 6.1 Consideraciones éticas del proyecto

● MENGUANTE · RESULTADOS

- 7 Desarrollo y resultados finales: Lúmina
- 8 Ruta
 - 8.1 Anexos



LUNA NUEVA

INVESTIGACIÓN · INTROSPECCIÓN

Como en la fase de luna nueva, todo comienza en la oscuridad: observar el problema, entender el contexto y delimitar con precisión antes de diseñar.

- 1 · Introducción al tema
- 2 · Justificación
- 3 · Delimitación del problema de diseño

Introducción al tema

En el contexto actual, las organizaciones enfrentan entornos altamente competitivos que exigen procesos claros de planificación, estructuración y gestión de marca. La comunicación visual y estratégica ya no puede abordarse desde la intuición o la improvisación, sino desde modelos organizados que permitan coherencia, continuidad y resultados medibles. Estudios sobre percepción de marca evidencian que la identidad visual influye directamente en la confianza del consumidor (Stanford Persuasive Technology Lab, 2002), lo que confirma la necesidad de integrar diseño y estrategia dentro de procesos estructurados.

Sin embargo, muchas empresas carecen de metodologías sistematizadas para la construcción y gestión de su identidad. Esta ausencia genera dispersión estratégica, uso ineficiente de recursos y dificultades en el posicionamiento sostenible. El problema no radica únicamente en la calidad del diseño producido, sino en la falta de organización del proceso que lo sustenta.

A nivel internacional, firmas como Interbrand y Landor & Fitch han consolidado modelos metodológicos que articulan investigación, diagnóstico, estrategia y desarrollo visual como parte de un sistema replicable. Estos enfoques evidencian que la estructuración del proceso es determinante para la generación de valor de marca.

En este marco, el presente proyecto propone la metodología “Las Fases de la Luna” de Inspiro Design Studio, concebida como un modelo de organización y resolución de proyectos de comunicación estratégica y visual. La propuesta busca sistematizar las etapas de acompañamiento empresarial mediante un esquema estructurado que permita diagnosticar, planificar, diseñar e implementar soluciones de manera coherente y medible.

La investigación se orienta, por tanto, a desarrollar y validar un modelo metodológico aplicable a diferentes sectores empresariales, que contribuya a optimizar procesos, fortalecer la identidad de marca y mejorar la efectividad comunicativa desde una perspectiva organizacional y estratégica.

ASÍ NACIÓ LÚMINA

Como resultado de todo el proceso, el proyecto evolucionó hacia Lúmina: un workspace digital de innovación cíclica que materializa la metodología «Las Fases de la Luna». El nombre Lúmina significa «luz que ilumina el camino», en alusión al significado de la luna, y nace de la metodología cíclica creada por Luna Mejía, CEO de Inspiro Design Studio. Con esta evolución, el proyecto dejó de ser un servicio prestado por Inspiro para convertirse en una interfaz autónoma: un workspace con versión gratuita, disponible 24/7 y optimizado con inteligencia artificial, que brinda todo el acompañamiento sin depender de su creadora. La metodología resultante es adaptable, replicable y medible para cualquier tipo de organización, usuario o proyecto.

Justificación

El mercado actual exige a las organizaciones no solo creatividad, sino estructura, capacidad de adaptación y metodologías claras para gestionar proyectos e innovar de manera sostenible. En un entorno caracterizado por la incertidumbre, la saturación comunicativa y la aceleración tecnológica, las empresas que carecen de procesos estructurados enfrentan mayores niveles de improvisación, desarticulación estratégica y baja eficiencia operativa.

La investigación desarrollada en este proyecto analizó 12 metodologías de gestión de proyectos, entre ellas modelos tradicionales como Cascada (Waterfall), enfoques iterativos como Ágil, modelos de mejora de procesos como Six Sigma y esquemas flexibles para contextos complejos como la Gestión Extrema de Proyectos (XPM). De manera complementaria, se estudiaron 8 metodologías de innovación, como la Estrategia del Océano Azul, Design Thinking, Forth Innovation Method y Lean Startup, entre otras. Todas coinciden en un punto clave: la innovación sostenible requiere método, medición y capacidad de ajuste continuo.

El cruce entre ambos grupos metodológicos —gestión de proyectos e innovación— permite identificar un vacío relevante en muchas organizaciones, especialmente en contextos emergentes: la desconexión entre estrategia, ejecución y posicionamiento de marca. Si bien existen herramientas para planificar y otras para innovar, pocas integran de manera sistémica la comunicación visual, la experiencia de marca y la estructuración organizacional en un modelo replicable.

98 %

del tejido empresarial son micro, pequeñas y medianas empresas

70/28

70 % MiPymes · 28 % Pymes · 2 % grandes y multinacionales

70 %

de ese 98 % muere antes de los 5 años: no trasciende

En Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 98 % del tejido empresarial: de ese total, el 70 % son MiPymes, el 28 % son Pymes y solo el 2 % restante corresponde a grandes empresas y multinacionales (DANE, 2026). Sin embargo, de ese gran total (98 %), el 70 % muere antes de los cinco años en el mercado: no trasciende. Muchas enfrentan dificultades asociadas a la falta de planeación estratégica, la gestión empírica y la ausencia de procesos estructurados de comunicación y posicionamiento.

En este contexto, el proyecto se justifica en dos niveles. Primero, la metodología «Las Fases de la Luna»: una propuesta que articula los principios de organización de las metodologías analizadas con una narrativa simbólica propia, capaz de guiar a las organizaciones por ciclos de introspección, estrategia, ejecución y consolidación. Segundo, su materialización en Lúmina: un workspace digital que hace que esa metodología deje de depender de un consultor o de una agencia, y quede al alcance de cualquier MiPyme a través de una interfaz disponible 24/7, optimizada con inteligencia artificial, con versión gratuita de entrada y seis agentes contextuales. Juntos permiten a las organizaciones:

- Estructurar procesos de comunicación y posicionamiento.
- Reducir la improvisación en la toma de decisiones estratégicas.
- Integrar análisis, creatividad y medición en un mismo ciclo.
- Generar adaptabilidad sin perder coherencia metodológica.

Por tanto, la pertinencia de este proyecto radica en consolidar un modelo híbrido que combine estructura, innovación y narrativa visual, y en entregarlo al mercado como Lúmina. Si el problema de fondo de las MiPymes colombianas es el empirismo y la orfandad metodológica, la justificación última de Lúmina es democratizar el acceso al método: que innovar con estructura ya no sea un privilegio de quien puede pagar una consultoría, sino una capacidad disponible para el 98 % del tejido empresarial del país.

Delimitación del problema de diseño

Este apartado enmarca la problemática que la presente propuesta busca analizar: la falta de estructuración metodológica en los procesos de comunicación visual y posicionamiento de marca en pequeñas y medianas empresas. Se trata de una situación real, observable en el contexto local y nacional, donde muchas organizaciones gestionan su identidad y estrategia desde acciones aisladas, intuitivas o fragmentadas, sin un sistema claro que articule análisis, narrativa, implementación y evaluación.

El problema no radica en la ausencia de servicios de diseño, sino en la desarticulación entre identidad, estrategia y experiencia de marca, lo que genera inconsistencias comunicativas, pérdida de recursos y baja efectividad en el posicionamiento. Esta situación se presenta como un estado negativo existente que afecta principalmente a empresas en etapa de crecimiento que buscan consolidarse en mercados competitivos.

En el modelo empleado por la asignatura, la delimitación del problema se desarrolla a partir de la caracterización del fenómeno mediante cinco claves esenciales: qué está ocurriendo en la gestión actual de la comunicación de marca, cómo se están desarrollando estos procesos, quiénes intervienen en ellos, cuándo se evidencian las dinámicas de desarticulación y dónde se sitúa el fenómeno en términos territoriales y digitales.

A partir de esta observación rigurosa del estado actual, se establecen las bases para formular preguntas de investigación que permitan comprender con mayor profundidad la problemática antes de plantear cualquier intervención proyectual.

¿Qué?

Lúmina – Fases de la Luna

Un workspace digital de innovación cíclica, basado en la metodología «Las Fases de la Luna». Es un sistema producto-servicio que profesionaliza la gestión estratégica y la comunicación visual de las organizaciones (en especial las MiPymes colombianas) a través de una interfaz disponible 24/7, optimizada con inteligencia artificial, con versión gratuita de entrada y seis agentes contextuales que acompañan cada fase del ciclo.

¿Cómo?

Los “cómo” en este caso son preguntas que orientan el análisis de la necesidad de las empresas:

¿Cómo puede una interfaz digital democratizar el acceso a metodologías de estrategia, comunicación e innovación que antes dependían de consultores o agencias?

¿Cómo afecta la falta de procesos estructurados la supervivencia de las MiPymes? ¿Cómo un acompañamiento 24/7 optimizado con IA puede reducir el empirismo en la toma de decisiones?

¿Cómo la metodología cíclica de las fases de la luna puede adaptarse, replicarse y medirse en cualquier tipo de organización, usuario o proyecto? ¿Cómo lograr que el empresario aprenda mientras ejecuta su estrategia?

¿Quiénes?

ACTOR DIRECTO

Lúmina (workspace digital)

Plataforma que ejecuta y acompaña la metodología de forma autónoma: opera 24/7, está optimizada con inteligencia artificial y no depende de la prestación personal de un servicio.

ACTORES INDIRECTOS

Luna Mejía (creadora de la metodología)

CEO de Inspiro Design Studio; creó la metodología cíclica «Las Fases de la Luna» y el sistema Lúmina. Su rol actual es de creación y evolución del sistema, no de operación: el proyecto ya no depende de ella.

MiPymes y organizaciones usuarias

Empresas, emprendedores y equipos que se registran en el workspace incluida su versión gratuita para estructurar su crecimiento, comunicación y posicionamiento.

Usuarios finales de las marcas

Consumidores que perciben el impacto de la comunicación visual y la identidad trabajada por las organizaciones dentro de Lúmina.

Competidores, aliados estratégicos y proveedores

Herramientas integradas al workspace Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack y Asana, aliados expertos que retroalimentaron el sistema, y entidades del ecosistema empresarial colombiano cuya información alimenta la plataforma DANE y Cámaras de Comercio.

Delimitación del público y tipos de usuarios

El proyecto delimita su población a empresarios, líderes y colaboradores de MiPymes colombianas, hombres y mujeres adultos entre los 25 y los 60 años de edad, residentes en Colombia (principalmente en Cali y su área de influencia), con participación presencial o virtual. No participan menores de edad ni poblaciones en condición de vulnerabilidad.

1 Usuario directo (empresa)

Empresa mediana colombiana: caso de aplicación real, con autorización escrita.

33 Usuarios externos

Encuestados, empresarios y profesionales entre 25 y 60 años.

5 Aliados expertos

Profesionales en diseño, branding, estrategia, innovación y gestión, entrevistados.

6 Validaciones

Sesiones de validación de las pruebas de concepto con expertos y no expertos.

En el sistema final (Lúmina), se contemplan tres tipos de usuario de la plataforma: la PyME individual (empresario con plan activo), el administrador de equipo (team admin, con vista global del equipo y sus fases) y el miembro de equipo (vista personal de tareas y fase asignada), además del visitante público que accede a la información abierta de la plataforma.

● PyME individual

Empresario con plan activo: fases, agentes y educación.

● Team admin

Vista global del equipo, sus fases y time tracking.

● Team miembro

Vista personal de tareas y fase asignada.

¿Cuándo?

Los momentos o touch points ya no dependen de reuniones con una agencia: ocurren dentro del workspace, disponible 24/7 desde cualquier lugar.

Al inicio: la organización se registra en la plataforma (incluso en la versión gratuita), responde el test de diagnóstico y Lúmina le recomienda la fase lunar en la que se encuentra y el plan adecuado. El ingreso es inmediato.

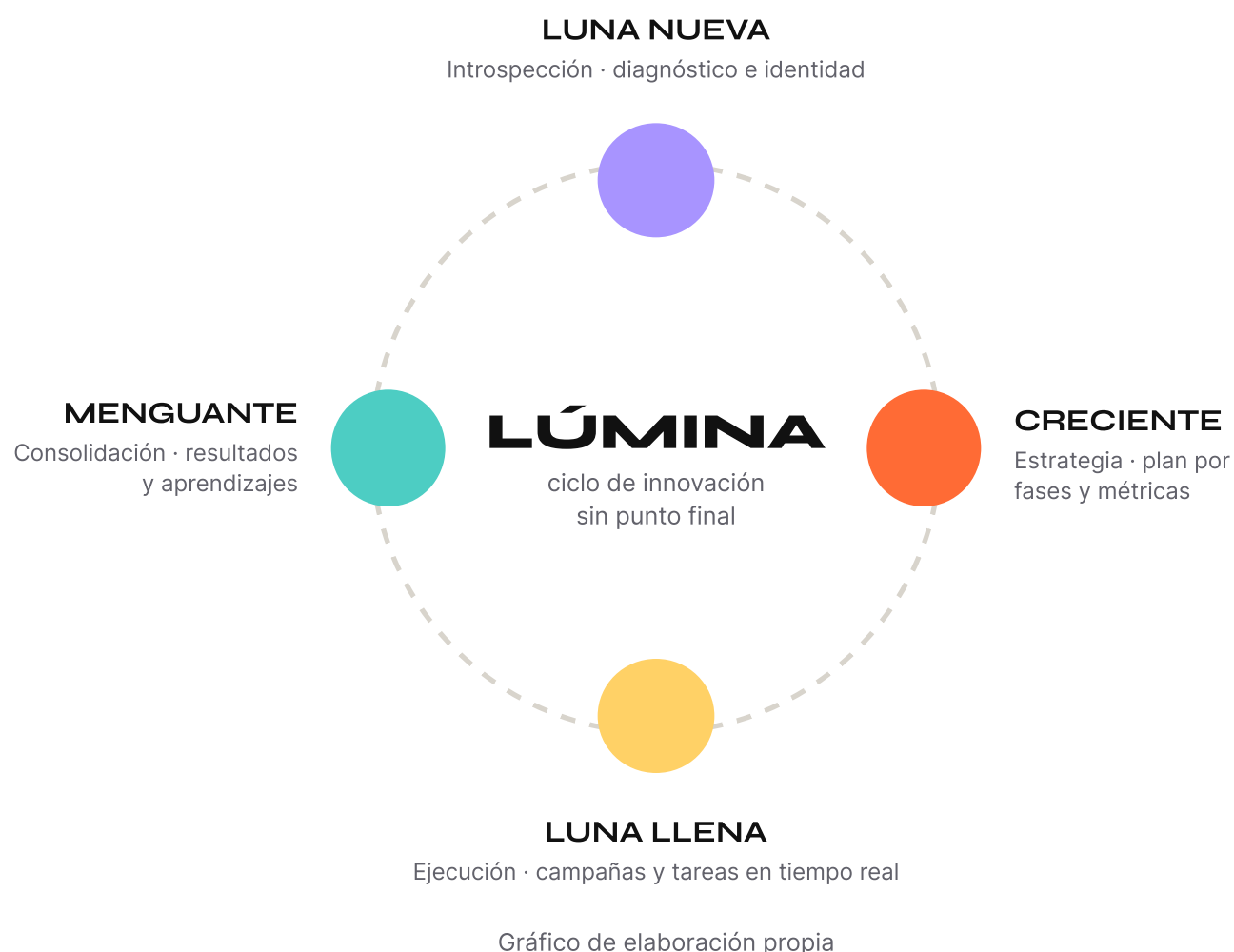
Durante el acompañamiento: las fases se recorren al ritmo de cada organización, con ciclos de referencia de 28 días por fase, en alusión al ciclo lunar:

- Luna Nueva: introspección — diagnóstico, identidad y pilares estratégicos.
- Creciente: estrategia — plan de comunicación, entregables y primeras métricas.
- Luna Llena: ejecución — campañas, contenidos y mayor exposición, con tareas en tiempo real.
- Menguante: consolidación — análisis de resultados, aprendizajes y redefinición para el siguiente ciclo.

De forma continua: los seis agentes de IA acompañan, recuerdan tareas, responden preguntas y generan reportes; el progreso es visible en el dashboard en todo momento.

Al cierre de cada ciclo: el sistema consolida resultados y aprendizajes, y el ciclo vuelve a comenzar, porque la metodología es cíclica: todo proyecto puede mejorarse y no tiene punto final.

Gráfico 1 · Ciclo de innovación Lúmina: las cuatro fases



Representa la forma actual de operar del proyecto: una metodología cíclica en la que cada organización recorre cuatro fases Luna Nueva (introspección y diagnóstico), Creciente (estrategia), Luna Llena (ejecución) y Menguante (consolidación) y, al cerrar el ciclo, vuelve a comenzar. El ciclo no tiene punto final: todo es alusión a la innovación y todo proyecto tiene la oportunidad de ser mejorado. Cada vuelta deja documentación replicable, aprendizajes y resultados medibles, lo que hace la metodología adaptable a cualquier organización, usuario o proyecto.

Gráfico 2 · Flujo del usuario en el workspace Lúmina



Gráfico de elaboración propia

Muestra el recorrido de una organización dentro de la plataforma: (1) registro con versión gratuita e inicio de sesión con Google; (2) test de diagnóstico; (3) recomendación de la fase lunar y el plan adecuado; (4) trabajo dentro del workspace con tareas en tiempo real, los seis agentes de IA, educación certificable e integraciones; y (5) cierre de ciclo con resultados medibles, que da inicio a una nueva fase. A diferencia del modelo anterior (reuniones de diagnóstico con la agencia), todo el flujo es autónomo, inmediato y accesible 24/7.

Gráfico 3 · Modelo de operación 24/7 de Lúmina



Gráfico de elaboración propia

Evidencia que el acompañamiento ya no depende de una persona ni de horarios: el workspace opera de forma continua con seis agentes de IA contextuales (Luna, Estratega, Arquitecta, Ejecutor, Analista y Mentora) que entienden el sector, la fase y el momento de cada empresa. Alrededor del espacio de trabajo se articulan la educación certificable integrada, la documentación replicable, el progreso visual con métricas y las integraciones con herramientas y fuentes del contexto colombiano (Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack, Asana, DANE y Cámaras de Comercio).

¿Dónde?

El alcance del proyecto se da en distintos niveles, y cambió con la evolución hacia Lúmina:

- Digital: el workspace opera en la nube y es accesible 24/7 desde cualquier lugar y dispositivo; este es hoy el espacio principal del proyecto.
- Origen local: el proyecto nace en Cali, donde se desarrolló la investigación, las entrevistas con aliados expertos y las validaciones con usuarios.
- Nacional: Colombia es el contexto para el que fue diseñado el sistema: sus contenidos, noticias (DANE, Cámaras de Comercio), lenguaje y casuística responden al ecosistema empresarial colombiano.
- Internacional: al ser una plataforma digital replicable que no depende de una ubicación física ni de una persona, Lúmina puede escalar a otros países de Latinoamérica y al mercado global.

En cuanto a espacios concretos:

- Internos: la interfaz del workspace (dashboard, fases, agentes, tareas, educación, documentos) y sus integraciones con herramientas de trabajo (Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack, Asana).
- Externos: la página pública de la plataforma, las redes y comunidades digitales donde se difunde el sistema, y los espacios físicos y digitales de las organizaciones usuarias donde la metodología se aplica.



CRECIENTE

ESTRUCTURA · ESTRATEGIA

La luz comienza a crecer: se definen los objetivos, se estudian los antecedentes y se construyen los marcos que dan estructura al proyecto.

- 4 · Objetivos
- 5 · Antecedentes del proyecto
- 5.1 · Marco conceptual
- 5.2 · Marco de referencias y benchmarking

Objetivos

OBJETIVO GENERAL · ESTRATÉGICO — TÁCTICO — OPERATIVO

Crear una estrategia experiencial mediante casuística de éxito para el reconocimiento del modelo «Las Fases de la Luna» como generador de crecimiento y posicionamiento de organizaciones en el mercado.

Taxonomía de Bloom: **CREAR**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

● 1 · ANALIZAR · Casos de éxito

Identificar casos de éxito mediante análisis comparativo para caracterizar las fortalezas y oportunidades de mejora del modelo «Las Fases de la Luna».

● 2 · DISEÑAR · Punto en común o de diferencia

Definir la estructura de comunicación soportada en herramientas interactivas y experienciales para la implementación del modelo «Las Fases de la Luna».

● 3 · EVALUAR · Testeo y retroalimentación

Testear la estrategia a través de pruebas de concepto para medir su desempeño.

Antecedentes del proyecto

El texto Organización industrial: mercados y estrategias de Belleflamme y Peitz (2021) explica cómo las organizaciones desarrollan ventajas competitivas mediante la diferenciación, la innovación y la coherencia interna. Estos principios son esenciales dentro del diseño de comunicación visual, ya que una marca que busca posicionarse debe sostener su mensaje desde lo simbólico, lo estratégico y lo experiencial.

Autores como Frascara (1997) señalan que el diseño debe concebirse como un acto de comunicación con propósito, capaz de influir en la percepción y el comportamiento del público. En esta misma línea, Costa (2012) plantea que la identidad visual corporativa funciona como un sistema integral de coherencia, donde la forma, el mensaje y la cultura organizacional se articulan para construir sentido.

El proyecto «Las fases de la luna» surge de esta reflexión: la necesidad de consolidar una metodología estratégica, visual y simbólica que acompañe a las empresas en su proceso de evolución comunicativa. Inspirada en el ciclo lunar, la metodología traduce cada fase —introspección, planeación, acción y consolidación— en etapas de desarrollo empresarial, ofreciendo una estructura replicable que impulsa el crecimiento y el posicionamiento.

En la actualidad, los antecedentes más pertinentes para el proyecto ya no son únicamente las agencias de branding, sino las plataformas digitales que han democratizado servicios antes reservados a especialistas:

● Notion

Estructuró la gestión del conocimiento y del trabajo en espacios modulares y replicables.

● Claude (Anthropic)

Demostró que la IA conversacional puede prestar acompañamiento contextual continuo y de calidad.

● Domestika

Acercó la educación creativa experta a públicos masivos en español.

● Computrabajo

Evidenció el alcance de las plataformas digitales en el contexto laboral latinoamericano.

De manera complementaria, IDEO y el Design Thinking validaron los procesos de innovación por etapas centrados en el usuario, base metodológica sobre la cual se construyó el ciclo de las fases de la luna: una analogía de la innovación en la que, como la luna, todo proceso es cíclico y ningún proyecto tiene un punto final, pues siempre existe la oportunidad de mejorarlo.

El proceso de investigación incorporó además entrevistas en profundidad a cinco aliados expertos, cuyos hallazgos alimentaron directamente el proyecto. Desde la dirección académica del mercadeo se confirmó que el diseño dejó de ser un componente instrumental para consolidarse como activo estratégico que construye valor de marca, y que la estandarización de procesos visuales es decisiva para la lealtad y la asociación de marca (Brand Equity de Aaker y Keller).

HALLAZGOS DE LOS ALIADOS EXPERTOS

● **Consultoría empresarial**

«Lo urgente se come lo operativo»: sin equipos, tiempos o métodos dedicados, la gestión de marca y de innovación simplemente no ocurre; la rigurosidad metodológica complementa lo que el empresario ya hace bien por intuición.

● **Identidad de marca**

Las organizaciones que crecen en ventas sin capital simbólico encuentran un techo de cristal: la permanencia en el tiempo depende de la narrativa y del significado.

● **Gestión de la innovación**

El Design Thinking por sí solo es insuficiente si no incorpora el caso de negocio; la metodología debe adaptarse al reto de cada organización, y los procesos de innovación requieren método, tiempo y claridad sobre la propiedad intelectual.

Estos hallazgos, sumados a las encuestas aplicadas a treinta y tres usuarios externos y al trabajo con la empresa participante, orientaron la decisión central del proyecto: evolucionar de un servicio prestado por Inspiro hacia Lúmina, un workspace digital que sistematiza la metodología y la hace accesible 24/7, sin depender de la disponibilidad de un consultor o de su creadora.

Desde esta perspectiva, «Las fases de la luna» se construye como una respuesta a la carencia de herramientas metodológicas accesibles para pequeñas y medianas empresas que desean fortalecer su posicionamiento desde una comunicación estructurada, visualmente coherente y emocionalmente significativa. En síntesis, los antecedentes evidencian que la efectividad de una marca no depende únicamente de la estética, sino de la existencia de una metodología replicable, adaptable y medible.

Marco conceptual

El proyecto «Las fases de la luna» se fundamenta en principios clave del diseño de comunicación visual, la estrategia de marca y la experiencia sensorial, donde la identidad se concibe como un sistema vivo, evolutivo y simbólico. Esta metodología asume el diseño como un proceso estructurado, narrativo y experiencial que guía a las marcas desde la introspección hasta la consolidación, integrando pensamiento estratégico, análisis de mercado y construcción emocional.

Lúmina · «luz que ilumina el camino»

El nombre del sistema significa «luz que ilumina el camino», en alusión al significado de la luna. Nace de la metodología cíclica «Las Fases de la Luna», creada por Luna Mejía, CEO de Inspiro Design Studio. Así como la luna ilumina la noche en distintas fases, Lúmina ilumina el proceso de cada organización mostrándole dónde está, qué viene y cómo avanzar.

La metodología cíclica

Es el concepto estructurante del proyecto: el ciclo lunar funciona como analogía de la innovación, porque todo es susceptible de mejora y ningún proyecto tiene un punto final. Las cuatro fases —Luna Nueva (introspección), Creciente (estrategia), Luna Llena (ejecución) y Menguante (consolidación)— se repiten en ciclos sucesivos de evolución, y la metodología es adaptable, replicable y medible para cualquier tipo de organización, usuario o proyecto.

El workspace

Es el concepto que materializa el sistema: un espacio de trabajo digital disponible 24/7, optimizado con inteligencia artificial, con versión gratuita de entrada, donde conviven el diagnóstico, el plan por fases, los seis agentes contextuales, la educación integrada y la visualización del progreso. Con ello, el proyecto deja de depender de su creadora: la interfaz brinda todo el acompañamiento.

● Narrativas

Constituyen la base discursiva que otorga sentido al mensaje visual. Cada marca construye una historia que comunica su propósito, valores y personalidad, generando identificación emocional y coherencia comunicativa. La narrativa simbólica del ciclo lunar representa las etapas evolutivas de una marca, funcionando como hilo conductor entre la planeación estratégica y la expresión visual.

● **Activación sensorial**

Incorpora estímulos visuales, auditivos o táctiles que fortalecen la experiencia de marca. Este principio transforma la percepción estética en una vivencia emocional, logrando que la comunicación sea recordable y significativa. Cada fase metodológica activa sentidos distintos que refuerzan el vínculo entre marca y audiencia.

● **Diseño de la interacción**

Orienta el proceso hacia experiencias participativas, donde el público deja de ser un receptor pasivo para convertirse en un agente activo dentro de la narrativa de marca. La metodología fomenta que las empresas participen directamente en su propio proceso de transformación, autoevaluación y crecimiento, promoviendo la co-creación y la apropiación de la identidad.

● **Estructura de comunicación**

Integra los formatos, soportes y medios que la marca utiliza para expresar su esencia. Esta estructura es adaptable y multicanal, conectando estrategias digitales y presenciales con coherencia visual, discursiva y simbólica, sin importar el entorno o la plataforma.

● **Impacto**

Se comprende como el nivel de recordación, conexión y transformación que una marca genera en su entorno. La metodología busca potenciar ese impacto al articular planificación visual y significado simbólico, asegurando resultados medibles en posicionamiento, percepción y experiencia de marca.

● **Identidad corporativa o marca**

Constituye el eje central de esta propuesta: un sistema integral conformado por valores, comportamientos, símbolos y códigos visuales que expresan la esencia organizacional. El diseño deja de ser un elemento meramente estético para convertirse en una herramienta de gestión cultural y estratégica.

● **Gamificación**

Se incorpora como un recurso metodológico que estimula la participación activa, la motivación y la exploración creativa. Mediante dinámicas lúdicas inspiradas en las fases lunares, se promueve la comprensión experiencial del proceso de posicionamiento y se fortalece la conexión entre marca y proceso.

EN CONJUNTO

Estos criterios —la metáfora lunar, la metodología cíclica, el workspace optimizado con IA, las narrativas, la activación sensorial, el diseño de interacción, la estructura comunicativa, el impacto, la identidad corporativa y la gamificación— conforman un sistema integral que consolida a Lúmina como una propuesta coherente entre concepto, experiencia y resultado.

Marco de referencias y benchmarking

El proyecto se fundamenta en la necesidad de estructurar los procesos de comunicación y posicionamiento empresarial mediante una estrategia experiencial y replicable. Su objetivo general parte del principio de que una marca no solo debe ser vista, sino comprendida, vivida y sostenida por una metodología que articule análisis, creatividad y medición.

Autores como Frascara (1997) y Costa (2012) sostienen que el diseño no debe quedarse en la forma, sino que debe generar comunicación con propósito. Por su parte, Kotler y Keller (2021) destacan la importancia de las estrategias experienciales como catalizadoras del posicionamiento de marca. Bajo estos fundamentos, la metodología guía el desarrollo de la marca desde la observación hasta la expansión, integrando lo racional (estrategia y análisis) y lo emocional (identidad y experiencia).

Para construir la interfaz (el workspace) y consolidar la metodología se tomaron referentes directos: Claude (Anthropic), por su modelo de asistencia conversacional con inteligencia artificial contextual; Notion, por su workspace modular y su documentación replicable; Domestika, por su modelo de educación creativa en línea accesible y de alta calidad; Computrabajo, por su masividad y cercanía con el usuario latinoamericano; y el Design Thinking de IDEO, como base del proceso de innovación por etapas centrado en el usuario.

QUÉ TOMÓ LÚMINA DE CADA REFERENTE

● **Claude**

Acompañamiento inteligente 24/7

● **Notion**

Estructura flexible y documentación

● **Domestika · Platzi**

Educación integrada

● **Computrabajo**

Accesibilidad masiva en Latam

● **Duolingo**

Gamificación del progreso

● **IDEO**

El método por etapas

Todos estos referentes se articulan mediante la analogía que da sentido a Lúmina: la luna es cíclica, y el ciclo es una alusión a la innovación, donde ningún proyecto tiene punto final porque siempre puede mejorarse.

El análisis comparativo permite identificar las fortalezas de Lúmina: su narrativa simbólica propia (el ciclo lunar), la integración de metodología guiada, agentes de IA contextuales, educación certificable y progreso medible en un solo espacio, y su diseño específico para el contexto sociocultural empresarial colombiano.

En síntesis, este marco referencial sustenta que las plataformas digitales con metodologías claras, asistencia inteligente y educación accesible son el estándar contemporáneo de democratización del conocimiento experto. Lúmina traslada ese estándar a la gestión estratégica y la comunicación visual de las MiPymes.

Benchmarking sectorial

El benchmarking se desarrolla en dos canales de observación. El canal sectorial se enfoca en plataformas digitales de gestión, productividad e inteligencia artificial que estructuran el trabajo de personas y equipos: el terreno donde compite Lúmina como workspace. Se consideraron Notion (con Notion AI), Claude (Anthropic), Asana, Miro y Monday.com, frente a Lúmina.

Criterio	Notion	Claude	Asana	Miro	Lúmina
Metodología guiada por fases	Parcial (plantillas)	—	Parcial (proyectos)	—	Sí (ciclo lunar completo)
Asistencia con IA	Notion AI (general)	Sí (general)	Parcial	Parcial	Sí (6 agentes contextuales)
Educación certificable integrada	—	—	—	—	Sí (en cada fase)
Medición del ciclo de innovación	Parcial (tareas)	—	Sí (tareas)	Parcial	Sí (fase, avance, entregables)
Modelo freemium	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí (versión gratuita)
Diseño para el contexto colombiano	—	—	—	—	Sí (DANE, CCC, casuística)
Narrativa simbólica propia	Parcial	Parcial	—	—	Sí (las fases de la luna)
Disponibilidad 24/7 sin consultor	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

- **Metodología guiada:** las plataformas de productividad ofrecen plantillas y flexibilidad, pero ninguna conduce al usuario por una metodología de innovación paso a paso. Lúmina integra la ruta completa por fases con entregables definidos.
- **Agentes de IA contextuales:** Claude y Notion AI ofrecen asistencia general de gran calidad; Lúmina especializa seis agentes según la fase, el sector y el momento de cada empresa: la IA se vuelve acompañamiento estratégico.
- **Educación integrada:** ninguna integra formación certificable dentro del flujo de trabajo; Lúmina incorpora módulos cortos que el empresario aprende mientras ejecuta.

- **Propósito y narrativa:** Notion y Claude construyen narrativas de producto claras y aspiracionales. Lúmina se diferencia con una narrativa simbólica propia —el ciclo lunar— que traduce la innovación a un lenguaje emocional y comprensible para el empresario.
- **Progreso visual y medición:** Asana, Miro y Monday.com miden tareas y proyectos; Lúmina mide el ciclo completo de innovación (fase, avance, entregables y aprendizajes), haciendo visible la evolución de la organización.
- **Adaptabilidad y replicabilidad:** todas las plataformas son adaptables; Lúmina añade la replicabilidad metodológica, pues el mismo ciclo aplica a cualquier organización, usuario o proyecto.
- **Modelo de acceso:** el esquema freemium es el estándar del sector (Notion, Asana, Miro); Lúmina lo adopta con su versión gratuita de entrada para eliminar la barrera económica inicial.
- **Contexto local:** ninguna de las plataformas analizadas está diseñada para el contexto sociocultural empresarial colombiano; Lúmina sí, con noticias del DANE y las Cámaras de Comercio, lenguaje cercano y casuística local.

CONCLUSIÓN DEL CANAL SECTORIAL

Las plataformas líderes de productividad e IA resuelven la organización del trabajo, pero dejan vacío el «cómo innovar con método». Lúmina ocupa ese vacío: combina la flexibilidad de un workspace, la inteligencia contextual de los agentes y una metodología cíclica propia, guiada y medible. En este sentido, Lúmina se alinea con las prácticas contemporáneas del software como servicio (SaaS) y las supera en su nicho: ser el espacio donde una MiPyme no solo organiza su trabajo, sino que aprende a innovar mientras lo hace.

Benchmarking no sectorial

El canal no sectorial se centra en plataformas de educación y acceso digital masivo que han democratizado conocimientos y oportunidades, de donde Lúmina toma sus principios de accesibilidad, aprendizaje y gamificación. Se consideraron Domestika, Platzi, Duolingo, Computrabajo y Canva.

Criterio	Domestika	Platzi	Duolingo	Computrabajo	Lúmina
Educación accesible en español	Sí	Sí	Sí	—	Sí (módulos en cada fase)
Gamificación del progreso	Parcial	Sí	Sí (rachas, logros)	—	Sí (fases, logros, certificados)
Personalización del contenido	Parcial	Sí	Sí	Parcial	Sí (test de diagnóstico)
Masividad y acceso en Latam	Sí	Sí	Sí	Sí	En construcción (Colombia 1º)
Modelo freemium	Parcial	Sí	Sí	Sí	Sí
Aplicación a gestión empresarial	—	Parcial	—	Parcial	Sí (núcleo del sistema)

- **Educación accesible:** Domestika y Platzi demuestran que el conocimiento experto puede entregarse en español, en formatos cortos y a bajo costo. Aplicación: la educación certificable integrada en cada fase del workspace.
- **Gamificación y hábito:** Duolingo evidencia que el progreso visible, las rachas y los logros sostienen el hábito. Aplicación: el avance por fases, los entregables completados y los certificados funcionan como sistema de logros.
- **Personalización:** las plataformas educativas adaptan el contenido al nivel del usuario. Aplicación: el test de diagnóstico de Lúmina personaliza la fase, el plan y las recomendaciones de los agentes para cada empresa.
- **Masividad y acceso:** Computrabajo demuestra el alcance de las plataformas digitales en Latinoamérica incluso entre públicos no especializados, validando la viabilidad de una herramienta web simple y directa para MiPymes.
- **Democratización del diseño:** Canva evidencia que las herramientas visuales pueden ponerse al alcance de cualquier persona. Aplicación: Lúmina democratiza, de la misma forma, la estrategia y el método.
- **Comunidad y narrativa:** estas plataformas construyen comunidades de aprendizaje que sostienen el uso en el tiempo. Oportunidad: una comunidad de empresarios alrededor del método lunar.

CONCLUSIÓN DEL CANAL NO SECTORIAL

Las plataformas que triunfan democratizando conocimiento comparten cuatro principios: accesibilidad (freemium y lenguaje claro), aprendizaje integrado, progreso visible y comunidad. Lúmina traduce esos principios al ámbito de la gestión estratégica y la comunicación visual de las MiPymes: ser para la innovación empresarial lo que Domestika es para la educación creativa o Duolingo para los idiomas.

Conclusión general

El proyecto se consolida en Lúmina: un workspace digital de innovación cíclica que integra el pensamiento estratégico, la comunicación visual y la inteligencia artificial en una sola interfaz. La metodología «Las Fases de la Luna», creada por Luna Mejía, deja de ser un servicio y se convierte en un sistema autónomo, adaptable, replicable y medible. El proyecto trasciende a su creadora: opera 24/7 como una interfaz que brinda todo el acompañamiento, con una versión gratuita que democratiza el acceso y planes que escalan según las necesidades de cada organización. Lúmina no compete con agencias: crea una categoría propia, el workspace de innovación cíclica para MiPymes.



LUNA LLENA

MÉTODO Y ÉTICA · EJECUCIÓN

Plena luz sobre el proceso: cómo se hizo el proyecto, por qué es de riesgo mínimo y cómo se protegieron los derechos de cada participante.

- 6 · Marco metodológico
- 6.1 · Consideraciones éticas del proyecto

Marco metodológico

La metodología empleada en el desarrollo del proyecto se fundamenta en el enfoque de Design Thinking, entendido como un modelo estructurado de pensamiento proyectual centrado en la comprensión profunda del contexto, la identificación de oportunidades y la generación de soluciones estratégicas.

El proceso se desarrolló por cinco fases propias, alineadas con el Design Thinking (empatizar, definir, idear, prototipar y testear). Cada fase respondió a objetivos específicos del proyecto y aportó entregables verificables:

- F1 El pulso inicial**
Investigación documental, análisis visual, marco de referencias, entrevistas a expertos y encuestas. Responde al objetivo 1.
- F2 La voz del problema**
Priorización de insights, definición de objetivos, mapa de empatía, benchmarking y análisis de resultados. Responde al objetivo 2.
- F3 Inspiración visual**
Selección de conceptos, moodboards, bocetos y propuestas de experiencia. Responde a los objetivos 1 y 2.
- F4 El diseño toma ritmo**
Paleta de color y tipografía, prototipado, storytelling visual, ensayos y ajustes. Responde al objetivo 3.
- F5 Resonancia final**
Pruebas con usuarios, ficha técnica, sustentación y difusión digital. Responde al objetivo 2.

La ruta metodológica se organizó mediante un diagrama de Gantt, el cual estructuró temporalmente las actividades correspondientes a cada objetivo específico. Esta herramienta permitió visualizar la secuencia del trabajo, controlar los avances y garantizar la coherencia entre investigación, conceptualización, prototipado y validación.

Consideraciones éticas del proyecto

El presente proyecto se enmarca dentro de una investigación en diseño estratégico y comunicación visual, cuyo desarrollo implicó análisis documental, entrevistas a aliados expertos, encuestas a usuarios externos, trabajo con una empresa participante y pruebas de concepto del prototipo. Si bien no se trata de una investigación de riesgo clínico o biomédico, sí involucró recolección de información, uso de datos y registro de imagen y voz, por lo que se fundamenta en los principios bioéticos de no maleficencia, beneficencia, autonomía y justicia.

● 1 · Principio de No Maleficencia

El proyecto se clasifica como de riesgo mínimo, dado que no interviene físicamente sobre personas ni altera sus condiciones psicológicas, sociales o económicas. Los posibles riesgos se relacionan con el uso inadecuado de información estratégica compartida por empresas, la exposición no autorizada de datos personales o imágenes y las interpretaciones incorrectas de testimonios. Medidas de mitigación: uso exclusivo de información autorizada y consentimiento informado previo a entrevistas o registros audiovisuales; firma de autorizaciones de uso de imagen (fija o en movimiento); protección de datos mediante anonimización; y validación de citas cuando aplique. La información recolectada se usa únicamente con fines académicos.

● 2 · Principio de Autonomía

Se garantizó la participación voluntaria de todas las personas involucradas: información clara sobre el propósito del proyecto, autorización expresa para uso de datos, imagen y aportes, derecho a retirar la participación en cualquier momento y ausencia de presión o condicionamiento. El proyecto reconoce la capacidad de decisión de cada actor y su derecho a definir el alcance de su participación.

● 3 · Principio de Beneficencia

El estudio busca aportar valor a la comunidad académica y al sector empresarial creativo: generación de conocimiento aplicable a metodologías de diseño estratégico, aporte de herramientas estructuradas que fortalezcan procesos de posicionamiento de marca, visibilización de buenas prácticas en comunicación visual y contribución al fortalecimiento metodológico de pequeñas y medianas empresas. No se generan beneficios económicos directos para la investigadora derivados de la información recolectada.

● 4 · Principio de Justicia

El proyecto garantiza un trato digno, equitativo y respetuoso hacia todos los participantes. No hay discriminación por género, condición social, nivel empresarial o experiencia profesional. Se respetan las normativas nacionales de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012) y los lineamientos institucionales de investigación, con criterios de rigor académico que aseguran validez, confiabilidad y uso responsable de fuentes.

● 5 · Manejo de datos, confidencialidad y custodia

Los datos recolectados se almacenan en dispositivos digitales protegidos con acceso restringido; la custodia está a cargo de la investigadora principal; el uso de la información es exclusivamente académico; y el tiempo de conservación es el requerido para la evaluación y archivo institucional del proyecto. En caso de utilizar casos reales, se respeta el anonimato si la empresa así lo solicita.

● 6 · Clasificación del riesgo del proyecto

De acuerdo con la Resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud (artículo 11), el proyecto se clasifica como investigación de riesgo mínimo (bajo riesgo): la recolección de información se limita a entrevistas semiestructuradas, encuestas en línea y pruebas de concepto del prototipo, todas con personas adultas entre los 25 y 60 años que participan de manera voluntaria. Esta clasificación fue ratificada por el Comité de Ética de la Investigación (CEI) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, según consta en el acta No. 002-2026.

● 7 · Participantes y muestra

El proyecto contó con un total aproximado de cuarenta y cinco (45) participaciones: cinco (5) aliados expertos entrevistados; una (1) empresa mediana como usuario directo; treinta y tres (33) usuarios externos encuestados; y seis (6) sesiones de validación de las pruebas de concepto con expertos y no expertos. Todos los participantes son adultos entre los 25 y 60 años de edad.

Criterios de inclusión: ser mayor de edad (25 a 60 años); ser empresario, líder o colaborador de una MiPyme colombiana, o profesional con experiencia en diseño, comunicación, innovación o gestión empresarial; participación voluntaria con consentimiento informado firmado; y, para la empresa participante, autorización escrita de su representante.

Criterios de exclusión: menores de edad; personas con relación de subordinación laboral o comercial vigente con la investigadora o con Inspiro Design Studio; personas que no firmen el consentimiento informado; y poblaciones en condición de vulnerabilidad.

Convocatoria y reclutamiento: invitación directa y voluntaria por correo electrónico, redes profesionales y contactos del ecosistema empresarial y académico de Cali, además de la difusión de la encuesta mediante formulario en línea. La participación nunca estuvo condicionada a relaciones comerciales.

Tiempo de participación: entrevistas de 45 a 60 minutos (una sesión por participante); encuestas en línea de 10 a 15 minutos; y validaciones de 30 a 45 minutos. Participación de única vez por instrumento, durante los semestres 2025-2 y 2026-1.

● 8 · Consentimiento informado y autorizaciones

Todos los participantes firmaron un consentimiento informado en lenguaje sencillo, concreto y accesible, que incluye: (i) la finalidad exclusivamente académica del estudio; (ii) la explicación clara del objetivo, el proceso, el tiempo, el lugar y las actividades; (iii) la voluntariedad y el derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias; (iv) el manejo de la confidencialidad y la anonimización; (v) los beneficios esperados y los riesgos mínimos con sus medidas de mitigación; y (vi) la indicación de que los datos podrán reutilizarse en futuras investigaciones únicamente con nueva autorización expresa. Dado que hubo registro de audio y video, se solicitó adicionalmente la autorización de uso de imagen y voz, y para la empresa participante la autorización escrita de su representante para el uso académico de materiales e información de marca. Los formatos se anexan al documento.

● 9 · Conflicto de interés y separación académico-comercial

La investigadora declara un conflicto de interés potencial: es fundadora y CEO de Inspiro Design Studio, empresa en la que se origina la metodología. Para mitigarlo: la participación no estuvo condicionada a relaciones comerciales con Inspiro; se excluyó a empleados y clientes subordinados; el consentimiento se obtuvo sin presión y con plena libertad de retiro; las empresas se anonimizan cuando corresponde; y se mantiene separación explícita entre los resultados académicos y cualquier uso comercial posterior, que requerirá autorizaciones adicionales.

● 10 · Información sensible o comercial y confidencialidad

Se recolectan percepciones sobre gestión, comunicación y posicionamiento, e información general del negocio; no se recolectan datos financieros detallados ni datos personales sensibles. Desidentificación con códigos alfanuméricos (E1–E5, U1–U33, V1–V6; la empresa se denomina «empresa participante»). Almacenamiento en carpetas digitales protegidas con contraseña; acceso restringido a la investigadora y la directora del proyecto. Solo se divulgan resultados agregados y anonimizados.

● 11 · Instrumentos de recolección de la información

Los instrumentos utilizados fueron: la guía de entrevista semiestructurada aplicada a los aliados expertos; el cuestionario de encuesta en línea aplicado a los usuarios externos; la guía de sesión de trabajo con el usuario directo (empresa); y el protocolo de prueba de concepto utilizado en las seis sesiones de validación del prototipo. Estos instrumentos se anexan junto con los formatos de consentimiento.

● 12 · Custodia y disposición final de los datos

Encargada de la custodia: Luna Mariana Mejía Orejarena, investigadora principal. Los datos se conservan en una unidad digital protegida con contraseña y copia de respaldo durante dos (2) años desde la sustentación, con archivos anonimizados y consentimientos guardados por separado. Disposición final: los resultados se usan, divulgan y socializan de forma agregada y anonimizada en el documento final, la sustentación y la difusión académica digital; cumplido el periodo, los datos se eliminan de manera segura. Los datos podrán reutilizarse en futuras investigaciones únicamente con nueva autorización expresa del participante.

● 13 · Canal independiente para quejas

Si un participante considera que sus derechos han sido vulnerados, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación (CEI) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali: eticainstitucional@javerianacali.edu.co. El CEI es una instancia independiente de la investigadora y de la dirección del proyecto, y este canal queda consignado en los consentimientos informados.

● 14 · Propiedad intelectual y uso de resultados

La metodología «Las Fases de la Luna» y el sistema Lúmina son creación original de la estudiante, desarrollados conforme a la política de propiedad intelectual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y al acta de propiedad intelectual correspondiente, por tratarse de un proyecto de creación que genera productos (metodología, plataforma, prototipo e identidad visual). Cualquier escalamiento comercial posterior de Lúmina será independiente de los datos académicos recolectados y respetará los consentimientos y autorizaciones firmados. Los materiales de las empresas participantes permanecen como propiedad de sus titulares.

● 3 · Principio de Beneficencia

El estudio busca aportar valor a la comunidad académica y al sector empresarial creativo: generación de conocimiento aplicable a metodologías de diseño estratégico, aporte de herramientas estructuradas que fortalezcan procesos de posicionamiento de marca, visibilización de buenas prácticas en comunicación visual y contribución al fortalecimiento metodológico de pequeñas y medianas empresas. No se generan beneficios económicos directos para la investigadora derivados de la información recolectada.

● 4 · Principio de Justicia

El proyecto garantiza un trato digno, equitativo y respetuoso hacia todos los participantes. No hay discriminación por género, condición social, nivel empresarial o experiencia profesional. Se respetan las normativas nacionales de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012) y los lineamientos institucionales de investigación, con criterios de rigor académico que aseguran validez, confiabilidad y uso responsable de fuentes.

● 5 · Manejo de datos, confidencialidad y custodia

Los datos recolectados se almacenan en dispositivos digitales protegidos con acceso restringido; la custodia está a cargo de la investigadora principal; el uso de la información es exclusivamente académico; y el tiempo de conservación es el requerido para la evaluación y archivo institucional del proyecto. En caso de utilizar casos reales, se respeta el anonimato si la empresa así lo solicita.

● 6 · Clasificación del riesgo del proyecto

De acuerdo con la Resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud (artículo 11), el proyecto se clasifica como investigación de riesgo mínimo (bajo riesgo): la recolección de información se limita a entrevistas semiestructuradas, encuestas en línea y pruebas de concepto del prototipo, con personas adultas entre los 25 y 60 años que participan voluntariamente. Clasificación ratificada por el CEI de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, acta No. 002-2026.

● 11 · Instrumentos de recolección de la información

Los instrumentos utilizados fueron: la guía de entrevista semiestructurada aplicada a los aliados expertos; el cuestionario de encuesta en línea aplicado a los usuarios externos; la guía de sesión de trabajo con el usuario directo (empresa); y el protocolo de prueba de concepto utilizado en las seis sesiones de validación del prototipo. Estos instrumentos se anexan junto con los formatos de consentimiento.

● 12 · Custodia y disposición final de los datos

Encargada de la custodia: Luna Mariana Mejía Orejarena, investigadora principal. Los datos se conservan en una unidad digital protegida con contraseña y copia de respaldo durante dos (2) años desde la sustentación, con archivos anonimizados y consentimientos guardados por separado. Disposición final: resultados agregados y anonimizados en el documento final, la sustentación y la difusión académica digital; luego, eliminación segura. Reutilización en futuras investigaciones solo con nueva autorización expresa del participante.

● 13 · Canal independiente para quejas

Si un participante considera que sus derechos han sido vulnerados, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación (CEI) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali: eticainstitucional@javerianacali.edu.co. El CEI es una instancia independiente de la investigadora y de la dirección del proyecto.

● 14 · Propiedad intelectual y uso de resultados

La metodología «Las Fases de la Luna» y el sistema Lúmina son creación original de la estudiante, desarrollados conforme a la política de propiedad intelectual de la PUJ Cali y al acta de propiedad intelectual correspondiente. Cualquier escalamiento comercial posterior será independiente de los datos académicos recolectados y respetará los consentimientos firmados. Los materiales de las empresas participantes permanecen como propiedad de sus titulares.



MENGUANTE

RESULTADOS · CONSOLIDACIÓN

El ciclo se consolida: qué se construyó, qué se validó y cómo Lúmina cierra esta vuelta del ciclo para comenzar la siguiente.

- 7 · Desarrollo y resultados finales: Lúmina
- 8 · Ruta
- Referencias
- 8.1 · Anexos

Desarrollo y resultados finales del proyecto: Lúmina

7.1 · Evolución del proyecto

Durante su desarrollo, el «Modelo Estratégico y Visual para Marcas: Las Fases de la Luna» se materializó en Lúmina, el sistema final del proyecto. Lúmina — Las Fases de la Luna es un sistema producto-servicio que profesionaliza la gestión estratégica y la comunicación visual de las MiPymes colombianas. Funciona como una plataforma digital con seis agentes de inteligencia artificial contextuales que acompañan al empresario a través de un ciclo de innovación dividido en cuatro fases: Luna Nueva (introspección), Creciente (estrategia), Luna Llena (ejecución) y Menguante (consolidación).

El concepto nace de una observación central de la investigación: las pequeñas empresas innovan a ciegas, por intuición y sin un método replicable, lo que explica su alta tasa de mortalidad. Lúmina toma la metáfora del ciclo lunar para traducir el Design Thinking en un lenguaje claro, emocional y aplicable, donde cada fase tiene un color, un agente y unos entregables propios. El sistema integra educación continua, documentación replicable y visualización del progreso en un mismo espacio de trabajo, de modo que la PyME no solo ejecuta su estrategia, sino que aprende mientras la construye.

7.3 · Contexto y cifras actualizadas

Las MiPymes representan el 98 % del tejido empresarial en Colombia: del total, el 70 % corresponde a MiPymes y el 28 % a Pymes, con 5,65 millones de micronegocios activos y 324.042 nuevas empresas creadas en 2025 (DANE, 2026). Sin embargo, solo una de cada nueve opera bajo una estructura metodológica real. El problema de fondo es el empirismo, que se traduce en una tasa de mortalidad del 70 % antes de los cinco años. Lúmina nace para responder a ese vacío.

7.3 · Ruta metodológica final (F1-F5)

La ruta, basada en el Design Thinking, se consolidó en cinco fases: F1 — El pulso inicial (objetivo 1): investigación documental, análisis visual, marco de referencias, entrevistas a expertos y encuestas. F2 — La voz del problema (objetivo 2): priorización de insights, definición de objetivos, mapa de empatía, benchmarking y análisis de resultados. F3 — Inspiración visual (objetivos 1 y 2): selección de conceptos, moodboards, bocetos y propuestas de experiencia. F4 — El diseño toma ritmo (objetivo 3): paleta de color y tipografía, prototipado, storytelling visual, ensayos y ajustes. F5 — Resonancia final (objetivo 2): pruebas con usuarios, ficha técnica, sustentación y difusión digital.

7.5 · Investigación con usuarios y hallazgos

El proyecto se alimentó de cinco entrevistas a aliados expertos en diseño, estrategia e innovación; el trabajo continuo con una empresa mediana como usuario directo; treinta y tres encuestas a usuarios externos (25 a 60 años); y seis sesiones de validación de las pruebas de concepto con expertos y no expertos.

Los hallazgos confirmaron la orfandad metodológica de las MiPymes y permitieron definir los requerimientos de diseño del sistema: documentación replicable (todo el proceso queda guardado en el workspace), agentes de IA contextuales (asesoría 24/7 que entiende el contexto, el sector y la fase), educación integrada (módulos cortos incorporados en cada herramienta) y progreso visual (tablero con indicadores en vivo que muestra dónde está la empresa, qué completó y cuál es el próximo paso).

7.7 · El sistema Lúmina: componentes

El sistema se organiza en torno a la metáfora de las fases de la luna como hilo conductor visual y conceptual. Cada una de las cuatro fases —introspección, estrategia, ejecución y consolidación— se acompaña de seis agentes de IA especializados (Luna, Estratega, Arquitecta, Ejecutor, Analista y Mentora) que contextualizan las recomendaciones según el sector, el momento y las necesidades reales del negocio. El sistema fue diseñado específicamente para el contexto sociocultural empresarial colombiano.

7.6 · Prototipo funcional

El proyecto culminó con un prototipo funcional de alta fidelidad, construido en Figma y como aplicación web interactiva autocontenida (HTML), que recorre el flujo completo del servicio: página de presentación pública; registro de la PyME; inicio de sesión con Google; test de diagnóstico que recomienda la fase lunar y el plan adecuado; planes y proceso de pago; y el workspace en tres vistas según el tipo de usuario: usuario individual, administrador de equipo y miembro de equipo. El workspace integra las cuatro fases con su progreso, la conversación con los agentes, tareas en tiempo real, cursos certificables, integraciones (Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack y Asana) y noticias del contexto empresarial colombiano (DANE y Cámaras de Comercio).

7.7 · Validación y resultados

Las pruebas de concepto se evaluaron en seis sesiones de validación con expertos y no expertos, que permitieron iterar la propuesta en aspectos como la claridad del lenguaje de las fases, la jerarquía de la información del workspace y la comprensión del test de diagnóstico. La retroalimentación se incorporó en versiones sucesivas del prototipo hasta llegar a la versión final presentada.

7.8 · Prototipo funcional

El proyecto culminó con un prototipo funcional de alta fidelidad, construido en Figma y como aplicación web interactiva autocontenida (HTML), que recorre el flujo completo del servicio: página de presentación pública; registro de la PyME; inicio de sesión con Google; test de diagnóstico que recomienda la fase lunar y el plan adecuado; planes y proceso de pago; y el workspace en tres vistas según el tipo de usuario: usuario individual, administrador de equipo y miembro de equipo. El workspace integra las cuatro fases con su progreso, la conversación con los agentes, tareas en tiempo real, cursos certificables, integraciones (Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack y Asana) y noticias del contexto empresarial colombiano (DANE y Cámaras de Comercio).

7.9 · Validación y resultados

Las pruebas de concepto se evaluaron en seis sesiones de validación con expertos y no expertos, que permitieron iterar la propuesta en aspectos como la claridad del lenguaje de las fases, la jerarquía de la información del workspace y la comprensión del test de diagnóstico. La retroalimentación se incorporó en versiones sucesivas del prototipo hasta llegar a la versión final presentada.

CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO GENERAL

Con ello se dio cumplimiento al objetivo general: crear una estrategia experiencial mediante casuística de éxito para el reconocimiento del modelo «Las Fases de la Luna» como generador de crecimiento y posicionamiento de organizaciones en el mercado.

Ruta del proyecto

La ruta organiza temporalmente las cinco fases del proyecto a lo largo del semestre, conectando cada una con sus actividades y objetivos. El detalle completo del cronograma (diagrama de Gantt) se encuentra en el documento de grado.



Proceso de construcción: de servicio a sistema (prueba y error)

Lúmina no nació como una plataforma: nació como un servicio. En su origen, «Las Fases de la Luna» era la forma de trabajar de Inspiro Design Studio: la metodología se aplicaba manualmente con cada cliente, con reuniones de diagnóstico, acompañamiento mensual y la CEO al frente de cada proyecto. El proceso de construcción fue un ciclo de prueba y error que reflejó la misma lógica de la metodología.

● Primer aprendizaje — funcionaba, pero no escalaba

La aplicación del servicio con clientes reales demostró el valor del método, pero también su límite: todo dependía del tiempo de una sola persona, el conocimiento quedaba en la cabeza de la consultora y el costo dejaba por fuera a las MiPymes que más lo necesitaban.

● Iteración 1 — sistematizar la metodología

Definir las cuatro fases con nombres, colores, entregables y ciclos de 28 días, y construir plantillas replicables. Mejoró la claridad, pero seguía dependiendo de la operación personal de Inspiro.

● Iteración 2 — la investigación cambió el rumbo

Las entrevistas con expertos, las 33 encuestas y el trabajo con la empresa participante revelaron los requerimientos reales y confirmaron el diagnóstico: orfandad metodológica y costo de acceso a expertise. Nació la decisión central: convertir el servicio en una interfaz.

● Iteración 3 — del papel al prototipo

El sistema se diseñó y prototipó en Figma: identidad, flujos y el workspace completo. Las primeras pruebas de concepto obligaron a ajustar el lenguaje de las fases, la jerarquía del dashboard y la claridad del test de diagnóstico.

● Iteración 4 — prueba, error y versión final

La retroalimentación se incorporó en versiones sucesivas hasta el prototipo funcional de alta fidelidad (Figma + HTML), validado en seis sesiones. El resultado es Lúmina: una interfaz autónoma, 24/7, con IA y versión gratuita, que ya no depende de su creadora.

Este recorrido —servicio, sistematización, investigación, prototipo, validación— es la evidencia práctica del concepto: como la luna, todo proceso es cíclico y siempre puede mejorarse. Lúmina es la versión actual de ese ciclo, no su punto final.

Requerimientos de usuario y de diseño

A partir de los hallazgos de la investigación se definieron los requerimientos que orientaron el diseño del sistema. Los principales se presentan resaltados; los complementarios, en texto normal.

REQUERIMIENTOS DE USUARIO

● Proceso documentado

Entender el ADN de su empresa y dejarlo documentado: el equipo accede, comprende y continúa sin depender de una persona.

● Expertise sin costo

Acceder a asesoría estratégica especializada sin el costo de una consultoría, con puerta de entrada gratuita.

● Aprender mientras ejecuta

Educación en formatos cortos aplicada a la tarea del momento, sin detener la operación del negocio.

● Progreso siempre visible

Ver dónde está, qué completó y cuál es el próximo paso, con resultados medibles.

Complementarios: lenguaje claro y cercano; acompañamiento 24/7; trabajo en equipo con roles diferenciados; integración con sus herramientas (Notion, Miro, Canva, Drive, Slack, Asana); información del contexto colombiano (DANE, CCC); y confidencialidad de su información.

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

● Documentación replicable

Funcional-operativo · obligación. Todo queda guardado en el workspace; el equipo puede continuar sin la fundadora.

● Agentes IA contextuales

Funcional-tecnológico · obligación. Seis asesores 24/7 que entienden contexto, sector y fase. Sin costo en fase inicial.

● Educación integrada

Teórico-práctico · obligación. Módulos de 2-5 minutos integrados en cada herramienta: se aprende mientras se actúa.

● Progreso visual

Funcional-operativo · obligación. Dashboard con KPIs en vivo y ciclo medible: dónde está, qué completó, próximo paso.

Complementarios (deseo): narrativa simbólica lunar en toda la interfaz; modelo freemium; test de diagnóstico que personaliza fase y plan; gamificación con logros y certificados; integraciones; noticias DANE/CCC; tres vistas según tipo de usuario; acceso multidispositivo 24/7.

Referencias

- Aaker, D. A. (2020). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). *Organización industrial: Mercados y estrategias*. Ediciones Deusto.
- Costa, J. (2012). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Paidós Comunicación.
- Frascara, J. (1997). *Diseño y comunicación: Teoría y práctica del diseño gráfico*. Ediciones Infinito.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de marketing (16.ª ed.)*. Pearson Educación.
- Landor & Fitch. (2024). *Transforming brands and businesses through design and strategy*. <https://landor.com>
- Interbrand. (2024). *Best Global Brands 2024*. <https://interbrand.com>
- Apple Inc. (2024). *Apple brand identity guidelines*. <https://www.apple.com>
- Netflix, Inc. (2024). *Brand resources*. <https://brand.netflix.com>
- Adobe Inc. (2024). *Creative experiences for everyone*. <https://www.adobe.com>

Anexos

- A Formato de consentimiento informado para participantes (entrevistas, encuestas y validaciones).
- B Formato de autorización de uso de imagen y voz (imágenes fijas y en movimiento).
- C Formato de autorización empresarial para el uso académico de materiales e información de marca.
- D Instrumentos de recolección: guía de entrevista a expertos, cuestionario de encuesta, guía de sesión con el usuario directo y protocolo de prueba de concepto.
- E Acta de propiedad intelectual (proyecto de creación con productos).



El ciclo no termina. Vuelve a comenzar.

Como la luna, todo proyecto tiene la oportunidad de ser mejorado:
la innovación no tiene punto final.

Íumina · Fases de la Luna

Luna Mariana Mejía Orejarena · Proyecto de Grado · Diseño de Comunicación Visual
Pontificia Universidad Javeriana Cali · 2026-1