

**Test tema 2**

- 1. ¿La identidad de marca es un aspecto que pueda extenderse a cualquier tipo de signo distintivo con independencia de que sea considerado el producto que designa la marca de lujo o no?**
  - a. No, la identidad de marca sólo existe para los productos de lujo.
  - b. Sí, es un aspecto presente en todo tipo de marca con independencia de que designe a un producto de lujo o a un producto para el consumo en masa.
  - c. Sí, siempre y cuando el producto sea de calidad.
  
- 2. ¿Qué papel juegan los “valores” de la marca en crear su identidad?**
  - a. No tienen gran transcendencia en la creación de la identidad
  - b. Sí son importantes, pero hay aspectos como la calidad del producto y la tradición que superan a los valores de la marca a la hora de crear la identidad
  - c. Los valores que transmite la marca al público son tan transcendentales para la marca como puede serlo la calidad y la tradición.
  
- 3. ¿Qué vías existen para transmitir la identidad de marca al consumidor?**
  - a. El marketing, la publicidad, el sistema de venta elegido, entre otros.
  - b. La calidad del producto
  - c. El precio del producto.
  
- 4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para crear una identidad propia en una marca de lujo?**
  - a. Personalidad, cultura propia, imagen, historia, reflexión, valores...
  - b. El sistema de ventas elegido
  - c. La historia de la marca y su calidad a la hora de fabricar.
  
- 5. ¿Es racional el consumo de productos de lujo?**
  - a. Depende al tipo de consumidor al que analices.
  - b. No, son productos innecesarios, por lo que se compra por capricho o por cualquier otro motivo que no suele obedecer a cuestiones racionales.
  - c. Sí, debido a su elevado precio la mayoría de las personas que lo consumen deben pensar en qué gastar el dinero.
  
- 6. ¿Qué modelo(s) de gestión existen en la actualidad en relación a las marcas de lujo?**
  - a. Grandes conglomerados empresariales y empresas familiares.
  - b. Depende del tipo de producto de lujo al que nos refiramos.
  - c. La pequeña empresa familiar.

- 7. ¿Cuál es uno de los principales problemas al que se enfrenta la empresa familiar dedicada a vender productos de lujo para que el negocio perdure y sea rentable?**
- a. La sucesión del creador
  - b. Continuar con los valores tradicionales de la marca
  - c. Las falsificaciones
- 8. ¿Qué producto de los considerados de lujo ha sido de los primeros en fabricarse en masa?**
- a. Los accesorios de moda.
  - b. La ropa.
  - c. Los perfumes.
- 9. ¿La firma italiana Gucci sigue estando dirigida por la familia que la fundó?**
- a. Sí.
  - b. No, es el grupo Kering el actual propietario de la firma.
  - c. No, ahora pertenece al grupo LVMH.
- 10. ¿La utilización de economías de escalas es habitual en las empresas del sector del lujo cuando la gestión está en manos de la familia fundadora o es una pequeña empresa?**
- a. No, la producción no es tan masiva.
  - b. Sí, suele ser la regla general.
  - c. Sí, aunque a veces no sea rentable.