

MARCA

Pregunta Problema

¿Cómo puede la marca Lumina posicionarse efectivamente en el mercado de bisutería de Cali?

Objetivo General

Desarrollar una estrategia integral de posicionamiento y comercialización para la marca Lumina en el mercado de bisutería de Cali, que permita establecer una ventaja competitiva sostenible basada en la diferenciación, calidad y conexión emocional.

Objetivos Específicos

1. Analizar el comportamiento de compra y preferencias de las cinco buyer personas identificadas para optimizar la propuesta de valor de Lumina y sus canales de distribución.
2. Diseñar e implementar una estrategia de marketing digital y comunicación que refuerce el concepto "Tu esencia en una joya"1 y genere engagement emocional con el público objetivo a través de los canales preferidos por cada buyer persona (Instagram, TikTok, WhatsApp).
3. Establecer un plan de distribución y comercialización que aproveche tanto canales digitales como físicos para maximizar la penetración de mercado y la experiencia de compra del cliente, considerando las preferencias específicas de compra de cada segmento objetivo.

NOMBRE: LUMINA

Lumina: La luz que revela tu esencia

Lumina nace de la palabra *luz*, pero va mucho más allá de un simple brillo superficial. Es la luz interior, esa chispa única y poderosa que todas llevamos dentro y que define quiénes somos realmente.

En un mundo lleno de ruido y luces artificiales, **Lumina** apuesta por una elegancia auténtica y emocional, que no solo decora, sino que ilumina la identidad y la historia personal de cada mujer. Nuestros accesorios son más que piezas de bisutería; son símbolos de poder, delicadeza y estilo que acompañan cada paso, cada emoción y cada momento significativo.

¿Qué representa Lumina?

- **Brillo con propósito:** No buscamos solo reflejar luz, sino encender la fuerza y la confianza que habita en cada mujer.
- **Delicadeza con carácter:** Nuestra bisutería es delicada en diseño, pero fuerte en impacto. Perfecta para mujeres modernas, auténticas y seguras.
- **Emoción en cada detalle:** Cada pieza es un fragmento de historia, un recuerdo, una emoción convertida en arte.
- **Estilo atemporal:** Lumina crea joyas que trascienden modas pasajeras, diseñadas para acompañar la evolución y crecimiento personal.
-

SLOGAN: TU ESENCIA EN UNA JOYA.

Personalidad de la marca (sofisticada)

- **Elegante y sofisticada** sin ser inaccesible.
- **Cálida y cercana**, porque la luz que inspira es la que conecta.
- **Moderna y auténtica**, fiel a las emociones reales y estilos personales.
- **Ambiciosa y aspiracional**, con una visión clara de crecimiento y reconocimiento.

ARQUETIPO: EL ROMANTICO

LOGOTIPO





Lumina

— TU ESENCIA EN UNA JOYA. —

MATRIZ MPC

Factor critico	Peso	Lumina (calificacio	Lumina (promedi	Joyeria aguila dorada (calificacion)	Joyeria aguila dorada (promedio)
calidad del producto	0,2	4	0,8	3	0,6
Variedad de diseños	0,1	3	0,3	4	0,4
Imagen de marca	0,15	4	0,6	2	0,3
Servicio al cliente y personalizacion	0,15	4	0,6	3	0,45
inovacion y reciclado de material	0,1	4	0,4	2	0,2
Precio	0,1	3	0,3	4	0,4
Presencia digital y redes sociales	0,1	4	0,4	2	0,2
Experiencia de compra	0,05	3	0,15	2	0,1
Lealtad y satisfacion del cliente	0,05	4	0,2	3	0,15
Total	1		3,75		2,8

BAYER PERSON

1. Marcela

Edad: 32 años

Ocupación: Abogada corporativa

Ubicación: Cali, estrato 5

Estilo: Clásico y refinado

Comportamiento de compra: Prefiere accesorios discretos pero sofisticados, que destaquen sin exagerar. Compra online en tiendas confiables con buena presentación.

Necesidad emocional: Proyectar seguridad y elegancia sin perder feminidad.

Frustración: La mayoría de las joyas “de moda” le parecen demasiado juveniles o informales.

Motivador: Encuentra en Lumina una forma de reflejar su esencia profesional con piezas delicadas y atemporales.



2. Valeria

Edad: 28 años

Ocupación: Diseñadora gráfica freelance

Ubicación: Cali, estrato 4

Estilo: Bohemio, artístico, relajado

Comportamiento de compra: Le gusta comprar accesorios únicos, con detalles naturales (perlas, piedras). Descubre marcas por Instagram y TikTok.

Necesidad emocional: Sentir que cada accesorio tiene una historia o alma propia.

Frustración: Las tiendas masivas le ofrecen accesorios sin personalidad.

Motivador: Lumina le ofrece piezas que conectan con su estilo de vida libre y auténtico.



3. Carolina

Edad: 38 años

Ocupación: Administradora y madre de dos hijos

Ubicación: Cali, estrato 5

Estilo: Cómodo pero con toques de estilo

Comportamiento de compra: Busca productos funcionales, duraderos, y que pueda usar tanto en casa como en salidas. Compra por WhatsApp o Instagram.

Necesidad emocional: Sentirse femenina y especial sin complicarse.

Frustración: Muchas marcas no piensan en la mujer práctica.

Motivador: Las piezas de Lumina son fáciles de combinar, elegantes y resistentes: perfectas para su ritmo diario.



4. Mariana

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante de Comunicación Social

Ubicación: Cali estrato 4

Estilo: Trendy, mezcla de clásico con moda

Comportamiento de compra: Sigue tendencias en TikTok e Instagram. Busca que sus accesorios estén “en onda” y reflejen su personalidad.

Necesidad emocional: Expresarse con estilo y diferenciarse sin gastar de más.

Frustración: Encuentra muchas joyas iguales en todas partes.

Motivador: Lumina le da un toque distintivo, combinando moda con autenticidad y elegancia.



5. Natalia

Edad: 40 años

Ocupación: Coach holística / terapeuta

Ubicación: Cali, estrato 5

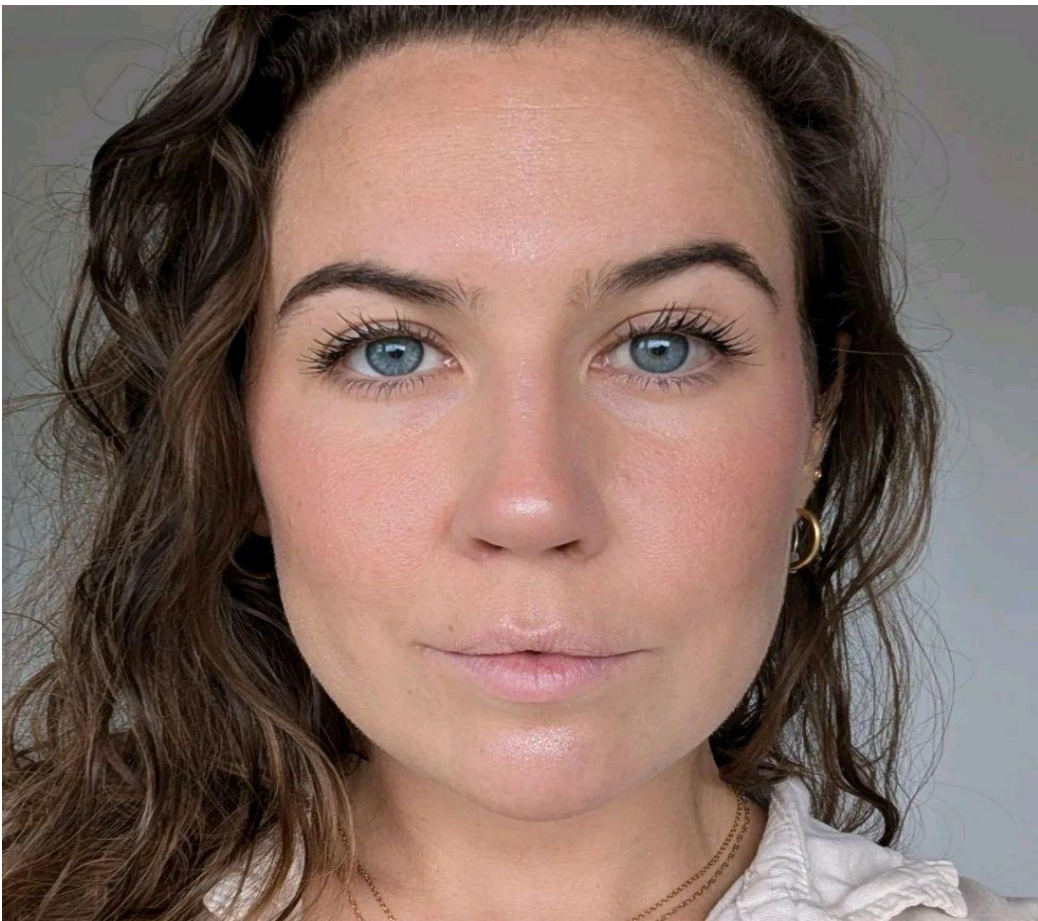
Estilo: Natural, armónico, minimalista

Comportamiento de compra: Aprecia marcas que reflejan propósito y conexión con lo interior. Busca materiales nobles como perlas o piedras.

Necesidad emocional: Sentirse alineada con lo que usa.

Frustración: Joyas muy ostentosas o sin significado.



Motivador: En Lumina encuentra piezas que armonizan con su energía y la representan con sutileza.



CRONOPOST

Día / Fecha	Red Social	Horario	Tipo de contenido	Mensaje central adaptado al canal	Sugerencias visuales
Lunes 1 de julio	Instagram	11:00 AM	Imagen (foto)	<p><i>“Brilla con propósito esta semana ✨. Este collar delicado de Lumina combina sutileza y fortaleza para resaltar tu seguridad y feminidad en cada paso.”</i></p>	Modelo de estilo profesional (elegante) con el collar, fondo neutro y luz cálida que realce los detalles de la joya.
	Facebook	10:00 AM	Imagen (testimonial)	<p><i>“Testimonio de mamá: ‘Esta pulsera de Lumina me hace sentir especial cada día sin complicarme’. Una pieza cómoda y resistente que acompaña con elegancia tu ritmo diario.”</i></p>	Madre (38) sonriente con sus hijos, en casa o un café, mostrando la pulsera en la muñeca. Iluminación natural y ambiente cálido.
	TikTok	07:00 PM	Video (proceso)	<p><i>“Así nace tu joya Lumina: descubre el proceso artesanal que convierte tu luz interior en cada detalle. Desde el taller hasta tu look final, cada paso está lleno de dedicación.”</i></p>	Video dinámico (15–30s): manos trabajando joyas, close-ups del diseño y finalmente modelo luciendo la pieza. Música emotiva.
Martes 2 de julio	Instagram	11:00 AM	Reels (video)	<p><i>“Un accesorio Lumina, mil estilos. Transforma tu outfit casual de día o tu look elegante de noche con el mismo collar. Destaca tu esencia auténtica en cada ocasión.”</i></p>	Video con transición de outfits: modelo primero informal (día) y luego elegante (noche) usando el mismo collar. Música pop.
	Facebook	10:00 AM	Imagen (anuncio)	<p><i>“¡Novedad Lumina! Nuestra nueva pulsera ya llegó. Descúbre-la en detalle este viernes a</i></p>	Banner promocional con imagen de la pulsera sobre

Día / Fecha	Red Social	Horario	Tipo de contenido	Mensaje central adaptado al canal	Sugerencias visuales
Miércoles 3 de julio	TikTok	04:00 PM	Video (trend)	<p><i>las 7pm en un Facebook Live exclusivo para ti. ¡No te lo pierdas!</i></p> <p><i>“Transfórmate con Lumina 🌀. De un look sencillo a uno espectacular con solo un accesorio: mira cómo un collar ilumina tu estilo. #LuminaTransforma”</i></p>	<p>fondo suave y texto “Viernes 7pm – ¡Live exclusivo!”. Diseño elegante.</p> <p>Corte rápido: chica con ropa básica, añade el collar Lumina y de repente su look mejora. Efecto de brillo, música energética.</p>
				<p><i>“Emoción en cada detalle: hoy presentamos “Serenidad”, un collar con amatista que simboliza paz interior. Deja que su suave brillo te recuerde tu armonía y esencia auténtica.”</i></p>	<p>Carrusel: (1) close-up del colgante con amatista, (2) modelo en actitud serena (Natalia) usando la pieza. Tonos verdes/lilas suaves.</p>
				<p><i>“¡No te lo pierdas! Este viernes a las 7pm haremos un Facebook Live exclusivo para presentar la nueva colección. Prepárate para descubrir piezas llenas de historia y hacer todas tus preguntas en directo.”</i></p>	<p>Gráfico de promoción Live: logo Lumina, foto difuminada de joya y texto destacado “Viernes 7pm – Live en Facebook”.</p>
	Instagram	11:00 AM	Carrusel		
	Facebook	10:00 AM	Video (anuncio Live)		
	TikTok	05:00 PM	Video (BTS)	<p><i>“Un día en Lumina 🌀. Descubre el cuidado y la pasión tras cada joya: desde el diseño artesanal hasta el empaque final. Cada fase del proceso brilla con dedicación.”</i></p>	<p>Montaje rápido: bocetos de diseño, manos montando piezas y empaquetando. Texto sobrepuesto con breves frases explicativas.</p>

Día / Fecha	Red Social	Horario	Tipo de contenido	Mensaje central adaptado al canal	Sugerencias visuales
Jueves 4 de julio	Instagram	11:00 AM	Imagen (foto)	<i>“De la mañana a la noche, Lumina ilumina tu estilo. Nuestros pendientes estrella combinan con un look casual de día y con un vestido de noche elegante. Siéntete siempre auténtica y segura.”</i>	Collage o split-screen: modelo con outfit diurno sencillo vs. nocturno glam, luciendo los mismos pendientes. Iluminación suave/dorada.
	Facebook	10:00 AM	Imagen (encuesta)	<i>“¿Qué color de gema prefieres hoy?  Esmeralda vibrante o amatista misteriosa. ¡Vota en los comentarios!”</i>	Imagen dividida: joya con esmeralda a la izquierda y con amatista a la derecha. Texto descriptivo invitando a elegir.
	TikTok	05:00 PM	Video (trend)	<i>“La transformación Lumina: con un toque conviertes tu outfit básico en algo radiante.  #CambioDeLook #LuminaFashion”</i>	Reto TikTok: persona agrega joya (pendientes o collar) con un gesto; su look “explota” en estilo. Música de moda.
Viernes 5 de julio	Instagram	11:00 AM	Imagen (foto)	<i>“¡Brindemos por el fin de semana! Este anillo ‘Galaxia’ está inspirado en la magia del cielo nocturno. Deja que su brillo cósmico resalte tu luz única en cualquier velada.”</i>	Modelo de noche con cielo estrellado de fondo (o luces tenues). Anillo con diseño de constelaciones en primer plano.
	Facebook	10:00 AM	Imagen (testimonial)	<i>“‘Con Lumina me siento única cada día’ – Mariana (21 años). Historias reales: nuestras joyas combinan tendencia y</i>	Foto de estudiante con outfit moderno (Mariana) usando una pieza Lumina. Texto de la cita

Día / Fecha	Red Social	Horario	Tipo de contenido	Mensaje central adaptado al canal	Sugerencias visuales
Sábado 6 de julio	TikTok	04:00 PM	Video (dance)	<p>autenticidad en tu estilo chic.”</p> <p>“¡Fin de semana con energía Lumina! 🧡💖 Destaca tu estilo y alegría con nuestro reto de baile #LuminaDance. Porque brillar es una actitud.”</p>	<p>sobreimpreso con tipografía elegante.</p> <p>Video alegre de chicas bailando (snap cortes moviendo brazo con joya). Escena exterior o fiesta casual. Músicaailable.</p>
	Instagram	11:00 AM	Carrusel	<p>“Conéctate con la naturaleza este fin de semana. Presentamos ‘Raíces’, un collar con perlas auténticas y detalles inspirados en la tierra. Ideal para la mujer bohemia que busca joyas con alma.”</p>	<p>Modelo con estilo bohemio en ambiente natural (jardín o playa), usando el collar. Tonos tierra y luz cálida.</p>
	Facebook	09:30 AM	Imagen (cita)	<p>“En Lumina creemos: ‘Cada pieza es un fragmento de historia, una emoción convertida en arte’. ¿Cuál es la tuya hoy?”</p>	<p>Gráfico estilizado: fondo pastel con el texto de la cita en tipografía cuidada. Joya de Lumina como detalle sutil de fondo.</p>
Domingo 7 de julio	TikTok	05:00 PM	Video (dance)	<p>“¡Baila con las vibras Lumina! 🧡💖 Este sábado trae diversión y estilo: déjate llevar por la música y tus joyas favoritas. #SábadoLumina”</p>	<p>Clips cortos de grupo de amigas bailando en exteriores con joyas Lumina brillando (collares/aretes). Canción pop o latina.</p>
	Instagram	11:00 AM	Imagen (foto)	<p>“Domingo de serenidad: dedica un momento para ti. Nuestro colgante ‘Alma’ con piedra</p>	<p>Escena tranquila: modelo sentada/o con ojos cerrados en meditación, usando el</p>

Día / Fecha	Red Social	Horario	Tipo de contenido	Mensaje central adaptado al canal	Sugerencias visuales
				<i>natural te conecta con tu interior. La luz que habita en ti merece calma y brillo.”</i>	colgante. Velas o luz suave dorada en ambiente.
	Facebook	10:00 AM	Imagen (agradecimiento)	<p>“<i>Gracias por una semana llena de luz ♡. Cada pieza Lumina nace de nuestra pasión y crece contigo. ¡Tu confianza inspira nuestro brillo diario!</i>”</p>	Collage del equipo Lumina o de clientes felices con joyas (con estilo acogedor). Texto de agradecimiento sobre imagen cálida.
	TikTok	08:00 PM	Video (recap)	<p>“<i>Cerramos la semana con broche de oro: estos fueron nuestros momentos Lumina favoritos. ✨ Gracias por brillar con nosotros. ¡Nos vemos el lunes con más luz y estilo!</i>”</p>	Montaje dinámico de clips/ fotos destacadas de la semana (realizadas, envíos, posts). Música emotiva y final con logo Lumina.







Serenidad

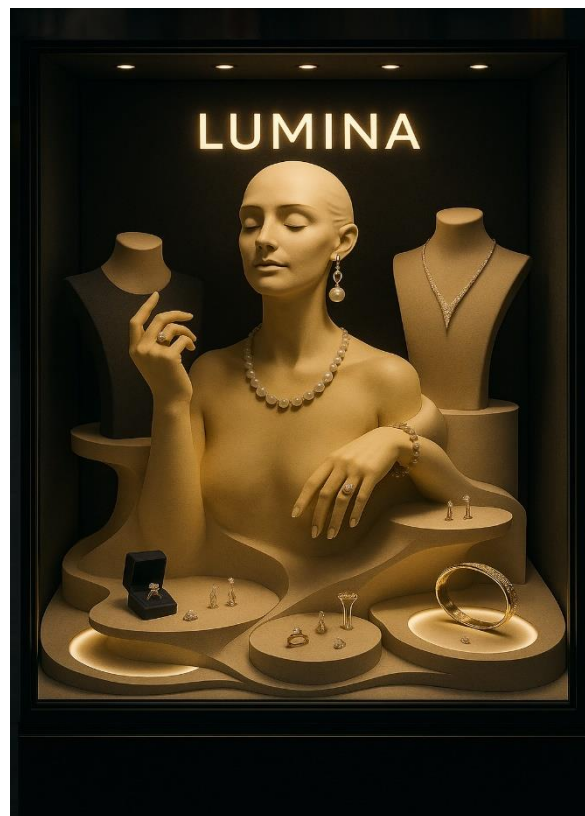


VITRINA

Esta vitrina de LUMINA está diseñada para expresar sofisticación, serenidad y exclusividad, combinando arte y joyería de forma poco convencional. El maniquí escultórico con expresión relajada y ojos cerrados transmite calma, lujo y una sensación de contemplación íntima, casi como si estuviera disfrutando en silencio del placer de llevar esas joyas.

Los niveles orgánicos iluminados guían la vista suavemente entre piezas únicas, invitando a explorar cada joya con detenimiento. La iluminación cálida y estratégica crea destellos que exaltan el brillo de diamantes y perlas, generando un ambiente envolvente y casi onírico.

El objetivo es provocar en el cliente un deseo no solo de adquirir joyas, sino de formar parte de un universo estético y emocional, donde la joya es una extensión del arte, del buen gusto y del placer personal. En otras palabras, busca que el cliente no vea las piezas solo como adornos, sino como expresiones de su propio refinamiento y unicidad, elevando así el valor percibido y la conexión emocional con la marca



Resultado trabajo de campo

Vitrina 1 – PANDORA

Pros:

- **Branding claro y aspiracional:** Se percibe una marca internacional, elegante y aspiracional. El cartel superior con la fotografía de joyas en la piel genera deseo.
- **Iluminación correcta:** La luz frontal resalta los productos sin sombras incómodas.
- **Presentación por categoría:** Los productos están organizados por tipo (anillos, collares, pulseras), lo que facilita la navegación visual.
- **Fondo suave y femenino:** El tapiz rosado pastel transmite delicadeza, feminidad y se asocia con una experiencia premium.
- **Señalización de descuentos clara:** “SALE 30%” en el centro es visible y bien ubicado.
- **ubicado.**

Contras:

- **Demasiado estática:** Aunque es elegante, la vitrina es muy tradicional. No tiene dinamismo ni elementos llamativos que hagan que te detengas de inmediato.
- **Escasa diferenciación de productos:** Al estar todo muy uniforme, los productos más costosos o exclusivos no destacan lo suficiente.
- **Podría aprovechar pantallas o movimiento digital.**



Vitrina 2 – LUXUS

Pros:

- Impacto visual inmediato: El negro, dorado y la iluminación cálida comunican lujo, exclusividad y sofisticación.
- Claridad del concepto de marca: El nombre “LUXUS” junto con la corona, el dorado y la palabra “oro laminado” posicionan bien el producto como joyería de lujo asequible.
- Diseño interior elegante: El techo con iluminación y lámpara dorada refuerza el concepto de glamour.
- Organización por vitrinas independientes: Da sensación de boutique.

Contras:

- Saturación visual leve: Algunas vitrinas están un poco recargadas, lo que puede restar exclusividad a ciertas piezas.
- Puede parecer inaccesible: El estilo lujoso y oscuro puede intimidar a públicos que buscan algo más cálido o cercano.
- Falta de cartelera informativa o promociones visibles



Vitrina 3 – Joyería Genérica/Tradicional

Pros:

- Gran variedad de productos: Abarca desde joyería masculina, femenina, infantil, religiosa, etc. Ideal para un público diverso.
- Accesibilidad visual: El diseño transmite sensación de precios accesibles.
- Funcionalidad de exhibición: Aprovecha bien el espacio con niveles y soportes, y separa por estilos.

Contras:

- Falta de marca o identidad visual: No se percibe ningún nombre o diferenciador de marca, lo que genera una experiencia impersonal.
- Saturación extrema: Hay tanto producto junto que se pierde la percepción de valor; puede parecer un mostrador de mercado, no una tienda de joyería.
- Iluminación plana: No hay luces direccionales que destaquen los productos, lo que los hace ver menos atractivos.
- Ausencia de storytelling o contexto visual: No hay imágenes, colores de fondo ni elementos decorativos que comuniquen estilo o aspiración



Rediseño de Vitrina

Iluminación

Añadir luces LED direccionales cálidas (3000K) con ángulos sobre las piezas más destacadas (anillos, cadenas, sets).

Fondo de vitrina

Aplicar vinil de color sólido elegante (negro mate, beige o gris perla) con logo y slogan para darle identidad.

Niveles y secciones

Usar bandejas de alturas variables para dar profundidad y destacar productos premium al centro en altura.

Soportes modernos

Reemplazar las bases blancas por materiales más estéticos (acrílico cristal, madera clara u oscura) con etiquetas pequeñas y legibles.

Saturación visual

Reducir la cantidad de productos exhibidos a un 60% de lo actual. El exceso resta valor percibido. Exhibir el resto en cajoneras o por solicitud.

Conclusión del Trabajo de Campo – Análisis de Vitrinas de Joyería

Durante la observación y análisis de tres vitrinas de joyería con estilos y posicionamientos distintos, fue evidente cómo el diseño visual, la presentación del producto y la identidad de marca influyen directamente en la percepción del valor, la atracción de clientes y la experiencia de compra.

La vitrina de Pandora destacó por su branding sólido y orden visual delicado, aunque con poca innovación en su diseño. Por otro lado, Luxus se posicionó como una marca aspiracional gracias a su uso estratégico del color, iluminación y materiales, aunque podría mejorar su comunicación promocional. Finalmente, la marca genérica mostró una fuerte saturación visual y ausencia de identidad, lo que limita su capacidad de competir efectivamente en un mercado cada vez más orientado al diseño, la experiencia y el estilo de vida.

Este análisis permite concluir que una vitrina no solo debe cumplir una función expositiva, sino también comunicar los valores de la marca, conectar emocionalmente con el público objetivo y generar deseo por medio de una estética coherente, clara y memorable.

Mejorar la estrategia visual de marcas que hoy no cuentan con una propuesta diferenciada representa una gran oportunidad para incrementar su visibilidad, fortalecer su posicionamiento y aumentar sus ventas

Estrategia de priming

Emociones y conceptos a activar

Basado en tu documento, queremos que el cliente **sin darse cuenta, ya piense y sienta:**

Elegancia atemporal

Brillo interior auténtico

Conexión emocional & espiritual

Poder y confianza femenina

Arte + historia personal

Estímulos visuales (priming visual)

- **Colores predominantes:**
Beige, blanco cálido, gris perla, toques sutiles de dorado y lila suave → evocan serenidad, lujo y delicadeza.
- **Texturas & fondos:**
 - Telas suaves como seda o lino.
 - Superficies lisas con reflejos sutiles.
 - Naturaleza serena: hojas, agua calma, luz de atardecer.
- **Imágenes sugeridas:**
 - Manos femeninas acariciando una joya (enfoque en la sensación).
 - Rostros sonrientes con mirada relajada y ojos semi cerrados (tranquilidad + disfrute interior).
 - Close-ups de piedras naturales, resaltando imperfecciones bellas (autenticidad).

Estímulos verbales (priming lingüístico)

- **Palabras claves que deben repetirse en redes, vitrina y conversaciones de venta:**
esencia, luz interior, tu historia, armonía, único, delicado, brillar desde adentro, conexión, emociones, momentos, atemporal.
- **Ejemplos de micro textos o captions:**
 - “Deja que tu luz hable por ti.”
 - “Un susurro de elegancia que acompaña tu esencia.”
 - “Pequeños fragmentos de historia convertidos en arte.”

- “Más que joyas, memorias brillando contigo.”

Estímulos sonoros (priming auditivo)

- En un punto físico (o incluso en videos):
 - Música instrumental suave con piano o cuerdas.
 - Sonidos sutiles de agua, viento o naturaleza.
 - Evitar beats fuertes o ritmos apresurados (no activan calma ni contemplación).

Priming táctil y kinestésico

- En la tienda: que el cliente **toque** texturas suaves (bolsas, cajas, paños). Eso activa sensación de cuidado y placer.
- En un unboxing: usar papel seda que se abre despacio, generando anticipación.
- Vitrina: pequeños displays con altura que guíen el ojo lentamente.

Cómo aplicar esto

Área	Aplicación concreta del priming
Redes sociales	Usar captions que activen palabras clave (esencia, historia, brillar desde adentro). Imágenes con luz cálida, miradas suaves, manos en primer plano.
Vitrina	Iluminación dorada focal, fondos neutros con texturas sutiles, menos piezas para no saturar, y mensajes breves tipo “Tu luz, tu historia”.
Empaque	Caja elegante con papel seda beige, nota personalizada con frase “Gracias por dejar brillar tu esencia con nosotros”.
Atención en punto de venta	Vendedora invita a “probar cómo vibra contigo” en vez de solo “mira cómo te queda”. Eso activa priming de conexión personal.
Facebook Lives / Videos	Mostrar el proceso artesanal con música suave, voz calmada explicando: “esta joya está hecha para acompañarte en cada momento especial”.