



**Nombre del alumno:**

**Josué Andrés Chong García**

**Nombre de la maestra:**

**Maria Eugenia Pedrueza Cano**

**Materia:**

**Marca**

**(según plataforma dibujo de la figura humana)**

**Nombre del trabajo:**

**1. INVESTIGACIÓN DE 5 MARCAS DE ACUERDO A LA CLASIFICACIÓN DEL NOMBRE DE MARCA**

**2. INVESTIGACIÓN DE LA MARCA APPLE**

**Grado:**

**Tercer Cuatrimestre**

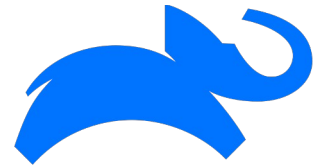
# Marcas Descriptivas

Descriptiva es aquella que provee información respecto de la empresa o características del producto.

- Cocina italoestadounidense, que incluye pizza y pasta, así como guarniciones y postres.



- Animal Planet es un canal de televisión por suscripción estadounidense lanzado en 1996. Es propiedad de Warner Bros.



**animal planet**

- Starbucks es una cadena internacional de cafeterías. Fue fundada en 1971, en Seattle, estado de Washington, Estados Unidos.



- Burger King, también conocida como BK, es una cadena de establecimientos de comida rápida estadounidense especializada principalmente en la elaboración de hamburguesas



- Dunkin' es una cadena multinacional de franquicias de tipo cafetería especializada en donuts.



# Marcas Patronímicas

Se denomina Patronímica cuando se selecciona un nombre propio, que puede hacer referencia al fundador, a la institución, al inventor, a un grupo.

- **Tommy Hilfiger Corporation y Tommy Hilfiger Inc.** es un diseñador de moda estadounidense, fundador de la empresa que lleva su nombre.



- **Hugo Boss** es una casa de moda de lujo alemana, fundada en 1924 en Metzingen, cerca de Stuttgart, por Hugo Ferdinand Boss y Fran Rides.



- **The Walt Disney Company** o simplemente **Disney**, es el medio de comunicación y entretenimiento estadounidense más grande del mundo. Fundadores:Walt Disney,Roy O. Disney



- **Lacoste** es una empresa francesa fabricante de artículos de lujo, con sede central en la ciudad de París. Fundadores:René Lacoste,André Gillier



- **Ford Motor Company**, es una empresa multinacional de origen estadounidense, especializada en la industria automotriz. Fundador:Henry Ford



# Marcas Toponímicas

Las Toponímicas expresan el lugar de origen de la empresa o la precedencia de los productos, suponiendo que esto sea un valor agregado.

- Es un logotipo que se usa como un denominador de origen para productos mexicanos. El logotipo no es de uso libre o abierto, a pesar de que su uso es gratuito si es previamente autorizado.
- El Malibú es un licor hecho en las Barbados de extracto natural de coco a base de ron. Tiene un contenido en alcohol del 20% de volumen. La marca es propiedad de Pernod Ricard.
- Finlandia es una marca de vodka producida en Finlandia. Está hecho de cebada destilada en un espíritu neutro en el pueblo de Koskenkorva en Ilmajoki, operado por Altia Corporation de Finlandia.
- Banco Santander, conocido comercialmente como Santander, es un banco español con domicilio social en Santander, Cantabria. Fundación: 1857, Santander, España
- Aerolíneas Argentinas es la línea aérea de bandera de la República Argentina, dedicada al transporte comercial de pasajeros y carga. Es la aerolínea estatal más grande de América Latina.



# Marcas Contracción

Las marcas de Contracción se produce cuando se reduce una nomenclatura más amplia, que puede ser el nombre del fundador, o el producto.

- Es una institución financiera mexicana, filial de la entidad española Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. En el año 2000, Bancomer fue adquirido por BBVA.



- BMW pronunciación alemana, es un fabricante alemán de automóviles y motocicletas de alta gama y lujo. Sus subsidiarias son Mini, Rolls-Royce y BMW Bank.



- DHL es una empresa de logística internacional alemana que ofrece servicios de mensajería, entrega de paquetes y correo urgente.



- El Instituto Mexicano del Seguro Social es un organismo descentralizado del gobierno federal mexicano sectorizado a la Secretaría de Salud dedicada a brindar servicios de salud y de seguridad social



- Finanzas personales: HSBC suministra servicios financieros a más de 125 millones de clientes alrededor de todo el mundo.



# Marcas Simbólicas

Es Simbólica cuando existe una relación metafórica de la empresa o el producto con la imagen que se selecciona.

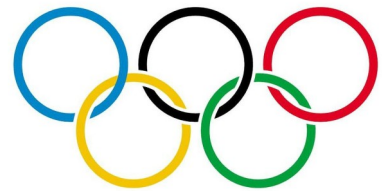
- **Playboy es una revista de entretenimiento para adultos, fundada en Chicago, Illinois en 1953 por Hugh Hefner.**



- **Timberland es una compañía estadounidense de accesorios, calzado y ropa deportiva o de montaña en la que trabajan unas 5.500 personas en todo el mundo.**



- **Los Juegos Olímpicos de Verano, oficialmente conocidos como los Juegos de la Olimpiada, son un evento multideportivo internacional organizado cada cuatro años bajo la supervisión del Comité Olímpico Internacional.**



- **Xbox es una marca de videojuegos creada por y propiedad de Microsoft que incluye una serie de videoconsolas desarrolladas por la misma compañía.**



- **Spotify es una empresa de servicios multimedia sueca fundada en 2006, cuyo producto es la aplicación homónima empleada para la reproducción de música vía streaming.**



## Historia de apple.

Desde sus comienzos Apple se convirtió en un referente en la identidad corporativa de equipos de tecnología casera. En 1977 Steve Jobs, vio la necesidad de crear un producto que por su misma imagen se pudiese diferenciar del resto, sobretodo de su competencia IBM y genéricos de PC.

La imagen corporativa de Apple debía ser integral, destacando la ventaja tecnología que tenían sobre su competencia. La identidad e innovación tecnológicas serían sus fortalezas.

### LOGO

El primero: un homenaje a Isaac Newton

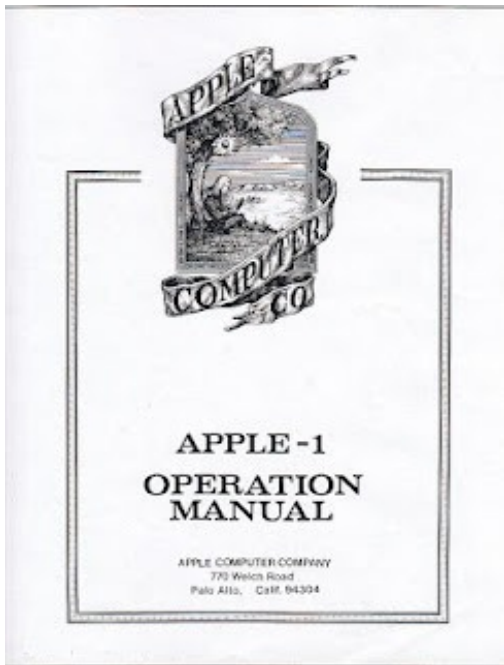


**Este primer logo duró poco, fue el utilizado durante tan sólo un año** ya que a parte de estar sumamente recargado siendo más una ilustración que un logo que refleje el espíritu de innovación y tecnología.

Además de la imagen del científico y el árbol con la manzana, podemos ver el nombre de la empresa y una pequeña frase en el marco: "Newton... una mente siempre viajando por los mares extraños del pensamiento... solo".

Este logo solamente fue utilizado como imagen ilustrativa del manual de de operaciones de la Apple I.





Es una lastima que haya pasado al olvido el "real primer logotipo " utilizado en la Apple I, este logo transfiere el espiritu del origen real de Apple, una empresa surgida de forma independiente y con bajos recursos.

LA MANZANA ARCOIRI (1976-1998)



Tras el poco éxito de ese primer logo, se encargó un rediseño a Rob Janoff, el cual presentó varias versiones del logo con una muy buena síntesis de la manzana.

Unas versiones se presentaron sin mordisco y otras con mordisco, siendo las versiones con mordisco las más aceptadas por todos.

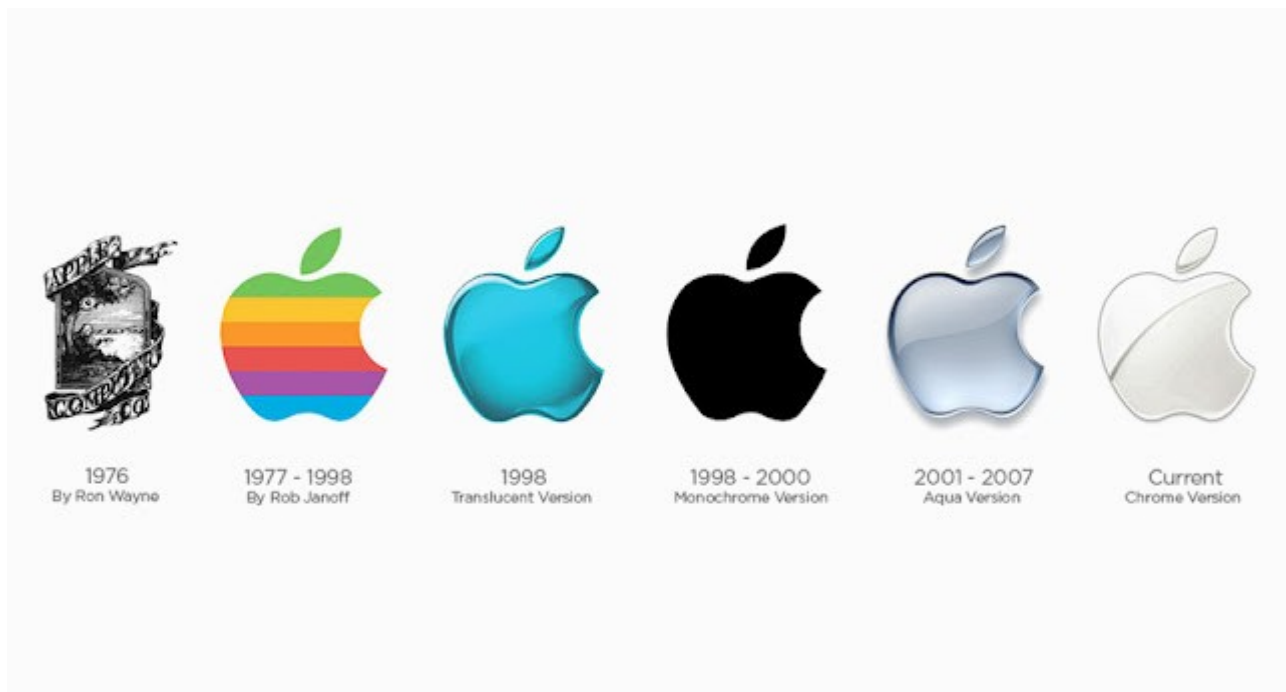


El detalle de incorporar una insinuación de mordisco en la manzana, alejaría a esta de Newton y la acercaría a distinta hipótesis ninguna de ella aceptada por Apple.

" Todo el proceso de diseño con el cliente inicial solo tomó aproximadamente dos semanas. Después de la reunión inicial de la agencia, Janoff se puso a trabajar para desarrollar el ícono de Apple basándose en su examen de las secciones transversales físicas de manzanas reales. Luego se creó una única ilustración de diseño de una manzana "con rayas de arco iris". (aunque con los colores en otro orden)

## La manzana monocromática

El logo con arco iris permaneció activo hasta principios de 1999. La nueva imagen de un logo monocromático de lenguaje minimalista hace parte de la nueva era de diseño, donde se alejaría de la idea de "una maquina amigable" para convertirse en un referente de "nuevas tecnología". En esta etapa pudimos ver varias versiones del logo monocromo con algunos efectos, degradados o relieves



## SIMBOLOGIA DE LA MANZANA

“La simbología relacionada con objetos, permite a ellos otorgarle poderes mágicos, en este caso no solo se relaciona con la manzana, sino con el mordisco representado en la manzana.

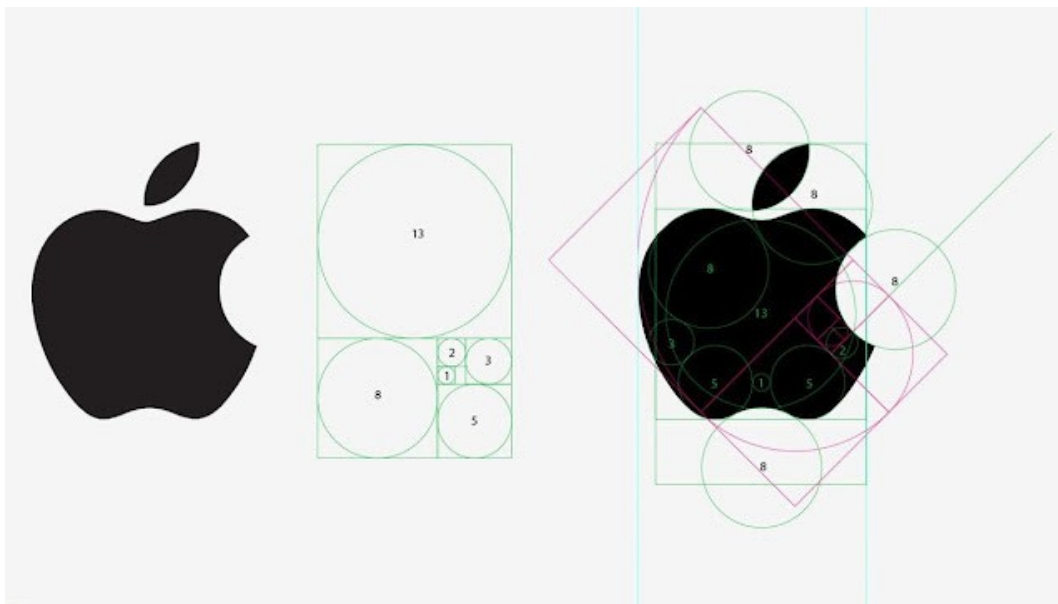
“La manzana del deseo”, Símbolo de la tentación y el deseo. Al mismo tiempo, la hermenéutica la convirtió en símbolo del conocimiento, porque Eva la habría arrancado del Árbol de Conocimiento del Bien y el Mal.

En Grecia, la manzana se asociaba a la sabiduría ya que los alumnos llevaban manzanas a sus profesores para darles las gracias por todas las enseñanzas recibidas.

No olvidemos que el símbolo de la manzana también aparece en la mitología griega haciendo referencia a “la manzana de la discordia” destinada ‘para la más bella’ encendiendo una disputa entre Hera,(esposa de Zeus) ,Atenea (diosa de la sabiduría)y Afrodita (diosa de la belleza)

La manzana del deseo, José Luis Esperón

## LOGO Y NUMERO AUREO



El logo de Apple está formado por circunferencias con un diámetro que sigue la Sucesión de Fibonacci:

Como vemos las proporciones del logo siguen la circunferencia de círculos cuyo diámetro son :1, 2, 3, 5, 8 y 13.

Esta secuencia está relacionada con el Golden Ratio o Número Áureo, que es 1,6180.

Si dividimos dos números seguidos de la Sucesión de Fibonacci, siempre están próximos al Número Áureo, oscilando arriba y abajo de dicho número:

$$8 / 5 = 1,6$$

$$13 / 8 = 1,625$$

## Apple Industrial Design Group

En 1977 Apple [Steve Job](#) contrató a [Jerry Manock](#) para diseñar la carcasa del Apple II. Jobs estaba muy obsesionado con el diseño y el estilo, y junto con Manock, establecieron el lenguaje de diseño que Apple utilizaría durante los siguientes 10 años.

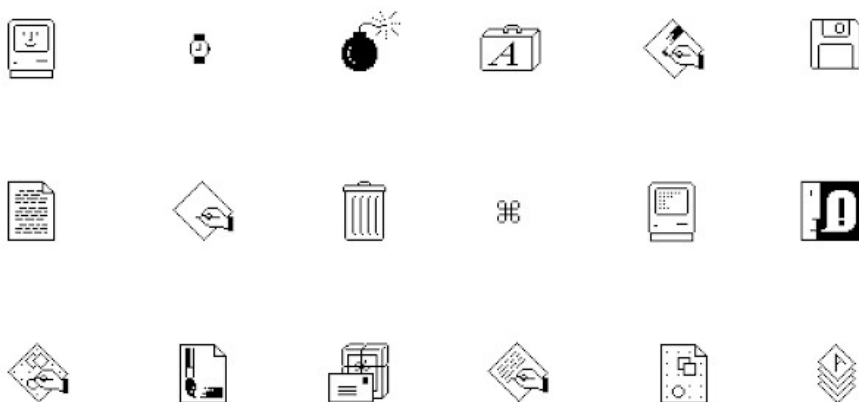
Apple, Inc., Steve Jobs, [Jerry Manock](#) Macintosh 128K Home Computer 1983



# DISEÑO DE GRAFICOS PARA INTERFACES DE USUARIOS

Susan Kare

[Susan Kare](#) es una pionera del diseño gráfico para interfaces digitales. Desde 1983 ha diseñado miles de iconos para las compañías de informática líderes en el mundo. Empezó su carrera en Apple. Utilizando una cuadrícula de píxeles minimalista, Kare se especializó en construir formas en mosaico (pixel art) extremadamente precisas. Entre los iconos que ha creado están la papelera del primer Macintosh así como otros símbolos –el reloj, la bomba, el happy Mac, el



Su primer encargo fue en 1983: el diseño de fuentes, iconos y **look and feel** para Macintosh. En un principio le dio a las fuentes los nombres de las sucesivas estaciones del metro de

Philadelphia. Jobs fue quien decidió crear fuentes con el nombre de grandes ciudades:  
Chicago, Monaco, Geneva, Los Angeles, etc.



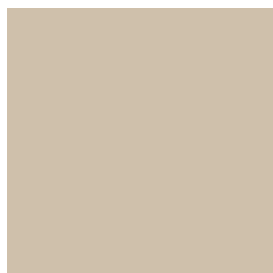
## LENGUAJE BLANCANIEVES- Snow White

En 1982, los funcionarios de Apple buscaron fuera de la empresa y, de hecho, del país un diseñador que pudiera ayudarlos a establecer la empresa como una empresa de clase mundial.

Blancanieves se refiere a los siete proyectos con el nombre en código de los Siete Enanitos en los que se aplicaría el nuevo lenguaje de diseño. Apple cortejó a varios diseñadores bajo el proyecto Blancanieves para ver qué se les ocurría a los siete productos (de los cuales en realidad había ocho). El ganador final fue Esslinger y el estilo resultante asumió el nombre en clave del proyecto.

La computadora Apple IIc y sus periféricos fueron el primer diseño Blancanieves.

Inicialmente, Snow White debutó en un color crema blanquecino conocido en Apple como "Fog", pero luego otros productos cambiaron al color gris cálido "Platinum", más claro que el anterior color "Putty" de Apple, utilizado en todo Apple.



color "putty"

## Características de diseño

Las características distintivas originadas por el lenguaje de diseño **Snow White**, en contraste con el estilo de diseño industrial original de Apple, incluyen las siguientes:

- textura de superficie mínima
- de color gris claro (Niebla) o gris claro (Platino)
- Logotipo tridimensional de Apple con incrustaciones, corte de diamante a la forma exacta
- Recintos de tiro cero, sin variaciones en el grosor de la caja y paredes perpendiculares
- iconos de identificación de puertos internacionales empotrados
- nombre de producto serigrafiado
- líneas horizontales y verticales poco profundas, de 2 mm de ancho, 2 mm de profundidad, separadas 10 mm en el centro, que recorren todas y cada una de las superficies del producto, algunas de las cuales actúan como orificios de ventilación y retroceden 30 mm desde el frente y 4 mm de la parte posterior
- Los productos de niebla tienen acentos y cables beige, los productos de platino tienen colores uniformes (sin acentos) y cables gris humo
- Radio de 3 mm, trasera y radio de 2 mm, esquinas delanteras
- Puertos y ranuras simples sin adornos

Cualquiera o todas estas características indican una influencia del diseño de la rana blanca como la nieve sobre un producto diseñado por Apple. En particular, la primera implementación oficial, el Apple IIc, no representa el conjunto completo de elementos de diseño, mientras que el Macintosh II incluye todos ellos. Más tarde, la Macintosh LC comenzó a eliminar algunos de los elementos de diseño

A fines de 1985, Steve Jobs renunció a Apple y Hartmut Esslinger y su equipo de diseño "FROG" junto a Susan Kane (diseñadora de interfaces) siguieron su ejemplo.

A partir de 1990, el Grupo de diseño industrial de Apple modificó y eliminó gradualmente el uso del lenguaje Blancanieves.

**1990-1997** A principios de la década de 1990, Apple descubrió que el lenguaje Snow White que les había servido tan bien durante la década de los 80 estaba siendo copiado por sus competidores genéricos de PC de IBM, lo que provocó que Apple perdiera parte de su identidad única. Al alejarse del diseño de la rana, Apple optó por llevar todo el diseño industrial de forma interna al crear el Grupo de Diseño Industrial de Apple, encabezado por [Robert Brunner](#), excepto los proyectos de diseño de dispositivos de computadora portátil liderados por Kazuo Kawasaki. Aunque muchos de los nuevos diseños reflejaban el legado del lenguaje Blancanieves de Esslinger, el nuevo grupo de diseño comenzó a moverse rápidamente en su propia dirección, lo que se puede ver claramente en productos históricos como Macintosh Color Classic. La lista de diseños innovadores que definía claramente los productos de Apple en el mercado continuó durante los años 90.

## El regreso de Steve Jobs

1997, La nueva era con Jonathan Ive

El regreso de Steve Jobs en 1997 marcó el comienzo de una nueva era para el diseño de Apple, y el nombramiento del diseñador Jonathan Ive, basándose en el estilo curvilíneo desarrollado en los últimos 7 años e infundiéndolo con colores vibrantes y detalles translúcidos. El lanzamiento del iMac en 1998 también se basó en algunos de los elementos icónicos de la Macintosh original, como el formato todo en uno y el asa montada en la parte superior.

### LOS DETALLES DEL DISEÑO DE APPLE

“El buen diseño es consecuente en sus detalles. Nunca deja nada al azar, está cuidado y diseñado hasta el más mínimo detalle, expresando el respeto del diseñador hacia los futuros usuarios. Un error en el diseño se considera una falta de respeto al consumidor.” Dieter Rams

Una de las cualidades más destacadas de los productos Apple, es el cuidadoso diseño de detalles, con el fin de reforzar su identidad y calidad. Hay que recordar que Apple no es un producto, sino una familia de productos, los cuales deben consolidar una imagen de unidad.