



PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT
CARRERA DE DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Modelo Estratégico y Visual para Marcas “Lúmina - Fases de la Luna”
PROYECTO DE GRADO

ESTUDIANTE
Luna Mariana Mejía Orejarena

PROYECTO DE GRADO
2026-1

ÍNDICE

- 1. Introducción al tema**
- 2. Justificación**
- 3. Delimitación del Problema de Diseño**
- 4. Objetivos**
 - 4.1 Objetivo General**
 - 4.2 Objetivos Específicos**
- 5. Antecedentes del Proyecto**
 - 5.1 Marco Conceptual**
 - 5.2 Marco de Referencias y Benchmarking**
- 6. Marco Metodológico y Consideraciones Éticas**
 - 6.1 Consideraciones Éticas**
- 7. Desarrollo y Resultados Finales del Proyecto: Lúmina**
 - 7.1 Referencias**
- 8. Ruta**
 - 8.1 Anexos**

1. 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.

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.

2. 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). Estos marcos evidencian que la correcta organización, planificación y control de proyectos impacta directamente la eficiencia, la adaptabilidad y los resultados empresariales. 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. Estas metodologías demuestran que innovar no es un acto espontáneo, sino un proceso estructurado que combina exploración, validación,

experimentación y consolidación. 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. 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, lo que limita su crecimiento y sostenibilidad.

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.

La evidencia comparativa demuestra que las metodologías basadas en fases como Cascada

o Forth Innovation Method facilitan la comprensión del proceso y su replicabilidad. Asimismo, enfoques como Design Thinking y Lean Startup resaltan la importancia de validar constantemente con el usuario y ajustar estratégicamente.

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: una plataforma adaptable, replicable y medible para cualquier tipo de organización, usuario o proyecto. 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.

3. 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?

3. ¿Quiénes?

Actores directos:

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.

Los tipos de usuarios que alimentaron el desarrollo del proyecto fueron cuatro. Primero, el usuario directo (empresa): una (1) empresa mediana colombiana que actuó como caso de aplicación real de la metodología, con autorización escrita de su representante para el uso académico de su información. Segundo, los usuarios externos: treinta y tres (33) personas encuestadas, empresarios y profesionales entre los 25 y 60 años, que aportaron datos sobre sus prácticas de gestión, comunicación y posicionamiento. Tercero, los aliados expertos: cinco (5) profesionales con experiencia en diseño, branding, estrategia, innovación y gestión empresarial, entrevistados para fundamentar y retroalimentar el modelo. Cuarto, los validadores: seis (6) sesiones de validación de las pruebas de concepto realizadas 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.

4. ¿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: 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.

Gráficos

Gráfico 1. Ciclo de innovación Lúmina: las cuatro fases

Gráfico de elaboración propia

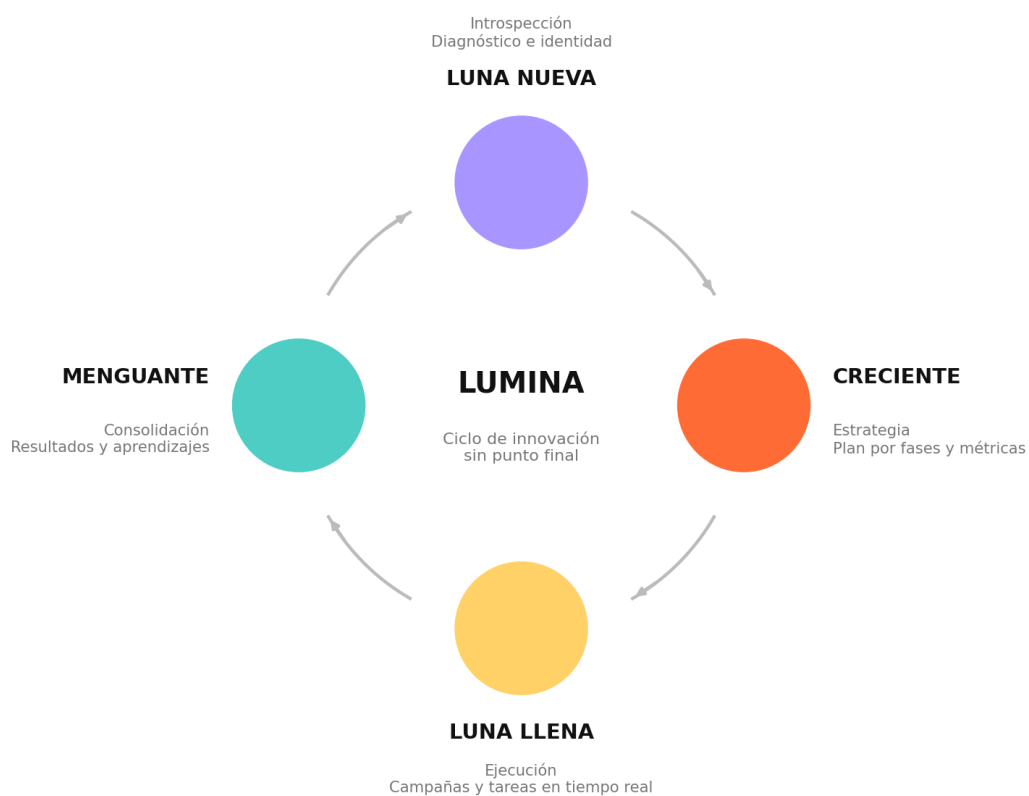


Gráfico 2. Flujo del usuario en el workspace Lúmina

Gráfico de elaboración propia



Gráfico 3. Modelo de operación 24/7 de Lúmina

Gráfico de elaboración propia



Metodología adaptable, replicable y medible para cualquier organización, usuario o proyecto

Análisis de las gráficas

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

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

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).

Fuente de las Gráficas: Elaboración Propia

5. ¿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.

4. OBJETIVOS

4.1 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.

4.2 Objetivos Específicos

Específico 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”.

Específico 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”.

Específico 3: EVALUAR (TESTEANDO, RETROALIMENTACIÓN)

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

5. 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 inteligencia artificial conversacional puede prestar acompañamiento contextual continuo y de calidad; Domestika acercó la educación creativa experta a públicos masivos en español; y Computrabajo evidenció el alcance y la adopción de las plataformas digitales en el contexto laboral latinoamericano, incluso entre públicos no especializados.

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). Desde la consultoría empresarial se evidenció que en las empresas «lo urgente se come lo operativo»: sin equipos, tiempos o métodos dedicados, la gestión de marca y de innovación simplemente no ocurre, y que la rigurosidad metodológica complementa lo que el empresario ya hace bien por intuición. Desde la identidad de marca se subrayó que las organizaciones que crecen en ventas sin capital simbólico encuentran un techo de cristal, pues la permanencia en el tiempo depende de la narrativa y del significado. Y desde la gestión de la innovación se advirtió que el Design Thinking por sí solo es insuficiente si no incorpora el caso de negocio, que la metodología debe adaptarse al reto de cada organización y que 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. El proyecto se alinea con las tendencias contemporáneas del *branding experiencial*, la comunicación estratégica y la investigación-creación, integrando el pensamiento visual con la planificación táctica y la evaluación constante de resultados.

En síntesis, los antecedentes del proyecto evidencian que la efectividad de una marca no depende únicamente de la estética, sino de la existencia de una metodología replicable, adaptable y medible. “Las fases de la luna” busca consolidarse como ese modelo: una herramienta que, a partir de estudios de caso y evidencias reales, aporte a la construcción de marcas con propósito, narrativa y dirección estratégica.

5.1 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: 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.

En primer lugar, las 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. En “Las fases de la luna”, 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.

La activación sensorial ocupa un papel esencial al incorporar 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. Así, cada fase metodológica activa sentidos distintos que refuerzan el vínculo entre marca y audiencia.

El 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. En este sentido, 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.

La estructura de comunicación integra los formatos, soportes y medios que la marca utiliza para expresar su esencia. En “Las fases de la luna”, esta estructura es adaptable y multicanal, conectando estrategias digitales y presenciales con coherencia visual, discursiva y simbólica. Esta flexibilidad garantiza que la comunicación se mantenga sólida, sin importar el entorno o la plataforma.

El 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.

La identidad corporativa o marca constituye el eje central de esta propuesta. Se entiende como un sistema integral conformado por valores, comportamientos, símbolos y códigos visuales que

expresan la esencia organizacional. Desde esta visión, el diseño deja de ser un elemento meramente estético para convertirse en una herramienta de gestión cultural y estratégica.

Por último, la gamificación se incorpora como un recurso metodológico que estimula la participación, 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.

5.2 MARCO REFERENCIAL Y BENCHMARKING

El proyecto “Las fases de la luna: una metodología estratégica para el posicionamiento de marcas en la comunicación visual” se fundamenta en la necesidad de estructurar los procesos de comunicación y posicionamiento empresarial mediante una estrategia experiencial y replicable. Su objetivo general crear una estrategia experiencial mediante casuística de éxito para el reconocimiento del modelo “Las fases de la luna” 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.

En un contexto donde el mercado se encuentra saturado de mensajes visuales y narrativas fragmentadas, la ausencia de estructuras metodológicas claras ha limitado el crecimiento de muchas organizaciones. 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, “Las fases de la luna” propone una metodología basada en ciclos lunares introspección, planeación, acción y consolidación que guía el desarrollo de la marca desde la observación hasta la expansión, integrando tanto lo racional (estrategia y análisis de mercado) como 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.

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. De cada referente se extrajo un principio para el sistema: de Claude, el acompañamiento inteligente 24/7; de Notion, la estructura flexible y la documentación; de Domestika (y de plataformas como Platzi), la educación integrada; de Computrabajo, la accesibilidad masiva en el contexto latinoamericano; de Duolingo, la gamificación del progreso; y de IDEO, el método por etapas.

El análisis comparativo con estos referentes 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

El **benchmarking** es una herramienta de análisis comparativo que permite examinar las metodologías, estrategias y experiencias aplicadas por referentes del sector, con el fin de identificar oportunidades de innovación y validar la pertinencia del modelo “*Las fases de la luna*”.

En este proyecto, el benchmarking se desarrolla a partir de dos canales de observación:

Canal sectorial, enfocado en plataformas digitales de gestión, productividad e inteligencia artificial que estructuran el trabajo de personas y equipos: el terreno donde compite Lúmina como workspace.

Canal no sectorial, centrado 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.

Benchmarking sectorial

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

El análisis del canal sectorial consideró las plataformas Notion (con Notion AI), Claude (Anthropic), Asana, Miro y Monday.com, frente a Lúmina.

Los hallazgos principales:

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.

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, lo que convierte la IA en acompañamiento estratégico y no solo en herramienta.

Educación integrada: ninguna de las plataformas analizadas integra formación certificable dentro del flujo de trabajo; Lúmina incorpora módulos cortos que el empresario aprende mientras ejecuta.

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: el análisis evidencia que 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

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 1*)
Modelo freemium	Parcial	Sí	Sí	Sí	Sí
Aplicación a gestión empresarial	—	Parcial	—	Parcial	Sí (núcleo del sistema)

Los hallazgos principales:

El análisis del canal no sectorial consideró Domestika, Platzi, Duolingo, Computrabajo y Canva, plataformas que democratizaron ámbitos antes reservados a especialistas. Hallazgos y aplicaciones para Lúmina:

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.

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.

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 en Lúmina.

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.

Modelo freemium: común a todas las plataformas analizadas; Lúmina lo incorpora con su versión gratuita, eliminando la barrera de entrada para la MiPyme que recién comienza.

Conclusión del canal no sectorial:

El análisis no sectorial evidencia que 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.

En este contexto, Lúmina encuentra su oportunidad estratégica: ser para la innovación empresarial lo que Domestika es para la educación creativa o Duolingo para los idiomas: una plataforma cíclica, guiada y accesible, donde el progreso se ve y se celebra.

Los resultados del benchmarking confirman que la clave del posicionamiento actual está en la convergencia entre método, inteligencia artificial, educación y accesibilidad. Por tanto, Lúmina no compite con agencias: crea una categoría propia, el workspace de innovación cíclica para MiPymes.

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.

Los resultados de la investigación reflejan que las organizaciones contemporáneas requieren procesos comunicativos coherentes, simbólicos y estratégicos, capaces de generar una conexión emocional auténtica con sus audiencias y de aportar valor desde la experiencia. En este sentido, el modelo “Las fases de la luna” traduce el ciclo natural de transformación en un proceso metodológico compuesto por cuatro etapas introspección, planeación, acción y consolidación que orientan a las empresas en la construcción de su identidad, fortalecen su posicionamiento y promueven su crecimiento sostenible.

Asimismo, el proyecto trasciende a su creadora: ya no depende de Inspiro ni de la disponibilidad de una consultora, sino que 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.

En conclusión, Lúmina representa una propuesta que trasciende el ámbito estético del diseño para convertirse en una plataforma metodológica estratégica, que fortalece la manera en que las organizaciones —de cualquier tipo, tamaño o sector— estructuran su evolución, aprenden mientras ejecutan y sostienen su crecimiento en ciclos de mejora sin punto final.

6. MARCO METODOLÓGICO Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

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): F1 — El pulso inicial (investigación documental, análisis visual, marco de referencias, entrevistas a expertos y encuestas); F2 — La voz del problema (priorización de insights, definición de objetivos, mapa de empatía, benchmarking y análisis de resultados); F3 — Inspiración visual (selección de conceptos, moodboards, bocetos y propuestas de experiencia); F4 — El diseño toma ritmo (paleta de color y tipografía, prototipado, storytelling visual, ensayos y ajustes); y F5 — Resonancia final (pruebas con usuarios, ficha técnica, sustentación y difusión digital). Cada fase respondió a objetivos específicos del proyecto y aportó entregables verificables.

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.

6.1 CONSIDERACIONES ÉTICAS DEL PROYECTO

El presente proyecto se enmarca en 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:

- Uso inadecuado de información estratégica compartida por empresas.
- Exposición no autorizada de datos personales o imágenes.
- Interpretaciones incorrectas de testimonios o aportes.

Medidas de mitigación:

- Uso exclusivo de información autorizada y consentimiento informado previo a entrevistas o registros audiovisuales.
- Firma de autorizaciones para uso de imagen (fija o en movimiento).
- Protección de datos personales mediante anonimización cuando sea requerido.
Validación de citas o testimonios cuando aplique.
- La información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos y dentro del marco del proyecto de grado.

2. Principio de Autonomía

Se garantizará la participación voluntaria de todas las personas involucradas.

- Cada participante recibirá información clara sobre el propósito del proyecto.
- Se solicitará autorización expresa para uso de datos, imagen y aportes.
- Se respetará el derecho a retirar la participación en cualquier momento.
- No se ejercerá presión ni condicionamiento para obtener información.
- 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 tanto a la comunidad académica como al sector empresarial creativo.

Los beneficios esperados incluyen:

- Generación de conocimiento aplicable a metodologías de diseño estratégico.
- Aporte de herramientas estructuradas que fortalezcan procesos de posicionamiento de marca.
- Visibilizarían de buenas prácticas en comunicación visual.
- 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 habrá discriminación por género, condición social, nivel empresarial o experiencia profesional.
- Se respetarán las normativas nacionales sobre protección de datos personales (Ley 1581 de 2012 en Colombia) y lineamientos institucionales de investigación.
- Se aplicarán criterios de rigor académico para asegurar validez científica, confiabilidad en el análisis y uso responsable de fuentes.

5. Manejo de datos, confidencialidad y custodia

- Los datos recolectados serán almacenados en dispositivos digitales protegidos con acceso restringido.
- La custodia estará a cargo de la investigadora principal.
- El uso de la información será exclusivamente académico.
- El tiempo de conservación de los datos será el requerido para la evaluación y archivo institucional del proyecto, tras lo cual podrán ser eliminados o archivados conforme a la normativa universitaria.
- En caso de utilizar casos reales, se respetará 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 de Colombia (artículo 11), el presente proyecto se clasifica como investigación de riesgo mínimo (bajo riesgo). No se realiza ninguna intervención física, psicológica o social sobre los participantes: 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

Número estimado de participantes: el proyecto contó con un total aproximado de cuarenta y cinco (45) participaciones, distribuidas así: 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, dentro del rango de 25 a 60 años; ser empresario, líder o colaborador de una MiPyme colombiana, o profesional con experiencia en diseño, comunicación, innovación o gestión empresarial; aceptar la participación de forma voluntaria mediante la firma del consentimiento informado; y, en el caso de la empresa participante, contar con la 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 (empleados o clientes cuya participación pudiera estar condicionada); personas que no firmen el consentimiento informado; y poblaciones en condición de vulnerabilidad.

Forma de convocatoria y reclutamiento: invitación directa y voluntaria a través de correo electrónico, redes profesionales y contactos del ecosistema empresarial y académico de Cali,

así como difusión de la encuesta mediante formulario en línea. En ningún caso la participación estuvo condicionada a relaciones comerciales con la investigadora o su empresa.

Tiempo de participación: entrevistas semiestructuradas de 45 a 60 minutos (una sesión por participante); encuestas en línea de 10 a 15 minutos; y sesiones de validación de las pruebas de concepto de 30 a 45 minutos. La participación fue 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 redactado 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 que se realizan con cada participante; (iii) la voluntariedad de la participación y el derecho a retirarse en cualquier momento sin ninguna consecuencia; (iv) el manejo de la confidencialidad y la anonimización de los datos; (v) los beneficios esperados y los riesgos mínimos con sus medidas de mitigación y ruta de manejo; y (vi) la indicación de que los datos podrán reutilizarse en futuras investigaciones únicamente si el participante otorga una nueva autorización expresa.

Dado que hubo registro de audio y video con fines académicos, se solicitó adicionalmente la autorización de uso de imagen y voz (imágenes fijas o en movimiento) de cada participante. Para la empresa participante se contó con la autorización escrita de su representante para el uso académico de materiales, piezas e información de marca, delimitando expresamente qué puede divulgarse en los productos finales. Los formatos de consentimiento informado, autorización de uso de imagen y voz, y autorización empresarial se anexan al presente documento (ver Anexos).

9. Conflicto de interés y separación entre lo académico y lo comercial

La investigadora principal declara un conflicto de interés potencial: es fundadora y CEO de Inspiro Design Studio, empresa en la que se origina la metodología «Las Fases de la Luna». Para mitigarlo se adoptaron las siguientes medidas: la participación en el estudio no estuvo

condicionada a ninguna relación comercial con Inspiro; se excluyó a empleados y clientes subordinados de la empresa; el consentimiento se obtuvo sin presión alguna y con plena libertad de retiro; las empresas se anonimizan en los resultados cuando corresponde; y se mantiene una separación explícita entre los resultados académicos del proyecto de grado y cualquier uso comercial posterior, el cual requerirá autorizaciones adicionales e independientes.

10. Información sensible o comercial y confidencialidad

Datos que se recolectan: percepciones y opiniones sobre gestión, comunicación visual y posicionamiento de marca; información general del negocio (sector, tamaño, antigüedad y retos); y, en el caso del usuario directo, información estratégica y piezas de marca cedidas con autorización escrita. No se recolectan datos financieros detallados ni datos personales sensibles.

Desidentificación: los participantes se identifican mediante códigos alfanuméricos (E1 a E5 para expertos, U1 a U33 para usuarios externos y V1 a V6 para las validaciones); la empresa participante se denomina «empresa participante» en los resultados. Los nombres se eliminan de transcripciones y reportes.

Almacenamiento y acceso: la información se almacena en carpetas digitales protegidas con contraseña y acceso restringido, bajo la cuenta institucional de la investigadora. Solo acceden a los datos la investigadora principal y la directora del proyecto, con fines exclusivamente académicos.

Divulgación: en el documento de grado, la sustentación y eventuales publicaciones académicas solo se divulgan resultados agregados y anonimizados; ninguna pieza o dato interno de la empresa participante se publica sin su autorización escrita previa.

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 al presente documento junto con los formatos de consentimiento (ver Anexos).

12. Custodia y disposición final de los datos

Persona encargada de la custodia: Luna Mariana Mejía Orejarena, investigadora principal. Lugar y tiempo de almacenamiento: los datos se conservan en una unidad digital protegida con contraseña y copia de respaldo, durante dos (2) años contados a partir de la sustentación del proyecto. Medidas de seguridad: acceso restringido por contraseña, archivos anonimizados y almacenamiento de los consentimientos firmados en una carpeta separada de los datos.

Disposición final: los resultados se usan, divulgan y socializan exclusivamente de forma agregada y anonimizada en el documento final, la sustentación y la difusión académica digital. Cumplido el periodo de custodia, los datos se eliminarán de manera segura. Acceso a los datos: los datos se recolectaron para este proyecto; podrán reutilizarse en futuras investigaciones únicamente si el participante otorga una nueva autorización expresa, tal como quedó establecido en el consentimiento informado.

13. Canal independiente para quejas y protección de derechos

Si un participante considera que sus derechos han sido vulnerados durante el desarrollo del proyecto, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación (CEI) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali a través del correo eticainstitucional@javerianacali.edu.co. El CEI es una instancia independiente de la investigadora y de la dirección del proyecto, y este canal queda consignado de manera explícita en los formatos de consentimiento informado entregados a cada participante.

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 en el marco del proyecto de grado conforme a la política de propiedad

intelectual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y al acta de propiedad intelectual correspondiente, dado que se trata de un proyecto de creación que genera productos y entregables (metodología, plataforma, prototipo e identidad visual).

Los entregables académicos (documento de grado, sustentación y piezas de difusión) se rigen por la normativa institucional. Cualquier escalamiento comercial posterior de Lúmina será independiente de los datos académicos recolectados y respetará las condiciones de los consentimientos y autorizaciones firmados. Los materiales e información de las empresas participantes permanecen como propiedad de sus titulares y solo se utilizan con fines académicos bajo su autorización escrita.

7. DESARROLLO Y RESULTADOS FINALES DEL PROYECTO: LÚMINA - FASES DE LA LUNA

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.

7.2 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, a través de reuniones de diagnóstico, acompañamiento mensual y seguimiento de métricas, con la CEO al frente de cada proyecto. El proceso de construcción del sistema final fue, precisamente, un ciclo de prueba y error que reflejó la misma lógica de la metodología.

Primer aprendizaje — el servicio funcionaba, pero no escalaba. La aplicación del servicio con clientes reales demostró el valor del método, pero también su límite: todo dependía del tiempo y la disponibilidad de una sola persona. Cada empresa nueva multiplicaba la carga operativa, el conocimiento quedaba en la cabeza de la consultora y no en un sistema, y el costo del acompañamiento dejaba por fuera justamente a las MiPymes que más lo necesitaban.

Iteración 1 — sistematizar la metodología. La primera respuesta fue ordenar el servicio: definir las cuatro fases con nombres, colores, entregables y tiempos de referencia (ciclos de 28 días), y construir plantillas y documentos replicables. Esta sistematización mejoró la claridad del proceso, pero seguía dependiendo de la operación personal de Inspiro.

Iteración 2 — la investigación cambió el rumbo. Las entrevistas con los cinco aliados expertos, las treinta y tres encuestas a usuarios externos y el trabajo con la empresa participante revelaron los requerimientos reales de los usuarios (ver 7.6) y confirmaron el diagnóstico: el problema no era la falta de diseño, sino la orfandad metodológica y el costo del acceso a expertise. De ahí nació la decisión central del proyecto: convertir el servicio en una interfaz.

Iteración 3 — del papel al prototipo. El sistema se diseñó y prototipó en Figma: primero el sistema de identidad y los flujos, luego el workspace completo con sus pantallas conectadas. Las primeras pruebas de concepto con validadores obligaron a ajustar el lenguaje de las fases,

la jerarquía de la información del dashboard y la claridad del test de diagnóstico.

Iteración 4 — prueba, error y versión final. La retroalimentación se incorporó en versiones sucesivas hasta llegar a un prototipo funcional de alta fidelidad (Figma + aplicación web interactiva en HTML), validado en seis sesiones con expertos y no expertos. El resultado es Lúmina: una interfaz autónoma, disponible 24/7, optimizada con inteligencia artificial y con versión gratuita, que ya no depende de su creadora.

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

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: la mayoría de sus fundadores basan sus decisiones únicamente en la experiencia propia, sin formación estructurada, lo que se traduce en una tasa de mortalidad del 70 % antes de los cinco años en el mercado. Lúmina nace para responder a ese vacío: profesionalizar el posicionamiento estratégico y la comunicación visual de estas empresas a través de una metodología de innovación cíclica.

7.4 Ruta metodológica final (F1–F5)

La ruta metodológica del proyecto, basada en el Design Thinking (empatizar, definir, idear, prototipar y testear), se consolidó en cinco fases. F1 — El pulso inicial (responde al objetivo 1): investigación documental, análisis visual, marco de referencias, entrevistas a expertos y encuestas. F2 — La voz del problema (responde al objetivo 2): priorización de insights, definición de objetivos, mapa de empatía, benchmarking y análisis de resultados. F3 — Inspiración visual (responde a los objetivos 1 y 2): selección de conceptos, moodboards, bocetos iniciales y

propuestas de experiencia. F4 — El diseño toma ritmo (responde al objetivo 3): paleta de color y tipografía, prototipado, storytelling visual, ensayos y ajustes. F5 — Resonancia final (responde al objetivo 2): pruebas con usuarios, ficha técnica, sustentación y publicación con difusión digital.

7.5 Investigación con usuarios y hallazgos

El proyecto se alimentó de la participación de los distintos tipos de usuarios delimitados: 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 (empresarios y profesionales entre 25 y 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 para que el equipo pueda continuarlo), agentes de IA contextuales (asesoría especializada disponible 24/7 que entiende el contexto, el sector y la fase de cada empresa), educación integrada (módulos cortos de aprendizaje incorporados en cada herramienta, de modo que el empresario aprende mientras actúa) y progreso visual (tablero con indicadores en vivo que muestra siempre dónde está la empresa, qué completó y cuál es el próximo paso).

7.6 Requerimientos de usuario y requerimientos de diseño

A partir de los hallazgos de la investigación (entrevistas, encuestas, trabajo con la empresa participante y validaciones), se definieron los requerimientos que orientaron el diseño del sistema. Los requerimientos principales se presentan resaltados; los complementarios, en texto normal.

Requerimientos de usuario

Entender el ADN de su empresa y dejar el proceso documentado, de modo que el equipo pueda acceder, comprender y continuar el trabajo sin depender de una persona.

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

Aprender mientras ejecuta, sin detener la operación del negocio: educación en formatos cortos aplicada a la tarea del momento.

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

Complementarios: comunicarse en un lenguaje claro y cercano, sin tecnicismos; contar con acompañamiento disponible en cualquier horario (24/7); trabajar en equipo con roles diferenciados (administrador y miembros); integrarse con las herramientas que ya usa (Notion, Miro, Canva, Google Drive, Slack, Asana); recibir información del contexto empresarial colombiano (DANE, Cámaras de Comercio); y tener garantías de confidencialidad sobre la información de su negocio.

Requerimientos de diseño

Documentación replicable (funcional–operativo · obligación): todo el proceso queda guardado en el workspace; el equipo accede, entiende el proceso y puede continuarlo sin la fundadora.

Agentes de IA contextuales (funcional–tecnológico · obligación): seis asesores especializados disponibles 24/7 que entienden el contexto, el sector y la fase de cada empresa, sin costo en la fase inicial.

Educación integrada (teórico–práctico · obligación): módulos de 2 a 5 minutos integrados en cada herramienta, de modo que el empresario aprende mientras actúa, sin esperar capacitaciones.

Progreso visual (funcional–operativo · obligación): dashboard visual con indicadores en vivo y ciclo medible; el usuario ve siempre dónde está, qué completó y el próximo paso.

Complementarios (deseo): narrativa simbólica lunar como hilo conductor de toda la interfaz (cada fase con color, agente y entregables propios); modelo freemium con versión gratuita de entrada; test de diagnóstico que personaliza la fase y el plan; gamificación del progreso mediante logros y certificados; integraciones con herramientas de trabajo; noticias del contexto colombiano; tres vistas según el tipo de usuario (PyME individual, administrador de equipo y miembro de equipo); y acceso multidispositivo 24/7.

7.7 El sistema Lúmina: componentes

El sistema se organiza en torno a la metáfora de las fases de la luna, que funciona como hilo conductor visual y conceptual: así como la luna ilumina la noche en distintas fases, Lúmina ilumina el proceso de cada empresa mostrándole dónde está, qué viene y cómo avanzar. 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.

7.8 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 para cada empresa; planes y proceso de pago; y el espacio de trabajo (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 con herramientas de trabajo (Notion, Miro, Canva, Google Drive,

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

Anexo A. Formato de consentimiento informado para participantes (entrevistas, encuestas y validaciones).

Anexo B. Formato de autorización de uso de imagen y voz (imágenes fijas y en movimiento).

Anexo C. Formato de autorización empresarial para el uso académico de materiales e información de marca.

Anexo D. Instrumentos de recolección de información: guía de entrevista semiestructurada a expertos, cuestionario de encuesta a usuarios externos, guía de sesión con el usuario directo y protocolo de prueba de concepto.

Anexo E. Acta de propiedad intelectual (proyecto de creación con productos).