



Alcance y uso del diagnóstico

Marco de trabajo MIES

Propósito del diagnóstico

El diagnóstico MIES ofrece una lectura integral de identidad, comunicación, percepción, contenido, recursos visuales y objetivos declarados por la persona solicitante.

Su finalidad es ayudar a observar con mayor claridad cómo una marca está siendo percibida, qué señales ya están funcionando y qué oportunidades existen para ordenar, fortalecer o traducir mejor su valor en decisiones visuales, textuales y estratégicas.

Principio de trabajo

MIES no busca imponer una identidad ajena a la marca ni sustituir la experiencia de quien conoce su propio negocio. Busca hacer visible el valor ya presente, ordenar su señal y ayudar a comunicarla con mayor claridad.

Base del proceso

Cada diagnóstico se desarrolla a partir del formulario, los materiales disponibles, la conversación de consultoría y el contexto específico de la marca. El proceso integra observación estructurada, análisis de coherencia comunicativa, criterios de Semiótica Experiencial e inteligencia artificial aplicada.

- La Semiótica Experiencial permite observar cómo imágenes, palabras, colores, experiencias y prácticas organizan reconocimiento, memoria, expectativa y acción.
- El Modelo de Integración y Economía Simbólica permite identificar relaciones, señales fuertes, puntos de fricción y elementos que pueden estar dispersando la percepción.
- La inteligencia artificial se utiliza como tecnología de apoyo para explorar, organizar, visualizar y traducir hallazgos en propuestas con mayor agilidad.

Qué puede incluir el diagnóstico

- Lectura de identidad visual, logo, color, tipografía, imagen, contenido y tono de comunicación.
- Revisión de coherencia entre propósito, público, oferta, mensajes y experiencia percibida.
- Identificación de señales que fortalecen confianza, interés, claridad o reconocimiento.

- Observación de fricciones, contradicciones o prioridades que conviene atender primero.
- Orientaciones aplicables a materiales visuales, textos, slogan, publicaciones, campañas o experiencia de marca, según el alcance acordado.

Uso responsable de las recomendaciones

Las recomendaciones se elaboran con base en la información, los materiales y el contexto que estén disponibles en cada caso. Funcionan como una herramienta de orientación para tomar decisiones con mayor claridad y aprovechar mejor los recursos existentes.

La implementación de las recomendaciones, la respuesta del público, las decisiones comerciales, el presupuesto, el precio, la competencia, la calidad del producto o servicio, la pauta publicitaria y otros factores externos pertenecen a la realidad particular de cada marca. Por esta razón, el diagnóstico no reemplaza asesoría legal, financiera, contable, tributaria o investigación especializada de mercado.

Las decisiones de implementación, inversión y ejecución final corresponden a la persona responsable de cada proyecto.

La duración, modalidad, entregables y condiciones económicas de cada intervención se definen antes de iniciar el proceso.

Confidencialidad y materiales compartidos

La información, imágenes, métricas, referencias y documentos compartidos dentro del proceso se utilizarán únicamente para preparar el análisis y desarrollar los materiales acordados. Cualquier uso público de un caso, antes/después, resultado o testimonio requerirá autorización previa de la persona responsable de la marca.

Naturaleza del proceso piloto

Cuando una consultoría se realiza como caso piloto, su objetivo es aplicar el marco MIES a una situación real, verificar la utilidad del proceso y recoger retroalimentación. La naturaleza piloto no reduce el cuidado del análisis: permite construir una colaboración clara, aprender del caso y afinar el método con evidencia práctica.

MIES - claridad con profundidad