

# SernaLab

del concepto a la pantalla

Identidad corporativa completa para la marca personal de Carlos Serna, diseñador grafico en transicion hacia UX/UI y diseno web sin codigo. Un proyecto documentado en 9 fases que sirve simultaneamente como identidad operativa y como caso de estudio del portfolio.

Tipo — Identidad corporativa personal

Fases — 9 etapas documentadas

Estado — Completado

Fecha — Mayo 2026

# Que es SernaLab

La marca personal de un diseñador grafico que no ha dejado de aprender.

**SernaLab** es la identidad profesional de Carlos Serna — diseñador grafico con raices en la cultura impresa, en transicion activa hacia el diseno de experiencias de usuario y el diseno web sin codigo. El nombre combina el apellido con el sufijo **Lab**: un laboratorio de proceso donde cada proyecto es documentado, argumentado y entregado con criterio.

Este documento presenta la identidad visual resultante del proyecto de branding personal. El sistema ha sido construido desde cero siguiendo una metodologia de 9 fases — desde el benchmark y la estrategia hasta las aplicaciones y el prototipo del portfolio web. **Cada decision visual tiene una justificacion estrategica.**

## AUDIENCIA PRIMARIA

Agencias de diseno — Branding, digital, UX/UI y comunicacion. Directores creativos que buscan perfiles versatiles con criterio propio y capacidad de documentar el proceso.

## AUDIENCIA SECUNDARIA

Pequenos estudios y autonomos como clientes directos — Negocios que necesitan un interlocutor unico para identidad, diseno y web, sin coordinar multiples proveedores.

## POSICIONAMIENTO

Entre el freelancer y el estudio. Con la solvencia del primero y la vision sistematica del segundo. Perfil T-shaped: diseno grafico + UX/UI + no-code web.

## PERSONALIDAD DE MARCA

Confiable, curioso, en movimiento. Serio sin ser frio. Creativo sin ser excentrico. Elegante con caracter — sin caer en el minimalismo sin alma ni en la expresividad sin control.

# Una identidad, dos funciones

Este proyecto tiene un valor doble que lo hace unico como entregable.

## FUNCION 01

### Identidad operativa de SernaLab

La marca esta en uso real desde el primer dia. El wordmark, el simbolo, la paleta, la tipografia y el grafismo son los elementos con los que SernaLab opera — en el portfolio web, en redes profesionales, en la firma de email, en documentos y propuestas.

El portfolio web (actualmente en desarrollo) esta construido sobre esta guia de estilo. Cada decision de diseno de la web referencia directamente el sistema de marca documentado aqui.

## FUNCION 02

### Caso de estudio del portfolio

El proceso completo — desde el benchmark hasta las aplicaciones — esta documentado como un proyecto de branding real y presentado como caso de estudio en el portfolio.

Esto demuestra ante agencias y clientes que SernaLab no solo ejecuta identidades visuales, sino que puede gestionar el proceso completo con metodologia, criterio y rigor documental — desde la estrategia hasta la guia de marca.

**Por que esto importa:** Un diseñador que puede construir su propia identidad de marca con este nivel de proceso y documentacion puede hacer lo mismo por sus clientes. Este caso no es solo un proyecto de portfolio — es la demostracion en tiempo real de todo lo que SernaLab vende.

# 9 fases documentadas

El proyecto ha seguido una metodología de branding estructurada en nueve fases. Cada fase tiene entregables propios en formato HTML — documentos navegables que forman el expediente completo del proyecto.

01	<b>Benchmark &amp; Research</b> Análisis de referentes, tendencias y posicionamiento competitivo.	COMPLETADO
02	<b>Investigación de mercado</b> Contexto del mercado, audiencias y oportunidad de posicionamiento.	COMPLETADO
03	<b>Estrategia de marca</b> Posicionamiento, público objetivo, valores, personalidad y voz.	COMPLETADO
04	<b>Moodboard &amp; Dirección visual</b> Exploración de 2 direcciones creativas. Elección de la dirección Teal.	COMPLETADO
05	<b>Concepto de identidad</b> Idea rectora, claim, tagline e identidad verbal. Investigación de mercado verbal.	COMPLETADO
06	<b>Desarrollo de identidad</b> Wordmark, color, tipografía, símbolo y grafismo en profundidad.	COMPLETADO
07	<b>Sistema de marca</b> Reglas de uso, versiones, soportes digitales y físicos.	COMPLETADO
08	<b>Brand Guidelines</b> Manual de marca completo — documento de referencia definitivo.	COMPLETADO
09	<b>Aplicaciones &amp; Portfolio web</b> Papelería, perfiles digitales, prototipo web y plantilla de caso de estudio.	EN PROGRESO

## HERRAMIENTAS

Claude · Illustrator · HTML/CSS

## DURACION

Abril – Mayo 2026

## ENTREGABLES

9 documentos HTML + sistema de archivos SVG

# Tagline y claim

La identidad verbal tiene dos piezas con roles distintos. El tagline posiciona. El hero copy convence. No son intercambiables.

TAGLINE DESCRIPTOR — BAJO EL WORDMARK · BIO · FIRMA DIGITAL

## del concepto a la pantalla

### POR QUE FUNCIONA

"Concepto" habla al diseñador grafico. "Pantalla" habla al perfil digital. La tension entre ambos define el espacio que SernaLab ocupa.

### VERIFICADO

Sin uso registrado en el mercado hispanohablante como tagline de ningun diseñador, estudio o agencia. Territorio libre y disponible.

HERO COPY — HOMEPAGE DEL PORTFOLIO

Las marcas se recuerdan  
por como se **sienten**.  
Las experiencias, por como **funcionan**.

Claim emocional y propuesta de valor. Conecta diseno grafico (sentir) con UX/UI (funcionar). Resume el perfil diferencial de SernaLab en dos frases. Las dos lineas son una unidad — no se fragmentan ni se usan por separado.

# La identidad en elementos

El sistema visual de SernaLab esta formado por seis elementos: wordmark, simbolo, paleta de color, tipografia, lockup con tagline y grafismo de sistema. Todos comparten el mismo ADN cromatico y conceptual.

## WORDMARK

PRINCIPAL · PAPER

SernaLab

NEGATIVA · DEEP

SernaLab

MONOC. · BRAND

SernaLab

PRINCIPAL · FOG

SernaLab

"Serna" en Jost Light 300 · "Lab" en Jost Bold 700 · Sin espacio entre palabras · El contraste de peso codifica el doble perfil: la persona y la disciplina.

## SIMBOLO SL — SELLO DE AUTORIA



COMPACTO · PRINCIPAL



ESTANDAR · DEEP



EXTENDIDO · BRAND

Aparece donde el wordmark no cabe: favicon, avatar, firma compacta, sello fisico. Tres versiones segun el nivel de presencia necesario. Escala minima: 24px.

El simbolo SL es una ligatura de trazo unico — metafora del proceso como recorrido continuo: la S fluye hacia la L como el concepto fluye hacia la pantalla.

## PALETA DE COLOR

<b>BRAND</b> #2A9E94 Identidad · CTAs	<b>DEEP</b> #051715 Fondos oscuros	<b>MIST</b> #86908F Texto secundario	<b>FOG</b> #DDE2E1 Fondos · Bordes	<b>PAPER</b> #F2F5F4 Fondo base
---	--	--	--	---------------------------------------

Todos los neutros tienen temperatura fría con tinte teal — el color de marca impregna el sistema incluso cuando no aparece como acento. Regla de uso: 80% neutrales · 15% Brand · 5% Mist.

## TIPOGRAFIA

JOST

# SernaLab

Wordmark · Headings · Navegacion · Identidad · Pesos: 200 300 400 500 700

INTER

Diseno que piensa antes de dibujar. Cada decision tiene un argumento y cada entregable tiene un proceso documentado detras.

Cuerpo · UI · Metadatos · Tagline · Pesos: 300 400 500

Jost aporta caracter geometrico con personalidad. Inter garantiza legibilidad impecable en pantalla. Maximo dos pesos por familia en uso simultaneo.

## GRAFISMO DE SISTEMA



### Gotas de tinta

Los vacios entre elementos evocan gotas de pigmento. Raices en el diseno impreso.



### Bocadillos de dialogo

Las formas negativas se leen como bocadillos. Conexion, dialogo, escucha activa.

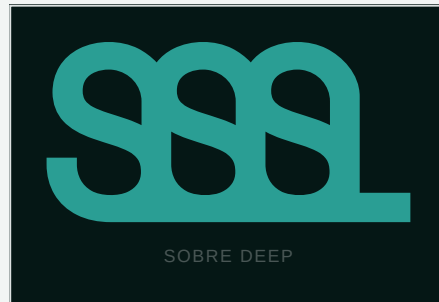


### Circuito · Flujo

Recorrido continuo con inicio y fin. El proceso del concepto a la pantalla.



SOBRE PAPER



SOBRE DEEP

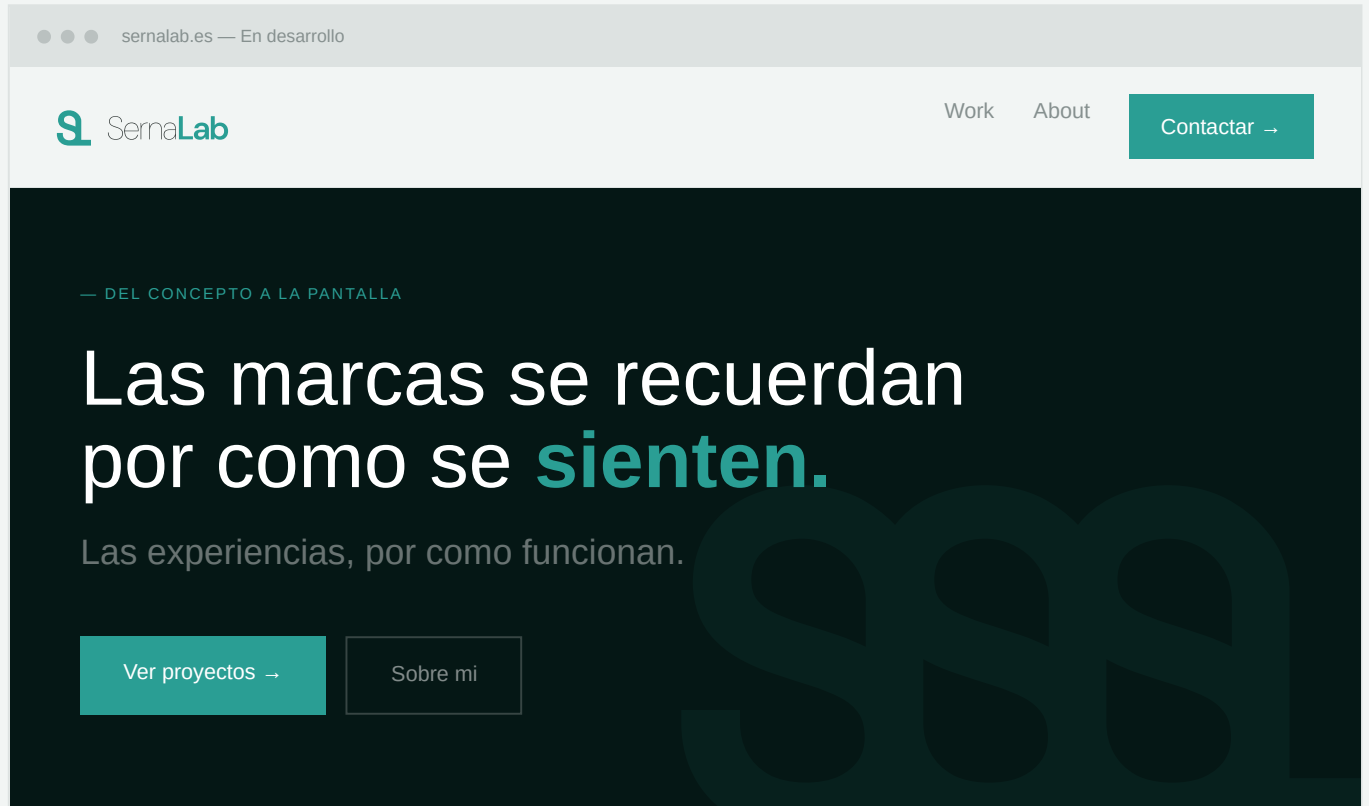


SOBRE BRAND

Elemento de sistema — no simbolo de marca. Funciona como textura de fondo, ilustracion de apoyo y divisor de seccion. Tres capas de lectura que conectan con los valores de la marca.

# sernalab.es — En desarrollo

El portfolio web de SernaLab esta actualmente en fase de desarrollo. Esta guia de identidad es el sistema de referencia sobre el que se construye el sitio. Cada decision de diseno web esta basada en los tokens de color, tipografia y comportamiento documentados en el Brand Guidelines.



## HERRAMIENTA DE CONSTRUCCION

Framer — Diseno y publicacion sin codigo. CMS integrado para actualizar casos de estudio sin tocar el diseno.

## ESTADO ACTUAL

En desarrollo. Benchmark de portfolios competidores en curso para definir el enfoque y la arquitectura de contenidos definitiva.

## CASOS DE ESTUDIO PREVISTOS

Nube Kinton (branding) · DICE (UX/UI) · Leroy Merlin (UX/UI) · Clisso Eventos (web no-code) · SernaLab (este proyecto).

## REFERENCIA DE DISENO

Toda la web aplica directamente esta guia de identidad: tokens de color, tipografia, espaciado y comportamiento del logo documentados en el Brand Guidelines v1.0.

# Una marca lista para trabajar.

SernaLab tiene identidad, sistema, voz y proceso documentado. La marca esta operativa desde el primer día y el caso de estudio esta listo para ser el proyecto central del portfolio.

## SISTEMA COMPLETO

Wordmark · Simbolo · Color ·  
Tipografía · Grafismo · Guidelines  
completo en v1.0

## DOCUMENTADO

9 fases con entregables HTML  
navegables. El proceso es visible  
y argumentado en cada paso.

## LISTO PARA APLICAR

Archivos SVG definitivos.  
Especificaciones CMYK y  
Pantone. Prototipo web funcional.  
Checklist de uso.

SernaLab [hola@sernalab.es](mailto:hola@sernalab.es) · [sernalab.es](https://sernalab.es)

Proyecto de identidad visual · Caso de estudio

SernaLab Brand Identity · Mayo 2026

Documento para compartir · v1.0

SernaLab