

Examen de Final de Packaging

Profesores: Edgar Jiménez / Carlos González

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar”

Firma de compromiso del estudiante

Nombre: _____

Fecha: _____ Paralelo: _____

1) ¿Cuál de las siguientes características sobre un bien tipo commodity son las más acertadas?:

- a) Un commodity es un bien de tipo genéricos, es decir, no se tienen una diferenciación entre sí.
- b) Un producto commodity se llaman así por la comodidad del uso y facilidad de conseguir.
- c) Los commodities son bienes indiferenciados por lo que tendrá la misma calidad y precios similares.
- d) La única manera de evitar la comoditización es mediante el packaging estratégico.
- e) Los commodities prácticamente no distinguen al productor, fabricante o autor, por lo que su valor proviene del derecho del propietario a poder comerciarlos.

Seleccione la respuesta correcta:

- a) a,b,c
- b) a, c, d
- c) a, c, e
- d) b, d,e
- e) c, d, e

2) ¿Cuáles de las siguientes son afirmaciones acertadas sobre el diseño de packaging en metal?:

- a) Sujeto a deformación con altas temperaturas
- b) Ideal para alimentos de conservas, aerosoles,
- c) Rígido, resistente y hermético
- d) El aluminio es un metal ferroso que se puede oxidar por lo que no se aconsejan líquidos
- e) Los metales no se puede imprimir así que impresiones 360 grados son complementados con plásticos, adhesivos o papel.
- f) La hojalata no permiten ver el contenido por eso se la reviste de papel.

Selecciona un solo literal:

- a) b,c,f
- b) a,d,e
- c) b,c, e
- d) d,e,f

3) ¿Por qué La publicidad POP (Punto de venta) es importante para el fabricante de productos?. Seleccione la afirmación que no corresponda:

- a) Porque aumenta la estética y vistosidad del punto de venta
- b) Porque complementa los esfuerzos de marketing del retail para crear promociones
- c) Porque ayuda a la promoción de un producto en el canal de distribución
- d) Porque genera ingresos para el retail al tener auspicios
- e) Porque aumenta la experiencia de compra y uso del producto.

4) La cadena Supermaxi no permite promociones o pop particulares de los productores ya que considera que estas pueden dañar su estética y orden. ¿Qué tipos de esfuerzos se pueden hacer para aumentar la presencia en percha?

- a) Negociar para tratar de flexibilizar las reglas del retail temporalmente
- b) Crear packaging atractivo
- c) Colocar productos en ubicaciones pertinentes y estratégicas.
- d) Participar en promociones conjuntas de Supermaxi, las cuales si están permitidas.
- e) Tener muchas presentaciones para estar en la mayor cantidad de espacios posibles.

Respuestas:

- a) a,b,c
- b) a, c, e
- c) b, c, e
- d) b, c, d

Examen de Final de Packaging

Profesores: Edgar Jiménez / Carlos González

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar”

Firma de compromiso del estudiante

- 5) A pesar de que muchos retailers han introducido y tratado de fomentar el uso de fundas ecológicas reutilizables para reemplazar las fundas de plástico, ¿por qué razones no han tenido éxito real?



- a) La percepción de este tipo de productos no es buena.
 - b) Los productos ecológicos se los considera considerablemente más costosos.
 - c) El ciclo de vida de este producto no es tan largo.
 - d) El consumidor suele priorizar su comodidad por encima de los ideales ecológicos.
 - e) Son percibidos como productos de moda.
- 6) Una empresa internacional va a introducir un producto de consumo al mercado ecuatoriano. Se le ha solicitado a usted como profesional haga un adecuaciones del packaging del producto considerando las realidades del Ecuador. ¿Qué consideraciones son las que más afectaría en la adecuación de este diseño? Marque una sola respuesta.

- a) Le recomendaría hacer un análisis antropológico para adaptar el diseño del packaging.
- b) Le recomendaría hacer un estudio de mercadeo para plantear la estrategia de ingreso.
- c) Le recomendaría hacer una revisión de las normativas legales del país para aplicarlas.
- d) Le recomendaría evaluar los aranceles para considerar los costos de los productos.

- 7) ¿Cuál de las siguientes no es una característica del vidrio en cuanto a su uso para el diseño de packaging? Marque una sola respuesta.

- a) Es poco factible hacer un packaging íntegramente de vidrio, por lo que se complementa con otros materiales.
- b) Su dureza y rigidez lo hace uno de los packagings más resistentes.
- c) Su impermeabilidad ayuda a conservar los líquidos y alimentos.
- d) Pueden ser personalizados con moldeados y repujados.

- 8) Observe la imagen y seleccione el acabado que corresponda.



- a) Impresión flexográfica directa sobre plástico sólido de PET.
- b) Etiqueta Flexográfica adherida sobre plástico sólido PET.
- c) Film retráctil impreso (termoformado) en flexografía y adherido con calor sobre plástico sólido PET.
- d) Pirograbado CMYK sobre plástico sólido PET.

- 9) Las fibras naturales, para el diseño de packaging, ofrecen la posibilidad de dar valor agregado a varios productos y en especial a las artesanías. ¿Mencione dos plantas que proporcionan la materia prima para producir tejidos de fibras naturales?

- a) _____
- b) _____

Examen de Final de Packaging

Profesores: Edgar Jiménez / Carlos González

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar”

Firma de compromiso del estudiante

- 10) Observe los siguientes packaging. Evalué del 1 al 5 siendo 1 muy bajo y 5 excelente el nivel de ergonomía del mismo, luego argumente en cuarenta palabras su respuesta.



Calificación _____

Se le solicita hacer un párrafo con cohesión en el que considere una palabra por espacio.

1.	2.	3.	4.
5.	6.	7.	8.
9.	10.	11.	12.
13.	14.	15.	16.
17.	18.	19.	20.
21.	22.	23.	24.
25.	26.	27.	28.
29.	30.	31.	32.
33.	34.	35.	36.
37.	38.	39.	40.