

MEMORIA DE PROYECTO

SernaLab.com del concepto a la pantalla

El recorrido completo de un portfolio que es, a la vez, su propio caso de estudio: de la estrategia al sitio en producción, fase a fase.

AUTOR

Carlos Serna Sevilla

DOMINIO

sernalab.com

PERIODO

May – Jun 2026

TIPO

Proyecto propio · caso meta

01 Sinopsis

SernaLab.com es el portfolio de Carlos Serna —diseñador gráfico y UX/UI— y, al mismo tiempo, un caso de estudio en sí mismo. En lugar de describir un método de trabajo, lo demuestra: cada pantalla del sitio es la salida real de un proceso de siete fases encadenadas, cada una documentada en su propio documento de contexto que sirve de fuente única para la siguiente.

El proyecto se construyó del concepto a la pantalla sin saltos invisibles. Esta memoria recoge ese recorrido entero —decisiones, criterios y resultado— con un objetivo: que quien evalúa el perfil pueda ver no solo *qué* se entregó, sino *cómo* se pensó. El "cómo" es el activo diferencial.

02 Estrategia y benchmark

FASE 00

El punto de partida no fue el diseño, sino la decisión estratégica. Se definieron dos audiencias primarias con necesidades distintas: **agencias** que evalúan el perfil para una posible incorporación, y **clientes freelance directos** que buscan contratar un servicio. El sitio debía servir a ambas sin pedirle a nadie que se clasificara primero.

El posicionamiento se fijó en una frase que gobernó todas las decisiones posteriores: *"minimalismo con carácter, proceso visible, voz directa. Portfolio y servicios conviven sin pisarse. La web es laboratorio, no escaparate."*

BENCHMARK — 7 PORTFOLIOS ANALIZADOS

Del análisis salió una lista de anti-patrones a evitar: heros de cliché, casos reducidos a un reel de mockups, volumen sin curación, servicios genéricos de tres palabras, exceso de motion, "about" narcisista y footer-cementerio. Referencias que sí marcaron el rumbo: el pensamiento documentado como argumento de venta, la propia web como demostración técnica del perfil, y una sola pieza-bandera de craft en lugar de inflarlo todo.

Se cerraron 6 objetivos de sitio y 6 KPIs cualitativos —validables con testing directo, no con analítica de vanidad— y nueve principios rectores que actuaron como filtro de cada fase siguiente.

03 Arquitectura de información

FASE 01

El sitemap se resolvió en **cinco rutas**, sin sobre-estructura: la home, el detalle de proyecto, servicios, lab y contacto.

Rutas	/ · /proyectos/[slug] · /servicios · /lab · /contacto
Navegación	Proyectos · Servicios · Lab · Contacto
Portfolio	Grid libre a 3 columnas, sin filtro, con tag de categoría visible
Orden	Cronológico ascendente — de los primeros encargos a la madurez

Dos decisiones con criterio marcaron esta fase. La primera: **"Sobre" se renombró a "Lab"**, un guiño al nombre de marca y al concepto de laboratorio —la web no es un escaparate cerrado, es un espacio de trabajo visible. La segunda: el portfolio se ordena en sentido cronológico ascendente para que se lea como un recorrido y una evolución, no como un catálogo plano. Se descartó incluir blog o un índice de proyectos paginado en esta primera versión: nada que no aportara a las dos audiencias.

04 Wireframes

FASE 02

Se definió la plantilla del caso de estudio como un sistema de bloques modulares: cabecera, visual hero, cuerpo en cuatro tiempos —Contexto · Reto · Proceso · Resultado—, galería y navegación anterior/siguiente. Esa estructura modular es la que después se convirtió en la plantilla rica del sitio, capaz de absorber casos densos sin romperse y casos breves sin quedar vacía.

05 Contenido y copy

FASE 03

La voz de marca —directa, argumentada, cercana, en proceso— se aplicó a cada pieza de texto, desde los titulares hasta la microcopy del formulario y los estados de error y éxito. Cada decisión de copy se argumentó con alternativas, no se improvisó. El copy exacto del autor se cerró para cinco de los seis casos; el sexto —este mismo, SernaLab Web— se redactó al final, una vez el sitio estuvo en producción y se pudo contar en pasado de hecho consumado.

06 Sistema visual

FASE 04

El sistema visual se bloqueó antes de maquetar una sola pantalla, para que la disciplina —no la improvisación— hiciera el trabajo.

Aa Jost + Inter. Carácter en los titulares, rigor y legibilidad en el cuerpo. Dos pesos por familia.

Teal #2A9E94. Acento del sistema, diferencial en el sector sin estridencia.

■ Neutros fríos. Deep, Ink, Mist, Fog y Paper, con tinte teal en la temperatura.

% Regla 80 / 15 / 5. Mayoría de neutros, presencia de marca, acento mínimo.

El ámbar **#C4820A** se incorporó como acento secundario oficial, pero con un rol estrictamente acotado: solo señalética de categoría —los tags de tipo de proyecto— y nunca en el logo, el wordmark ni el núcleo de la identidad.

07 Dirección de arte y montaje

FASE 05–06

Con el sistema fijado, se montaron las cuatro páginas y los seis casos en alta fidelidad, integrando los assets reales del autor: covers, fotografías de proceso y piezas finales de cada proyecto. La fase resolvió también la ingeniería fina del montaje —ratios de imagen constantes, anclajes de recorte por dato, tratamiento gráfico de marca en los heros— para que el resultado fuera cuidado a nivel de detalle, no solo de estructura.

08 Build — del prototipo a producción

FASE 07

La última fase convirtió el prototipo en un sitio real. La migración llevó el diseño —tipografía autohospedada, tokens de marca, las cinco rutas de archivo— a una aplicación Next.js de producción, sin tocar la paleta ni el sistema bloqueados.

Framework	Next.js 16 (App Router) · React 19 · TypeScript
Estilos	Tailwind CSS v4, con los tokens de marca llevados al theme
Formulario	Nodemailer — envía email real, verificado de extremo a extremo
Datos	Los 6 casos en un único archivo TypeScript tipado, vía generación estática
Hosting	Vercel — auto-deploy en cada push a main
Dominio y DNS	sernalab.com — registro en Cloudflare, HTTPS activo
Analítica	Plausible — sin cookies, sin banner de consentimiento

El **SEO** se construyó de verdad: metadata por página, imágenes Open Graph y Twitter generadas a partir del símbolo de marca, y `robots.txt`, `sitemap.xml`, favicon y manifest propios —no los de la plantilla por defecto. La **accesibilidad** se auditó con foco visible en todos los estados, asociación label/input, landmarks e iconografía decorativa marcada.

UNA DECISIÓN DELIBERADA

El contraste estructural de un color del sistema de marca sobre fondo claro se dejó como estaba: no se sacrificó el sistema visual bloqueado por satisfacer una auditoría automática. La accesibilidad se atendió donde importa a la experiencia real —no como una casilla que marcar a costa de la identidad.

La auditoría Lighthouse cerró en **96 de accesibilidad, 92–95 de rendimiento, 100 de best practices y 100 de SEO**. El formulario tuvo un incidente real en producción —diagnosticado por logs de servidor, no por suposición— y se resolvió y verificó con un envío real recibido en bandeja de entrada. La elección de Plausible frente a Google Analytics, por no usar cookies, hizo evidente que el formulario necesitaba su propio aviso de privacidad, que se añadió como página dedicada.

09 Decisiones con criterio

El hilo conductor de todo el proyecto fue simplificar hasta lo que el proyecto necesita, no hasta lo que está de moda. El mismo criterio aparece varias veces:

A **Framer, descartado**

La idea inicial de una web no-code en Framer se abandonó: la demostración técnica a agencias es más potente con código propio, y el argumento de "narrativa no-code" era más débil de lo que parecía.

B **MDX y motor de animación, descartados**

En el build se renunció también a la complejidad de Contentlayer/MDX y a una librería de motion, en favor de TypeScript plano y CSS/Tailwind puro. Menos superficie, menos deuda.

C **Vercel sobre ampliar el hosting existente**

El formulario necesita un runtime de servidor real, no solo hosting estático. Esa necesidad concreta decidió la plataforma.

D **El dominio, en Cloudflare**

Se compró el dominio al precio de coste en Cloudflare y se conectó con un único registro DNS, en lugar de pasar por el comprador integrado del hosting.

10 El resultado

El medio es el caso. SernaLab.com está en producción, es responsive en escritorio, tablet y móvil, y su formulario de contacto funciona de extremo a extremo. La metodología no es un accesorio del entregable: es parte del entregable. La documentación del proceso es el caso; la web es el caso.

7

Fases cerradas y documentadas

100

Lighthouse · SEO y Best Practices

96

Lighthouse · Accesibilidad



Del concepto a producción · May-Jun 2026

EL CRAFT QUE SE COMPRUEBA DESDE FUERA

La prueba del cuidado no es una historia interna, es algo que cualquiera puede verificar: un set de iconos y favicon construido desde el símbolo de marca —no la plantilla de Next—, imágenes sociales propias y una accesibilidad auditada sin renunciar al sistema visual. Detalles que casi ningún portfolio cuida hasta ese nivel.

