



**ESPOL**  
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

**EDCOM**  
Escuela de Diseño + Comunicación Visual

**EXAMEN DEL SEGUNDO PARCIAL**  
**ASIGNATURA: IMAGEN CORPORATIVA**

Nombre: ..... Fecha: ...../...../2016 Par.: .....

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

**Firma de compromiso del estudiante**

**ADVERTENCIA:** Está prohibido el uso de liquid paper y lápiz. No se aceptan tachones o enmendaduras. Piense bien antes de contestar pues por un manchón se le descalificará su respuesta sin opción a reclamo. Escoja solamente una opción en los reactivos presentados. Examen sobre 40 puntos.

**Complete los siguientes conceptos.**

**1. La identidad visual en el diseño busca integrar \_\_\_\_\_ con la \_\_\_\_\_. (3puntos)**

- a) el valor , imagen                      b) el valor , forma                      c) el valor , identidad                      d) el valor , posición

**2. El Naming debe de ser \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_.(4 puntos)**

- a) Significativo, recordativo ,simple.    b) Directo, formativo, compuesto    c) Pictórico, estético ,original    d) Opción a,c

**3. La marca vende: \_\_\_\_\_ (4 puntos)**

- a) Producto                                      b) Promesa                                      c) Concepto                                      d) Posición

**4. La retícula permite: \_\_\_\_\_ ( 4 puntos)**

- a. La Fácil construcción de la marca                                      b. Copiar y pegar la marca  
c. Conocer los elementos importantes en la marca                                      d. Opción c

**5. En el manual corporativo se explica la construcción de la marca, y el objetivo del mismo, ¿cuál es el objetivo del identificador? (5 puntos)**

- a. Para la reproducción correcta del identificador                                      b. Para darle una mayor diferenciación al nombre de marca  
c. Para tomar como referencia                                      d. Para facilitar el manejo del identificador

**Subraye las opciones correctas**

**6. ¿Qué puntos son importantes para la secuencia de reconocimiento de la marca? (4 puntos)**

- a) Original                      b) Significativo                      c) Simple                      d) Aspecto                      e) Color                      f) Forma

**7. ¿Cuándo diseña un logotipo interactivo, ¿Qué se debe tener en cuenta?.(4 puntos)**

- a. Conceptualización                      b. Experiencia del usuario                      c. Los colores                      d. La retícula de uso

**8. ¿Cuáles son las equivalencias de colores que deben ser expuestos en el manual de marca?(4 puntos)**

- a. Pantone Coated                      b. Pantone Uncoated                      c. CMYK                      d. RGB  
e. Hexadecimal                      f. CYKM                      g. RBG                      h. Platone Coated  
i. Platone Uncoated                      j. Hexodecimal



**Caso : Sweet and Coffee logró romper Paradigmas. (8 puntos)**

Recientemente la marca sumó un premio más a la decena que ha conseguido a nivel nacional e internacional. Se trata de los premios La Barra, concurso que realizó la revista colombiana del mismo nombre por primera vez en Ecuador. Sweet and Coffee se impuso a otras marcas como Tinta Café y Juan Valdez en la categoría mejor propuesta de café. “Este premio se adjudica gracias a los comentarios del público y de un jurado especialista.” ¿Cuál es el éxito de Sweet and Coffee? “Es la experiencia que el consumidor vive dentro del local, que implica no solo estar en un lugar bonito y acogedor y tener siempre disponible lo que busca, sino que implica sobre todo calidad de servicio”, responde León.

“Yo siempre digo que rompimos el paradigma de que en una ciudad tropical no es usual tomar café, no solo eso, sino que pudimos potenciar la cultura de consumir café. No había ese concepto de ir a compartir socialmente una taza de café; alrededor de una taza de café suceden muchas cosas interesantes, entonces Sweet and Coffee se convirtió en el lugar favorito para reuniones, citas, encuentros. Hemos sido testigos de muchas cosas, nos hemos vuelto parte de la vida de la gente”, dice orgulloso León.

Otra razón de orgullo es que se trabaja con café ciento por ciento ecuatoriano, de Loja. Actualmente la marca labora con 600 personas que son constantemente capacitadas en la preparación del producto, a través de la llamada Universidad del Café, y en atención al cliente.

**9. ¿Cuáles serían los valores que destaca la marca Sweet & Coffee? y argumente su respuesta**

- a) Innovación-calidad
- b) Responsabilidad- Innovación
- c) Exclusividad- Innovación

---

---

---

**10. Basándose en la estrategia de marca que uso Sweet& Coffee para lanzar la marca a nivel local , ¿Cuál sería la filosofía que Sweet & Coffee usaría para potenciar la marca internacionalmente?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---