estudio

LUMEI

Estrategia, Creatividad y Visibilidad para que tu negocio llegue más lejos



¿Quién fue Lumei?

Probablemente nunca escuchaste hablar de ella.
Lumei inventó una versión temprana del paraguas moderno, refinado y funcional.
Sin embargo, su nombre no pasó a la historia.
Nadie la cita en conferencias.
Nadie habla de ella cuando llueve.

¿Por qué?

Porque **tener una buena idea no garantiza que el mundo llegue a conocerla.**

Y eso sigue ocurriendo hoy. Empresas con productos extraordinarios que pasan desapercibidos porque su marca no destaca, su comunicación no conecta o sus canales no consiguen llevarlas hasta las personas adecuadas.

En Estudio Lumei creemos que no basta con tener algo bueno que ofrecer. Hay que construir todo lo que necesita para ser descubierto, reconocido y elegido.

Por eso unimos estrategia, creatividad, diseño, SEO, redes sociales y publicidad digital en una misma dirección.

Creamos marcas que se diferencian, campañas que llaman la atención, contenidos que conectan y estrategias digitales que ayudan a las empresas a ganar visibilidad y llegar a su público. Desde la primera idea hasta los canales en los que esa idea cobra vida, trabajamos para que cada pieza tenga sentido dentro de un objetivo común.

Porque una marca no crece gracias a acciones aisladas, sino cuando todo lo que comunica trabaja a su favor.

ALGUNOS PROYECTOS

Cada proyecto es una forma de demostrar cómo una buena idea puede convertirse en una marca visible, reconocible y preparada para crecer.

En Estudio Lumei integramos estrategia, creatividad, branding, diseño, desarrollo web, SEO, GEO, redes sociales, publicidad digital/tradicional y email marketing para construir una comunicación coherente en todos los puntos de contacto con tus clientes.

Desde la primera idea hasta su puesta en marcha, conectamos disciplinas, canales y mensajes para que tu empresa no solo tenga algo bueno que ofrecer, sino que consiga que las personas adecuadas lo descubran, lo entiendan y lo elijan.

Porque no se trata de hacer más acciones, sino de conseguir que todas trabajen en la misma dirección.

Descubre cómo convertimos ideas y objetivos de negocio en proyectos con identidad, estrategia y visibilidad.



Cliente: ocho.digital

EL RETO

Mr. DIY necesitaba una idea creativa capaz de conectar la amplitud de su catálogo con las distintas facetas y necesidades de sus clientes. El desafío no era solo desarrollar una campaña, sino construir un universo visual atractivo, reconocible y adaptable.

EL CONCEPTO

PARA TODAS TUS VERSIONES

Una misma persona puede ser muchas cosas a lo largo del día: estudiante, amante del hogar, persona organizada, creativa o presumida. Y para cada una de esas versiones, Mr. DIY tiene algo que ofrecer.

Creamos un concepto que convierte la variedad de productos en una idea cercana y reconocible: acompañar a las personas en todas sus facetas, mostrando que siempre hay algo para cada versión de ellas mismas.

EL RETO DE LA IA

Toda la producción visual se desarrolló mediante inteligencia artificial, incluida la creación de la modelo y de los recursos visuales de la campaña.

El desafío fue construir una propuesta coherente y realista, manteniendo la continuidad estética entre las piezas y el control creativo sobre el resultado final, teniendo en cuenta que el oso panda es el estandarte de la marca.







Cliente: ocho.digital

MR.D.I.Y.

APLICACIONES

El concepto se convirtió en un sistema creativo flexible, capaz de adaptarse a diferentes temporadas comerciales, categorías de producto y necesidades de comunicación sin perder su identidad.

ADAPTACIONES

Desarrollamos nuevas creatividades para campañas como la vuelta al cole y para la comunicación de aperturas de tiendas, adaptando los mensajes, los productos y los recursos visuales a cada ocasión.

La campaña se trasladó a diferentes soportes: cartelería, publicidad exterior, mupis, tótems, vinilos, catálogos y redes sociales.

PRODUCCIÓN CON IA

La inteligencia artificial permitió desarrollar el universo visual de la campaña y generar las distintas aplicaciones (incluidos vídeos) a partir de una línea creativa común. Cada pieza se trabajó para mantener la coherencia visual y adaptar el concepto a su formato, contexto y objetivo.

El resultado es un sistema de comunicación versátil que combina dirección de arte, creatividad y producción con IA para llevar una misma idea a múltiples puntos de contacto.



REAL ESTATE
ASSET LIGHTHOUSE

EL CLIENTE

Elisa Properties, una inmobiliaria consolidada en la costa española, quería evolucionar hacia una nueva etapa empresarial, ampliar su proyección internacional y reforzar su posicionamiento en el sector real estate.

EL RETO

La evolución del negocio requería mucho más que actualizar su imagen. Era necesario redefinir su identidad, encontrar un posicionamiento adecuado para su nuevo público y construir una comunicación coherente con sus objetivos empresariales.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos una transformación integral de la marca: desde la estrategia y el cambio de nombre a Asset Lighthouse hasta la creación de su nueva identidad visual, la renovación de la web y el desarrollo de su comunicación y marketing.

Definimos una línea de comunicación propia y desarrollamos los materiales y contenidos necesarios para trasladar la nueva identidad a todos sus canales, tanto digitales como corporativos.

PÁGINA WEB





EL CLIENTE

Destiny es una promoción de viviendas de alto standing en La Nucía, dirigida principalmente a compradores internacionales que buscan una vivienda en España.

EL RETO

La promoción competía con otras ofertas de la zona, algunas con precios más bajos y ubicaciones más favorables. La comunicación debía encontrar una forma de diferenciarla y conectar emocionalmente con su público objetivo.

LA SOLUCIÓN

Creamos Destiny como una propuesta de marca basada en el concepto **Connect with your essence**.

En lugar de centrar toda la comunicación en las características del inmueble, desarrollamos una narrativa emocional vinculada al bienestar, la conexión personal y el significado de vivir bien.

La campaña se trasladó a diferentes canales, incluidos portales inmobiliarios nacionales e internacionales, email marketing, redes sociales y publicidad exterior en aeropuertos internacionales.

EL RESULTADO

A los cinco días de la salida comercial de la promoción se vendió el primer piso. Un resultado que muestra cómo una propuesta de marca y comunicación diferenciada puede contribuir a presentar una promoción inmobiliaria desde una perspectiva que va más allá del producto.

VÍDEO SPOT

PÁGINA WEB







EL CLIENTE

Arelia comercializa productos para el ahorro de agua y energía, con presencia en mercados nacionales e internacionales. Su producto estrella, Acqua Tempus, es un temporizador de ducha que ayuda a reducir el consumo de agua.

EL RETO

Convertir un producto funcional en una propuesta capaz de captar la atención, conectar con las preocupaciones del consumidor y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos una línea creativa centrada en la sostenibilidad, transformando el mensaje comercial en una forma de comunicar el valor del ahorro de agua y energía. Creamos campañas y piezas publicitarias adaptadas a distintos mercados y canales.

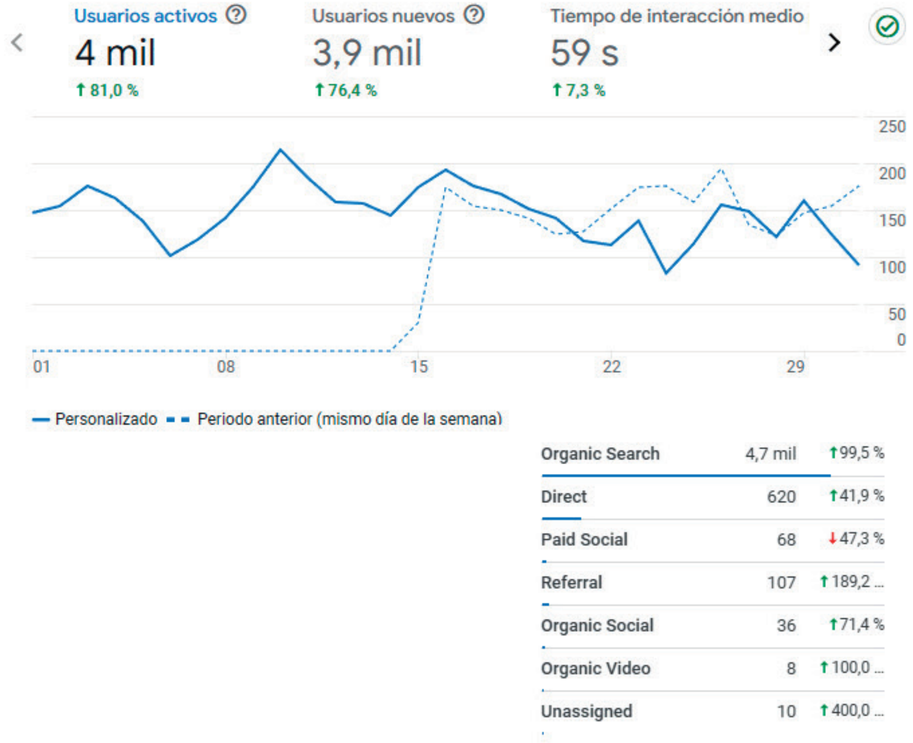
La estrategia se amplió también a la **producción de vídeos UGC en distintos idiomas**, acercando el producto a diferentes públicos mediante contenidos más naturales y adaptados a cada mercado.

EL RESULTADO

Ahora todas las publicidades tienen un mensaje ecologista. De esta forma, Arelia ha pasado de vender un producto a vender una forma de vida sostenible con el planeta. Las ventas se han incrementado mucho con una menor inversión.

VÍDEO SPOT

PÁGINA WEB



Organic Search	4,7 mil	↑99,5 %
Direct	620	↑41,9 %
Paid Social	68	↓47,3 %
Referral	107	↑189,2 …
Organic Social	36	↑71,4 %
Organic Video	8	↑100,0 …
Unassigned	10	↑400,0 …



DE LA CREATIVIDAD A LA VISIBILIDAD DIGITAL

Tras años colaborando con Arelia en dirección de arte y comunicación, el proyecto se amplió al posicionamiento orgánico. Lo que comenzó como una colaboración creativa evolucionó hasta convertirse en una gestión SEO internacional continuada de las webs de la empresa.

SEO Y GEO INTERNACIONAL

Desarrollamos una estrategia SEO orientada a mejorar la presencia de Arelia en los buscadores, trabajar palabras clave estratégicas y aumentar las oportunidades de captar tráfico cualificado.

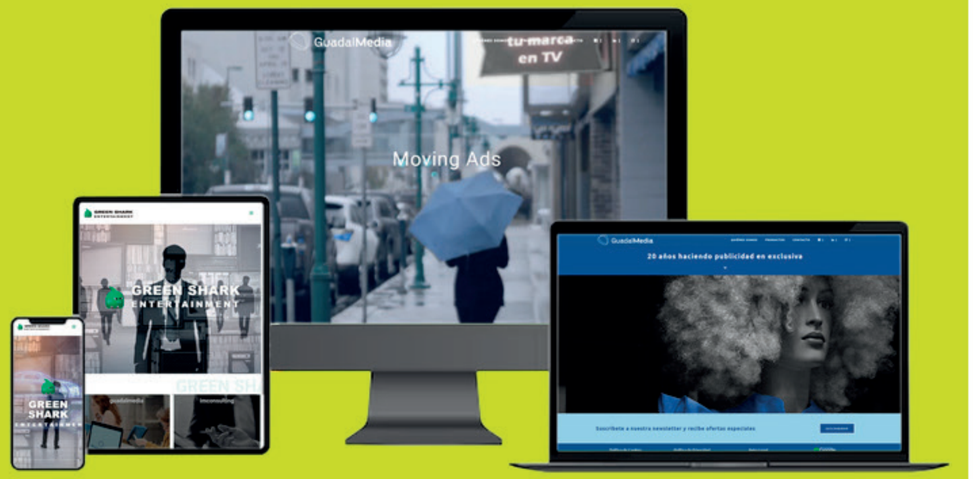
El trabajo se extiende también al GEO (Generative Engine Optimization), con el objetivo de reforzar la presencia y visibilidad de la marca en las respuestas de herramientas de inteligencia artificial.

EL RESULTADO

La estrategia ha permitido trabajar el posicionamiento de palabras clave relevantes para el negocio, alcanzando posiciones destacadas frente a grandes competidores en búsquedas estratégicas.

La gráfica y las capturas muestran ejemplos de la evolución del tráfico orgánico y de la presencia de Arelia en los resultados de búsqueda.

ACTUALMENTE: gestionamos el SEO INTERNACIONAL de las webs de Arelia y trabajamos en su visibilidad tanto en buscadores tradicionales como en entornos de búsqueda basados en **inteligencia artificial**.







EL CLIENTE

Grupo Guadalmedia es un grupo de comunicación con 20 años de trayectoria en la zona sur de España.

EL RETO

La identidad del grupo se había quedado desactualizada y su denominación limitaba su proyección más allá de Andalucía. La incorporación de nuevas empresas y la voluntad de ampliar su ámbito de actuación hicieron necesario replantear su arquitectura de marca y construir una identidad preparada para una nueva etapa.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos el branding integral del nuevo grupo empresarial. El proyecto incluyó también el diseño y desarrollo de las páginas web del grupo y de las empresas que lo integran, así como la creación de la identidad de Green Shark Entertainment, una de sus nuevas marcas.

EL RESULTADO

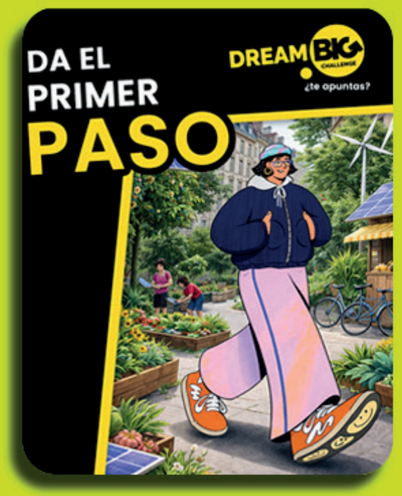
Una nueva estructura de marca y una identidad visual renovada, concebidas para unificar las distintas empresas bajo una visión común y facilitar la expansión del grupo hacia nuevos mercados.

La nueva imagen permite proyectar una identidad empresarial desvinculada de su ámbito geográfico de origen.

PÁGINA WEB

DREAMBIG CHALLENGE 2026

Es una competición universitaria de innovación y sostenibilidad vinculada a ImaginPlanet Challenge, celebrada por la Universidad de La Rioja.











EL RETO

Conectar con jóvenes de La Rioja de entre 16 y 25 años y despertar su interés por una iniciativa que les invita a desarrollar ideas innovadoras para afrontar los retos del futuro.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos las creatividades de la campaña para redes sociales, combinando fotografía, ilustración y vídeo con un lenguaje visual dinámico, cercano y adaptado al público joven.

La comunicación se construyó para captar la atención, transmitir el espíritu de la competición y animar a los jóvenes a dar el primer paso y participar.

Cliente: ocho.digital



EL CLIENTE

Desarrollar una propuesta de comunicación turística para FITUR 2026 capaz de mostrar la diversidad de Japón y despertar el interés de distintos perfiles de viajeros, más allá de los lugares y experiencias más conocidos.

EL CONCEPTO

JAPÓN. UN DESTINO. MIL VIAJES.

Un mismo destino puede convertirse en mil experiencias diferentes. Aventura, naturaleza, gastronomía, tradición, bienestar o desconexión: Japón ofrece una forma distinta de viajar para cada persona.

LA PROPUESTA

Creamos una línea de campaña que conecta cada experiencia con un destino concreto, construyendo un relato común a través de mensajes directos, imágenes evocadoras y una identidad visual reconocible.

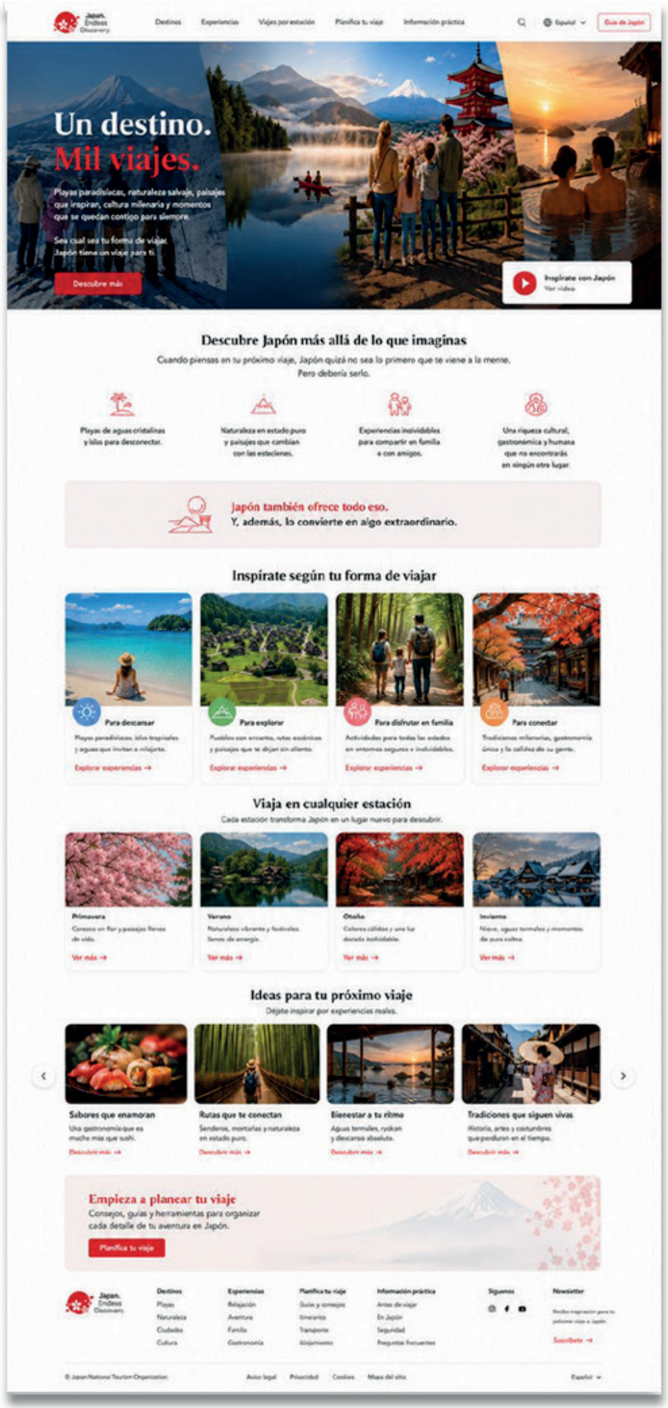
La propuesta se articula en torno a tres destinos —Hokkaido, Setouchi y Sengen Park— y a 3 tipos de target —parejas, familias y amigos— para mostrar diferentes formas de descubrir Japón.

Cliente: ocho.digital









DESARROLLO

El concepto se traslada a distintos formatos y puntos de contacto para construir una experiencia de comunicación coherente y reconocible.

Diseñamos adaptaciones para publicidad exterior, formatos digitales y entorno web, manteniendo el concepto central y ajustando la composición visual a las características de cada soporte.

La propuesta web amplía el universo de campaña y organiza los contenidos por destinos, experiencias y temporadas, invitando al usuario a descubrir Japón según sus propios intereses.

Una propuesta que combina estrategia turística, narrativa creativa y diseño multicanal para presentar Japón desde una perspectiva diversa, emocional y adaptable a distintos públicos.

Cliente: ocho.digital

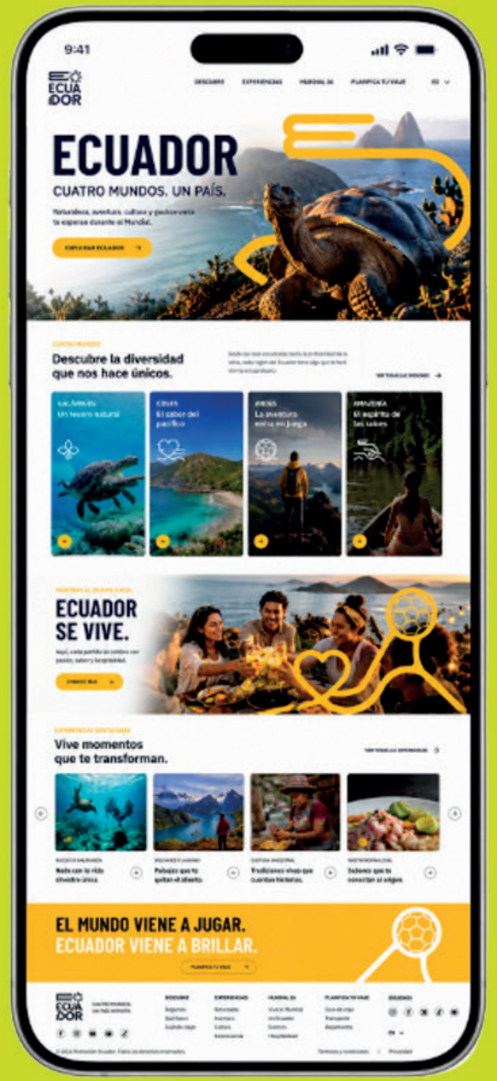
Cliente: ocho.digital











EL RETO

Desarrollar una propuesta de comunicación turística capaz de mostrar la diversidad de Ecuador y conectar con viajeros de distintos perfiles, presentando el país como un destino con experiencias muy diferentes entre sí.

EL CONCEPTO

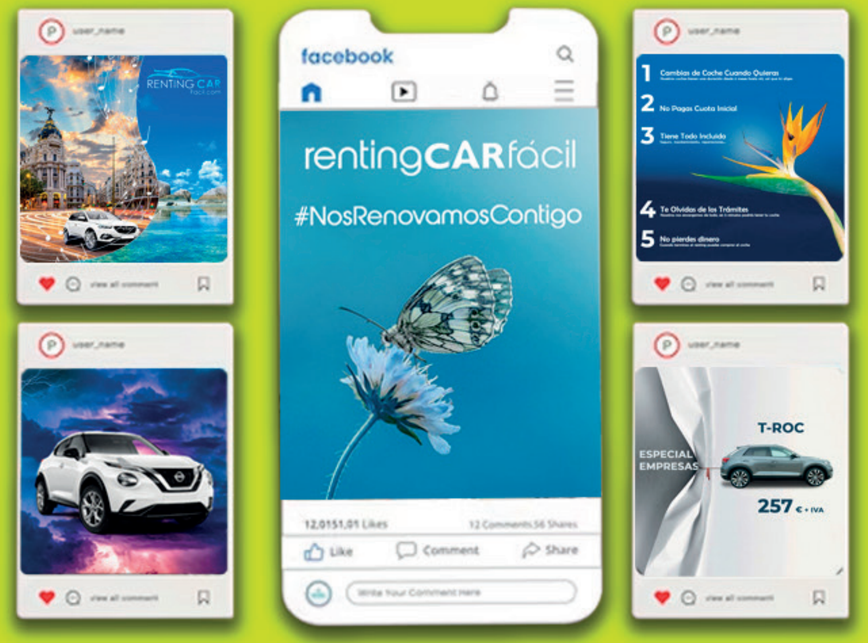
4 MUNDOS, UN PAÍS

Una campaña construida en torno a cuatro territorios —Galápagos, Costa, Andes y Amazonía—, cada uno con su propia personalidad, paisajes y experiencias. Cuatro formas de descubrir Ecuador bajo una misma idea de destino.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos un sistema visual que utiliza el propio logotipo de Ecuador como hilo conductor de la campaña, integrándolo con elementos gráficos inspirados en la identidad y los paisajes de cada región.

Cada territorio cuenta con una expresión visual propia, manteniendo la coherencia de la marca y construyendo una comunicación reconocible en todas sus aplicaciones.







EL CLIENTE

Renting Car Fácil era una empresa de renting de vehículos que necesitaba renovar su imagen y su comunicación para adaptarse a un mercado cada vez más competitivo.

EL RETO

La aparición de nuevos competidores con una imagen más moderna y una experiencia digital más cuidada estaba afectando a su posición en el mercado. Era necesario actualizar la marca, mejorar la comunicación y ofrecer una experiencia más cercana y sencilla al usuario.

LA SOLUCIÓN

Como directora de arte, lideré la renovación de la imagen de marca y su aplicación a los principales canales de comunicación, incluyendo el logotipo, la web y las creatividades publicitarias.

Desarrollé una línea de comunicación más fresca y personal, apoyada en redes sociales, SEO, SEM y email marketing. También impulsé mejoras funcionales en la web, incorporando recursos diferenciales como un buscador de coches para facilitar la experiencia del usuario.

EL RESULTADO

La empresa mantuvo su actividad durante la pandemia y la posterior crisis del sector automovilístico, en un contexto especialmente complejo para el mercado.

El proyecto permitió renovar su identidad, actualizar su comunicación y mejorar su propuesta digital.
La empresa cerró posteriormente por motivos ajenos a su actividad empresarial.



EL CLIENTE

Sefaria es un proyecto empresarial concebido para importar y comercializar vinos y licores españoles en Israel, a través de canales de venta online y presencial.

EL RETO

Construir una marca desde cero y desarrollar una estrategia de comunicación capaz de conectar con un mercado culturalmente diverso, diferenciando los productos y acercando la tradición española a su público objetivo.

LA SOLUCIÓN

Desarrollamos una propuesta integral de marca y comunicación bajo el concepto «Dos culturas, una identidad», utilizando el origen español de los productos como elemento diferenciador y conectándolo con la identidad de Sefaria.

El proyecto incluyó el diseño de etiquetas y packaging para distintas referencias, una propuesta de comunicación y el planteamiento de una experiencia web adaptada al mercado de destino.

EL DESARROLLO

La propuesta se apoyó en un estudio de mercado y en la evaluación de los productos y de la comunicación planteada con perfiles representativos del público objetivo.

El proyecto quedó paralizado debido a la situación en Israel, por lo que la propuesta no llegó a ejecutarse comercialmente.



hola@estudiolumei.es

+34 686 41 79 60

estudiolumei.es