

# Portfolio

Inma Soler

---

Branding · Communication & Content · Product Design

# ¡Hola! Soy Inma Soler y esto es lo que hago.

Acompaño a marcas y productos desde el branding, la comunicación y el diseño de producto digital para que sus ideas, tecnologías y propuestas de valor se entiendan de forma clara y accesible.

Mi recorrido pasa por Bellas Artes, diseño e ilustración, docencia e informática. Esta diversidad me permite abordar los proyectos desde tres prismas: lo visual, lo narrativo y lo técnico. Una mezcla en la que descubrí que lo más relevante, lo que articula nuestro trabajo, son las personas. Cómo percibimos los mensajes, qué necesitan saber y cómo hacer más fácil comprender un producto o una idea.

En los últimos años me he especializado en comunicar tecnología e inteligencia artificial. Explico modelos, procesos y herramientas a audiencias no expertas, uniendo rigor, claridad y propósito. Ese cruce entre **branding, comunicación, tecnología y producto digital**, es la base de cómo trabajo.



A continuación verás una selección de mis últimos proyectos. Encontrarás marcas y sus aplicaciones, narrativas, redacción de contenidos, experiencia de usuario y sistemas de diseño.

Si después tienes alguna duda, quieres profundizar en algún proyecto o saber cómo podríamos trabajar juntxs, puedes **escribirme**:

[info.inmasoler@gmail.com](mailto:info.inmasoler@gmail.com)

+34 644 366 093

Y, siempre, gracias por invertir en mí tu recurso más valioso: **tu tiempo**.

# SCILING<sup>›</sup>

Brand implementation · Communication & Content · Product Design

Diseño y comunicación para una compañía de inteligencia artificial

Marzo 2023 - Noviembre 2025



# Sciling: Diseño y comunicación para una compañía de IA

## Áreas de trabajo

Implementación de la identidad de marca ·  
Extensión de marca y materiales de  
marketing · Diseño de contenido y  
comunicación · Diseño de producto

Entre 2023 y 2025, como parte del equipo de marketing y comunicación de Sciling, fui la responsable de **idear e implementar las acciones de branding y comunicación** dirigidas a trasladar el valor de las soluciones y servicios de la compañía a su público objetivo (roles directivos y mandos intermedios de innovación).

Con un rol híbrido entre **diseño y contenidos**, desarrollé **materiales clave de marketing y ventas** (dossieres, kits de prensa, web corporativa, flyers, stands) asegurando consistencia y claridad en la expresión de marca. Como **Product Designer**, definí la **experiencia e interfaz de usuario** de Jotty, el SaaS de asistencia en reuniones de Sciling, y diseñé **prototipos para pruebas de concepto**, incluyendo los realizados para Michelin.

En comunicación, **diseñé y ejecuté la estrategia de contenidos** para las tres cuentas de LinkedIn de la compañía (CEO, Manager y corporativa), creando narrativas orientadas a explicar el impacto de la IA en negocio para audiencias no técnicas. También elaboré **casos de estudio, notas de prensa, artículos especializados e informes sectoriales** y produjo una temporada completa del **podcast *Interfaces de Futuro***, trabajando la ideación, guionización, contacto con invitados, edición y publicación de los episodios.

Además, **diseñé e impartí formaciones de IA** dirigidas a responsables y equipos de innovación de empresas como Acciona y diversas PYMEs valencianas.



# Jotty: Asistente de reuniones basado en IA

Áreas de trabajo

Identidad visual · Experiencia de usuario ·  
Interfaz de usuario y sistema de diseño · UX  
Writing

Contexto

Jotty necesitaba evolucionar de un prototipo técnico a un producto funcional, con identidad propia y una base de diseño que permitiera avanzar hacia un MVP real y escalable.

El reto

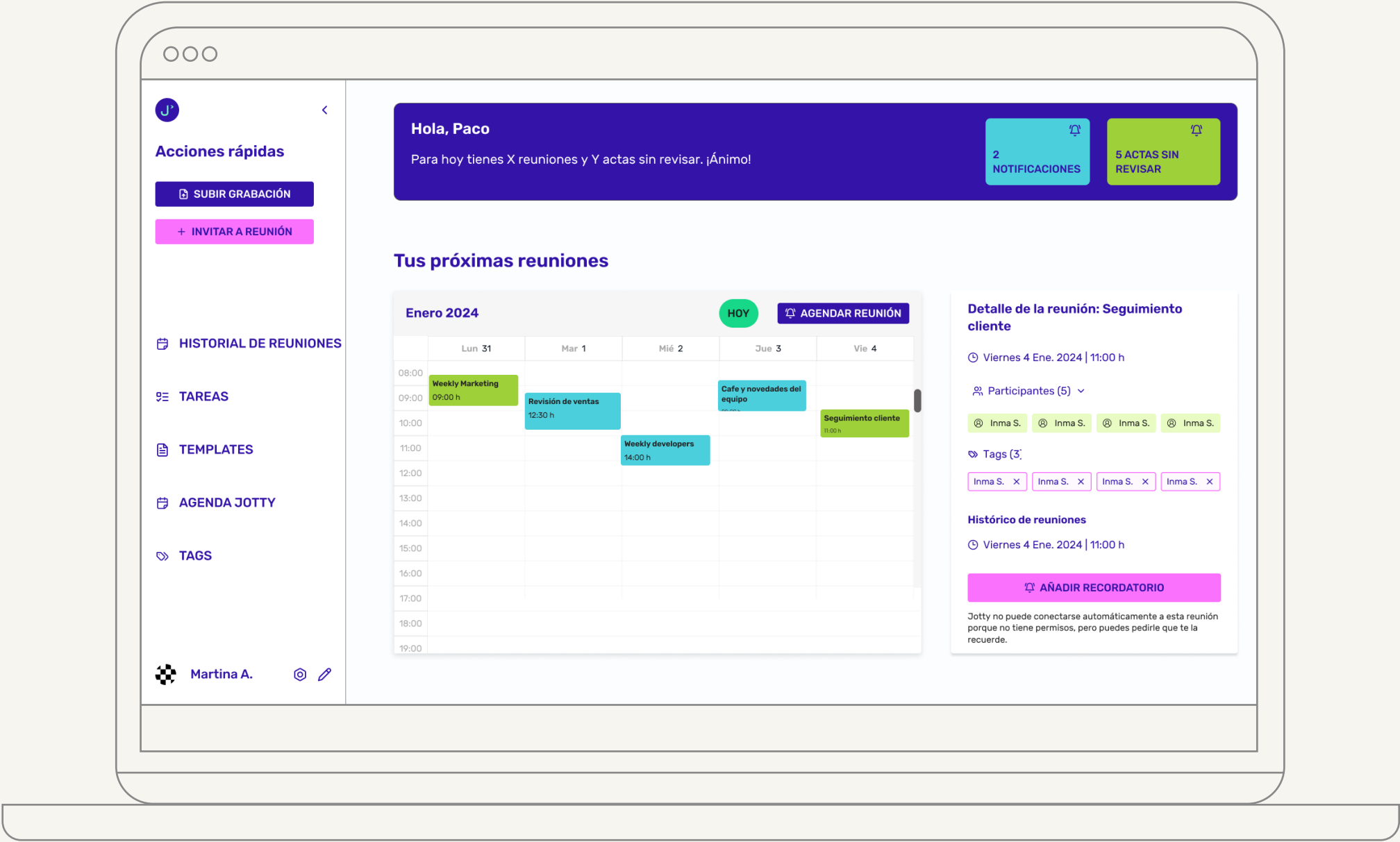
Aportar claridad y consistencia al producto mediante el diseño (identidad visual, componentes, flujos) para garantizar un MVP con valor para los usuarios y fácil de implementar por el equipo técnico.

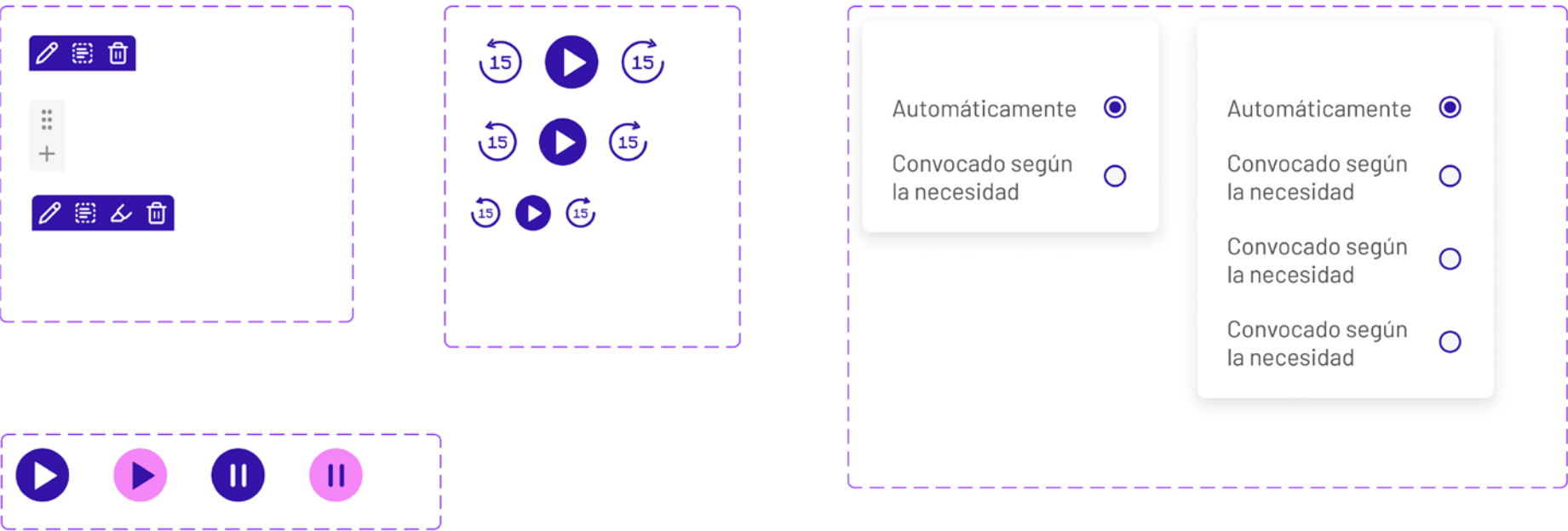
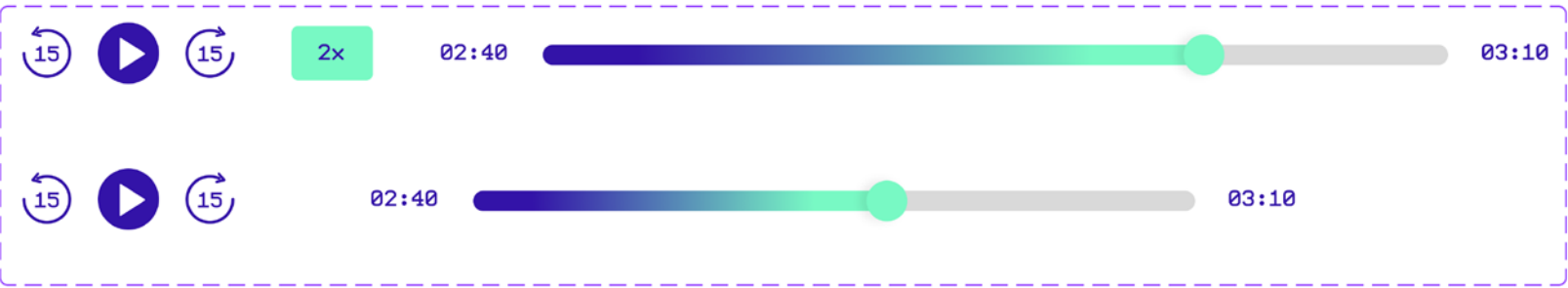
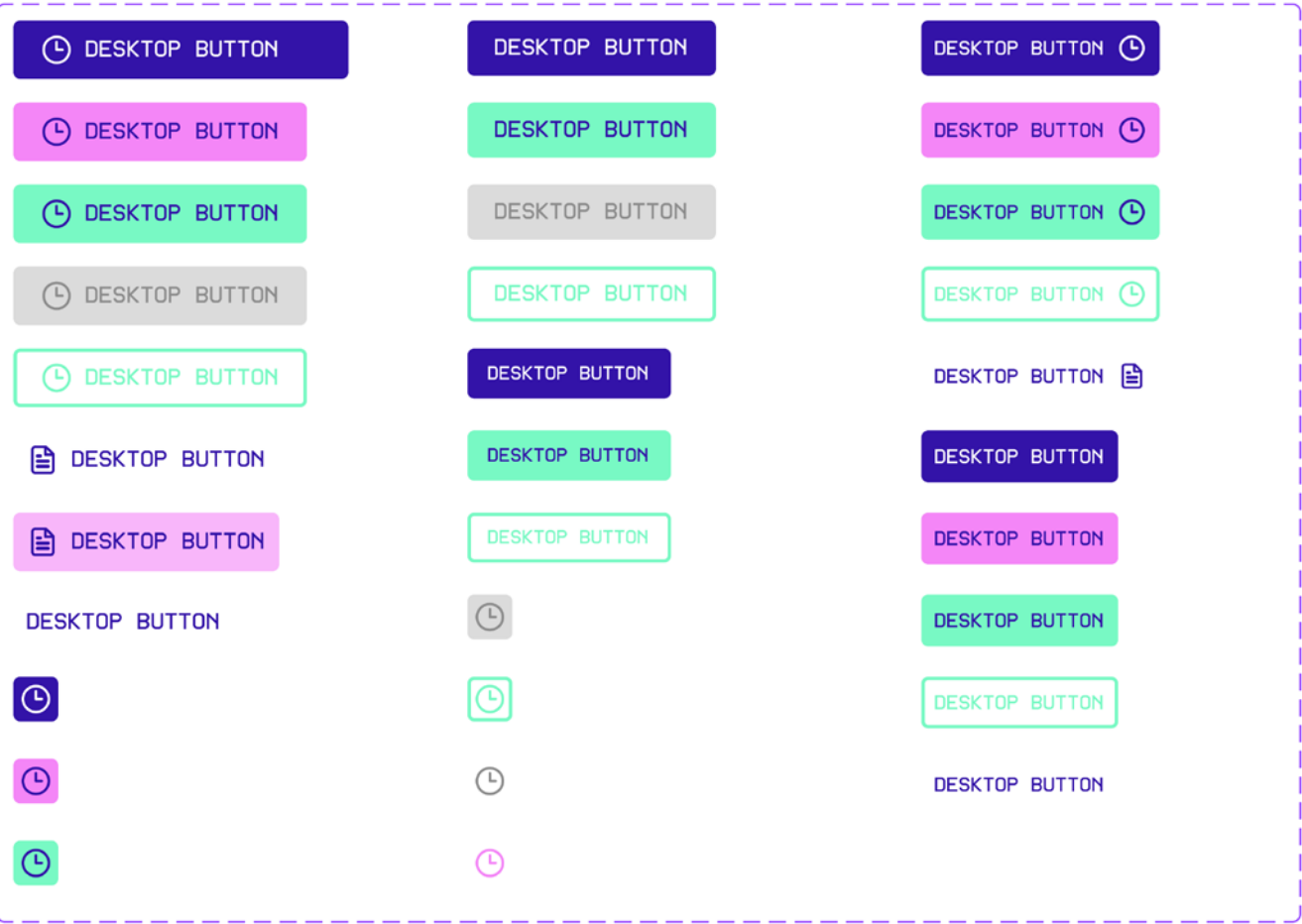
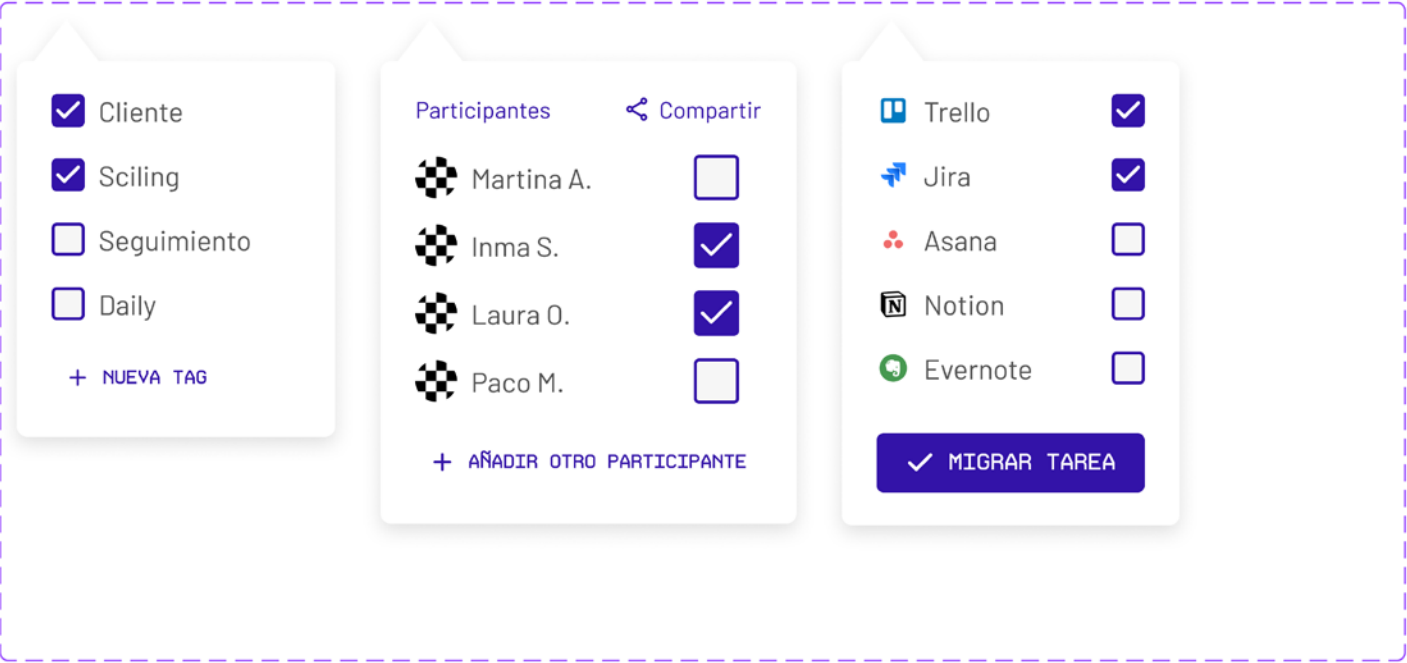
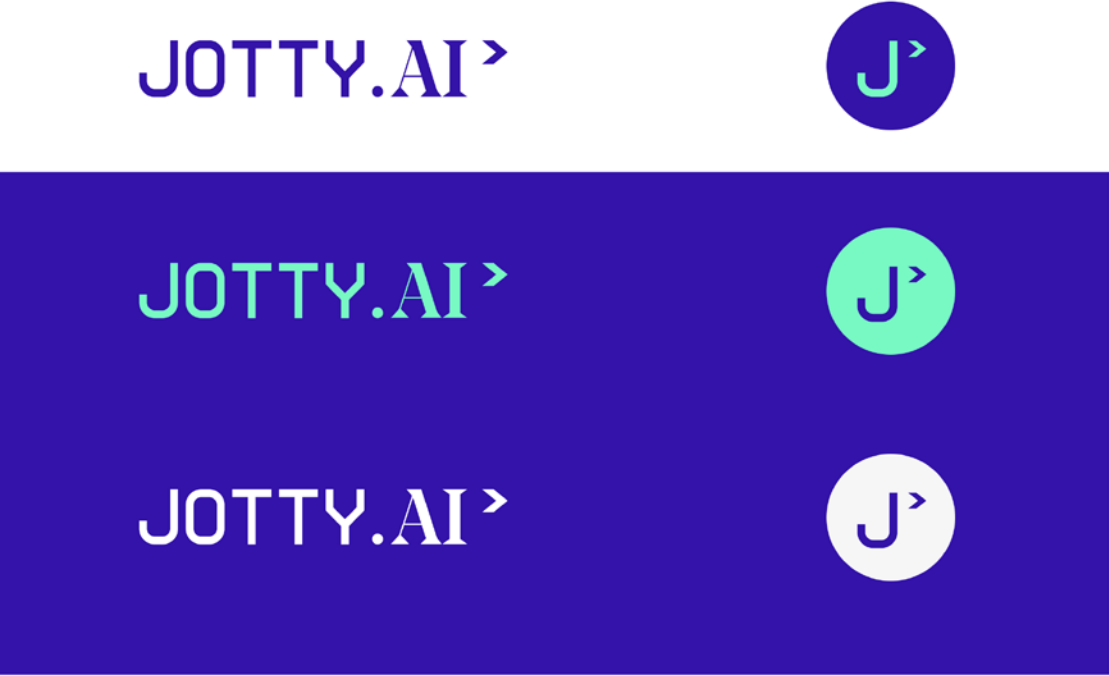
Soluciones aportadas

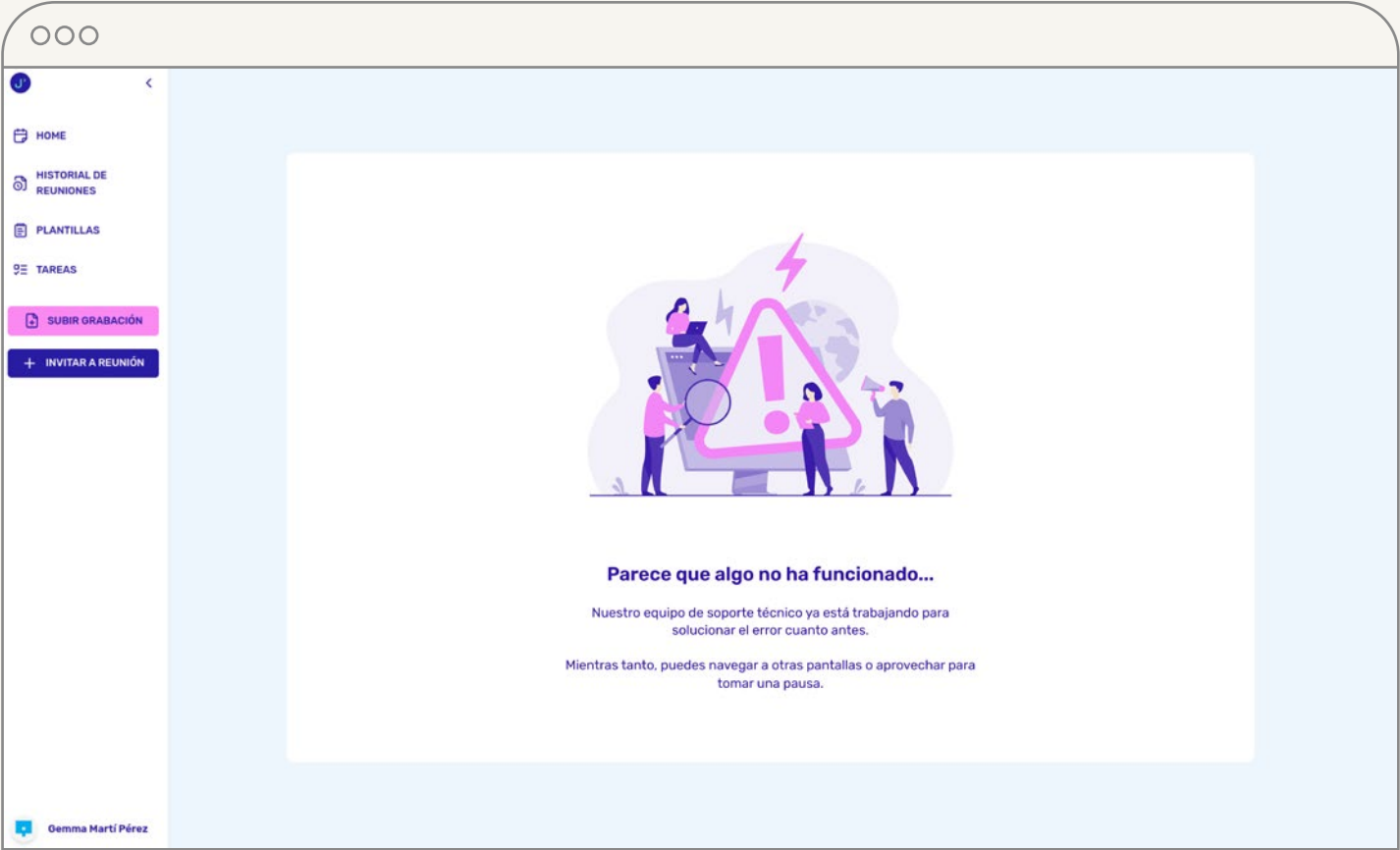
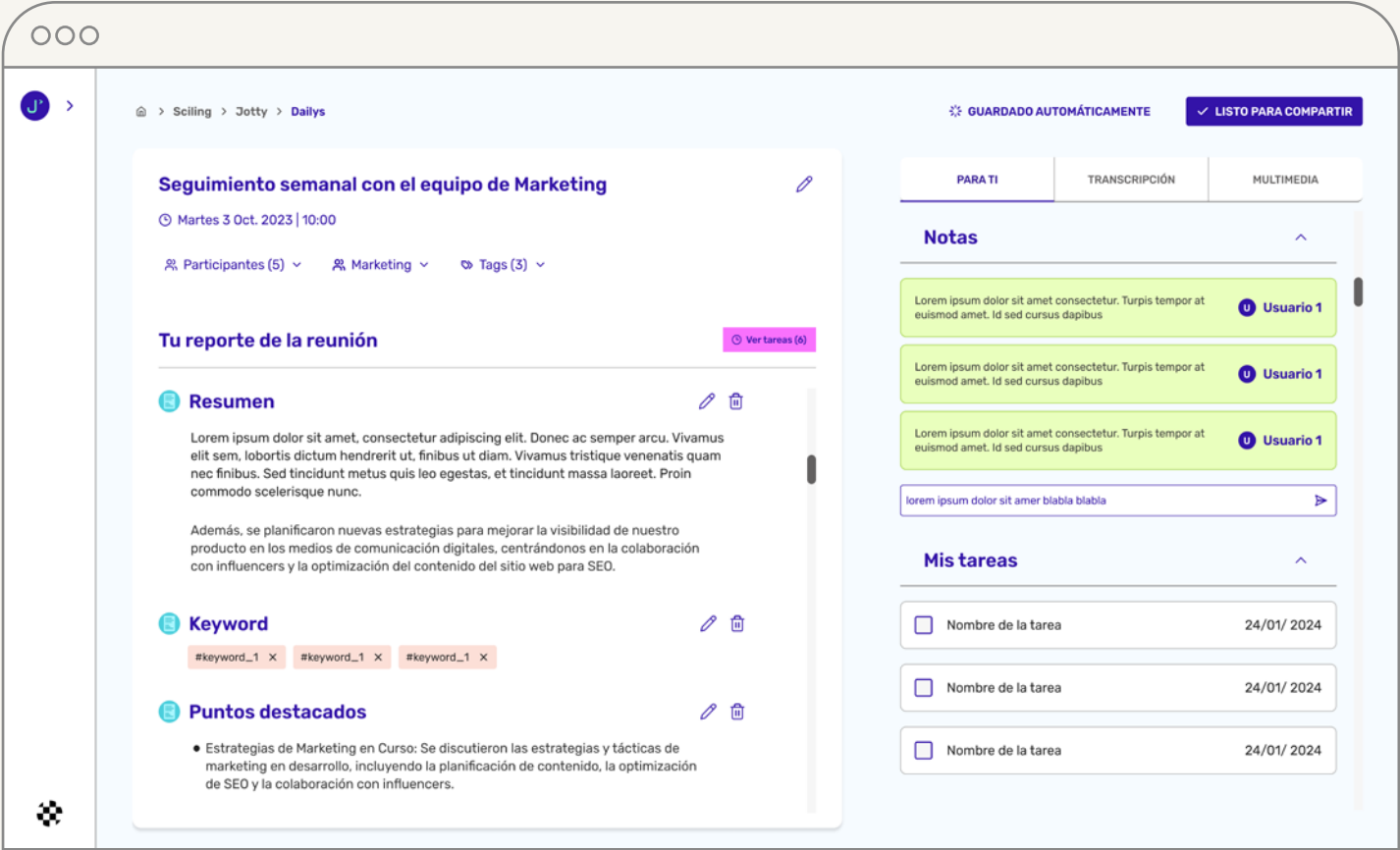
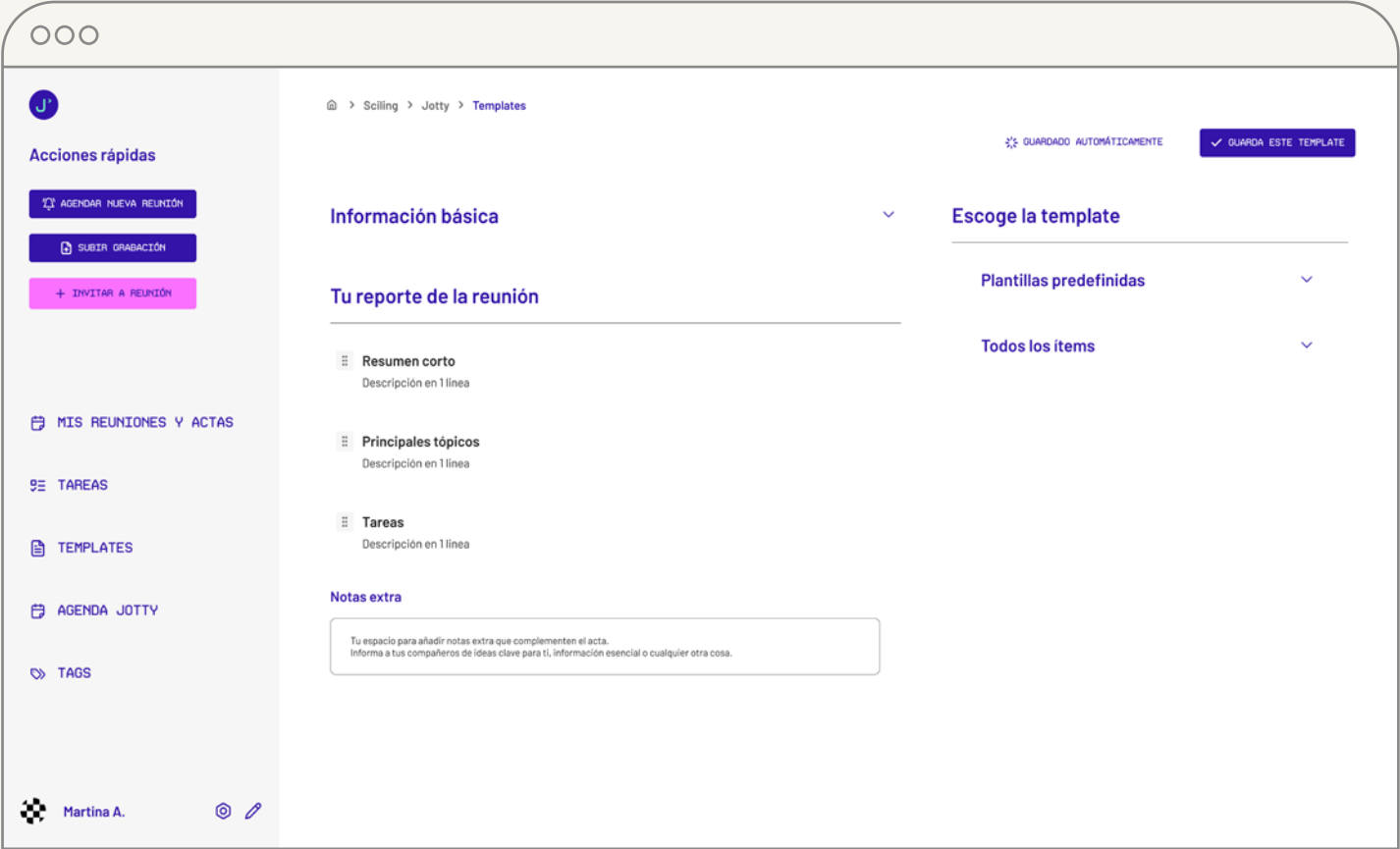
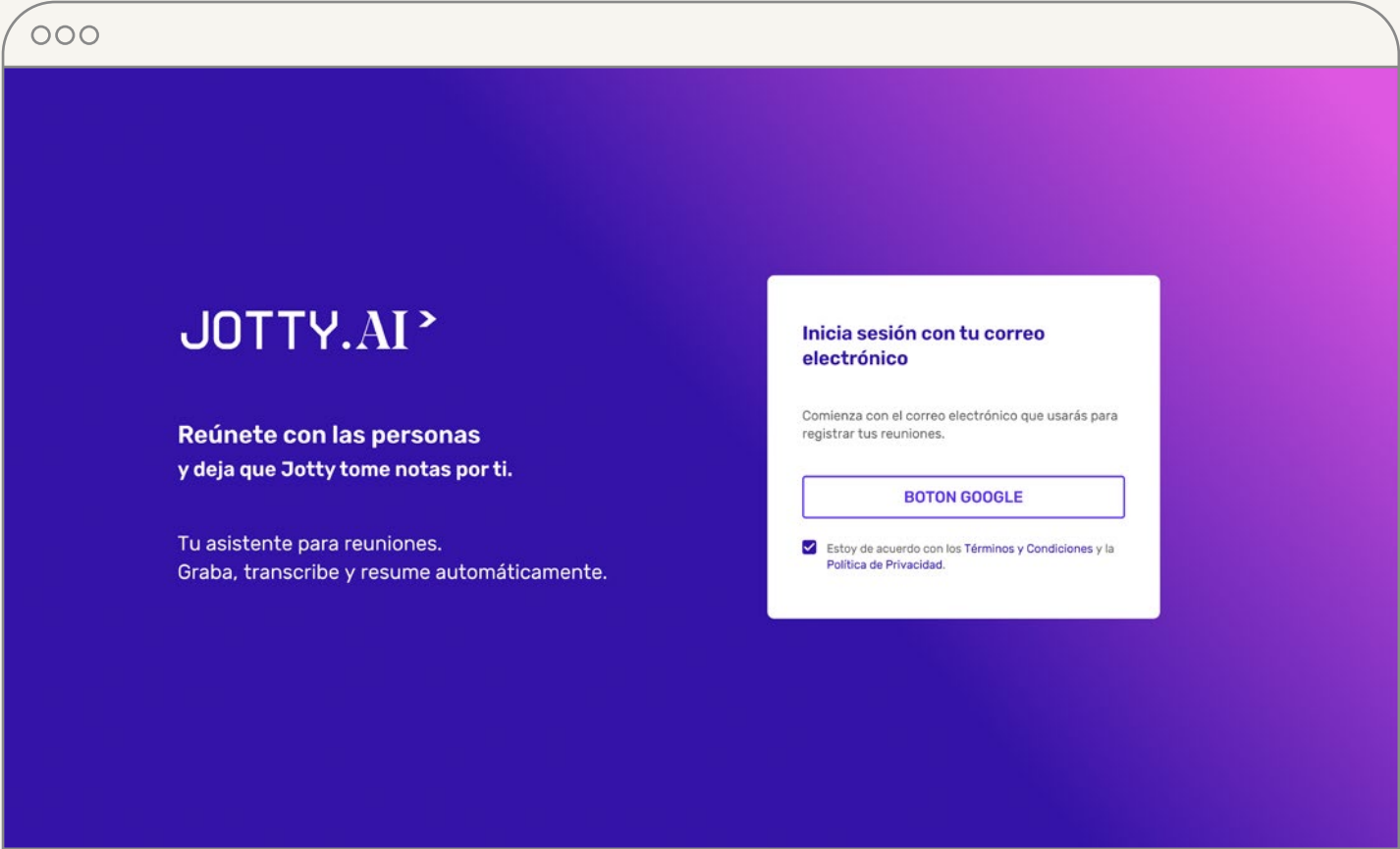
- Diseño del logotipo y adaptación de la paleta de Sciling.
- Rediseño de la interfaz y definición del sistema de componentes y patrones.
- Diseño de flujos clave del MVP y exploración de funcionalidades futuras.
- Coordinación con Product Manager y desarrollo para asegurar viabilidad, implementación en Tailwind y entrega continua.

Resultado

Un producto con identidad propia, una interfaz sólida y un sistema de diseño que aceleró el desarrollo del MVP y facilitó validaciones con usuarios y stakeholders.









# Plataforma para la optimización de licitaciones públicas

## Contexto

La administración pública trabaja con procesos de licitación complejos y poco digitalizados. El proyecto buscaba conceptualizar un producto de IA que optimizara todo el *journey* (desde la preparación de pliegos hasta la recepción y evaluación de ofertas), haciéndolo accesible para perfiles no técnicos.

## El reto

Diseñar una experiencia clara para un proceso altamente regulado, equilibrando las capacidades del producto de IA con las necesidades reales de los usuarios.

## Soluciones aportadas

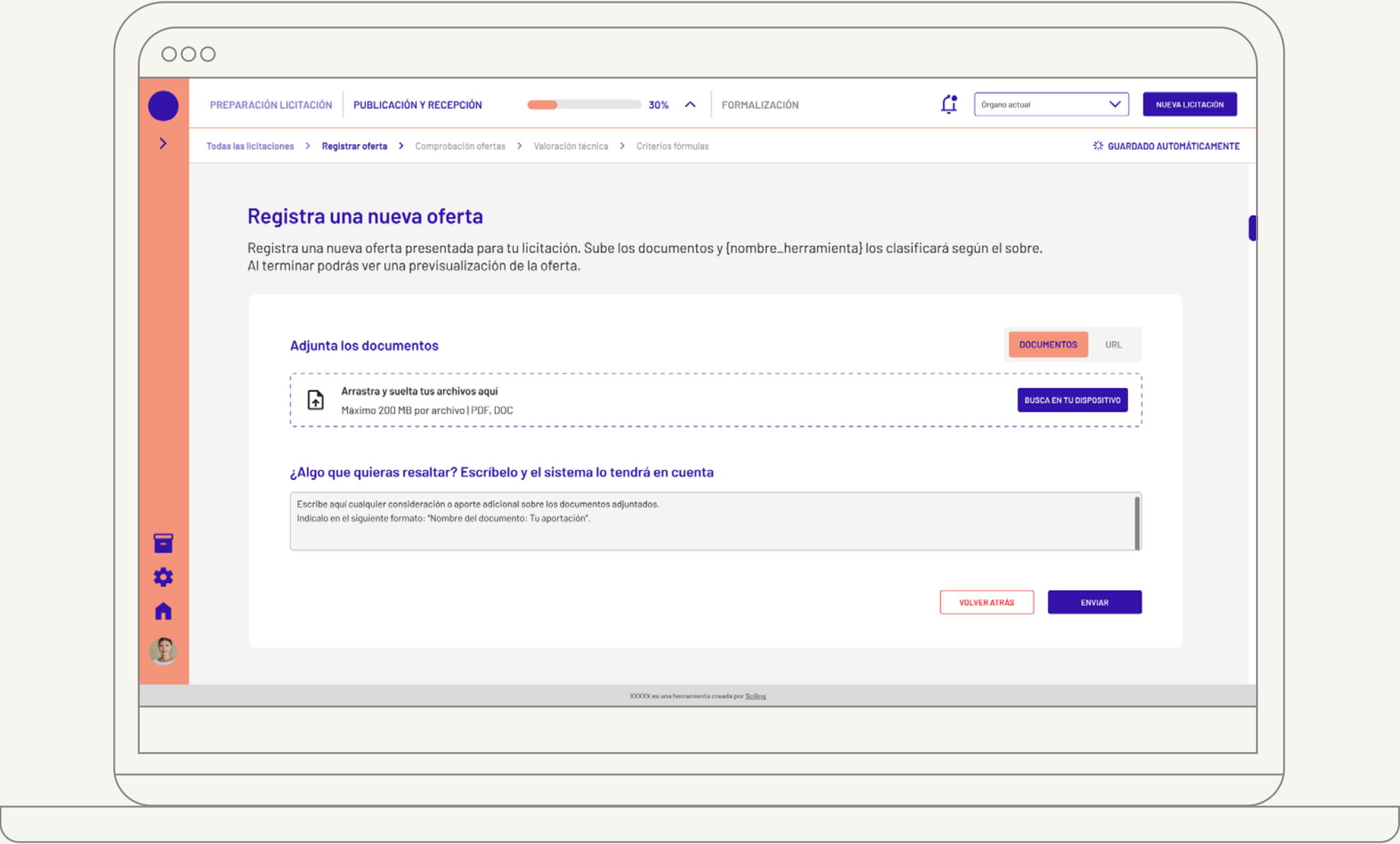
- Conceptualización del producto y diseño end-to-end de los flujos principales.
- Adaptación del sistema de diseño de Jotty, ajustando las *foundations* para diferenciar productos dentro de Sciling.
- Interfaz clara, accesible y usable para funcionarios con distintos niveles de familiaridad tecnológica.

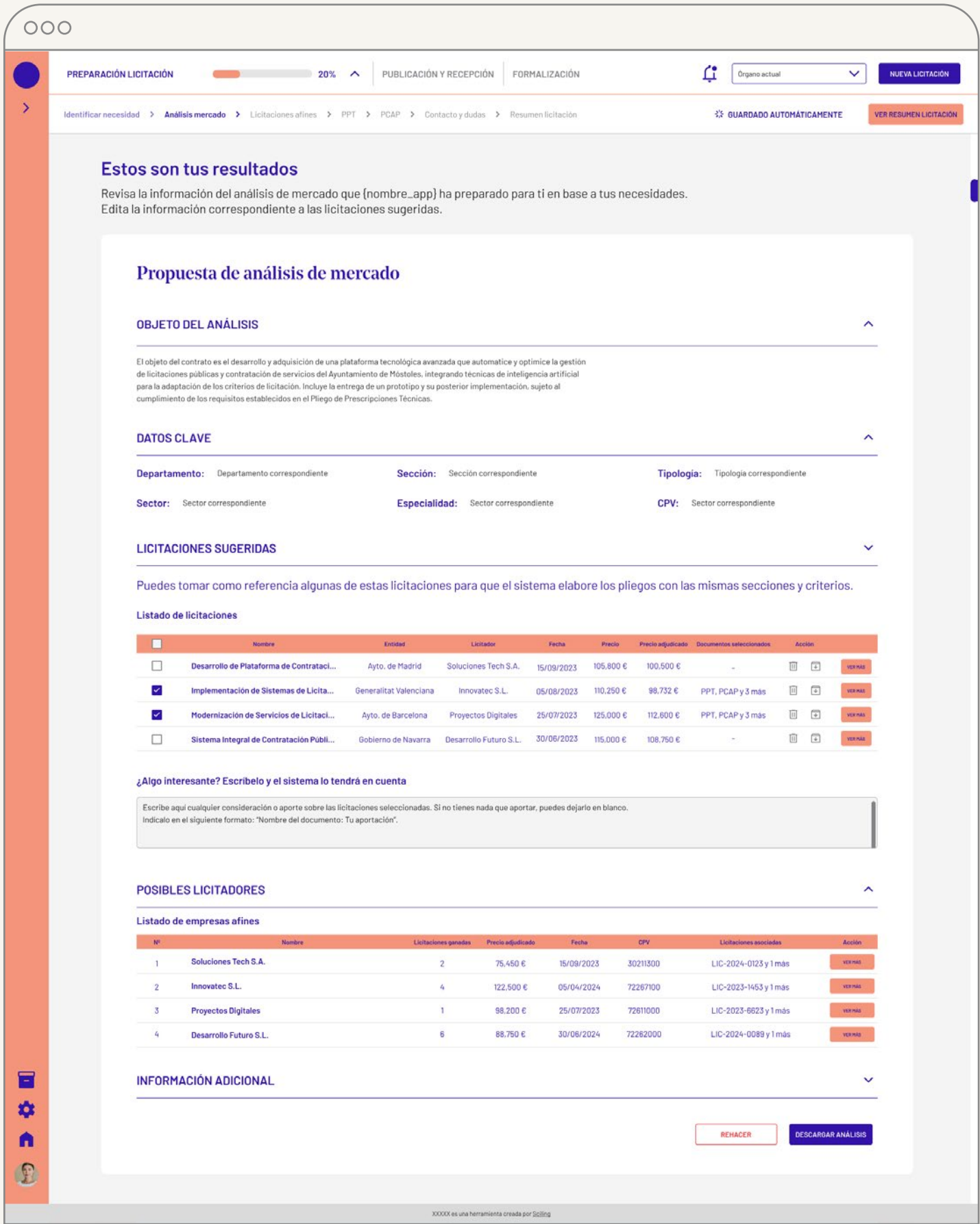
## Resultado

Un prototipo funcional y coherente que traduce un proceso administrativo complejo en una experiencia clara, accesible y preparada para implementación, validación y evolución futura.

## Áreas de trabajo

Arquitectura de la información · Experiencia de usuario · Interfaz de usuario y sistema de diseño · UX Writing





# Sistema para la gestión, centralización y acceso al conocimiento

## Contexto

Sciling desarrollaba para Michelin un asistente interno donde centralizar y acceder al conocimiento corporativo. El prototipo técnico carecía de una interfaz clara y necesitaba una capa visual que mejorara la usabilidad y se alinease con la nueva conceptualización del producto .

## El reto

Transformar los diseños iniciales aportados por Michelin (no alineados con el nuevo enfoque del producto) en una interfaz funcional, atractiva y viable, ajustada a las capacidades y limitaciones de la PoC.

## Soluciones aportadas

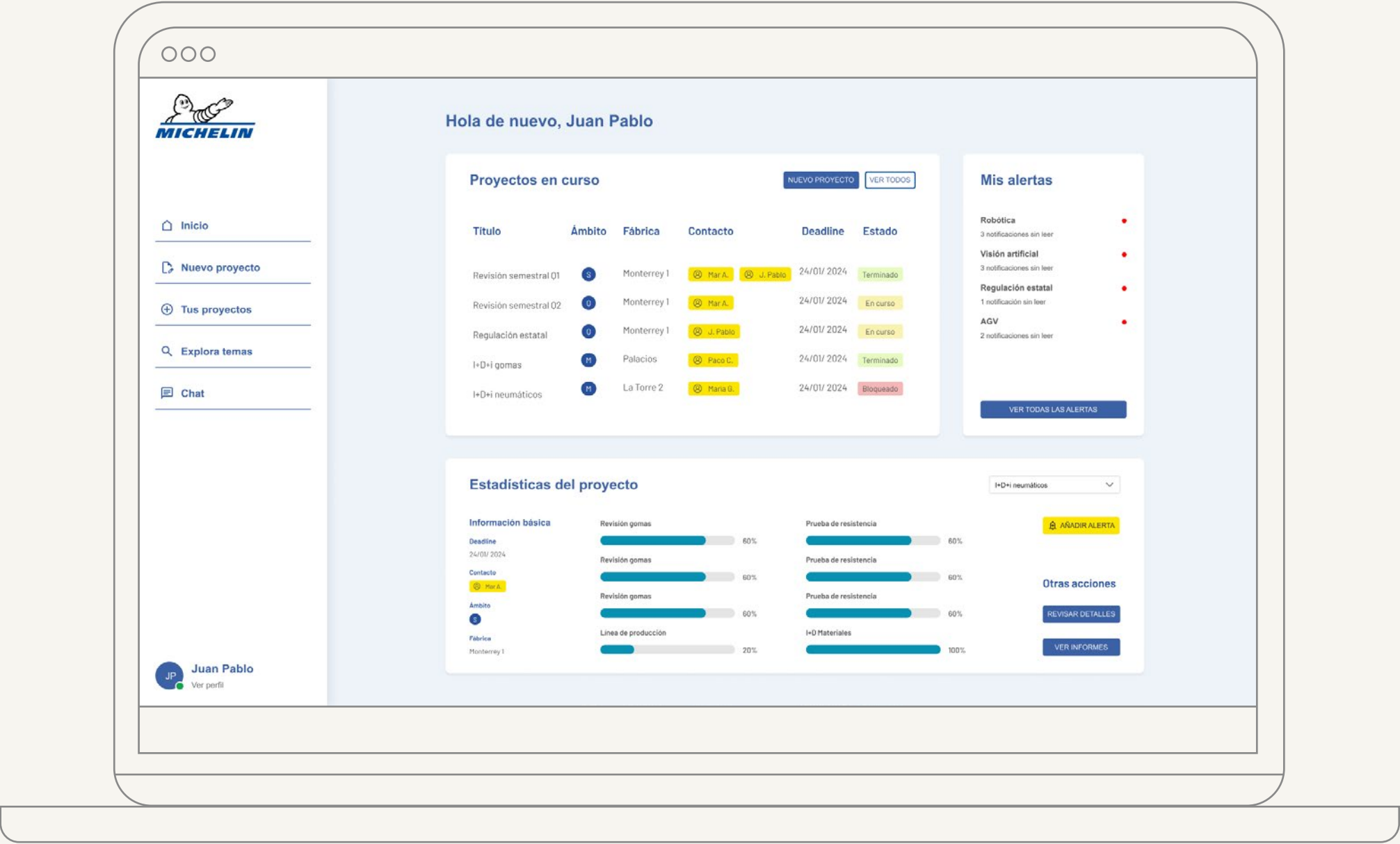
- Diseño de una nueva interfaz visual coherente con la marca Michelin y con la lógica del asistente de conocimiento.
- Reinterpretación de los diseños iniciales y adaptación a la arquitectura real del producto.

## Resultado

Una interfaz clara, moderna y coherente con la identidad de Michelin, que mejora la experiencia del usuario y sienta las bases visuales para futuras iteraciones del producto.

## Áreas de trabajo

Arquitectura de la información · Experiencia de usuario · Interfaz de usuario





# Auditoría, creación de páginas y mantenimiento de la web corporativa

## Áreas de trabajo

- Implementación de la identidad de marca ·
- Experiencia e interfaz de usuario ·
- Comunicación estratégica y contenido

### Contexto

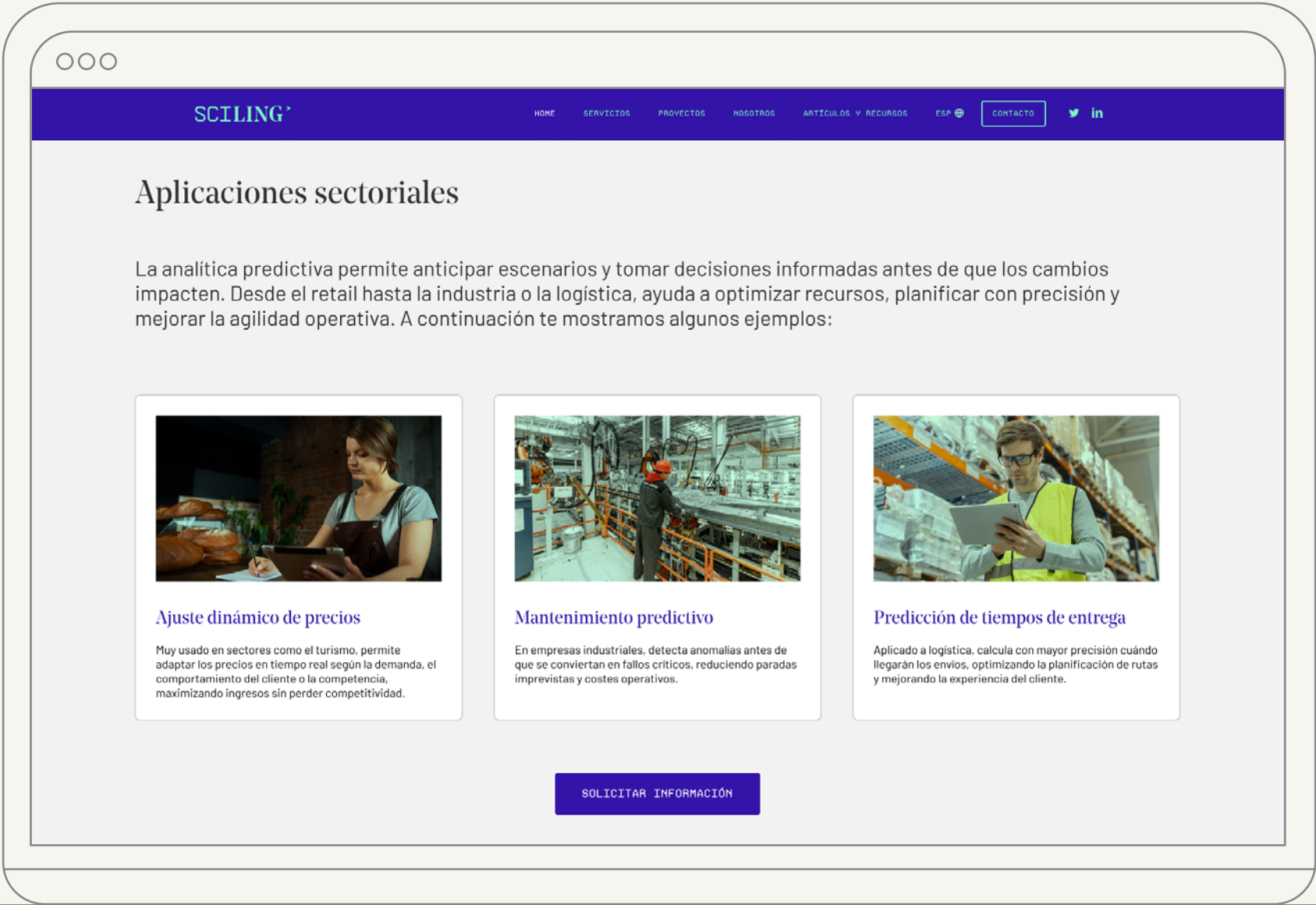
La web corporativa de Sciling neecsitaba actualizarse para reflejar la evolución de la compañía (nuevo posicionamiento, narrativa y servicios) además de mejorar su estructura, contenido y comportamiento responsive.

### Contribución

- Auditoría completa de la web en desktop y mobile para identificar mejoras en jerarquía, narrativa y experiencia.
- Conceptualización y diseño de nuevas páginas clave (servicios, home, secciones informativas).
- Redacción de nuevos contenidos y mensajes para reflejar la nueva oferta de servicios y la evolución estratégica de la compañía.
- Implementación en WordPress y mantenimiento continuo de páginas como equipo, blog y noticias.

### Resultado

Una web más clara, coherente y alineada con la evolución de Sciling, con una experiencia responsive optimizada y una estructura de contenido que comunica mejor su propuesta de valor y facilita su mantenimiento futuro.





Sciling · Communication, Content

# Informes

## Contexto

Como parte de su estrategia de negocio, Sciling necesitaba elaborar informes sobre aplicaciones de la inteligencia artificial en distintos sectores, concebidos como *lead magnets* para reforzar su posicionamiento, actuar como referente experto y abrir conversaciones con potenciales clientes.

## Contribución

- Investigación y revisión de literatura especializada.
- Estructuración, narrativa y redacción completa de los informes.
- Selección de assets visuales, maquetación y adaptación a distintos formatos digitales para su difusión.
- Coordinación, investigación y redacción del informe “Tendencias de IA generativa en Hospitality Design” junto a AMBIT Living Spaces Cluster y CETT Barcelona.

## Resultado

Informes claros, estructurados y visuales que reforzaron el posicionamiento de Sciling como proveedores de IA y apoyaron su estrategia de comunicación en sectores clave, aportando contenido especializado de alto valor a su audiencia.

## Áreas de trabajo

Implementación de la identidad de marca ·  
Diseño editorial y maquetación · Investigación  
y análisis · Comunicación estratégica y  
contenido





Consulta los informes:

- IA generativa: Innovación y oportunidades para nuevos modelos de negocio
- IA en la industria turística
- IA en industria 4.0

SCILING

SCILING

IA en la industria turística

Una apuesta por la innovación con inteligencia artificial para impulsar la experiencia de cliente y la sostenibilidad.

SCILING RESEARCH


S

Limitaciones de las herramientas de IA generativa

A pesar de su potencial, las herramientas de IA generativa enfrentan desafíos importantes que deben considerarse antes de su uso, especialmente en implementaciones a gran escala:


01 Alucinaciones y errores factuales:

Al basarse en predicciones estadísticas, pueden generar información incorrecta o inventada (un fenómeno conocido como "alucinaciones"), ya que no están diseñadas para verificar hechos, sino para producir contenido bien escrito.



02 Falta de especialización:

Dado que no cuentan con un entrenamiento específico o ajustes (lo que se conoce como fine-tuning), son generalistas y carecen de precisión en áreas técnicas o altamente especializadas.




03 Sesgos:

Los datos de su base de conocimiento han sido generados por la sociedad, por lo que pueden contener sesgos culturales o lingüísticos y dar lugar a respuestas inapropiadas o parciales.



04 Resultados óptimos con instrucciones precisas:

Para obtener resultados precisos, es necesario elaborar instrucciones detalladas, aunque los avances han simplificado el uso al entendernos mejor y permitir entradas más sencillas.



05 Confidencialidad de datos:

Muchos de los modelos comparten este desafío, especialmente relevante para las organizaciones que necesitan procesar datos sensibles o privados.

10



Sciling · Brand Implementation, Communication

# Materiales corporativos y contenidos para marketing y ventas

## Áreas de trabajo

- Implementación de la identidad de marca ·
- Extensión de marca y materiales de marketing
- Diseño de contenido y comunicación

### Contexto

Sciling necesitaba ampliar sus materiales corporativos y actualizarlos para su uso en ferias, eventos, redes sociales y comunicacion comercial, con el fin de reforzar su presencia de marca y generar interés entre potenciales clientes.

### Contribución

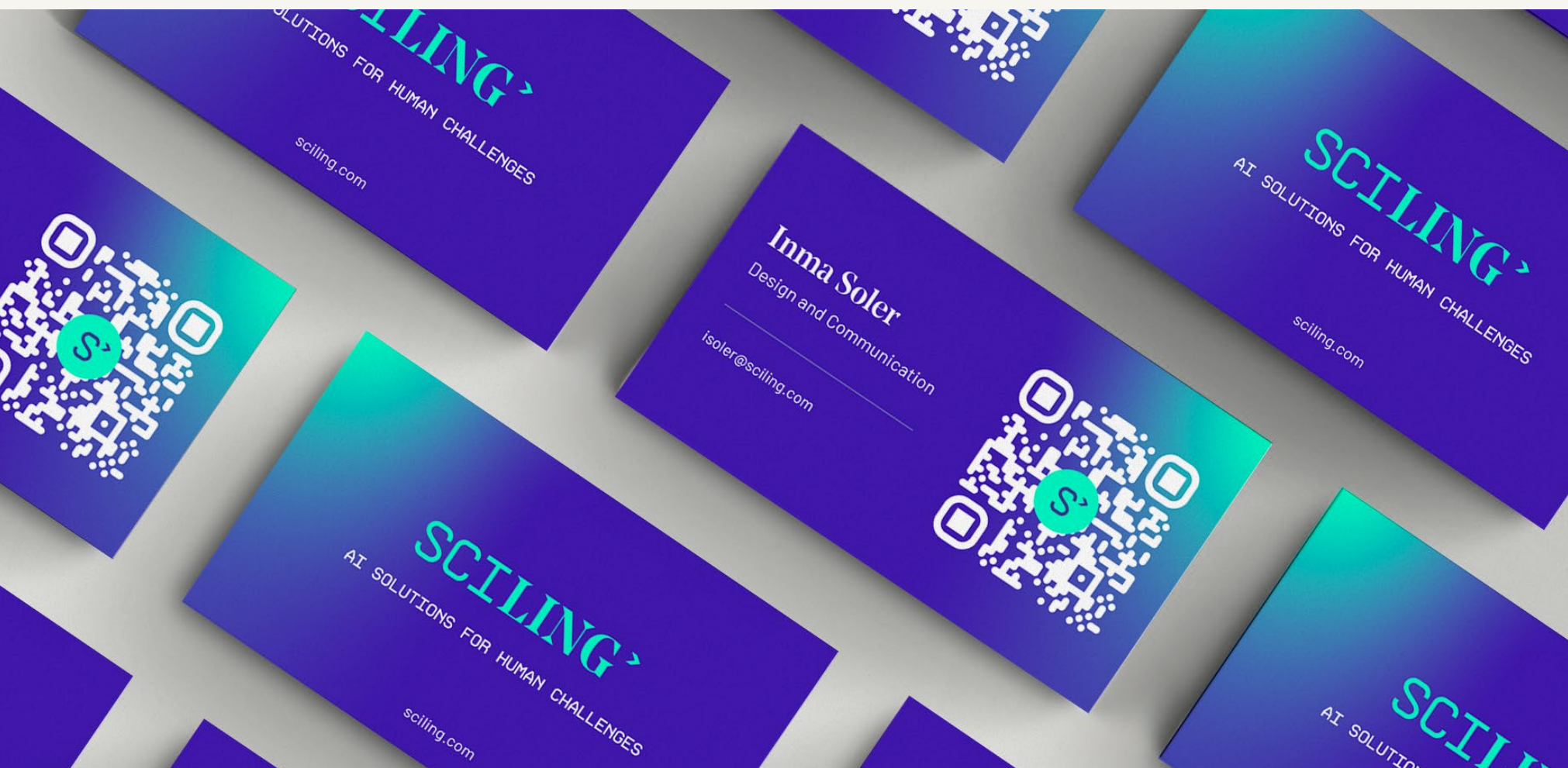
- Diseño de materiales físicos y digitales: flyers, tarjetas, trípticos, stands, infografías y dossiers.
- Gestión de la producción: artes finales para imprenta, coordinación con organizadores de ferias y supervisión de la entrega y calidad del material.
- Redacción y planificación de contenidos en LinkedIn para las cuentas corporativas (Sciling, CEO, Value Generation Leader): calendario editorial, contenido técnico sobre IA y mensajes orientados a negocio.

### Resultado

Sciling fortaleció su posicionamiento y su estrategia comercial al disponer de materiales unificados y actualizados, utilizados en ferias, eventos y comunicaciones digitales para generar interés y oportunidades con clientes potenciales.









PRODUCT  
BEERS 🍺



sesame



INTENTSIFY

wilbby

STV

rev:eve

---

Branding · Communication & Content · Product Design

**Proyectos de identidad, comunicación y producto desarrollados para diferentes equipos y contextos.**

Abril 2021 - Octubre 2025

# Aplicación de la identidad visual en una presentación de producto

### Contexto

Crear una presentación clara y convincente para una de las propuestas presentadas en la hackathon interna de Intentsify (octubre de 2025). El equipo había elaborado una primera versión, pero necesitaba una narrativa más sólida y un diseño visual que respaldase el valor de su idea y su encaje con los retos planteados por la compañía.

### Contribución

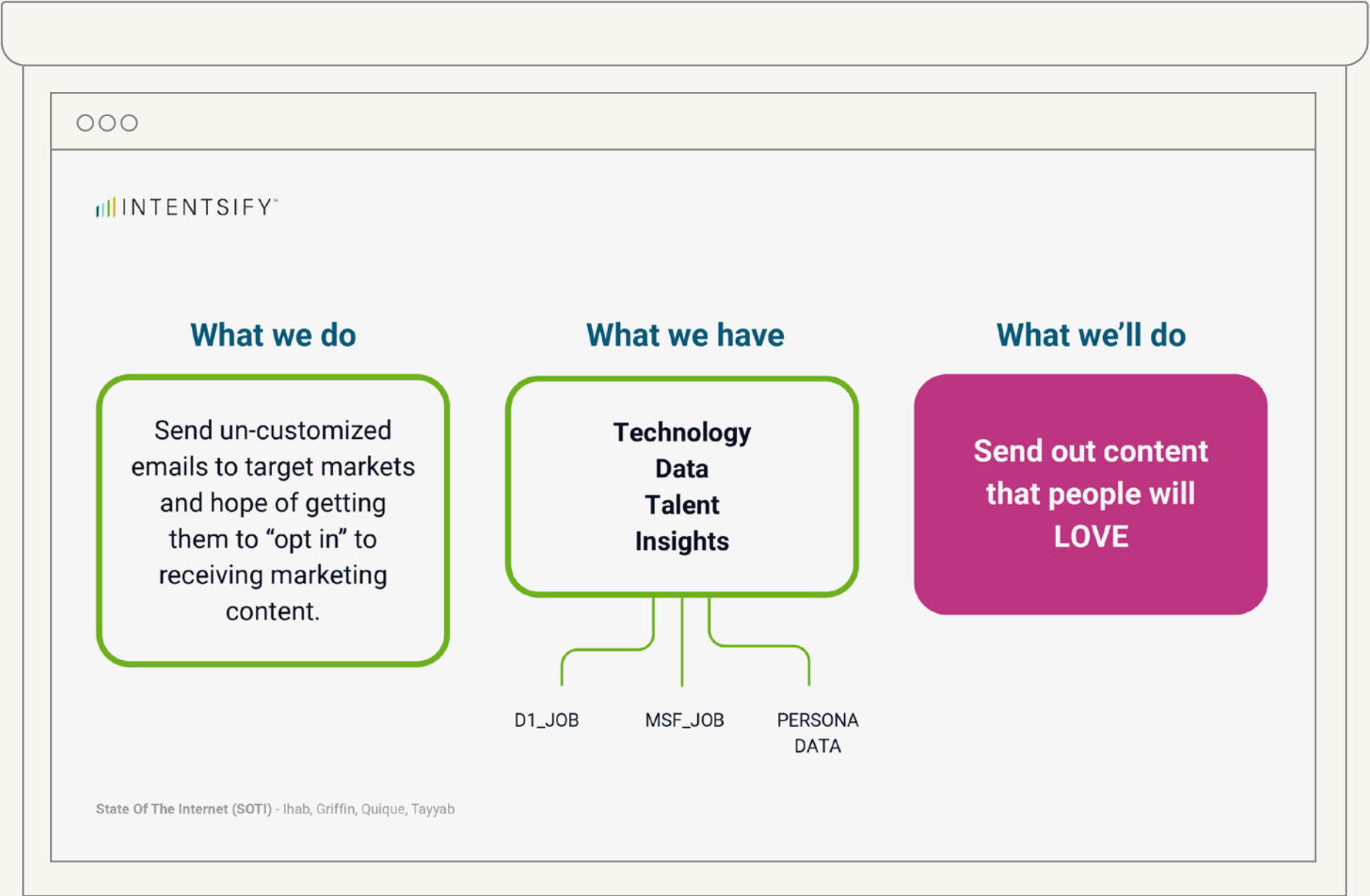
- Reestructuración de la narrativa existente (propuesta de valor, objetivos y beneficios para negocio) para un enfoque más claro y estratégico.
- Diseño y composición de una presentación alineada con la identidad visual de Intentsify para generar un mayor impacto ante los stakeholders.
- Apoyo al equipo para asegurar una comunicación efectiva durante la presentación final.

### Resultado

Una presentación clara, cuidada y alineada con la marca que permitió al equipo transmitir el potencial de su solución y ganar la categoría de Innovación en la hackathon.

### Áreas de trabajo

Implementación de la identidad de marca ·  
Comunicación estratégica y contenido ·  
Narrativa y storytelling · Diseño de presentaciones



Make our data work for us.  
Gap between us and the customer.  
Insights for them. They give us their engagement.  
Prepared for the AI-pocalypse.

Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

We are losing the signals we have  
always relied on the conduct business.

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

### SOTI - The State of the Internet

SOTI helps us with

- DG2 initiative**  
Get people to consent to marketing information
- Content syndication**  
Push users to marketing materials
- Pixel tracking**  
Know more about users

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

**What we do**  
Send un-customized emails to target markets and hope of getting them to "opt in" to receiving marketing content.

**What we have**  
**Technology Data Talent Insights**  
D1\_JOB MSF\_JOB PERSONA DATA

**What we want**  
Send out that people LO

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab



INTENTSIFY™

### What is SOTI?

SOTI is a content generator tool driven by our data insights.

It will allow us to use existing pipelines, processes, and data to generate customized experiences for each buying group.

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

### State Of The Internet (SOTI)

Hackathon 2025

Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

### SOTI's Flow

Buying Group uses MSF D1 to retrieve Insights data

search for News generating Engaging content

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

**Value**

Click on news associated to a signal → Pixel tracking

We can use their actions within SOTI to update what we know about the user.

Want to hear more from us? → DG2: Consent for marketing

The specified content will engage the user enough to want to opt in.

Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

### The State of the World

- Marketing consent laws are getting stricter; it's more difficult than ever to get someone to consent to marketing materials
- Clicks are disappearing
- Pixels are disappearing
- Ads are losing value

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™

### Road to: Q4

**Content Syndication**  
We can add semantic customer material to SOTI; meshing the readers interests with customers materials.

**Include D1**  
To convert more clicks we need more specific data.

State Of The Internet (SOTI) - Ihab, Griffin, Quique, Tayyab

INTENTSIFY™ ▶ SOTI

### Turning Intent into Impact



# Experiencia e interfaz de usuario de una nueva funcionalidad

Áreas de trabajo

Experiencia de usuario · Interfaz de usuario y sistema de diseño · UX Writing

## Contexto

Sesame planteó una prueba técnica centrada en diseñar una nueva funcionalidad (Killer Questions) que debía integrarse de forma natural en su producto, respetando su propuesta de valor y su guía visual.

## El reto

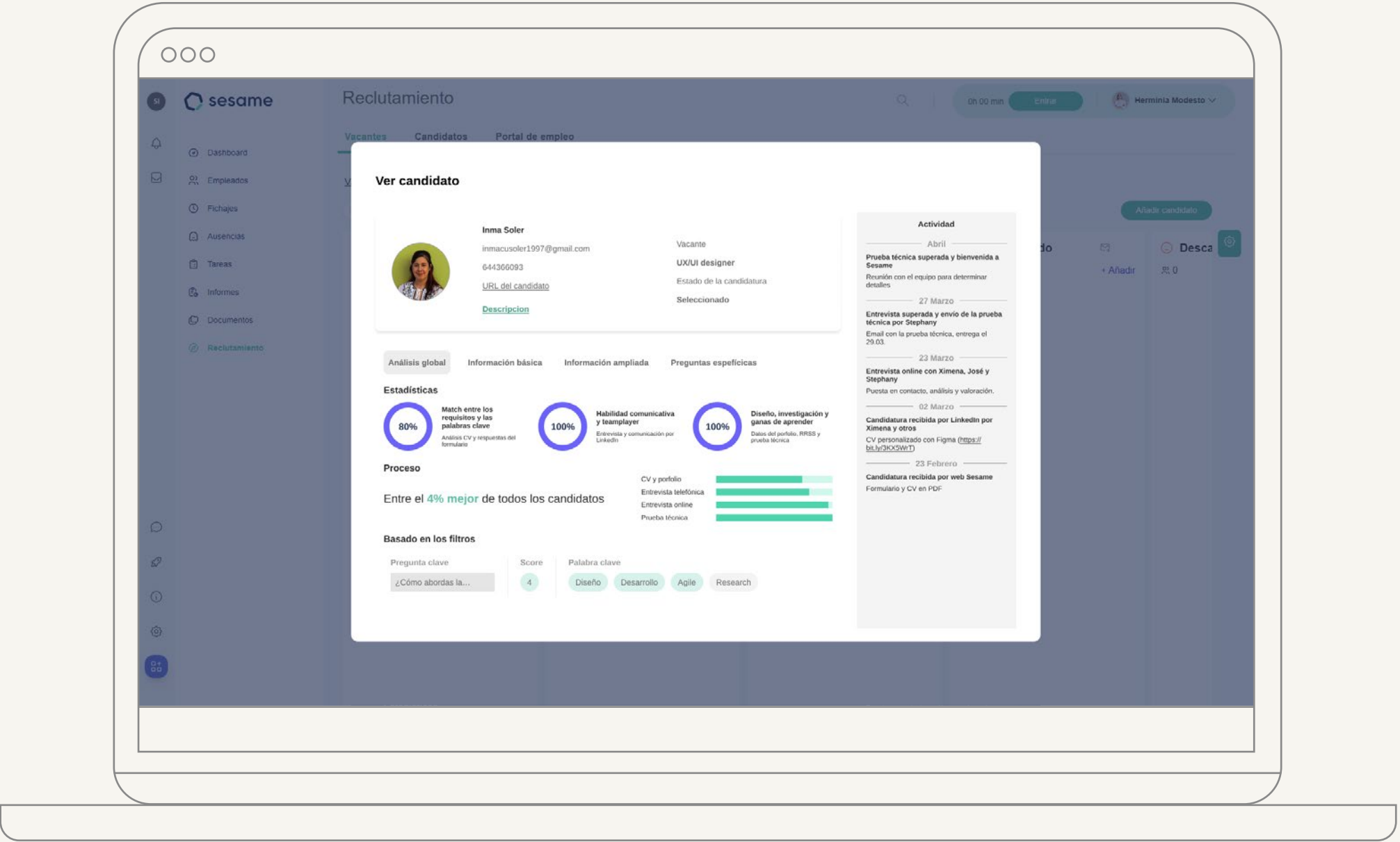
Definir la experiencia e interfaz de una funcionalidad sin referencias previas, entendiendo qué son las killer questions, qué problema resuelven y cómo incorporarlas al flujo existente sin generar fricción.

## Soluciones aportadas

- Análisis del briefing, research funcional y comprensión de los usuarios clave.
- Diseño de la navegación, estructura y flujos principales de la funcionalidad.
- Componentes reutilizables y escalables basados en Atomic Design.
- UI alineada con la identidad visual de Sesame y los patrones ya consolidados.

## Resultado

Una propuesta de funcionalidad clara e integrada visual y funcionalmente en el producto de Sesame, diseñada por componentes y manteniendo una experiencia fluida que encaja con el resto del ecosistema.



Crear nueva vacante de trabajo

Datos de la oferta

Formulario candidatura

Información básica

Formación e idiomas

Experiencia profesional

Intereses

Software

Preguntas específicas

Título de la sección

Second option

Mostrar este título

Pregunta 1

Título de la pregunta

¿Cómo abor das la investigación y la recopilación de...

Formato de la respuesta

Texto largo

Keywords que hacen match con nosotros

Diseño

Desarrollo

UX/UI

Gráfico

+ Añadir una nueva palabra clave

Pregunta 2

Título de la pregunta

¿Cómo abor das la investigación y la recopilación de...

Formato de la respuesta

Escala numérica

Rango: 1-5

Score óptimo

4

5

3

2

+ Añadir una nueva palabra clave

Pregunta 3: Team management

Research

Agile

Obligatoria

+ Añadir pregunta

Guardar

Volver

Siguiente

sesame

Vacantes

Candidatos

Portal de empleo

Dashboard

Empleados

Fichajes

Ausencias

Tareas

Informes

Documentos

Reclutamiento

Crear nueva vacante de trabajo

Datos de la oferta

Formulario candidatura

Información básica

Formación e idiomas

Experiencia profesional

Intereses

Software

Preguntas específicas

Título de la sección

¿Eres nuestro UX/UI designer?

Mostrar este título

Pregunta 1

Título de la pregunta

¿Cómo abor das la investigación y la recopilación de...

Formato de la respuesta

Texto largo

Keywords que hacen match con nosotros

Diseño

Desarrollo

UX/UI

Gráfico

+ Añadir una nueva palabra clave

Pregunta 2

Título de la pregunta

¿Cómo abor das la investigación y la recopilación de...

Formato de la respuesta

Escala numérica

Rango: 1-5

Score óptimo

4

5

3

2

+ Añadir una nueva palabra clave

Pregunta 3: Team management

Research

Agile

Obligatoria

+ Añadir pregunta

Guardar

Volver

Siguiente

Añadir candidato

+ Añadir

Desca

0

# Branding y diseño de contenido para redes sociales y eventos

### Contexto

Product Beers era una comunidad emergente que necesitaba una marca clara, cercana y reconocible en sus primeras fases de crecimiento, desde la identidad visual y materiales hasta su presencia en redes y eventos.

### Contribución

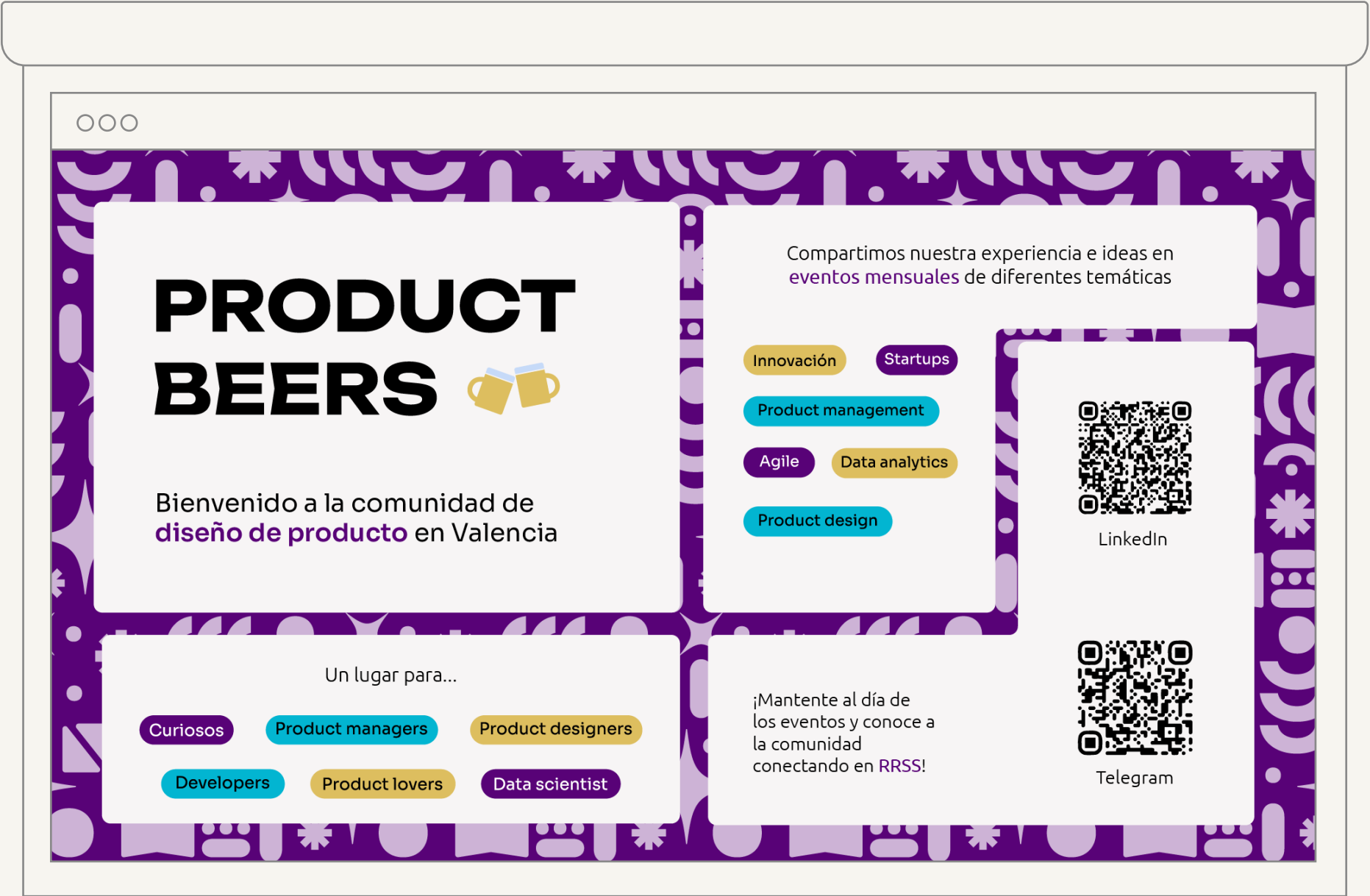
- Diseño de la identidad visual: logotipo, sistema de marca, paleta cromática, tipografías y estilo.
- Desarrollo del repositorio de assets y plantillas (Notion + Canva) para facilitar su uso por parte de todo el equipo.
- Aplicación de la marca en piezas visuales para redes sociales: plantillas, pantallas de apertura, banners y materiales para eventos presenciales.
- Redacción de textos y mensajes clave para posts y comunicaciones de la comunidad.

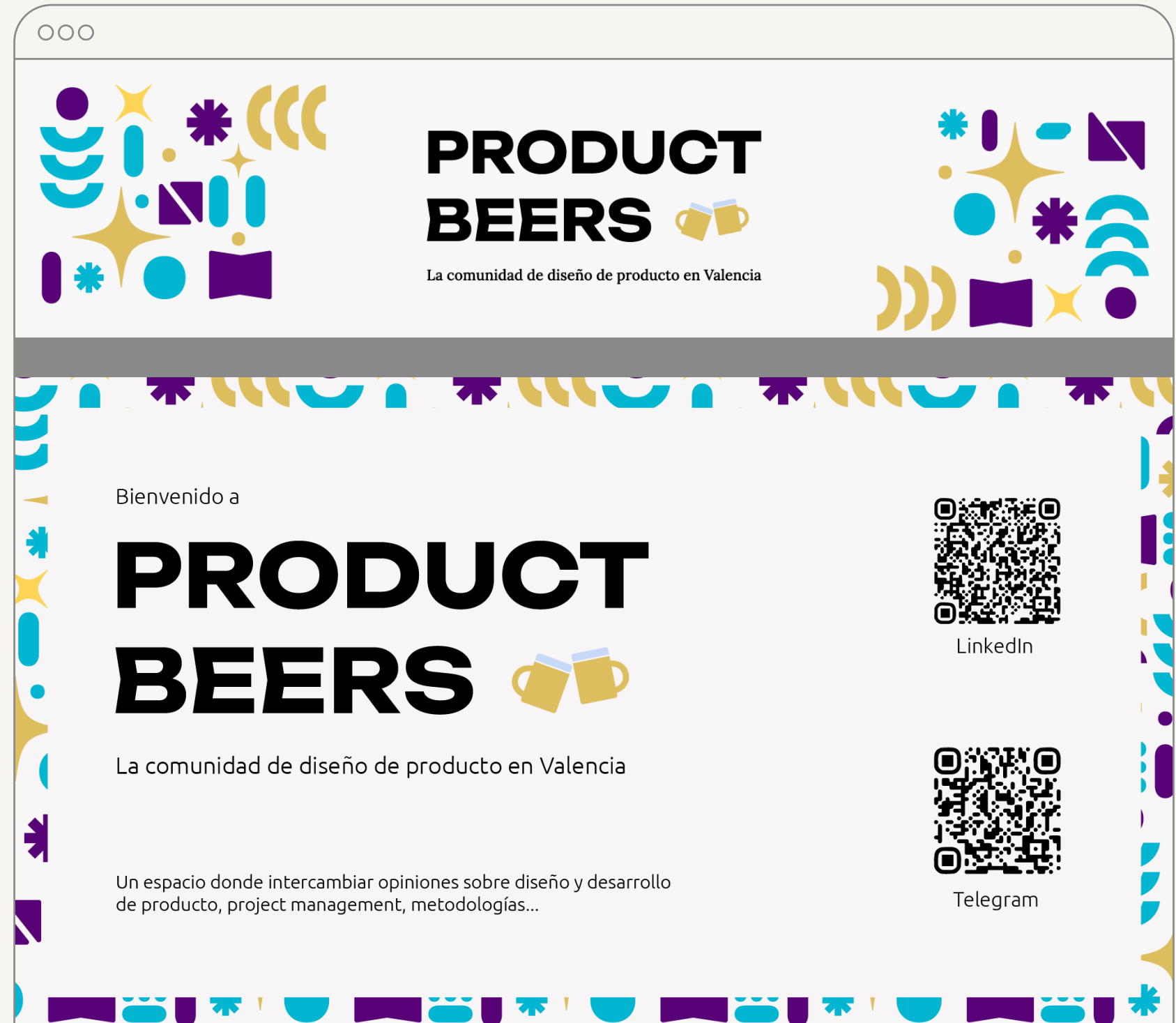
### Resultado

Una identidad de marca sólida y accesible que consolidó la presencia de Product Beers en redes, posicionando sus eventos como referencia para los profesionales de producto y manteniendo la consistencia en todas sus publicaciones.ia en todas las comunicaciones.

### Áreas de trabajo

Identidad visual · Implementación de marca ·  
Diseño de contenido y comunicación · Diseño  
de materiales de marketing para RRSS y  
eventos







# Experiencia e interfaz de usuario para empresa nacional

## Contexto

La marca necesitaba migrar un conjunto de pantallas de Adobe XD a Figma, corregir inconsistencias visuales y estructurales y diseñar la versión responsive para mejorar la coherencia y facilitar futuras evoluciones.

## Contribución

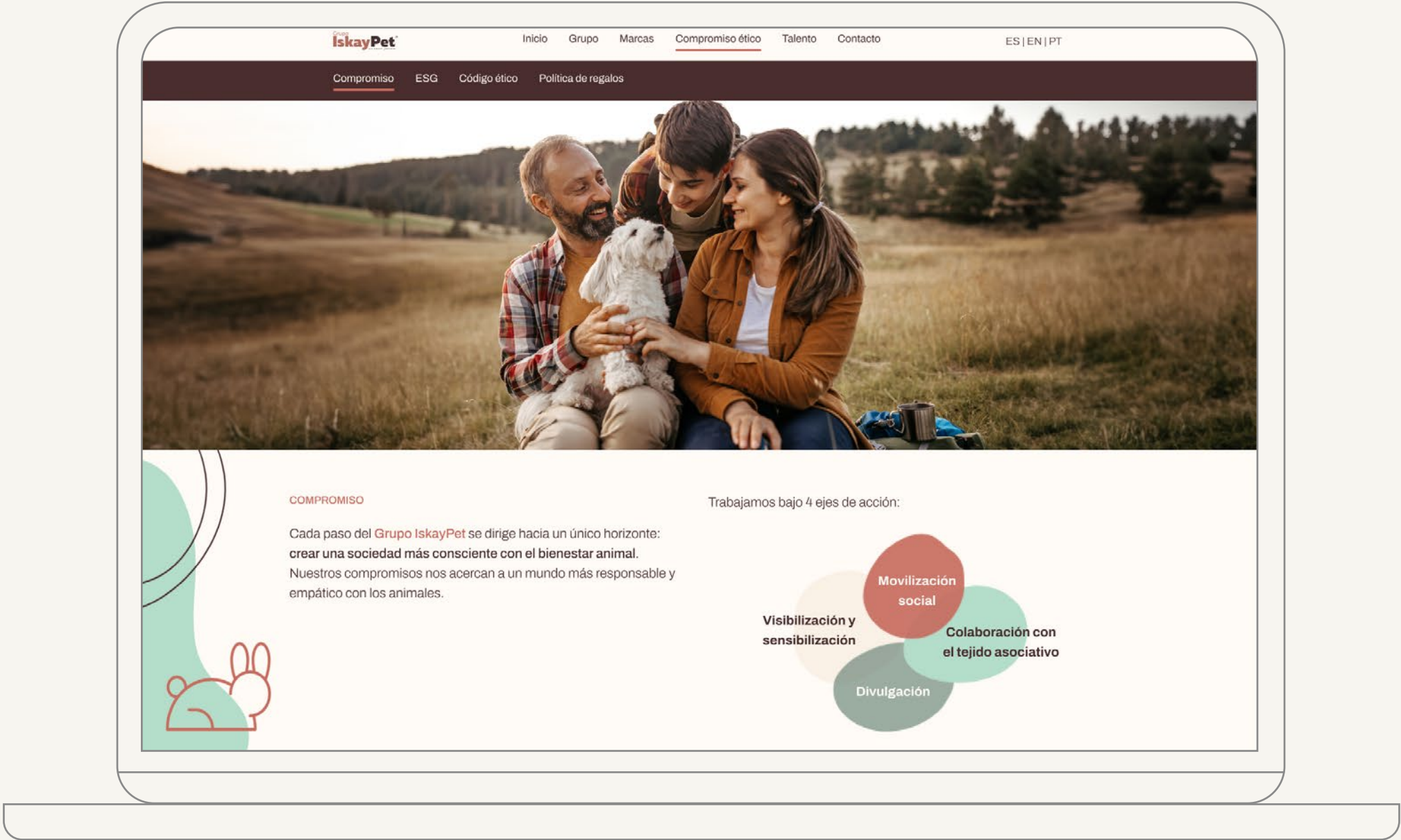
- Migración a Figma y creación de un sistema de diseño basado en componentes reutilizables.
- Rediseño de pantallas clave para mejorar consistencia, legibilidad y estructura.
- Diseño responsive de desktop a mobile siguiendo patrones claros y usables.
- Ajustes funcionales: navegación secundaria, footer, espaciados y alineación con el brandbook.

## Resultado

La interfaz resultante fue más consistente, responsive, y mantenible, preparada para acelerar el trabajo de diseño y desarrollo.

## Áreas de trabajo

Experiencia de usuario · Interfaz de usuario y sistema de diseño · Diseño responsive · Documentación y handoff a desarrollo



Revieve · Brand implementation, Product Design · 2021

# Diseño de interfaz y materiales corporativos para marketing

## Contexto

Revieve buscaba reforzar su equipo de diseño para impulsar la creación de materiales de marketing y la adaptación de la experiencia e interfaz del producto para distintas marcas cliente, manteniendo la coherencia con su design system en un momento de expansión empresarial.

## Contribución

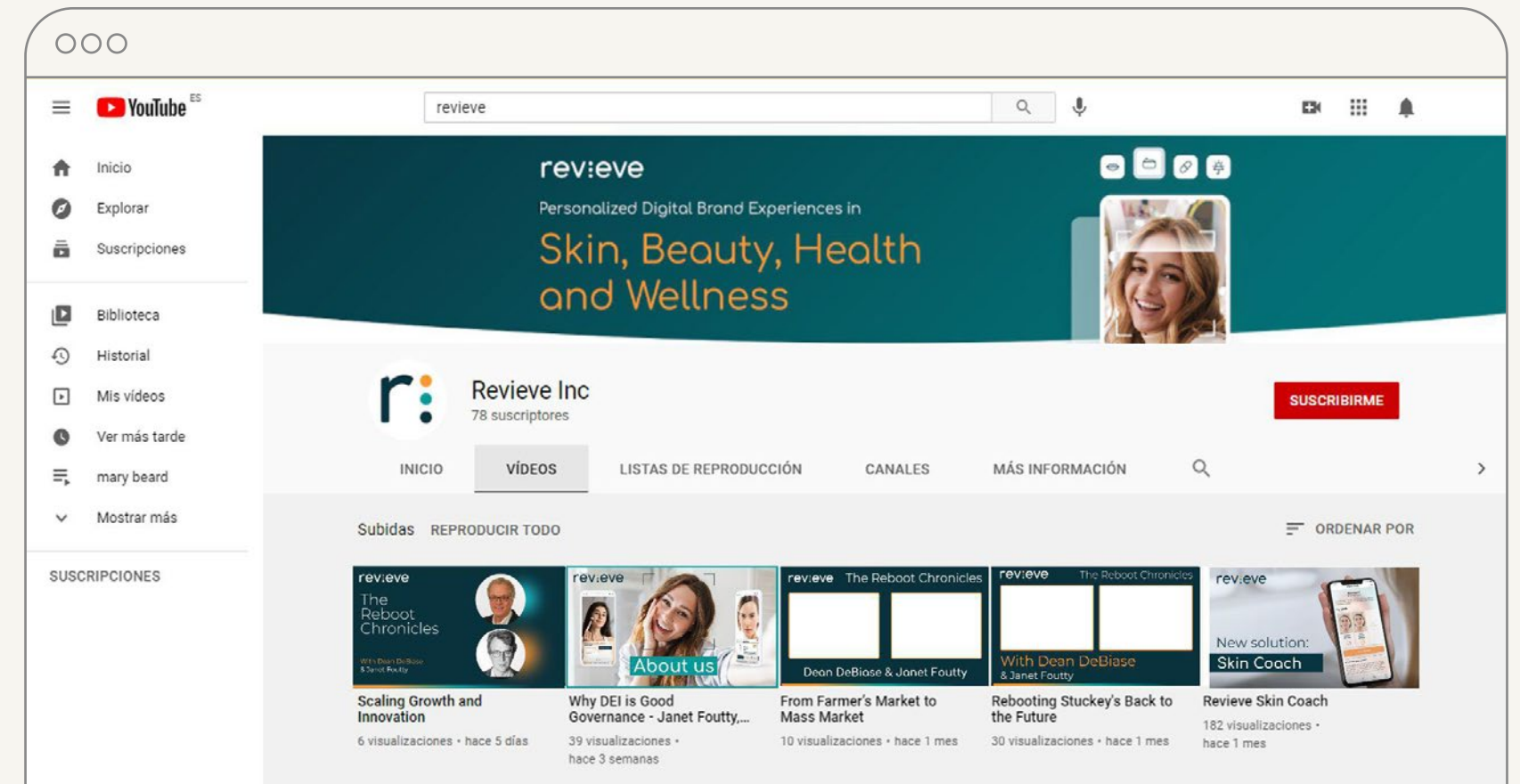
- Diseño de materiales para marketing (banners, piezas para RRSS, carátulas de podcast).
- Maquetación de presentaciones y dossiers del producto.
- Diseño de interfaz para adaptaciones a marcas cliente como Living Proof y Shiseido.
- Contribución al Design System mediante ajustes y nuevos componentes.

## Resultado

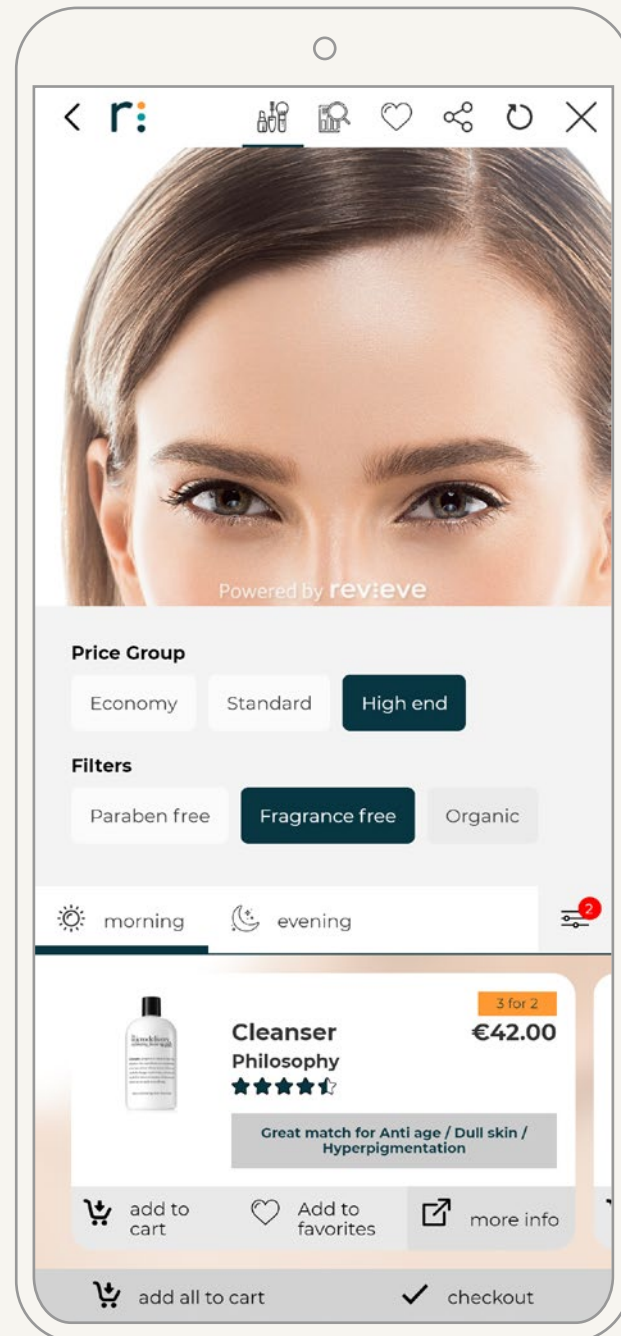
Revieve mejoró su comunicación visual con materiales alineados con la marca y los objetivos de negocio, y fortaleció los fundamentos de diseño del producto para facilitar su evolución y el trabajo del equipo de ingeniería.

## Áreas de trabajo

Implementación de la identidad de marca ·  
Interfaz de usuario y sistema de diseño ·  
Diseño de materiales de marketing







Wilbby · Branding, Communication & Content · 2023-2024

# Campañas de comunicación en RRSS y webs para PYMEs

## Contexto

Diferentes PYMEs y proyectos culturales necesitaban apoyo externo para coordinar su comunicación digital, reforzar su presencia online y crear tanto sus contenidos como sus webs y campañas en redes sociales.

## Contribución

- Diseño y maquetación de sitios web en WordPress + Elementor.
- Redacción de contenido para redes sociales y webs de negocios de moda, estética e industria.
- Diseño de creatividades alineadas con la identidad visual corporativa existente o la creada específicamente para cada campaña.
- Mantenimiento y aplicación de marca para garantizar coherencia en todos los soportes.
- Gestión de RRSS: copywriting, creatividades y planificación de contenidos.
- Diseño y producción de campañas integrales, como identidad y materiales para las Jornadas Gastronómicas de Burgos (Burefest).

## Resultado

Los clientes de Wilbby fortalecieron su presencia digital gracias a asesoramiento experto, sitios web y materiales visuales adaptados a sus necesidades de comunicación.

## Áreas de trabajo

Identidad visual · Estrategia y redacción de contenidos · Diseño y maquetación web · Contenido y creatividades para RRSS





# ¡Gracias por tu tiempo!

Si quieres saber más de alguno de estos proyectos o de cómo encaja en tu equipo, **escribeme:**

 [info.inmasoler@gmail.com](mailto:info.inmasoler@gmail.com)

 644366093

 [inmaculadasolerramos](https://www.linkedin.com/company/inmaculadasolerramos)