



**Mi Universidad**

## **Investigación**

*Nombre del Alumno: Esau Gonzales castellanos.*

*Nombre del tema: Proceso diseño de marca.*

*Actividad: I*

*Nombre de la Materia: Taller de multimedia I.*

*Nombre del profesor: Lic. María Eugenia Pedrueza Cano.*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño gráfico.*

*Cuatrimestre: Sexto.*

## Planteamiento del problema.

Creación de diseño web para la marca “Big Bubble”.

Investigación.

El diseño web tiene sus orígenes en 1989, mientras un científico inglés, Tim Berners-Lee, trabajaba en la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN). Este científico propuso un proyecto que estaba sustentado en hipertexto para facilitar la comunicación entre investigadores.



## ¿En qué consiste el diseño web?

El diseño web es la **configuración visible y creativa de un sitio**, teniendo en cuenta la experiencia del usuario y la imagen de marca o las características del proyecto en cuestión.



Los colores, la tipografía, los componentes interactivos y las imágenes son algunos de los elementos usados en el diseño web.

Así, él y su equipo crearon el lenguaje HTML, el protocolo HTTP y el sistema de localización de objetos en la web URL.

Lo que sucedió después fue algo que revolucionó la tecnología de esa época: **nació la World Wide Web**. Así, en 1992, se empezaron a diseñar sitios web a base de tablas, lo que permitía organizar los elementos.

### **El diseño web en 1990**

Con la aparición de **JavaScript** en 1995 se comienzan a solucionar algunos inconvenientes de HTML, y fue ahí que el diseño web empieza a ganar dinamismo.

Luego, se lanzó Macromedia **Flash**, que prometía una amplia gama de opciones creativas y animadas para los diseñadores.

En 1998 aparece el lenguaje de programación PHP, como así también **CSS**, que permitieron la creación de sitios webs mucho más dinámicos, a la vez que minimizaban los tiempos de carga. Así, **se pudo dejar de usar tablas en el diseño web, permitiendo hacer más y mejores cosas, con mucho menos código.**

### **El diseño web en el 2000**

Debido al aumento de la velocidad de internet a principios del 2000, se puso un gran énfasis en **soluciones de software y hardware nuevas e innovadoras que contribuyan con el diseño web.**

El 2003 sería clave en la historia del diseño web: nacen **Facebook**, que revolucionaría por completo el concepto de las redes sociales, y **WordPress**, que pasaría a impulsar más del 35% de los sitios web en internet para el 2020.

## El diseño web en el 2010

Otro hito importante sucedería unos años después: la llegada de los **smartphones** en la década del 2000 y su popularización en 2010. Esto introdujo un nuevo concepto en el mercado: el **diseño web responsive**.

Para ese entonces, y desde ese momento, los diseñadores ya se encontraban rodeados de software de alta gama, hardware de calidad y muchísimas herramientas de diseño, que les permitió, finalmente, refinar el estilo de un sitio web, como nunca antes.

## El diseño web en el 2020

A lo largo de los últimos años, el diseño web *responsive* ha cobrado total protagonismo al momento de la creación de sitios web. Esto se fundamenta en la cantidad de usuarios móviles en el mundo que utilizan un dispositivo móvil para acceder a Internet.

En este contexto toma fuerza el contexto de **Mobile First**: refiere a la creación de un sitio web que *“se piensa y realiza primero para dispositivos mobile, y después se adapta para desktop”*, según Hostgator.

Además, la creciente compatibilidad de los navegadores con **CSS3** y **HTML5** les ha permitido a los diseñadores web producir contenidos de alta calidad.

Principales tendencias del diseño web.

- Texto simple y directo
- Estética retro
- Glasmorfismo y neoforfismo
- Elementos en 3D
- Modo oscuro
- Sitios con pantalla dividida

- Scroll interactivo
- Tipografías grandes e interactivas

El glamorfismo y el neomorfismo son dos tendencias de diseño UI (Interfaz de Usuario) que han ganado popularidad en los últimos años. El glamorfismo crea elementos translúcidos y con efecto de vidrio, mientras que el neomorfismo se enfoca en la sensación tridimensional a través de sombras y luces, imitando la realidad física en interfaces digitales.

El scroll interactivo, o “scrollytelling”, es una técnica de diseño web donde los elementos una página se muestran o cambian de forma progresiva o interactiva a medida que el usuario se desplaza hacia abajo (scroll). Se utiliza para narrar historias de manera más dinámica y fluida, involucrando al usuario en la experiencia.



Análisis.

Referente a la investigación anterior con base a la historia de diseño web, se puede decir que existe una gran evolución en tendencia del diseño web hasta la actualidad; gracias al investigador y científico inglés, Tim Berners-Lee que se le ocurrió la gran idea que propuso para facilitar la comunicación con los demás investigadores, a lo que llevo al desarrollo de páginas web con diseños creativos facilitando una comunicación virtual.

## Conclusión.

Con base a la investigación anterior podemos mencionar que el desarrollo en diseño de páginas web, ha sido de gran ayuda para difusión de información requerida para muchas personas logrando un objetivo, ya que la tendencia de estos elementos gráficos siguen evolucionando para brindar experiencias únicas en los usuarios, hoy en día la comunicación visual a trascendido en casi la mayor parte del mundo, es por ello que el diseño web debe ser creativo y dinámico, para atraer la atención del usuario, por lo que el desarrollo constante de las nuevas tecnologías en la actualidad nos sirven como una herramienta que facilita la conexión de usuarios con la era digital informativa.

## Referencias bibliográficas.

Talently (2025), <https://talently.tech/blog/como-ha-evolucionado-el-diseno-web/>

## **MANUAL DE IDENTIDAD DE LA MARCA “BIG BUBBLE”**

### **Público al que se dirige el proyecto.**

Centrándonos en el proyecto para la elaboración de una nueva marca de detergente líquido, llamada BIG BUBBLES, siguiendo el plan objetivo de marketing, es lograr una identidad de marca que logre convencer, comunicar y posicionarse en un mercado competente, logrando así cumplir con la exigencia de un público específico de 20 a 50 años, dando un enfoque positivo en el diseño de la marca como la eficacia de su contenido, para lograr una mancuerna acorde a lo que se puede percibir visualmente.

### **Historia de la marca.**

Era un día muy soleado, caminando por el parque donde se visualizaba un grupo de niños jugando con el sol radiante con su resplandor sobre ellos, al pasar más cerca de esos niños note la cantidad de burbujas que brotaban en su entorno y con gran emoción se reían, disfrutando de la belleza de los colores que las burbujas simulaban con los rayos del sol, fue ahí donde surge la idea de crear el proyecto de diseño de la marca del detergente, complementando el nombre BIG BUBBLES que en español significa grandes burbujas.

### **Destacar del resto de marcas competentes.**

Sin equivocarnos, podemos asegurar que nuestro producto y marca será la mejor opción para tu día a día, ya que ofrece el mejor precio, imagen y eficacia, que no te arrepentirás.

### **Experiencia memorable.**

Basado en nuestro producto y marca distintiva, podemos definir que el cliente es lo más importante para nuestro proyecto, ya que ayudaremos a satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes, recordándoles siempre con nuestra marca que es una de las mejores opciones de compra.

## Simple y hermoso.

Para que complicarlo todo si podemos ser una marca simple pero eficaz, que a su vez cumpla todas las expectativas de los clientes, tatuando la marca en su mente con nuestro diseño.

### LOGO DE LA MARCA PROPUESTA FINAL.





## JUSTIFICACIÓN.

El diseño de esta marca se creó con el objetivo de brindar la mejor satisfacción de un público específico, en el cual se percibe una diseño fresco y sobresaliente usando colores acorde al envase de la marca de detergente que saldrá al mercado como un producto nuevo y novedoso, además para el diseño de la marca se utilizó una tipografía con la cual la imagen del diseño de esta marca se fusionan muy bien; por lo que en este diseño se agregó la inclusión de una burbuja grande adoptando su nombre como tal de la marca “BIG BUBBLES”, a su vez también representando un átomo característica del proceso químico con el que se elabora el contenido de este producto. En esta composición de diseño también se propone que la marca sea agradable visualmente para un público consumidor específico, logrando un despegue positivo para la marca, despertando la curiosidad de las personas por adquirir un producto que de acuerdo a su imagen visual su contenido sea una experiencia igual a lo que se percibe en el diseño de la marca.

**Storyboard para el diseño web de la marca "Big bubble".**

