

Sakura

Branding y diseño web para una
marca de té japonés premium



SAKURA

PREMIUM JAPANESE TEA

Gloria García Sami

Grado de Multimedia
Creación gráfica

Tutor/a de TF

Josep Ferrusola Fargas

**Profesor/a responsable
de la asignatura**

Ferran Adell

Fecha Entrega

21/06/2024



Esta obra está sujeta a una licencia de
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada
[3.0 España de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Ficha del Trabajo Final

Título del trabajo:	Sakura: Branding y diseño web para una marca de té japonés
Nombre del autor/a:	Gloria García Sami
Nombre del Tutor/a de TF:	Josep Ferrusola Fargas
Nombre del/de la PRA:	Ferran Adell
Fecha de entrega:	06/2024
Titulación o programa:	Grado de Multimedia
Área del Trabajo Final:	Creación gráfica
Idioma del trabajo:	Castellano
Palabras clave	Branding, diseño web, te japonés
Resumen del Trabajo	
<p>Este trabajo tiene como finalidad desarrollar la identidad gráfica, el diseño web, el packaging de los productos y el marketing y la presencia en redes sociales de una empresa de té japonés llamada "Sakura", que busca ofrecer una experiencia auténtica, diferenciada y de valor añadido a los consumidores de té españoles.</p>	

El contexto de aplicación es el mercado del té japonés en España, que es muy limitado y desconocido para la mayoría de los consumidores, ya que suelen optar por otras opciones más populares o accesibles.

Se ha empleado una metodología basada en realizar un estudio de mercado, un análisis de la competencia y una propuesta de diseño gráfico y web que refleje la esencia de la empresa y del té tradicional japonés.

Los resultados obtenidos son una identidad gráfica coherente, atractiva y memorable, un diseño web funcional, intuitivo y adaptado a los diferentes dispositivos, un packaging de los productos que resalte la calidad y la sostenibilidad del té, y un marketing y una presencia en redes sociales que generen engagement y fidelización.

Abstract

This dissertation presents the process of creating a visual identity and a website for Sakura, a Japanese premium tea brand that seeks to convey the values of the Asian country's millenary culture.

The aim of the project is to design a brand book that reflects the essence of Sakura and that adapts it into a website that aims at the needs and preferences of its target audience: wealthy urban people and lovers of Japanese culture.

To do this, a market study, a competitor analysis, a logo design, a selection of colors, typographies and graphic elements, and an

application of branding to different supports such as packages and boxes are carried out. In addition, a responsive website that offers information about the brand and its products is developed.

The result is a branding and a website that combine tradition and modernity, elegance and simplicity, and that invite the user to enjoy a unique sensory and cultural experience with each sip of tea.

Index

1. Introducción.....	6
1.1. Contexto y justificación del Trabajo.....	6
1.2. Objetivos del Trabajo.....	7
1.3. Enfoque y método seguido	7
1.4. Planificación del trabajo.....	8
1.5. Qué aporta Sakura	9
1.5.1. Sostenibilidad.....	9
1.5.2. Innovación	10
1.6. Breve resumen de productos obtenidos.....	11
2. Materiales y métodos	13
3. Resultados.....	14
3.1. Investigación del mercado y de la competencia	14
3.1.1. Buyer persona	23
3.2. Branding y Brand Book	25
3.2.1. ¿Qué es Sakura?.....	25
3.2.2. Moodboard.....	26
3.2.3. Logotipo	27
3.2.4. Imagetipo.....	29
3.2.5. Imaginotipo.....	30
3.2.6. Tipografía.....	31
3.2.7. Colores.....	32
3.3. Wireframes.....	33
3.3.1. Home.....	34

3.3.2.	Menú.....	37
3.3.3.	Producto	39
3.3.4.	Contacto	41
3.4.	Prototipos	43
3.4.1.	Home.....	43
3.4.2.	Menú.....	45
3.4.3.	Producto	47
3.4.4.	Contacto	49
3.5.	Diseño final en Wordpress.....	51
3.5.1.	Home.....	51
3.5.2.	Menú.....	54
3.5.3.	Producto	56
3.5.4.	Contacto	58
3.6.	Packaging.....	60
3.6.1.	Cajas de transporte	60
3.6.2.	Envases de té compostables	61
3.6.3.	Envases de almacenamiento	61
3.6.4.	Folleto explicativo	62
3.7.	Marketing y presencia en redes sociales.....	64
3.7.1.	Aplicaciones	64
3.7.2.	Redes sociales.....	66
4.	Conclusiones y trabajos futuros.....	69
5.	Glosario	70
6.	Bibliografía.....	73
7.	Anexos.....	78

Lista de Figuras

Figura 1. Diagrama de Gantt.....	9
Figura 2. Posicionamiento actual Sakura comunicación y diseño web.....	15
Figura 3. Posicionamiento actual Sakura target.....	15
Figura 4. Análisis de competencia.....	16
Figura 5. Posicionamiento respecto competencia comunicación y diseño web.....	16
Figura 6. Posicionamiento respecto competencia target.....	17
Figura 7. Hero image de shinzen.es.....	18
Figura 8. Categorías de productos y listado de shinzen.es.....	19
Figura 9. Página de producto de shinzen.es.....	20
Figura 10. Análisis de presencia en redes.....	21
Figura 11. Perfil de Instagram de matchaflix.com.....	21
Figura 12. Perfil de Instagram de matchaflix.com.....	22
Figura 13. Público objetivo de Sakura y matchaflix.....	23
Figura 14. Buyer persona 1. Lucy.....	23
Figura 15. Buyer persona 2. César.....	24
Figura 16. Moodboard.....	27
Figura 17. Diseño del logotipo.....	28
Figura 18. Logotipo positivo.....	28
Figura 19. Logotipo negativo.....	28
Figura 20. Diseño del imagotipo.....	29
Figura 21. Logotipo positivo y negativo.....	29
Figura 22. Diseño del imaginotipo.....	30
Figura 23. Imaginotipo positivo.....	30
Figura 24. Imaginotipo negativo.....	30
Figura 25. Tipografías y ejemplos.....	31
Figura 26. Colores principales.....	32

Figura 27. Colores secundarios.....	32
Figura 28. Wireframe home escritorio.....	35
Figura 29. Wireframe home móvil.....	36
Figura 30. Wireframe menú escritorio.....	37
Figura 31. Wireframe menú móvil.....	38
Figura 32. Wireframe producto escritorio.....	39
Figura 33. Wireframe producto móvil.....	40
Figura 34. Wireframe contacto escritorio.....	41
Figura 35. Wireframe contacto móvil.....	42
Figura 36. Prototipo home escritorio.....	43
Figura 37. Prototipo home móvil.....	44
Figura 38. Prototipo menú escritorio.....	45
Figura 39. Prototipo menú móvil.....	46
Figura 40. Prototipo producto escritorio.....	47
Figura 41. Prototipo producto móvil.....	48
Figura 42. Prototipo contacto escritorio.....	49
Figura 43. Prototipo contacto móvil.....	50
Figura 44. Diseño final home escritorio.....	51
Figura 45. Diseño final home móvil.....	52
Figura 46. Diseño final home móvil.....	53
Figura 47. Diseño final menú escritorio.....	54
Figura 48. Diseño final menú móvil.....	55
Figura 49. Diseño final producto escritorio.....	56
Figura 50. Diseño final producto móvil.....	57
Figura 51. Diseño final contacto escritorio.....	58
Figura 52. Diseño final contacto móvil.....	59
Figura 53. Caja de transporte.....	60
Figura 54. Envase de té compostable. Versión té sakura.....	61
Figura 55. Envase de almacenamiento de aluminio.....	62

Figura 56. Folleto explicativo. Versión té matcha	63
Figura 57. Portafolios, sobre y tarjeta a dos caras	64
Figura 58. Diseño de taza con logo.....	65
Figura 59. Diseño de cuadro con ilustración.....	66
Figura 60. Propuesta publicaciones cuadradas	67
Figura 61. Propuesta historias verticales	68

1. Introducción

1.1. Contexto y justificación del Trabajo

El té es una de las bebidas más consumidas y apreciadas del mundo, con una larga historia y una gran variedad de tipos, sabores y beneficios. Dentro de la cultura del té, Japón destaca por su tradición milenaria, su ceremonia del té y su producción de té de alta calidad.

Sin embargo, el mercado del té japonés en España es aún muy limitado y desconocido para la mayoría de los consumidores, que suelen optar por otras opciones más populares o accesibles en los supermercados. Por ello, se plantea la creación de una empresa que ofrezca una experiencia auténtica, diferenciada y de valor añadido a los amantes del té y de la cultura japonesa.

El objetivo de este trabajo es desarrollar la identidad gráfica, el diseño web, el packaging de productos y el marketing y la presencia en redes sociales de una empresa, que se llamará "Sakura", en alusión a la flor de cerezo. Se pretende transmitir los valores de la empresa: calidad, elegancia, tradición y la innovación, así como captar el interés de potenciales clientes.

Para ello, se realizará un estudio de mercado, un análisis de la competencia y una propuesta de diseño gráfico y web que refleje la esencia de la empresa. Se espera que este trabajo contribuya a la difusión y el crecimiento del té japonés en España, así como a la satisfacción y fidelización de los consumidores.

1.2. Objetivos del Trabajo

1. Planificar y gestionar correctamente tanto el alcance como el tiempo del proyecto.
2. Recopilar diferentes ideas y referencias.
3. Investigar el mercado y la competencia para crear un producto atractivo y funcional.
4. Crear un branding, web, packaging y presencia online adecuada en base a los resultados de la investigación.
5. Presentar el proyecto.

1.3. Enfoque y método seguido

Dos de las estrategias que se pueden seguir para desarrollar este trabajo pueden ser la creación de un producto nuevo o la adaptación de uno existente.

Este trabajo final de grado consiste en un proyecto que se basa en una investigación y análisis previos de competidores directos del supuesto cliente. La metodología y el enfoque que se emplean se fundamentan en el estudio de productos similares para una adaptación a los valores de la empresa. Así, se pueden extraer resultados que nos ayuden y nos capaciten para elaborar el manual de identidad corporativa de la empresa ficticia y el diseño web asociado.

Para ello, se llevarán a cabo procesos como la búsqueda en Google de competidores directos y su posterior análisis tanto en redes sociales como en presencia en internet.

1.4. Planificación del trabajo

Se adjunta la planificación del proyecto en un archivo pdf como anexo en formato de diagrama de Gantt. La planificación se desglosa en 4 etapas, el número de PECs.

Dentro de cada etapa, se distinguen grupos de tareas, algunos destacados son: *Branding inicial*, *wireframes* o *incorporación final a wordpress*.

Además, se detallan varias tareas simples como *redacción memoria* y *creación Brand Book*, así como las entregas de las actividades representadas como hitos.

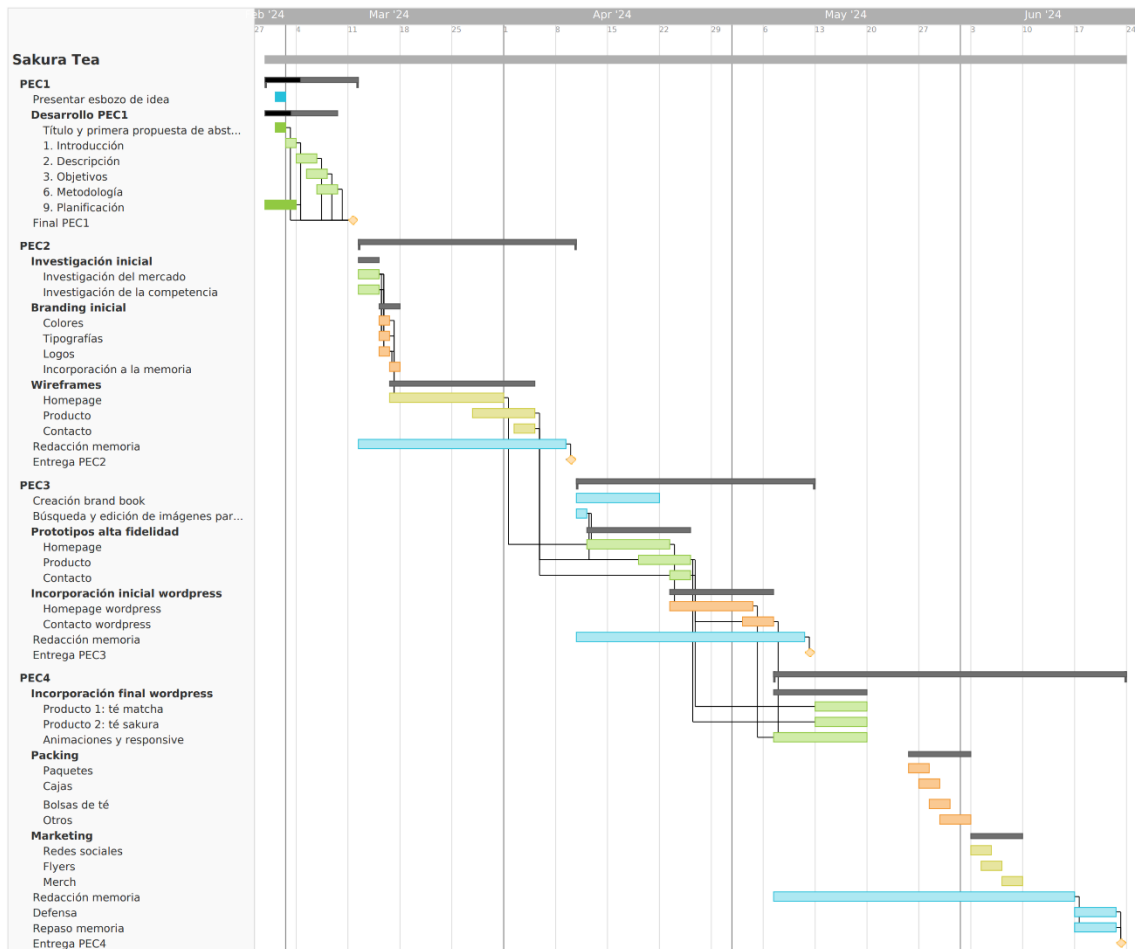


Figura 1. Diagrama de Gantt

1.5. Qué aporta Sakura

1.5.1. Sostenibilidad

- **Envases ecológicos:** se reemplazan los materiales de embalaje tradicionales por opciones compostables, minimizando el impacto ambiental. También se ofrece la opción de un recipiente metálico

reutilizable para poder recargarlo en vez de comprar otro cada vez que se haga un pedido.

- **Producción responsable:** gracias a prácticas agrícolas sostenibles y relaciones de comercio justo con los productores de té locales.
- **Reforestación:** Sakura colabora con organizaciones ambientales para plantar árboles en zonas deforestadas por cada compra, compensando la huella de carbono de la empresa.
- **Entrega ecológica:** se implementan opciones de entrega que reduzcan la huella de carbono, como bicicletas o vehículos eléctricos.

1.5.2. Innovación

- **Nuevas variedades:** nuevas variedades, sabores y formatos para sorprender a nuestros clientes y ampliar la cultura del té siempre manteniendo la máxima calidad.
- **Suscripciones personalizadas:** planes de suscripción a medida para que cada cliente reciba una selección de té de acuerdo con sus preferencias.
- **Kits de ceremonia del té:** paquetes que incluyen todo lo necesario para realizar una ceremonia de té en casa con instrucciones detalladas.
- **Packs de regalo:** diseño de experiencias únicas para regalar combinando té, accesorios y detalles que evocan la esencia de Japón.

1.6. Breve resumen de productos obtenidos

Investigación de mercado y competencia

- Análisis en profundidad del mercado objetivo, incluyendo tamaño, tendencias y necesidades.
- Estudio detallado de la competencia, identificando sus fortalezas, debilidades y estrategias.
- Definición del nicho de mercado y la propuesta única de venta del producto o servicio.

Branding y Brand Book

- Creación de una marca sólida y memorable, incluyendo nombre, logotipo y mensaje de marca.
- Desarrollo de un Brand Book que define la identidad visual de la marca, incluyendo paleta de colores y tipografía.
- Establecimiento de una guía de estilo para garantizar la coherencia en todas las comunicaciones de la marca.

Wireframes y prototipos web

- Diseño de wireframes detallados que representan la estructura y el diseño de la página web.
- Creación de prototipos interactivos que permiten visualizar y probar la funcionalidad del sitio web.

Web definitiva

- Desarrollo de un sitio web profesional y funcional utilizando wordpress y elementor.
- Optimización del sitio web para diferentes dispositivos, incluyendo ordenadores, tabletas y teléfonos móviles.

Packaging, marketing y redes sociales

- Diseño de packaging atractivo y funcional para el producto.
- Desarrollo de materiales de marketing como folletos, carteles y vestuario.
- Desarrollo de una estrategia de contenido para las redes sociales que atraiga y fidelice a los seguidores.

2. Materiales y métodos

- **Adobe Photoshop y Firefly:** creación y edición de imágenes e ilustraciones con relleno generativo e Inteligencia Artificial. También se ha usado Photoshop para la edición de algunos mockups.
- **TeamGantt:** para la creación del diagrama de Gantt, utilizado para la planificación del proyecto.
- **Canva:** utilizado para crear la imagen de Sakura, el libro de identidad gráfica y algunos mockups.
- **Wordpress y Elementor:** utilizado para la creación de la web final.
- **Microsoft Word:** para la creación de la memoria.
- **Figma:** para la creación de los wireframes y prototipos.
- **Gemini:** modelo de lenguaje de Inteligencia Artificial de Google. Usado para la generación del contenido de texto de Sakura.
- **Genially:** herramienta para la creación del interactivo final.
- **Adobe premier y after effects:** editores de video utilizados para la creación de la vídeo defensa.

3. Resultados

3.1. Investigación del mercado y de la competencia

Para realizar esta investigación se han realizado búsquedas en google con posibles palabras clave relacionadas con los productos del cliente: *té japonés, comprar té japonés, té japonés premium, té japonés online, té japonés kukicha, té japonés sencha y té japonés matcha.*

Se han anotado los resultados orgánicos que fueron considerados competencia directa para su análisis comparativo. Se pueden listar cinco principales competidores: *salvioni-alomar.com, matchaflix.com, shinzen.es, lacasadete.es y puntodete.com.* De ellos, **matchaflix.com** sólo aparece por productos de pago y **shinzen.es** es el que mejor posicionado está respecto al resto.

Posteriormente se han realizado posibles esquemas de posicionamiento de dónde está Sakura y estos cinco competidores en distintos aspectos.

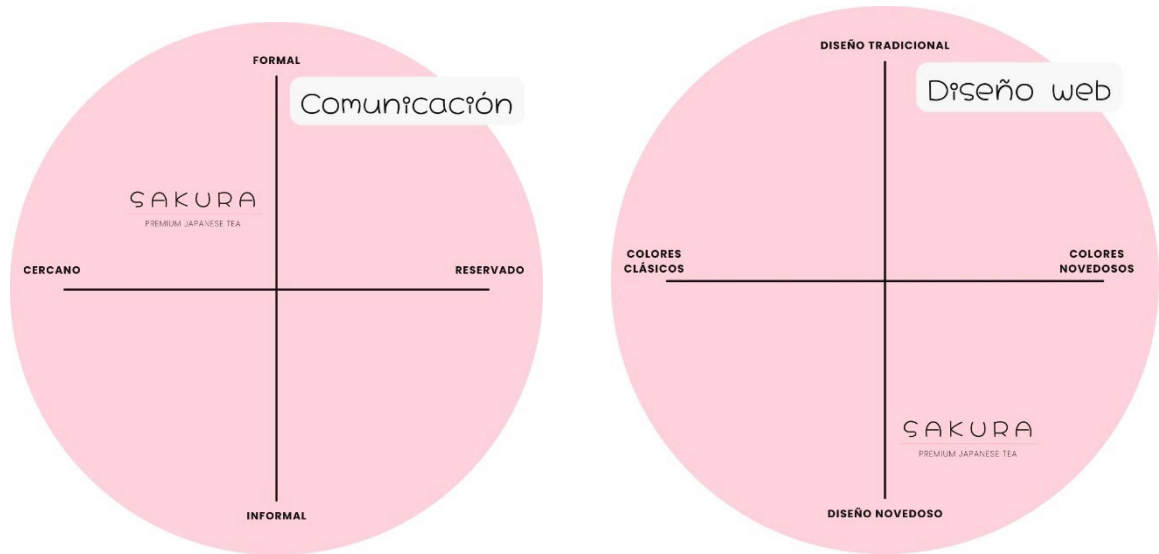


Figura 2. Posicionamiento actual Sakura comunicación y diseño web

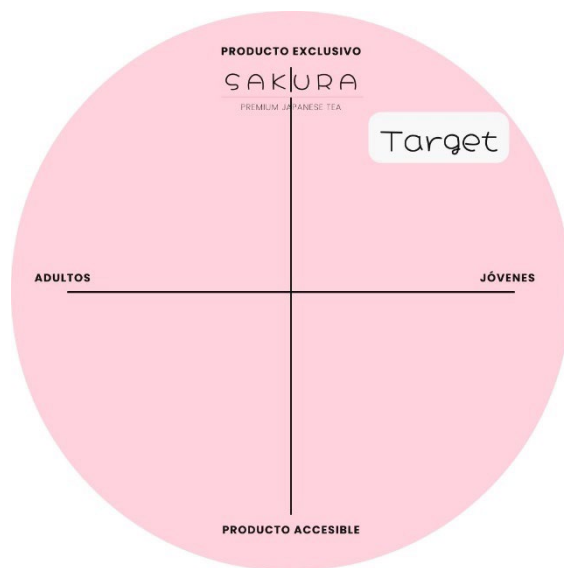


Figura 3. Posicionamiento actual Sakura target

	A	B	C	D	E	F
1	Posiciones del 04/03/2024 en Google Madrid					
2	Palabras clave	salvioni-alomar.com	matchaflix.com	shinzen.es	lacasadete.es	puntodete.com
3	té japonés	3	Ad	4	7	11
4	comprar té japonés	7	Ad	1	5	3
5	té japonés premium		Ad	1		
6	té japonés online	4	Ad	1	3	2
7	té japonés kukicha		Ad		2	5
8	té japonés sencha		Ad	7	2	
9	té japonés matcha		Ad	1		
10						

Figura 4. Análisis de competencia

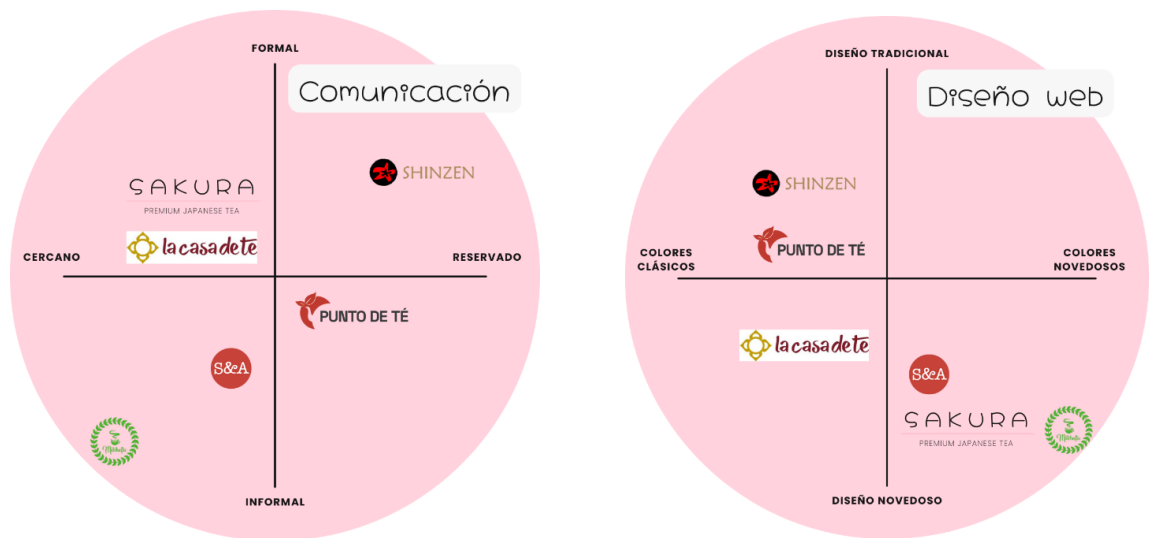


Figura 5. Posicionamiento respecto competencia comunicación y diseño web

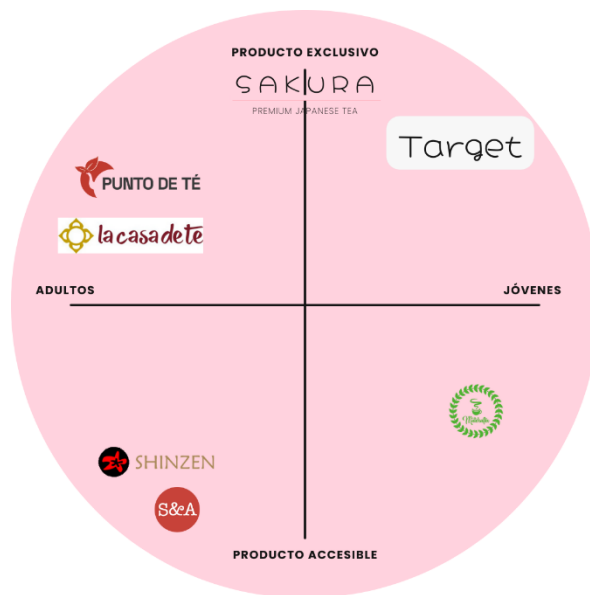


Figura 6. Posicionamiento respecto competencia target

Una vez listados y posicionados los competidores respecto a Sakura, se realiza un exhaustivo análisis de la estructura web y de paleta de colores de **shinzen.es** ya que es el único enfocado al *té japonés premium*, al igual que Sakura. Las demás empresas ofrecen tés genéricos y de otras procedencias.

La web consta de un hero image formado por una imagen de una taza de té matcha y otra de un incienso, ambas constan de un pequeño texto y un botón Call To Action (CTA).

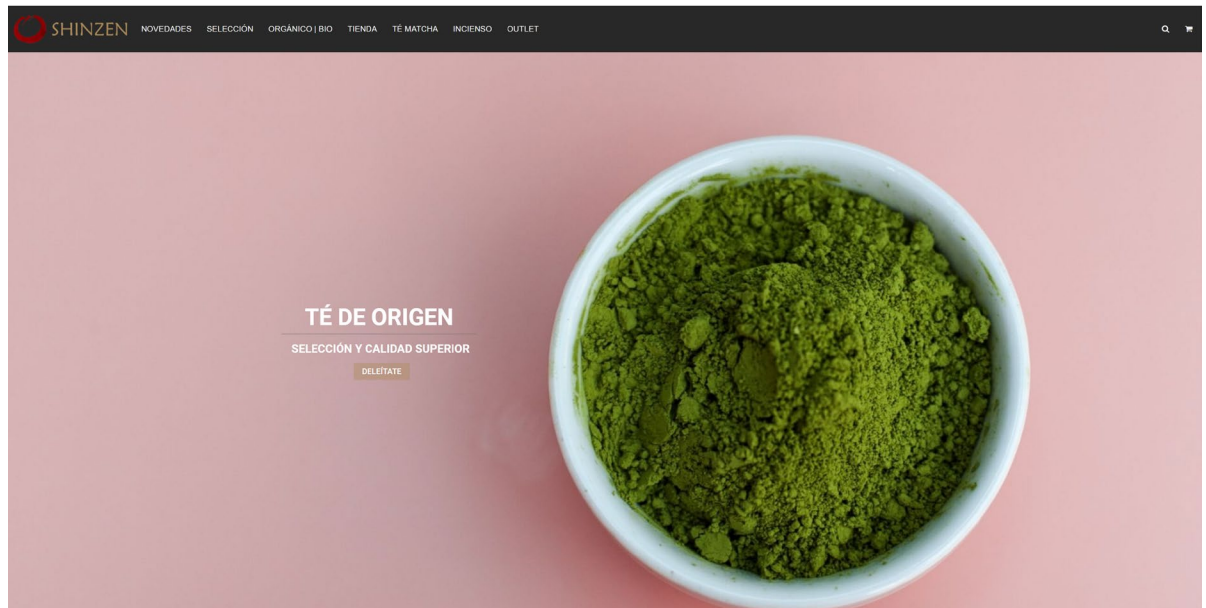


Figura 7. Hero image de shinzen.es

Directamente debajo del hero banner se encuentran algunas categorías y productos destacados en forma de cuadrícula.



TÉ VERDE JAPONÉS NOVEDADES OFERTAS

<p>TÉ VERDE GENMAICHA Té Verde Japonés</p> <p>DESDE: 8,90€</p>	<p>TÉ VERDE KUKICHA KARIGANE Té Verde Japonés</p> <p>DESDE: 11,00€</p>	<p>TÉ VERDE MATCHA CHIYOMUKASHI PREMIUM Accesorios Té Matcha, Té Verde Japonés</p> <p>21,50€ IVA inc.</p>
<p>TÉ VERDE MATCHA JAPONÉS SUPERIOR UJI Accesorios Té Matcha, Té Verde Japonés</p> <p>DESDE: 11,00€</p>	<p>TÉ VERDE SENCHA MATCHA Té Verde Japonés</p> <p>DESDE: 14,70€</p>	<p>TÉ VERDE SENCHA PREMIUM UJI Té Verde Japonés</p> <p>DESDE: 13,50€</p>

Figura 8. Categorías de productos y listado de shinzen.es

La página de producto está construida con una división de dos columnas 50/50 tanto para la presentación del producto como para la parte de más información.

TÉ VERDE MATCHA JAPONÉS SUPERIOR UJI

22 VALORACIONES ★★★★★

SHINZEN / TIENDA DE TÉ / ACCESORIOS / ACCESORIOS TÉ MATCHA / TÉ VERDE MATCHA JAPONÉS SUPERIOR UJI

DESDE: 11,00€

PESO

1 ★

DESCRIPCIÓN INFORMACIÓN ADICIONAL VALORACIONES (22)

Té verde **Matcha Japonés** en polvo de alta calidad, usado en la ceremonia del té japonesa.

Nuestro té verde Matcha japonés es importado directamente desde nuestra plantación en Kyoto (Uji – Japón), envasado al vacío por kilo para garantizar su frescura y máxima calidad, para que la experiencia de nuestros clientes sea superior. Se trata de una variedad superior de Matcha con denominación Ujitawara, preceptura de Kyoto – Japón.

SKU: 137.

COMPARTIR: [f](#) [t](#) [G+](#) [@](#)

Figura 9. Página de producto de shinzen.es

Respecto a la paleta de colores, está formada por: blanco #FFFFFF, gris #282828, dorado #AA8A59 y rojo #890303.

Los colores usados predominantemente son el blanco, el gris y el dorado como acento mientras que el color rojo forma parte exclusivamente del logo.

Por otro lado, analizando la presencia en redes sociales de los cinco competidores, el más destacado es **matchaflix.com** en prácticamente todas las redes y será sobre el que se trabaje la imagen de la marca en el apartado 3.7 *Marketing y presencia en redes sociales*.

		salvioni-alomar.com	matchaflix.com	shinzen.es	lacasadete.es	puntodete.com
13						
14		Redes sociales				
15						
16	Instagram	3898	72800	4172		
17	facebook	581	76000	2576		
18	twitter			2926		
19	tiktok		607700			
20	youtube		23500			
21						

Figura 10. Análisis de presencia en redes

Tomando como base Instagram, se puede apreciar un gran peso en los *influencers* (a los que ellos llaman *Influmatcha*) y a los testimonios a parte de las publicaciones de un producto destacado.

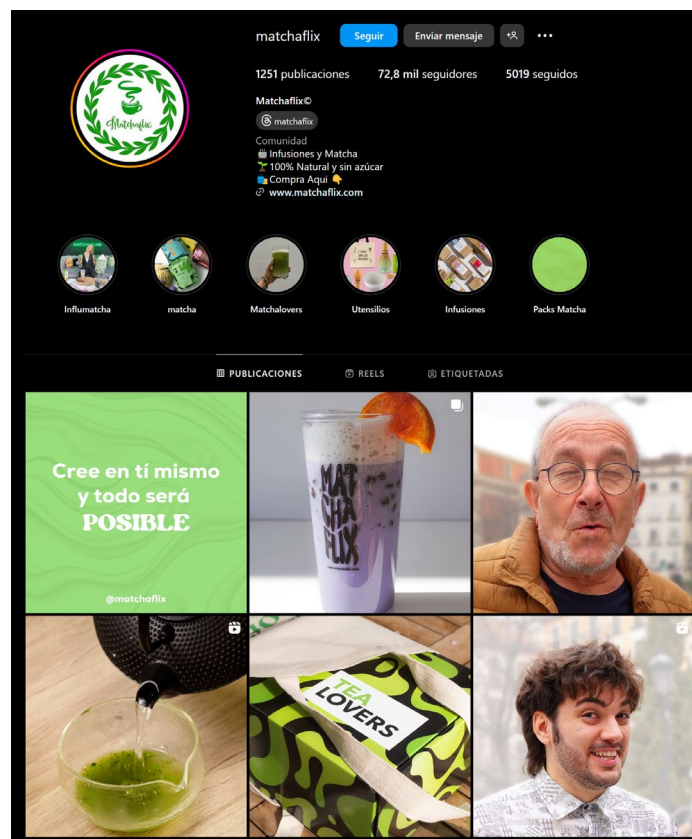


Figura 11. Perfil de Instagram de matchaflix.com



Figura 12. Perfil de Instagram de matchaflix.com

Analizando las interacciones y el *look and feel* (23. Silvia Bosch, s. f.) que transmite, se puede afirmar que esta marca está enfocada a un **público joven, aventurero, preocupado por su salud y que interactúa con redes sociales.**

En líneas generales, *matchaflix*, tiene un público objetivo similar a Sakura por lo que se usará como base para varios elementos de la marca, desarrollados en el siguiente apartado.

Público objetivo							
	Jóvenes	Adultos	Adinerados (experiencia premium)	Urbanitas	Fans de la cultura japonesa	Vida sana	Aventureros
Sakura	x	x	x	x	x	x	
matchaflix.com	x			x		x	x

Figura 13. Público objetivo de Sakura y matchaflix

3.1.1. Buyer persona

Lucy

EDAD	28 años
SEXO	Mujer
CIUDAD	Barcelona
INGRESOS	22.000€
TRABAJO	Diseñadora
ESTADO CIVIL	Soltera

Descripción

Lucy es una persona creativa y apasionada por el diseño. Le encanta usar su creatividad para resolver problemas y crear diseños hermosos.

Motivaciones

- Lucy es una gran fanática del anime y de la cultura japonesa desde su viaje a Japón en el 2018.
- Le encanta viajar, explorar nuevos lugares y aprender sobre diferentes culturas, comidas y bebidas.

Objetivos

- Seguir creciendo como diseñadora.
- Seguir viajando y explorando nuevos lugares.
- Aprender más sobre la cultura japonesa, la ceremonia del té y los diferentes tipos de té japonés.

Aficiones

- Anime
- Viajar
- Pasar tiempo con los amigos
- Yoga

Figura 14. Buyer persona 1. Lucy

Lucy es una diseñadora de Barcelona. Es una persona creativa y apasionada por el diseño. Se volvió una gran fanática del anime y de la

cultura japonesa desde su viaje a Japón en el 2018. Como parte de su interés en esta cultura, Lucy ha desarrollado un gusto por el té tradicional, por ejemplo, el Matcha. También disfruta dibujando y practicando yoga. Le gusta usar el dibujo para expresarse y el yoga para relajarse y mantenerse en forma.

Algunos de los objetivos de Lucy son crecer como diseñadora y tener una carrera exitosa, seguir viajando y explorando nuevos lugares. También quiere seguir aprendiendo más sobre la cultura japonesa, incluyendo la historia del té, la ceremonia del té y los diferentes tipos de té japonés.

Quote: *"Beber té Matcha es mi forma de conectar con la cultura japonesa."*

César

EDAD	42 años
SEXO	Hombre
CIUDAD	Madrid
INGRESOS	40.000€
TRABAJO	Empresario
ESTADO CIVIL	Casado

Descripción

César es un hombre exitoso que ha trabajado duro para construir su propio negocio. Valora su independencia y su capacidad para tomar sus propias decisiones.

Motivaciones

- Valora mucho a su familia y le encanta pasar tiempo con ellos.
- También disfruta meditando para desestresarse. Durante una de sus sesiones fue recomendado un té originario de Japón por un compañero.

Objetivos

- Seguir haciendo crecer su negocio.
- César encuentra que beber té es una forma de relajarse después de un largo día de trabajo por lo que le gustaría seguir probando variedades distintas y encontrar sus favoritas.

Aficiones

- Viajar
- Pasar tiempo con la familia
- Meditación

Figura 15. Buyer persona 2. César

César es un hombre exitoso que ha trabajado duro para construir su propio negocio. Valora su independencia y su capacidad para tomar sus propias decisiones.

Aprecia mucho a su familia y le encanta pasar tiempo con ellos saliendo a comer o viendo películas juntos. También disfruta meditando para desestresarse. Durante una de sus sesiones fue recomendado un té de la marca Sakura por un compañero. Gracias a esto, César descubre que beber té es otra forma de relajarse después de un largo día de trabajo por lo que le gustaría seguir probando variedades distintas y encontrar sus favoritas.

Quote: *"El té me ayuda a relajarme y desestresarme después de un largo día en la oficina cuando no tengo tiempo para meditar."*

3.2. Branding y Brand Book

3.2.1. ¿Qué es Sakura?

El objetivo de Sakura es ofrecer una experiencia de té japonés premium en España, combinando la calidad excepcional del producto con la elegancia y tradición milenaria de la ceremonia del té.

Dado que no es un té convencional, se pretende relacionar a Sakura con un servicio elegante, exclusivo y de gran calidad y alejarlo de los productos convencionales. El objetivo principal es invitar a los visitantes a explorar un mundo donde cada detalle cuenta. Para lograr esto, se han creado los siguientes elementos:

- Una paleta de colores que da sentido y cohesión a todos los diseños tanto en packaging y diseño web como en redes sociales.
- Elección de tipografías afines al proyecto
- Un diseño de branding a partir de la paleta de colores y las tipografías elegidas.
- Una propuesta para la página web de Sakura.
- Una propuesta de diseño de embalajes y paquetería.
- Diseño de los perfiles sociales de Sakura, así como ejemplos de contenido.

3.2.2. Moodboard

En general, el moodboard evoca una atmósfera centrada en la belleza de los **cerezos en flor**. Las imágenes seleccionadas reflejan una **estética tradicional japonesa con toques modernos** que se entrelazan a lo largo de la colección.

Los colores predominantes son los **rosas, blancos, negros y grises**, que juntos crean un atractivo visual armonioso. Entre las imágenes, hay representaciones de los cerezos en diferentes entornos, incluyendo escenas nocturnas y diurnas, así como arreglos de ceremonias del té.

También se incluyen interpretaciones artísticas, como ilustraciones de ramas de cerezos en flor, y mujeres vistiendo el atuendo japonés tradicional (**kimono**).

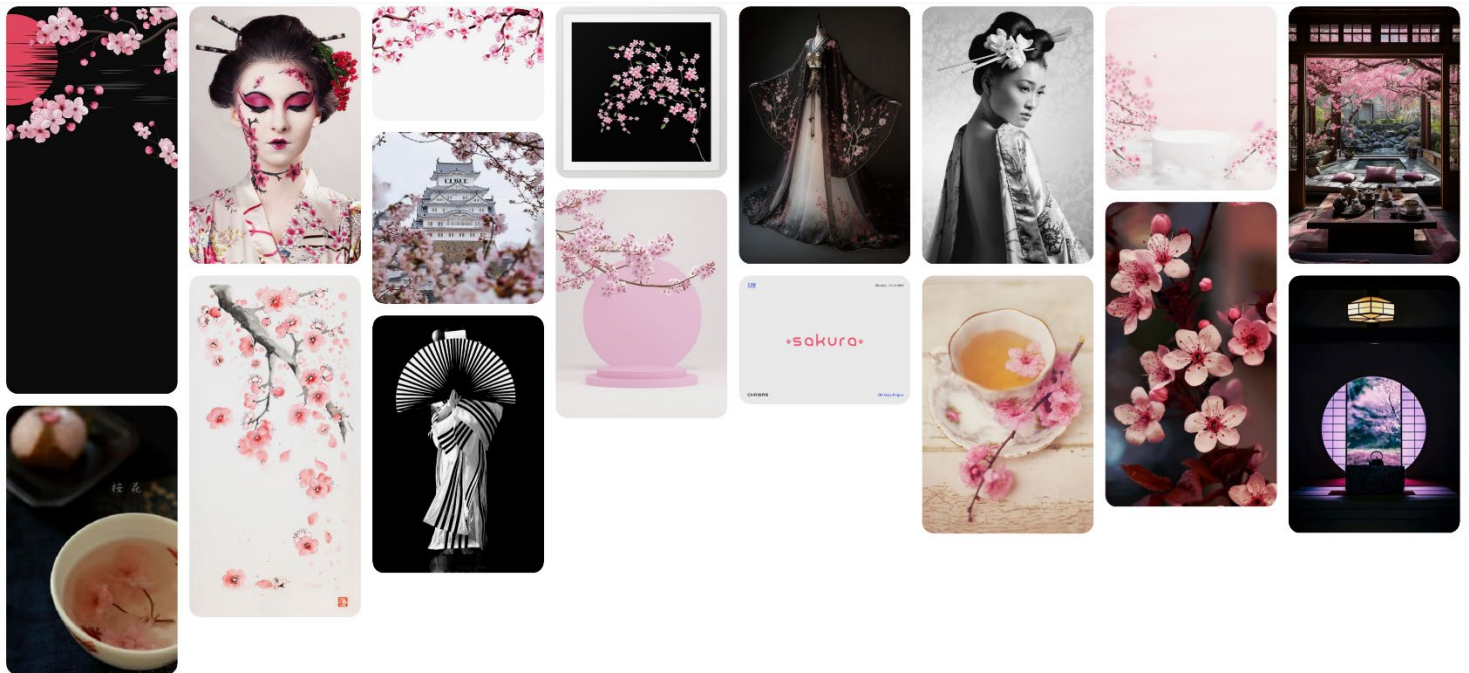


Figura 16. Moodboard

3.2.3. Logotipo

El logotipo ha sido diseñado sobre una cuadrícula de 36x36 y espacios de 5px entre filas y columnas. El tamaño de la caja exterior es de 14y de largo por 5y de alto (con 1y de margen).

La tipografía utilizada es *Hachi Maru Pro* en mayúsculas para "Sakura" y *Poppins extra ligera* en mayúsculas para "premium japanese tea". Ambas partes tienen alineación centrada y están separadas por una línea horizontal color #FFB7C5 de 12y de largo y 1px de grosor.

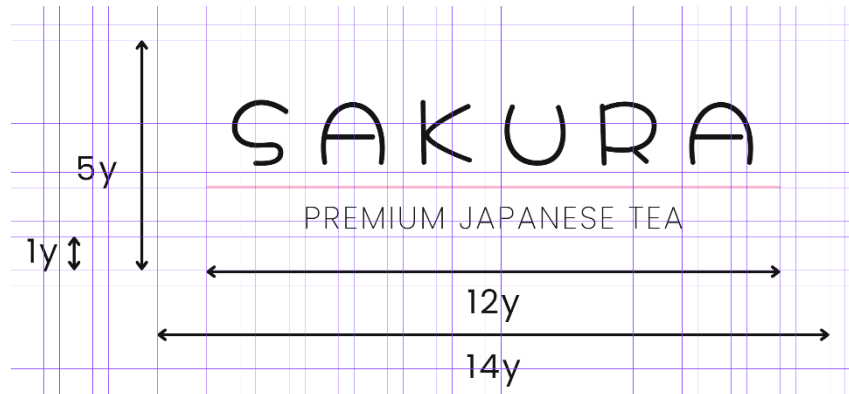


Figura 17. Diseño del logotipo



Figura 18. Logotipo positivo



Figura 19. Logotipo negativo

3.2.4. Imagotipo

El imagotipo se ha creado juntando un recurso libre de derechos de una flor de cerezo junto con más flores sueltas dibujadas a mano. Se ha colocado dentro de un círculo de 1px de grosor y de color #FFB7C5.

La altura y anchura máxima del imagotipo es de 6y (habiendo sumado 1y de margen).

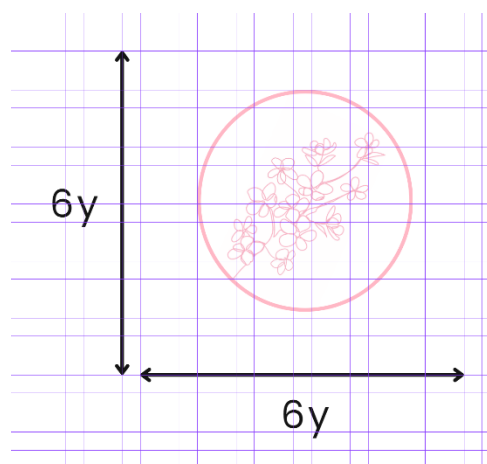
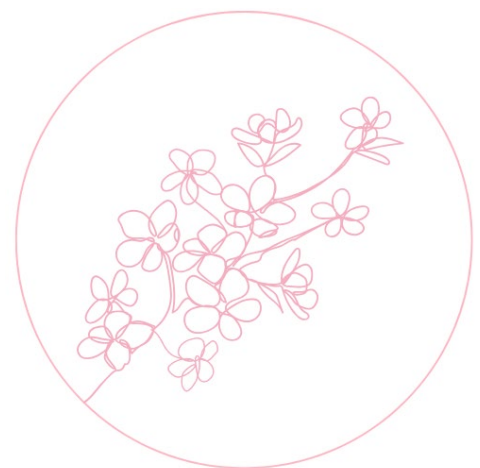


Figura 20. Diseño del imagotipo

Figura 21. Logotipo positivo
y negativo



3.2.5. Imaginotipo

El imaginotipo ha sido diseñado siguiendo la estructura del logotipo sumando el imagotipo a su izquierda.

La altura máxima del imaginotipo es de 6y y su anchura es de 20y (habiendo sumado 1y de margen).

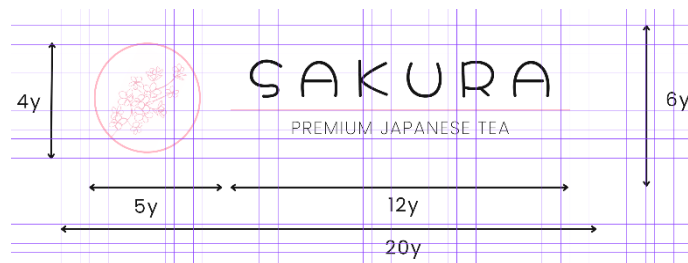


Figura 22. Diseño del imaginotipo



Figura 23. Imaginotipo positivo



Figura 24. Imaginotipo negativo

3.2.6. Tipografía

La tipografía **Hachi Maru Pop** se utiliza para el logotipo y en los encabezados. Se trata de una fuente popular entre las jóvenes japonesas en las décadas de 1970 y 1980. Tiene una apariencia manuscrita informal que funciona bien en tamaños más grandes.

Para cuerpos y subtítulos seleccionamos la tipografía **Poppins en todas sus variantes**, de tipo geométrica sans serif. Esta fuente se basa en la geometría pura, particularmente en los círculos: cada forma de letra es casi monolineal y la altura de la x es bastante alta.



Figura 25. Tipografías y ejemplos

3.2.7. Colores

Los colores principales son una muestra de la esencia de la marca Sakura: acento rosa (**#FFB7C5**) inspirado en el color de la flor de cerezo junto con una sombra muy clara de gris (**#F7F7F7**) y una sombra muy oscura de gris (**#141414**) que son típicamente usados como colores principal y secundario en ambientes elegantes y minimalistas.

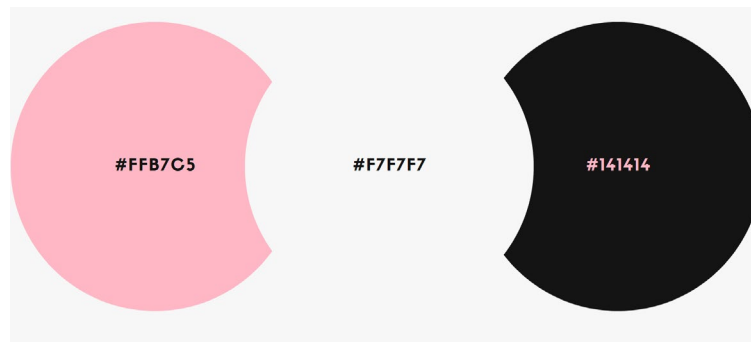


Figura 26. Colores principales

Estos colores derivan de los principales y son usados para crear más variedad y riqueza cromática.

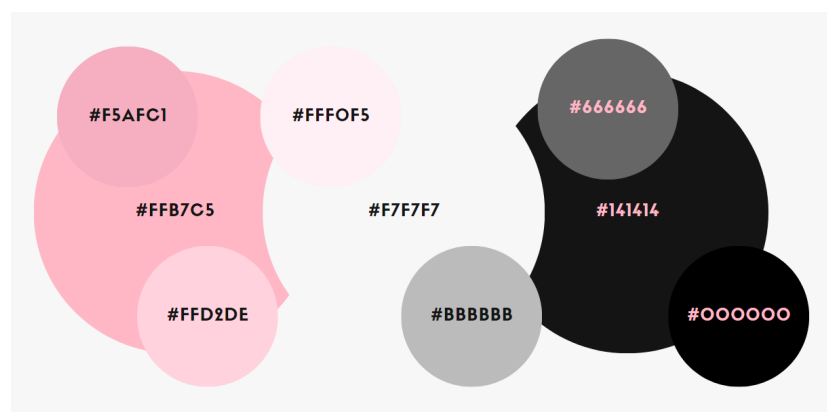


Figura 27. Colores secundarios

3.3. Wireframes

En la versión de ordenador se trabaja sobre una relación de aspecto horizontal con un ancho de 1440 píxeles al que se aplicará un diseño responsive para resoluciones inferiores. La retícula está formada por 12 columnas, con un gutter de 16 entre columnas y un margen de 40.

En la versión móvil se trabaja sobre una relación de aspecto vertical con un ancho de 430 píxeles. La retícula está formada por 4 columnas, con un gutter de 16 entre columnas y un margen de 24.

En ambas versiones, la barra de navegación será fija en la parte superior y contará con un menú hamburguesa que se despliega a pantalla completa.

Para tomar las decisiones de diseño se ha llevado a cabo un profundo análisis de las tendencias de diseño web del año actual («9 Innovative Web Design Trends for 2024», s. f.;

Elementor One Page Home Blog Tutorial - 30 mins - Loop Layout - Elementor Wordpress Tutorial - YouTube, s. f.;

Web Design Trends 2024, 2023; Compass, s. f. entre otros)

Enlace a los wireframes:

<https://www.figma.com/file/ulZ774s8qqsNw5ZmOqKwKC/Wireframes?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=W2V8Pg0htZr0pXKN-1>

3.3.1. Home

- **Hero image:** a pantalla completa con una altura de aproximadamente la mitad de alto de la pantalla. Posibilidad de añadir un carrusel de imágenes o un vídeo incrustado.
- **Introducción y productos destacados:** diseñado en formato bento. Idea ilustrativa, el diseño final puede variar dependiendo del contenido.
- **Presentación Sakura:** texto con información sobre la empresa y un Call to Action a la tienda acompañado con una foto.
- **Mural productos:** grid de cuadrados con distintos productos. Idea ilustrativa.
- **Perfil instagram:** mural con las últimas publicaciones de la cuenta de instagram. Idea ilustrativa.
- **Footer 1:** cuatro columnas con links legales (aviso legal, política de privacidad, política de envíos y devoluciones...) y los enlaces a los perfiles sociales.
- **Footer 2:** imagen Sakura y copyright.

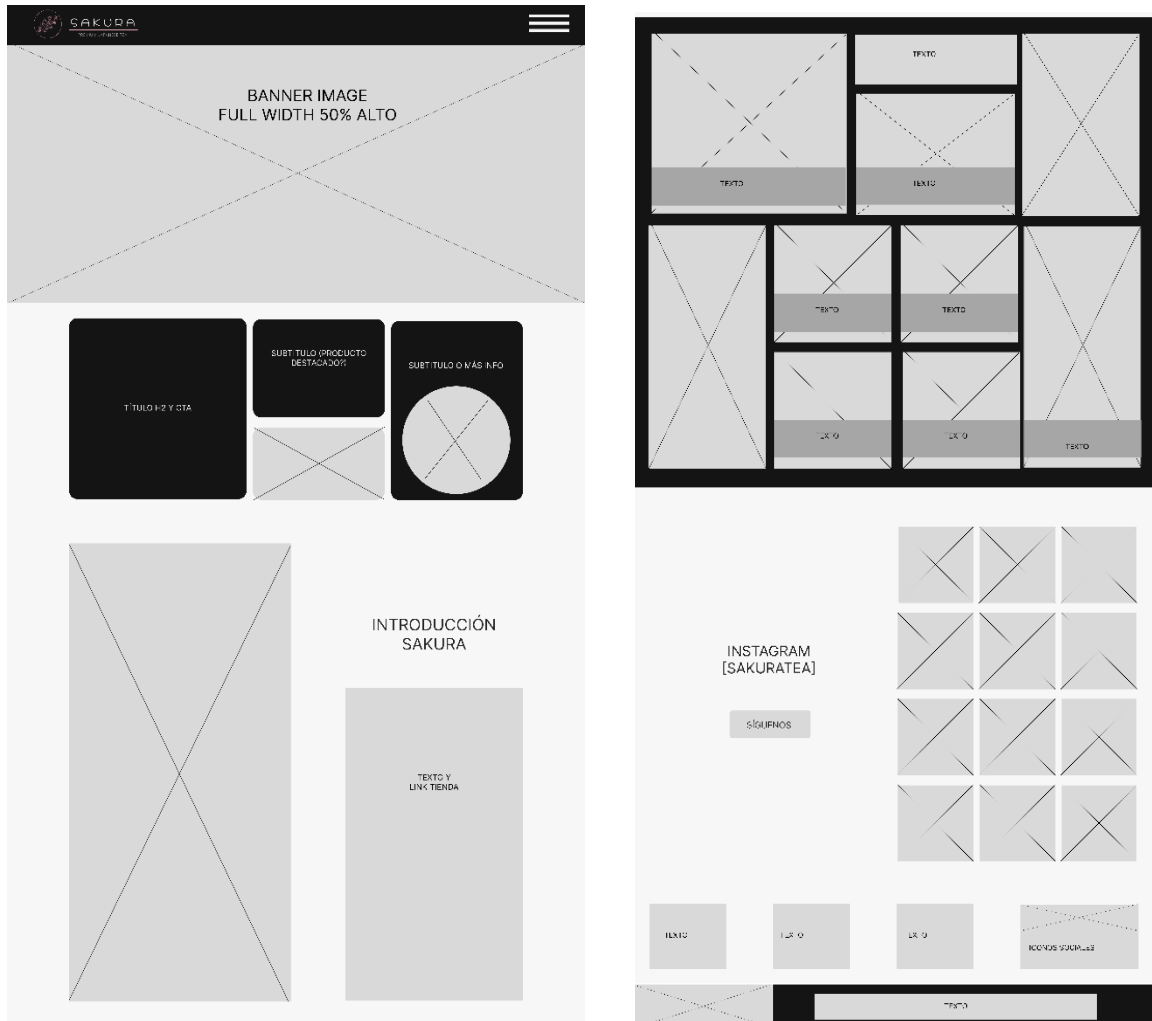


Figura 28. Wireframe home escritorio

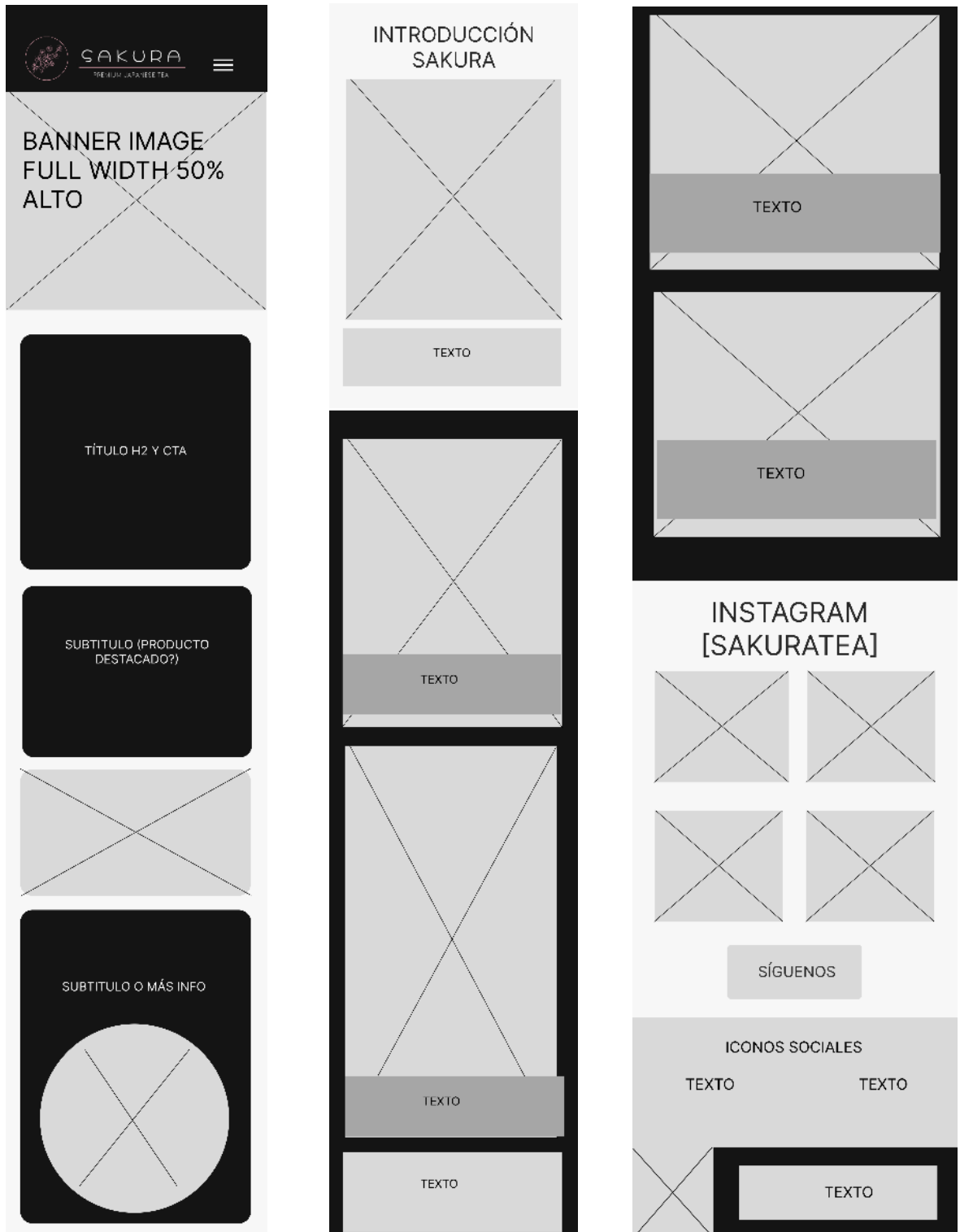


Figura 29. Wireframe home móvil

3.3.2. Menú

Dividido en dos mitades en la versión de sobremesa:

- **Mitad izquierda:** imaginotipo de Sakura y los tres principales enlaces (home, tienda y contacto). Selector de idioma y enlaces sociales.
- **Mitad derecha:** grid de cuadrados con distintos productos. Idea ilustrativa.

Una sola columna en la versión móvil y sin fotografías.



Figura 30. Wireframe menú escritorio



Figura 31. Wireframe menú móvil

3.3.3. Producto

- **Presentación del producto:** dividido en dos mitades.
- **Más información:** diseñado en formato bento. Idea ilustrativa, el diseño final puede variar dependiendo del contenido.
- **Productos relacionados:** ficha con la foto y el nombre del producto.

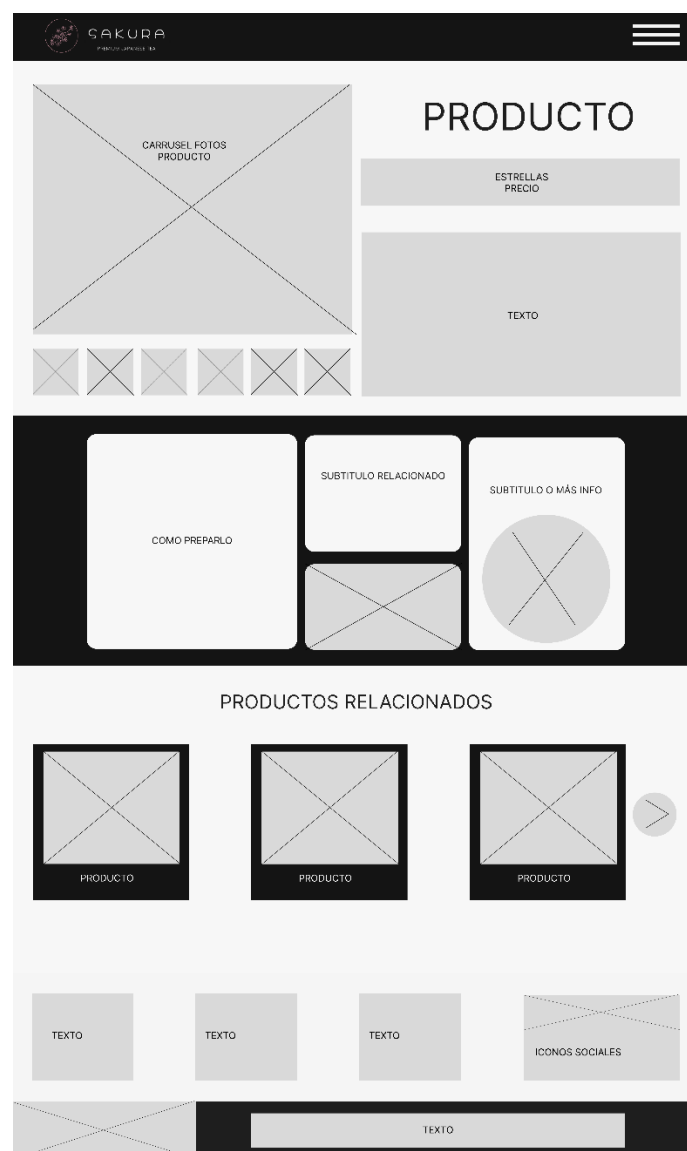


Figura 32. Wireframe producto escritorio

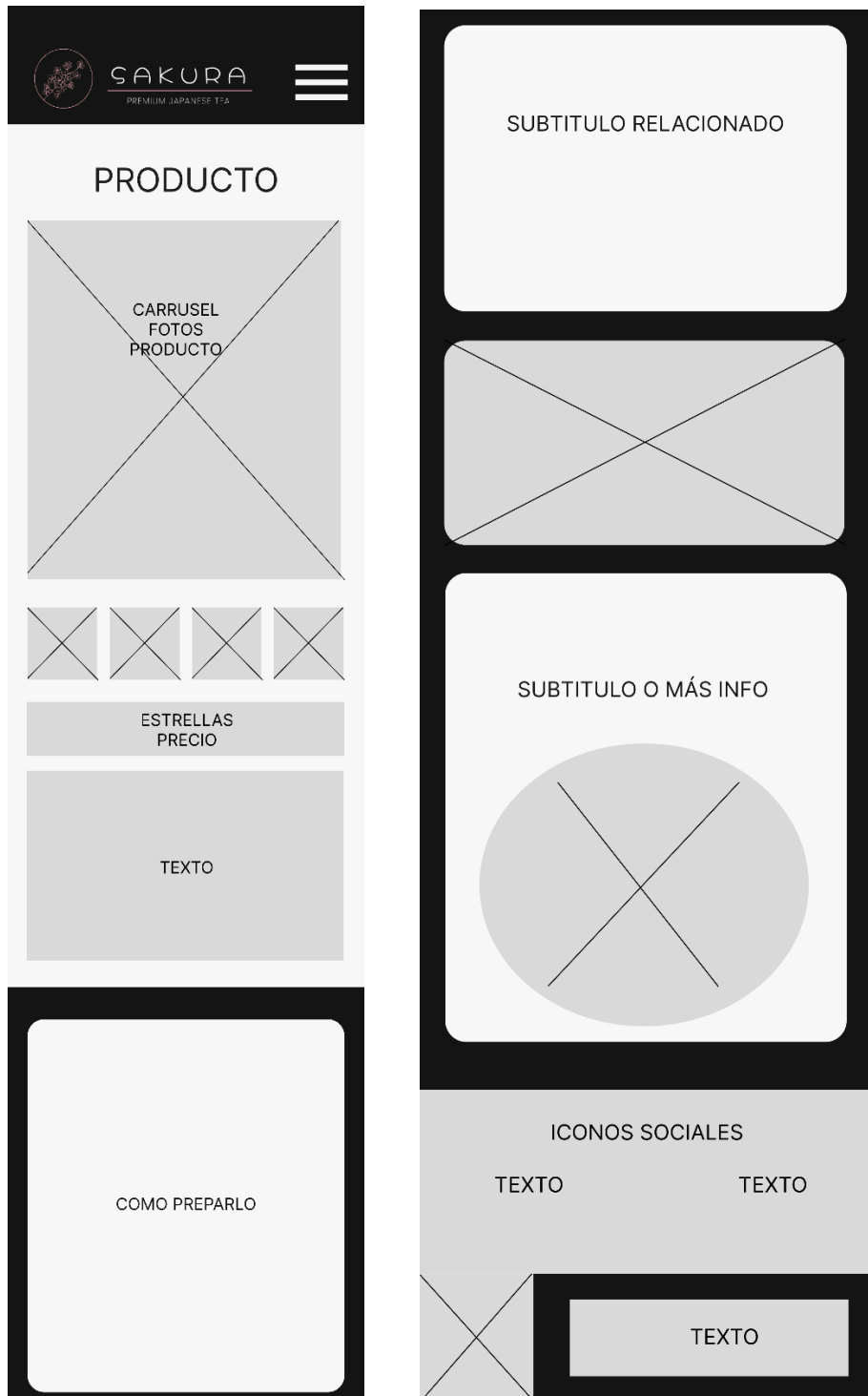


Figura 33. Wireframe producto móvil

3.3.4. Contacto

Formulario de contacto simple.

The wireframe shows a contact form for 'SAKURA'. At the top left is the 'SAKURA' logo with the tagline 'PREMIUM LAVANDERIA'. At the top right is a hamburger menu icon. The main heading is 'CONTACTO'. Below it are four input fields: 'NOMBRE*' (required), 'CORREO ELECTRÓNICO*' (required), 'TELÉFONO', and a large text area for 'COMENTARIOS / SUGERENCIAS'. A central 'ENVIAR' button is positioned below the text area. At the bottom, there are four placeholder boxes: three labeled 'TEXTO' and one labeled 'ICONOS SOCIALES'. A dark footer bar contains a 'TEXTO' placeholder on the right and a crossed-out area on the left.

Figura 34. Wireframe contacto escritorio



Figura 35. Wireframe contacto móvil

3.4. Prototipos

<https://www.figma.com/file/m0Y0WqtxaouZ8p4i6FnwMo/Prototipos?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=QSwMQLqvjLvjyZGI-1>

3.4.1. Home

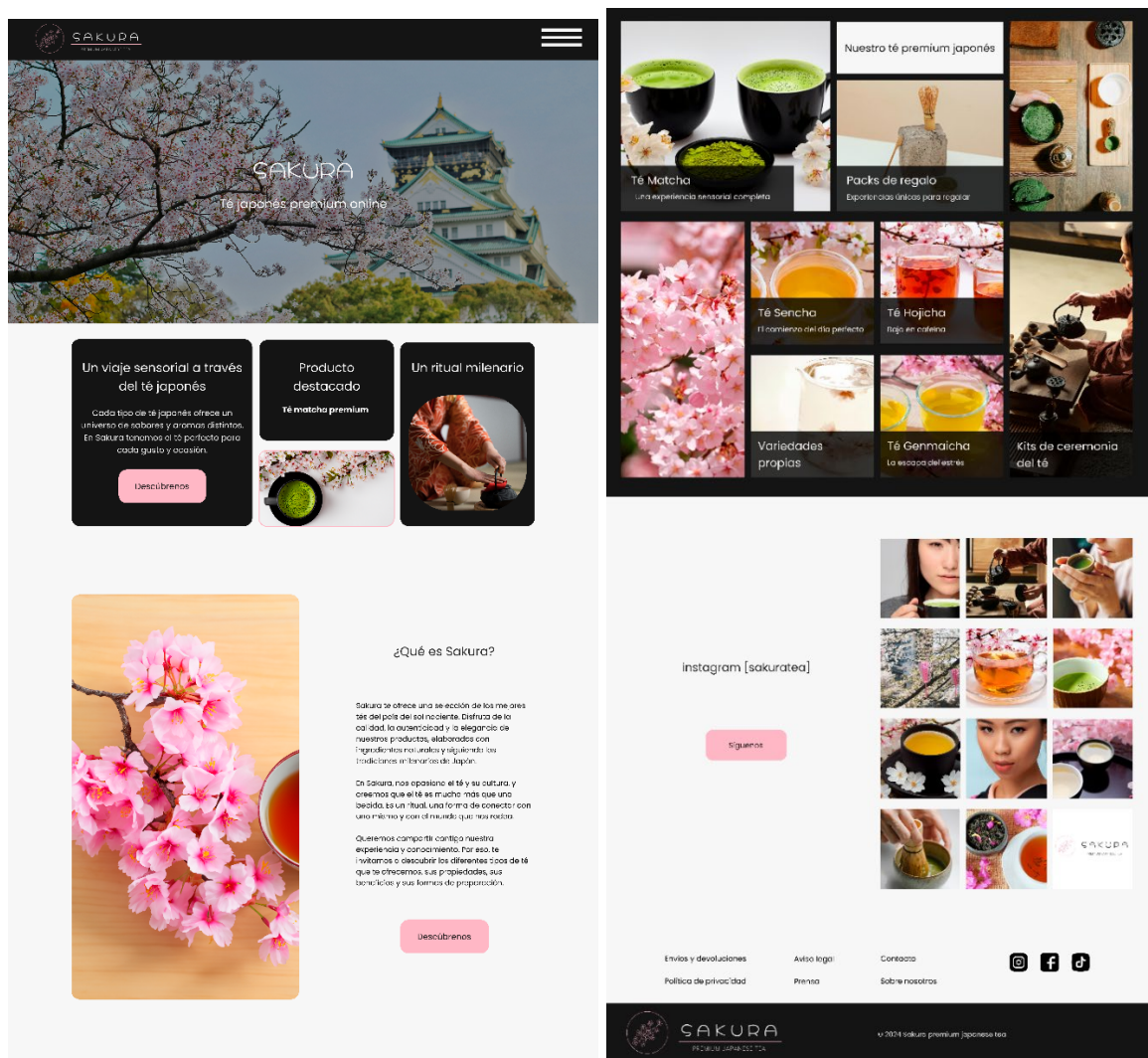


Figura 36. Prototipo home escritorio

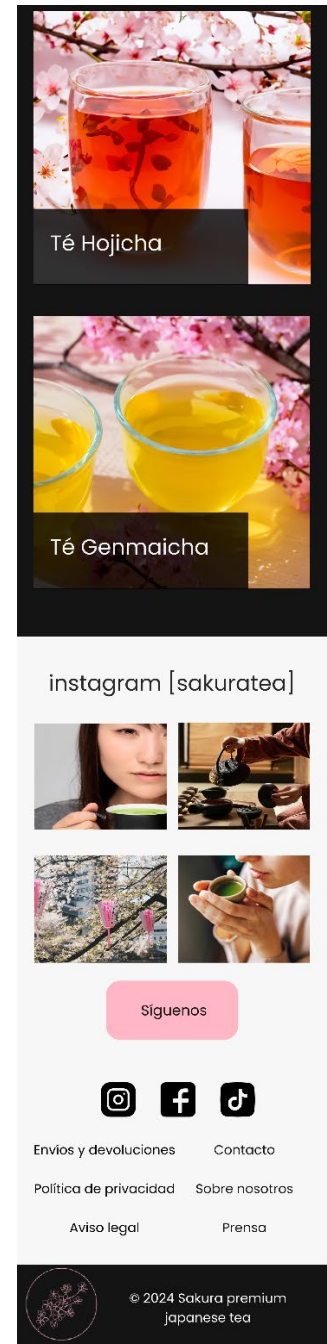
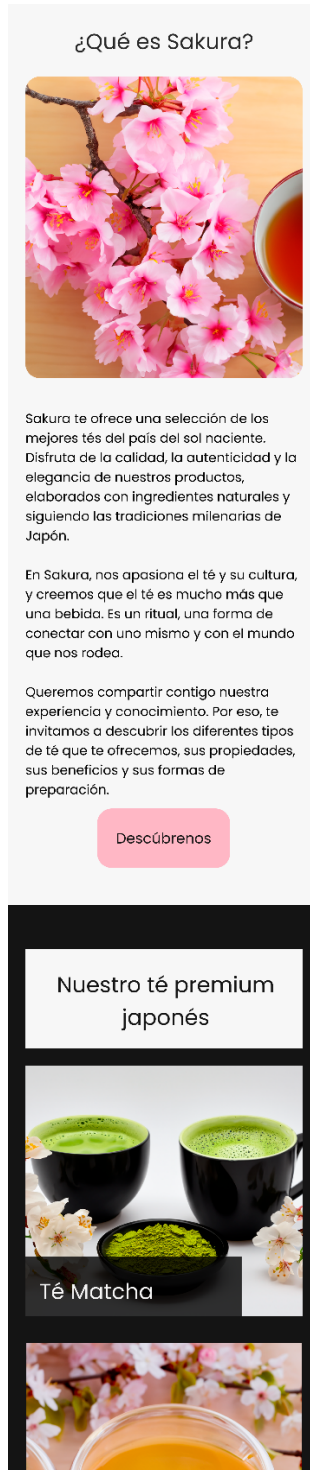


Figura 37. Prototipo home móvil

3.4.2. Menú



Figura 38. Prototipo menú escritorio



Figura 39. Prototipo menú móvil

3.4.3. Producto






Té Matcha Premium

★★★★☆ (1.000) €19,99 EUR

Sakura te invita a sumergirte en la tradición milenaria del té japonés con nuestro Té Matcha Premium. Cultivado en las exuberantes plantaciones de Uji, Kioto, este matcha de grado ceremonial se obtiene de las hojas más tiernas de la planta Camellia sinensis, cuidadosamente seleccionadas y molidas hasta un polvo fino y vibrante de color verde esmeralda.

Un tesoro de bienestar en cada taza:

- Energía natural y sostenida: Disfruta de una oleada de energía vibrante y duradera sin experimentar nerviosismo o ansiedad, gracias a la L-teanina, un aminoácido que promueve la calma y la concentración.
- Riqueza antioxidante: Matcha es un tesoro de antioxidantes, incluyendo catequinas y EGCG, que combaten los radicales libres y protegen las células de tu cuerpo.
- Sabores excepcionales: Degusta un sabor umami profundo y complejo, con notas dulces y terrosas que deleitarán tu paladar.
- Ritual de bienestar: Prepara tu matcha con el tradicional batidor chasen y sumérgete en un momento de paz y mindfulness.

Cómo prepararlo

1. Calienta el agua hasta unos 80°C.
2. Utiliza una cucharadita de matcha en polvo de grado ceremonial por cada 70 ml de agua.
3. Tamiza el matcha (opcional).
4. Agrega el agua caliente lentamente.
5. Bate el matcha.
6. Disfruta.

Si te gusta el matcha latte, puedes agregar leche de vaca, leche vegetal o incluso un poco de crema batida.



Únete a la comunidad Sakura

Explora nuestro universo de té japonés en nuestra página web y redes sociales, donde encontrarás recetas, consejos y eventos para profundizar en la cultura del té.

[Ver comunidad](#)

Productos relacionados



Té Genmaicha



Té Hojicha



Té Sencha

[Envíos y devoluciones](#)

[Política de privacidad](#)

[Aviso legal](#)

[Prensa](#)

[Contacto](#)

[Sobre nosotros](#)





© 2024 Sakura premium japanese tea

Figura 40. Prototipo producto escritorío

SAKURA

Té Matcha Premium

★★★★☆ (1.000) €19,99 EUR

Sakura te invita a sumergirte en la tradición milenaria del té japonés con nuestro Té Matcha Premium. Cultivado en las exuberantes plantaciones de Uji, Kioto, este matcha de grado ceremonial se obtiene de las hojas más tiernas de la planta *Camellia sinensis*, cuidadosamente seleccionadas y molidas hasta un polvo fino y vibrante de color verde esmeralda.

Un tesoro de bienestar en cada taza:

- **Energía natural y sostenida:** Disfruta de una oleada de energía vibrante y duradera sin experimentar nerviosismo o ansiedad, gracias a la L-teanina, un aminoácido que promueve la calma y la concentración.
- **Riqueza antioxidante:** Matcha es un tesoro de antioxidantes, incluyendo catequinas y EGCG, que combaten los radicales libres y protegen las células de tu cuerpo.
- **Sabores excepcionales:** Degusta un sabor umami profundo y complejo, con notas dulces y terrosas que deleitarán tu paladar.
- **Ritual de bienestar:** Prepara tu matcha con el tradicional batidor chasen y sumérgete en un momento de paz y mindfulness.

Cómo prepararlo

1. Calienta el agua hasta unos 80°C.
2. Utiliza una cucharadita de matcha en polvo de grado ceremonial por cada 70 ml de agua.
3. Tamiza el matcha (opcional).
4. Agrega el agua caliente lentamente.
5. Bate el matcha.
6. Disfruta.

Si te gusta el matcha latte, puedes agregar leche de vaca, leche vegetal o incluso un poco de crema batida.

Únete a la comunidad Sakura

Explora nuestro universo de té japonés en nuestra página web y redes sociales, donde encontrarás recetas, consejos y eventos para profundizar en la cultura del té.

Ver comunidad

Productos relacionados

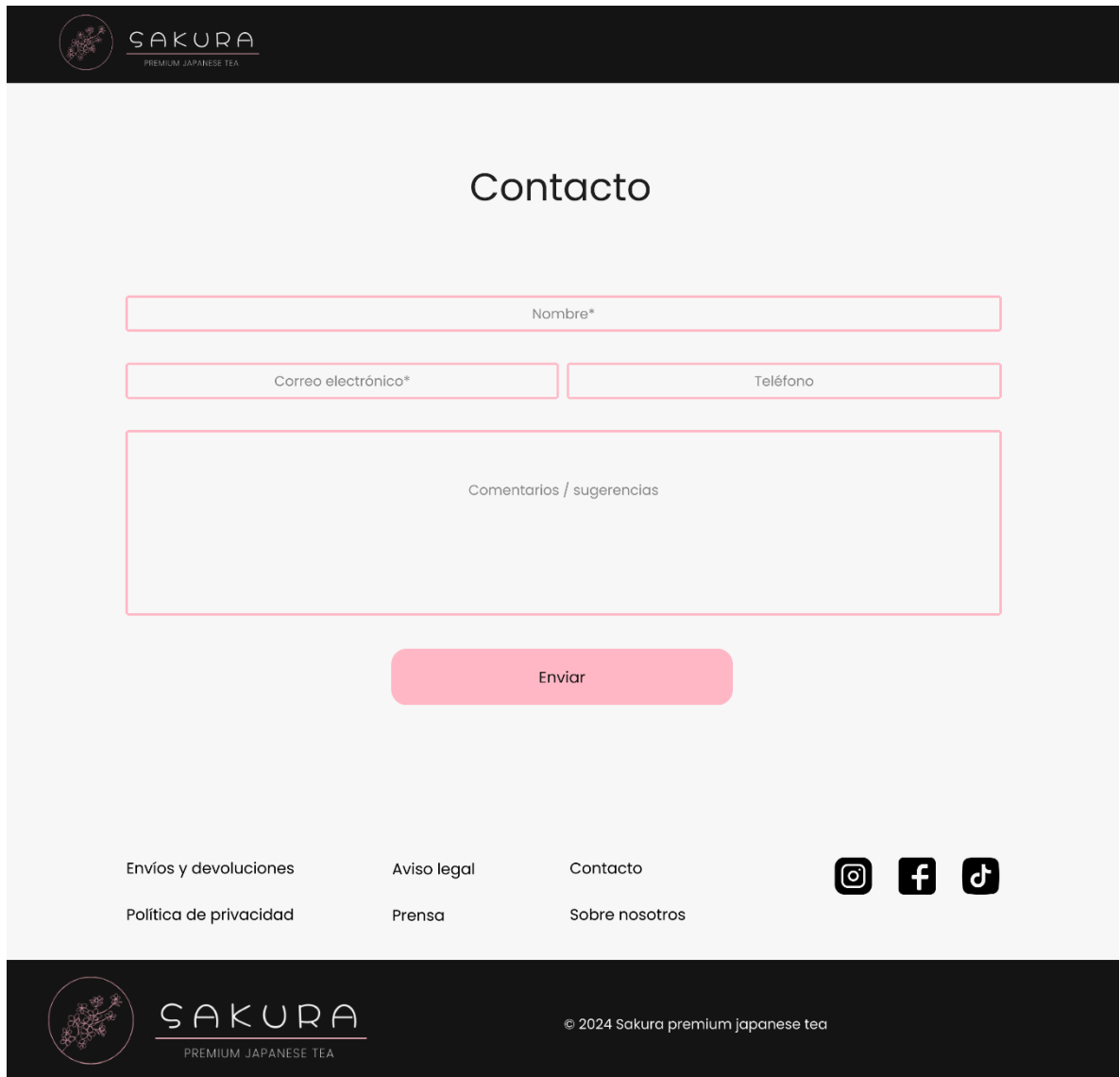
Té Genmaicha

Té Hojicha

Té Sencha

Figura 41. Prototipo producto móvil

3.4.4. Contacto



SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

Contacto




Nombre*

Correo electrónico* Teléfono

Comentarios / sugerencias

Enviar

Envíos y devoluciones Aviso legal Contacto
Política de privacidad Prensa Sobre nosotros

SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

© 2024 Sakura premium japanese tea

Figura 42. Prototipo contacto escritorío





SAKURA

PREMIUM JAPANESE TEA



Contacto

Comentarios / sugerencias

Enviar





Envíos y devoluciones

Política de privacidad

Aviso legal

Contacto

Sobre nosotros

Prensa



© 2024 Sakura premium
japanese tea

Figura 43. Prototipo contacto móvil

3.5. Diseño final en Wordpress

3.5.1. Home

Para el diseño final, he intercambiado la foto del hero por una de té matcha que salía debajo y he aumentado su tamaño a pantalla completa. También he añadido dos botones como llamadas a la acción.

Web en vivo: <https://ggarciasami.com/sakura/>

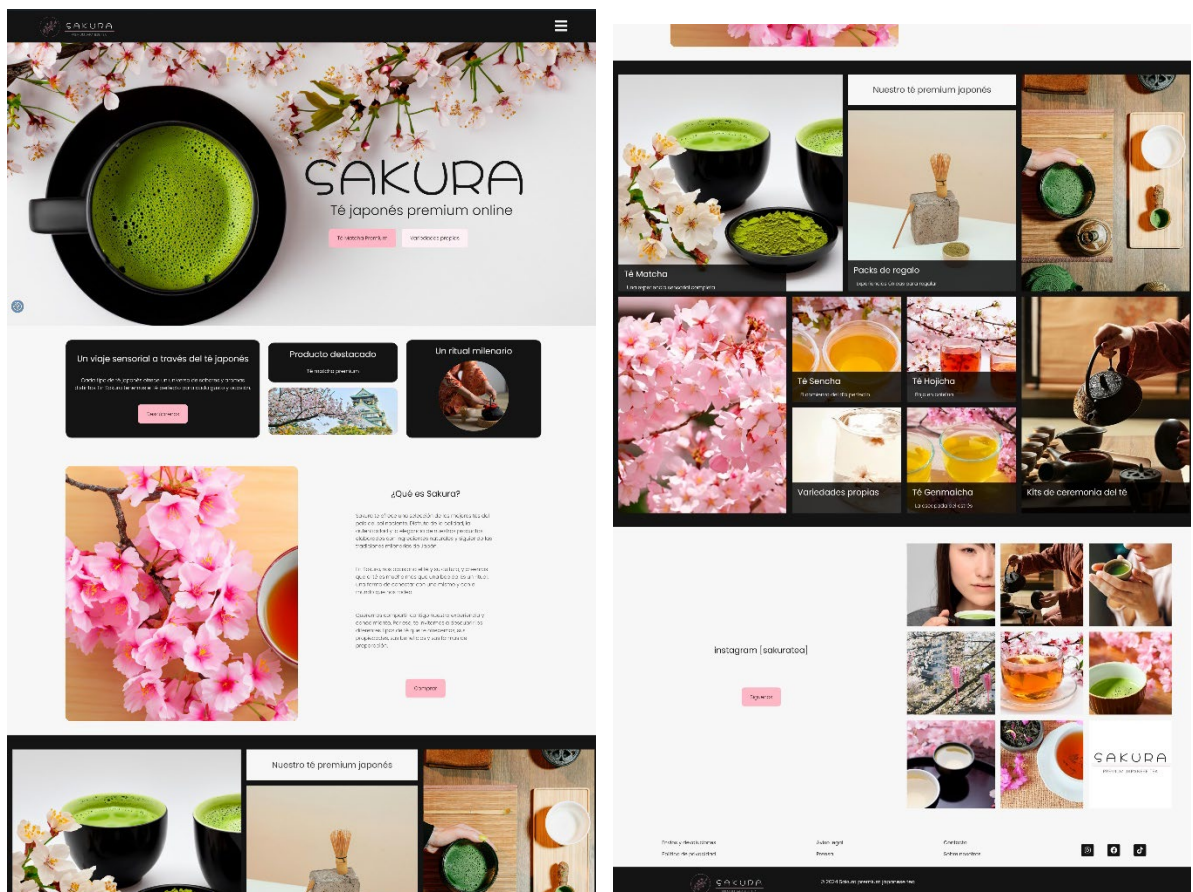


Figura 44. Diseño final home escritorio

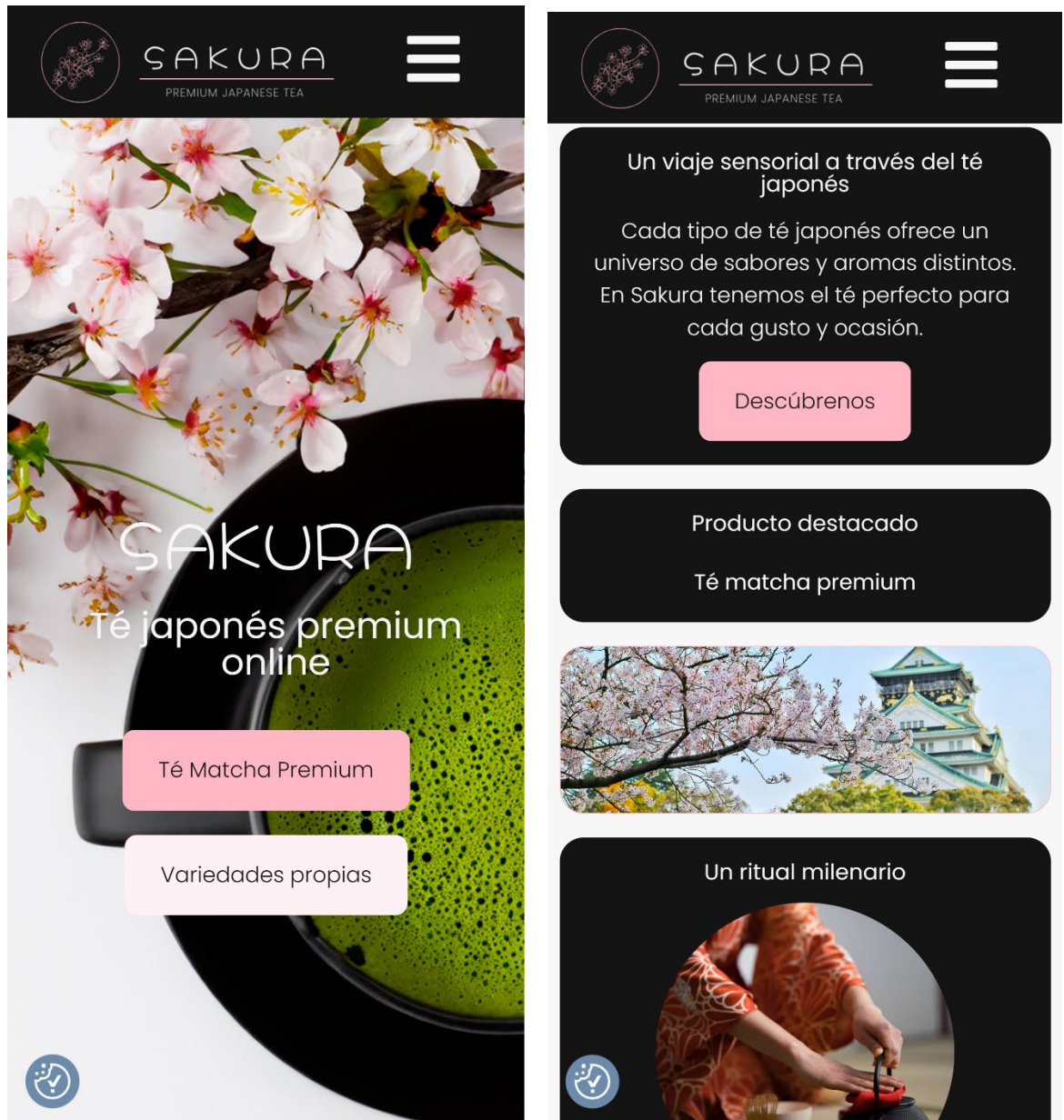


Figura 45. Diseño final home móvil

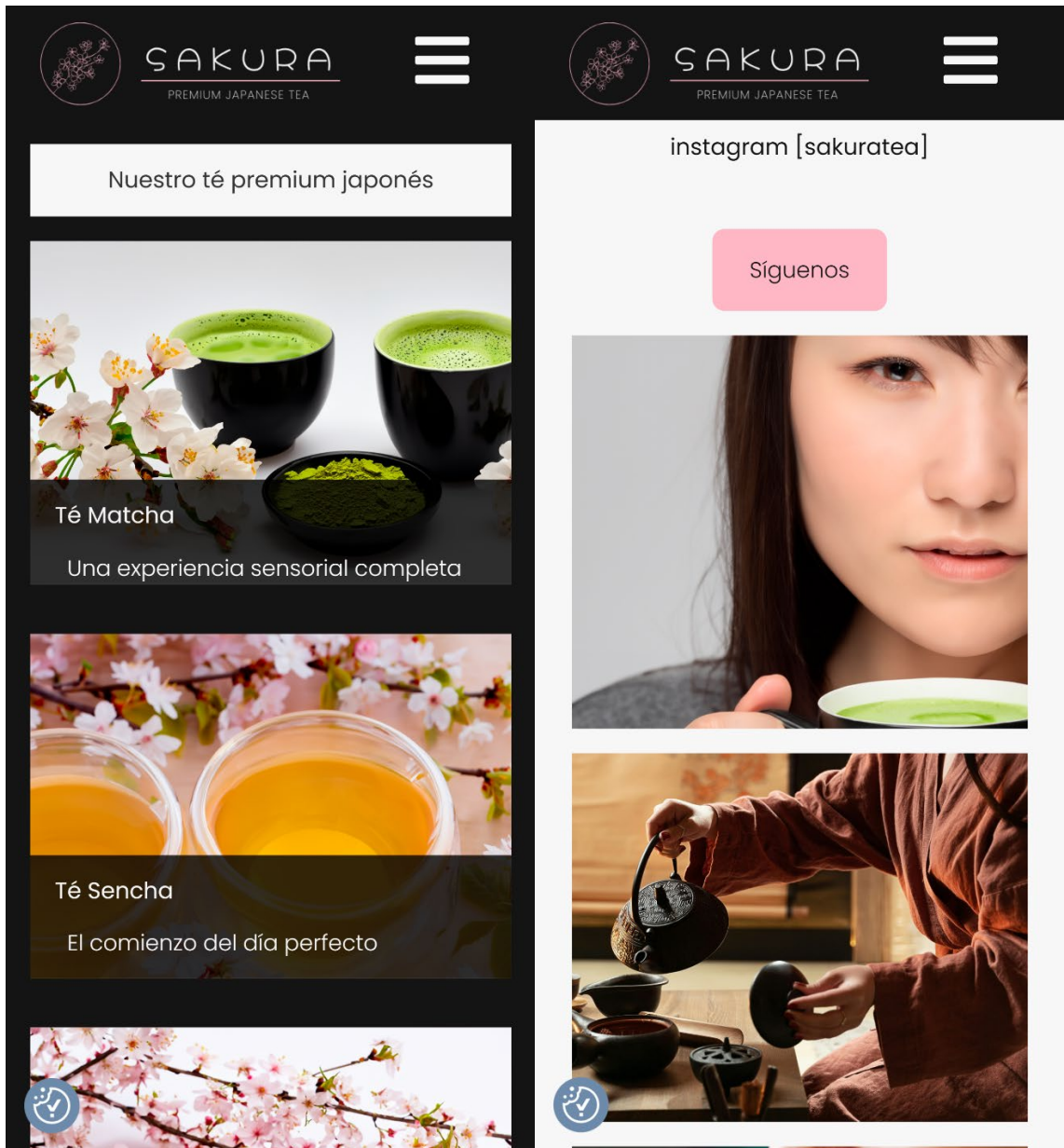


Figura 46. Diseño final home móvil

3.5.2. Menú

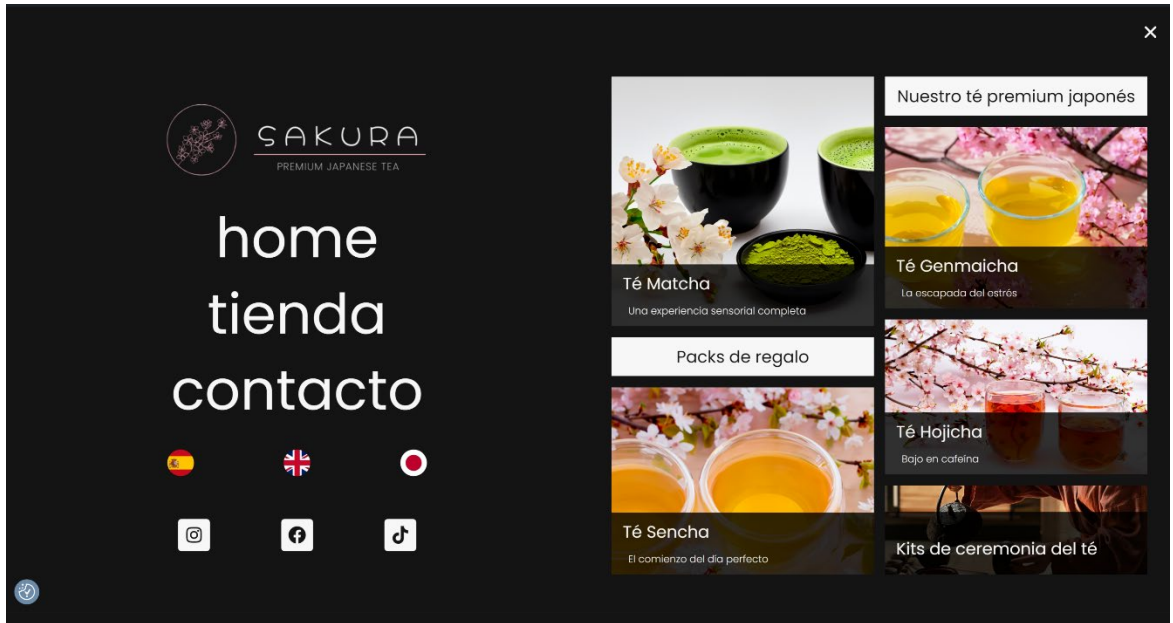


Figura 47. Diseño final menú escritorio



Figura 48. Diseño final menú móvil

3.5.3. Producto

<https://ggarciasami.com/te-matcha-premium/>

SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

Té Matcha Premium

★★★★★ (1,000) €19,99 EUR

Sakura te invita a sumergirte en la tradición milenaria del té japonés con nuestro Té Matcha Premium. Cultivado en las exuberantes plantaciones de Uji, Kioto, este matcha de grado ceremonial se obtiene de las hojas más tiernas de la planta Camellia sinensis, cuidadosamente seleccionadas y molidas hasta un polvo fino y vibrante de color verde esmeralda.

Un tesoro de bienestar en cada taza:

- Energía natural y sostenida: Disfruta de una oleada de energía vibrante y duradera sin experimentar nerviosismo o ansiedad, gracias a la L-teanina, un aminoácido que promueve la calma y la concentración.
- Riqueza antioxidante: Matcha es un tesoro de antioxidantes, incluyendo catequinas y EGCG, que combaten los radicales libres y protegen las células de tu cuerpo.
- Sabores excepcionales: Degusta un sabor umami profundo y complejo, con notas dulces y terrosas que deleitarán tu paladar.
- Ritual de bienestar: Prepara tu matcha con el tradicional batidor chasen y sumérgete en un momento de paz y mindfulness.

Cómo prepararlo

1. Calienta el agua hasta unos 80°C.
2. Utiliza una cucharadita de matcha en polvo de grado ceremonial por cada 70 ml de agua.
3. Tamiza el matcha (opcional).
4. Agrega el agua caliente lentamente.
5. Bate el matcha.
6. Disfruta.

Si te gusta el Matcha Latte, puedes agregar leche de vaca, vegetal o incluso un poco de crema batida.

Únete a la comunidad Sakura

Explora nuestro universo de té japonés en nuestra página web y redes sociales, donde encontrarás recetas, consejos y eventos para profundizar en la cultura del té.

[Ver comunidad](#)

Productos relacionados

- Té Genmaicha
- Té Hojicha
- Té Sencha

Envíos y devoluciones
Política de privacidad

Aviso legal
Prensa

Contacto
Sobre nosotros

© 2024 Sakura premium japanese tea

Figura 49. Diseño final producto escritorio




Té Matcha Premium

★★★★★ (1000) €19,99 EUR

Sakura te invita a sumergirte en la tradición milenaria del té japonés con nuestro Té Matcha Premium. Cultivado en las exuberantes plantaciones de Uji, Kioto, este matcha de grado ceremonial se obtiene de las hojas más tiernas de la planta Camellia sinensis, cuidadosamente seleccionadas y molidas hasta un polvo fino y vibrante de color verde esmeralda.

Un tesoro de bienestar en cada taza:

- Energía natural y sostenida: Disfruta de una oleada de energía vibrante y duradera sin experimentar nerviosismo o ansiedad, gracias a la L-teanina, un aminoácido que promueve la calma y la concentración.
- Riqueza antioxidante: Matcha es un tesoro de antioxidantes, incluyendo catequinas y EGCG, que combaten los radicales libres y protegen las células de tu cuerpo.
- Sabores excepcionales: Degusta un sabor umami profundo y complejo, con notas dulces y terrosas que deleitarán tu paladar.
- Ritual de bienestar: Prepara tu matcha con el tradicional batidor chasen y sumérgete en un momento de paz y mindfulness.

Cómo prepararlo

1. Calienta el agua hasta unos 80°C.
2. Utiliza una cucharadita de matcha en polvo de grado ceremonial por cada 70 ml de agua.
3. Tamiza el matcha (opcional).
4. Agrega el agua caliente lentamente.
5. Bate el matcha.
6. Disfruta.

Si te gusta el Matcha Latte, puedes agregar leche de vaca, vegetal o incluso un poco de crema batida.



Únete a la comunidad Sakura

Explora nuestro universo de té japonés en nuestra página web y redes sociales, donde encontrarás recetas, consejos y eventos para profundizar en la cultura del té.

Ver comunidad

Productos relacionados



Té Genmaicha



Té Hojicha



Té Sencha



Contacto

Sobre nosotros

Aviso legal

Prensa

Envíos y devoluciones

Política de privacidad



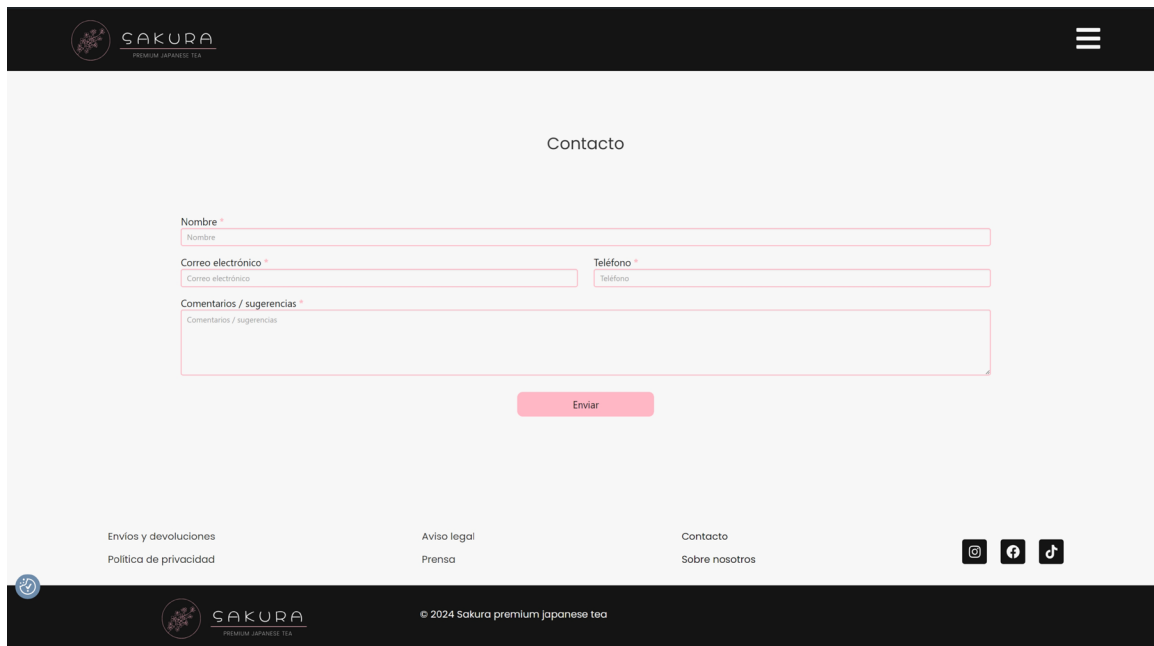
SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

© 2024 Sakura premium japanese tea

Figura 50. Diseño final producto móvil

3.5.4. Contacto

<https://ggarciasami.com/sakura-contact/>



SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

☰

Contacto

Nombre *

Nombre

Correo electrónico *

Correo electrónico

Teléfono *

Teléfono

Comentarios / sugerencias *

Comentarios / sugerencias

Enviar

Envíos y devoluciones
Política de privacidad

Aviso legal
Prensa

Contacto
Sobre nosotros

Instagram Facebook TikTok

SAKURA
PREMIUM JAPANESE TEA

© 2024 Sakura premium japanese tea

Figura 51. Diseño final contacto escritorio

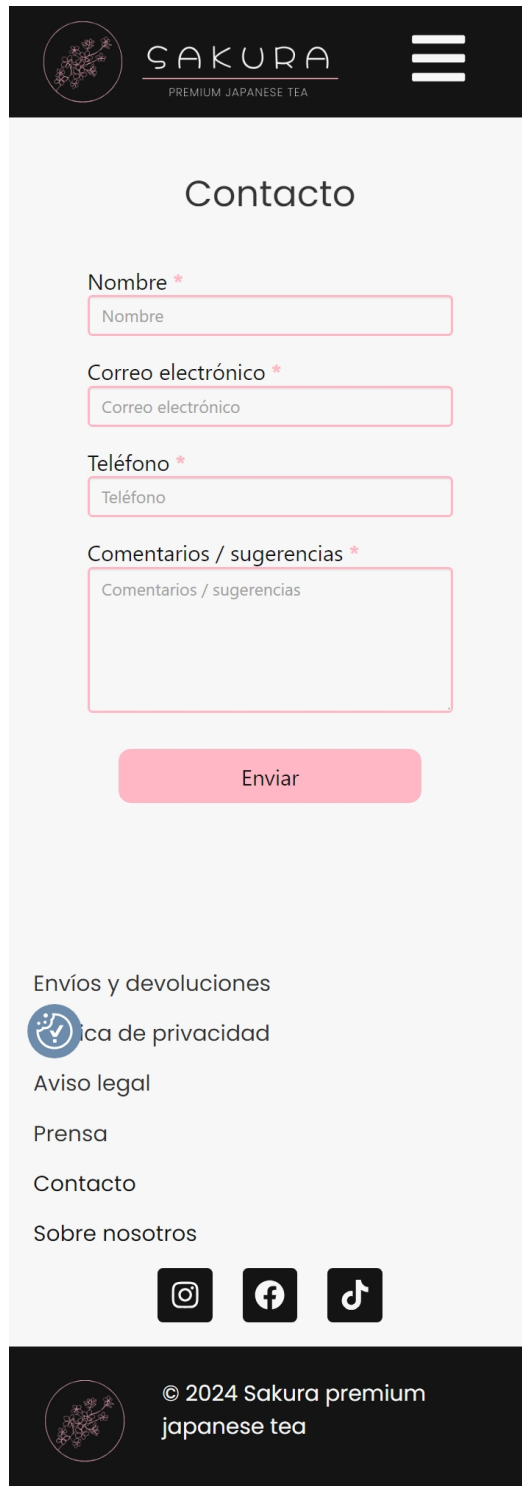


Figura 52. Diseño final contacto móvil

3.6. Packaging

3.6.1. Cajas de transporte

Siguiendo la línea de sostenibilidad de Sakura, se proponen conceptos de embalaje de cartón reciclado y reciclable, minimizando el impacto ambiental.

Los diseños se basan en una caja limpia en color #F7F7F7 con el logo en la parte superior. En la parte frontal se aprecia un bloque texto y un código QR a la web.



Figura 53. Caja de transporte

3.6.2. Envases de té compostables

Se reemplazan los materiales tradicionales por opciones compostables, de celulosa o fibra de caña de azúcar o de trigo¹³, pudiéndose utilizar como compost.



Figura 54. Envase de té compostable. Versión té sakura

3.6.3. Envases de almacenamiento

A parte de los envases compostables, también se ofrece la opción de un recipiente de almacenamiento de aluminio reutilizable. Varios modelos disponibles.



Figura 55. Envase de almacenamiento de aluminio

3.6.4. Folleto explicativo

Dentro del primer pedido del cliente se incluye un folleto informativo donde se explica cómo preparar el té seleccionado y se incluye información sobre la marca Sakura.



Figura 56. Folleto explicativo. Versión té matcha

3.7. Marketing y presencia en redes sociales

3.7.1. Aplicaciones

Aplicaciones del logo e ilustraciones en diversos elementos:



Figura 57. Portafolios, sobre y tarjeta a dos caras



Figura 58. Diseño de taza con logo



Figura 59. Diseño de cuadro con ilustración

3.7.2. Redes sociales

Instagram permite varias opciones a la hora de hacer una publicación, no obstante, siempre se recortarán en formato cuadrado en el grid de usuario. Es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Para la relación de aspecto 1:1, es decir, para publicaciones cuadradas, se recomienda una dimensión de 1080 x 1080 px.
- En cuanto a las publicaciones verticales, lo ideal sería respetar la relación de aspecto 9:16, y para ello, las dimensiones recomendadas son 1920 x 1080 px.

La composición común será la de formato cuadrado para las publicaciones (posts) y de formato vertical para las historias (stories). El color siempre será de la paleta de colores primarios y secundarios propuesta.

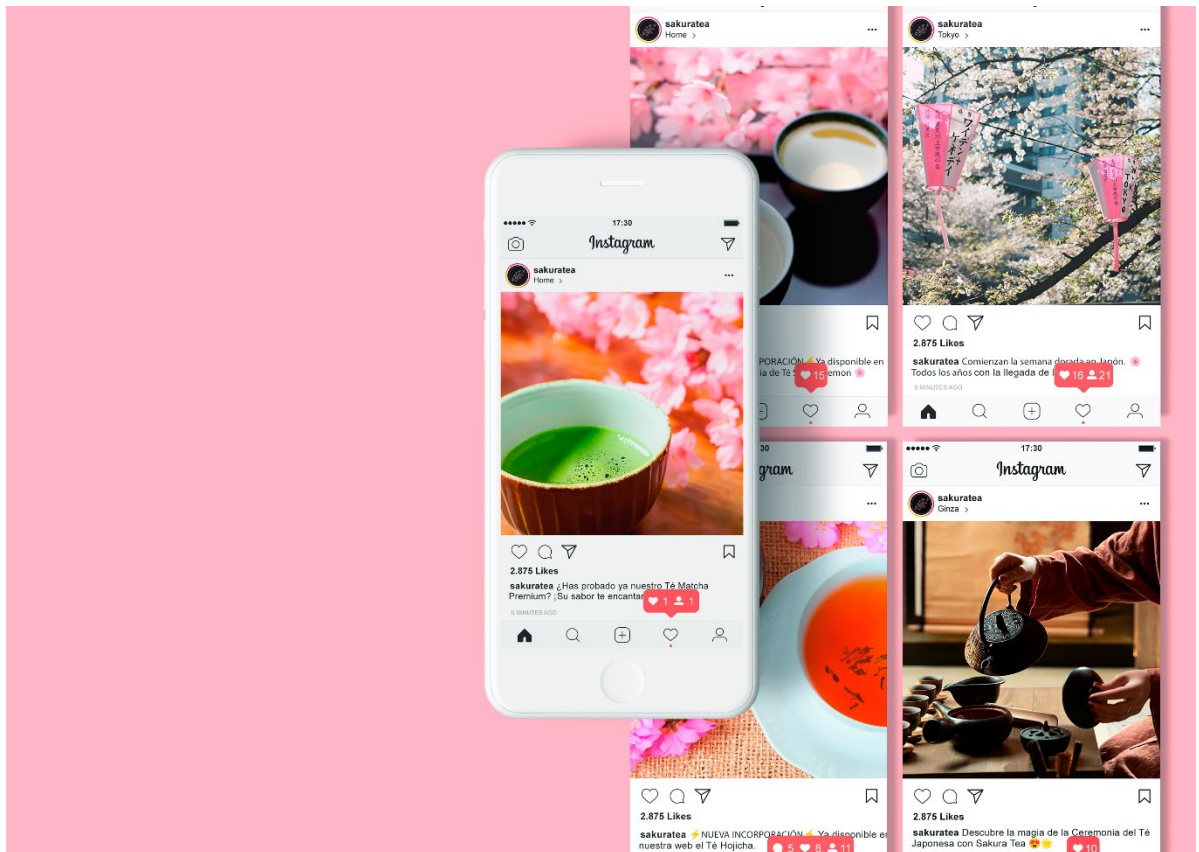


Figura 60. Propuesta publicaciones cuadradas



Figura 61. Propuesta historias verticales

4. Conclusiones y trabajos futuros

Quiero usar este apartado para reflejar el éxito y la calidad del trabajo realizado. Los resultados obtenidos han superado las expectativas iniciales, destacando por su excelencia en el diseño web y packaging. Se ha logrado un equilibrio entre la creatividad y la funcionalidad, alcanzando todas las metas propuestas con gran dedicación.

En cuanto a la planificación y metodología, se ha mantenido la disciplina necesaria para una ejecución fluida y eficiente del proyecto. Aunque la estrategia inicial fue adecuada, se realizaron ajustes a lo largo del trabajo.

Pese a que el proyecto ha culminado con éxito, existen oportunidades de trabajo futuro que prometen una evolución continua de la marca "Sakura". La expansión del branding a otras aplicaciones y la integración de un producto real son caminos prometedores que quedan por explorar.

5. Glosario

1. Sakura

Flor de cerezo en japonés.

2. Branding

Trabajo de creación de la identidad visual de la marca siguiendo su posicionamiento, propósito y valores.

3. Brand Book

Manual corporativo en el cual se definen los elementos visuales (logotipo, colores corporativos, imágenes o aplicaciones en distintos formatos) y los valores que constituyen la marca (misión, visión, concepto de la marca los objetivos que se pretende alcanzar).

4. Packaging

Envoltorio de los productos. Idealmente, un buen packaging mantiene las cualidades del producto y ayuda a promocionarlo.

5. Wireframes

En el diseño web, un wireframe es una representación visual en escala de grises de la estructura de una página web o aplicación móvil.

6. Prototipos

En el diseño web, los prototipos son representaciones visuales en más detalle de la estructura de una página web o aplicación móvil. Se consideran el último paso antes de la creación de la web definitiva.

7. Mockups

Representación de alta fidelidad de un diseño de producto terminado. La maqueta puede ser de varios tipos: textiles, elementos decorativos, pantallas de dispositivos...

8. Moodboard

Recurso visual que sirve para comunicar ideas a través de collages de imágenes, fotografías y otros elementos. Su principal objetivo es la transmisión de un concepto.

9. Buyer persona

Construcción ficticia del cliente ideal de la empresa o proyecto. Ayuda a entender al cliente potencial, sus verdaderas necesidades y preocupaciones.

10. Wordpress

Software de código abierto usado para crear webs, blogs y aplicaciones.

11. Elementor

Plugin de WordPress que permite crear y diseñar páginas web gracias a su función de «arrastrar-soltar», widgets y bloques predefinidos.

12. Hero image

Fotografías, gráficos o videos que ven inmediatamente los visitantes al entrar a un sitio web.

13. Call To Action (CTA)

Botón de llamada a la acción. Utilizado para llevar a los usuarios a realizar una acción en la web (rellenar el formulario de contacto, suscribirse...)

14. Look and Feel

El look and feel consiste en todo lo que vemos y sentimos que hace que lo relacionemos con una marca en sí, más allá de la parte digital.

15. Té matcha

Té verde en polvo de color verde intenso, que se popularizó gracias a los monjes Zen de Japón.

16. Grid

Grid es cuadrícula en inglés, así que en diseño web podemos traducirlo como diseño de cuadrícula. Se trata de un recurso para poder distribuir un sitio web en una cuadrícula teniendo el control total sobre la posición de los elementos, tanto en las filas, como en las columnas.

17. Bento

Una cuadrícula bento es un diseño que se inspira de la caja de comida para el almuerzo de la cultura japonesa. Este diseño se divide en varias secciones o cuadrículas de diferentes tamaños y formas similar a las loncheras Bento.

6. Bibliografía

1. 5 Most Popular Japanese Teas. (2022, abril 30). *Arigato Travel*.
<https://arigatojapan.co.jp/5-most-popular-japanese-teas/>
2. 9 Innovative Web Design Trends for 2024. (s. f.). *Vistaprint Ideas and Advice US*. Recuperado 25 de marzo de 2024, de
<https://www.vistaprint.com/hub/web-design-trends/>
3. Behance. (2020, julio 22). *Rabea Tea*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/100918115/Rabea-Tea>
4. Behance. (2023a, julio 11). *Design concept for tea packaging*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/175040243/Design-concept-for-tea-packaging>
5. Behance. (2023b, julio 26). *Tea brand, tea, logo & brand identity | packaging*. Behance. <https://www.behance.net/gallery/176209637/Tea-brand-tea-logo-brand-identity-packaging>
6. Behance. (2023c, septiembre 24). *Ahmad Tea Packaging*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/180768457/Ahmad-Tea-Packaging>

7. Behance. (2024a, febrero 3). *Mochi shop | Landing page*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/164363115/Mochi-shop-Landing-page>
8. Behance. (2024b, marzo 29). *Chado /matcha shop /brand identity*.
Behance. <https://www.behance.net/gallery/195057695/Chado-matcha-shop-brand-identity>
9. Behance. (2024c, abril 22). *GOKAGO*. Behance.
<https://www.behance.net/gallery/173122945/GOKAGO>
10. *Bento Hero Banner WordPress Tutorial—Elementor—YouTube*. (s. f.).
Recuperado 20 de marzo de 2024, de
https://www.youtube.com/watch?v=54uVE8ZEBo&t=558s&ab_channel=WebSquadron
11. Compass, B. (s. f.). *20 Web Design Trends For 2024 Website Design Inspiration*. Recuperado 25 de marzo de 2024, de
<https://www.bluecompass.com/blog/web-design-trends-to-watch-for>
12. *Elementor One Page Home Blog Tutorial—30 mins—Loop Layout—Elementor Wordpress Tutorial—YouTube*. (s. f.). Recuperado 20 de marzo de 2024, de

https://www.youtube.com/watch?v=4vKkVU3Dvos&ab_channel=WebSquadron

13. *Envases compostables*. (s. f.). Recuperado 6 de mayo de 2024, de

<https://envanature.com/envases-compostables>

14. *Free & Premium Photorealistic PSD Mock-Ups for Branding*. (s. f.).

ZippyPixels. Recuperado 25 de abril de 2024, de

<https://zippypixels.com/products/mockups/>

15. *Free Mockups*. (s. f.). Recuperado 25 de abril de 2024, de

<https://www.anthonyboyd.graphics/mockups-collection/>

16. *GraphicBurger*. (s. f.). Recuperado 25 de abril de 2024, de

<https://graphicburger.com/>

17. *Hachi Maru Pop*. (s. f.). Google Fonts. Recuperado 15 de marzo de 2024, de

<https://fonts.google.com/specimen/Hachi+Maru+Pop>

18. Hunt, M. (s. f.). *Mockup Hunt | The Best Free Psd Mockups Curated from*

Trusted Websites. Mockup Hunt. Recuperado 25 de abril de 2024, de

<https://mockuphunt.co/>

19. José Manuel Martín Saborido. (2020). *La creación de una marca: Teoría y práctica*. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/119186>
20. Kaycinho The Digital Alchemist (Director). (2021, agosto 11). *Full Screen Menu Elementor Pro*. https://www.youtube.com/watch?v=i_WUewRAzVU
21. *Poppins*. (s. f.). Google Fonts. Recuperado 15 de marzo de 2024, de <https://fonts.google.com/specimen/Poppins>
22. Rubén González Domínguez. (2024). *Elaboración de la identidad gráfica de una consultoría dietética*. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/149780>
23. Silvia Bosch. (s. f.). *Qué es el Look & Feel de tu marca | Domestika*. Recuperado 4 de marzo de 2024, de <https://www.domestika.org/es/blog/7799-que-es-el-look-feel-de-tu-marca>
24. *Web Design Trends 2024: Sectioning Away with the Bento Grid*. (2023, diciembre 21). <https://www.objectstyle.com/blog/next-year-web-design-trends-and-predictions>

Las fotografías y vídeos han sido generadas con la IA de Photoshop y Adobe Firefly o han sido obtenidas de plataformas como Pinterest, Pexels y Freepik, de uso gratuito sin necesidad de atribución.

7. Anexos

Se anexa el libro de marca de Sakura.