

COMPRENSIÓN ORAL

EL NUEVO MUNDO DE LAS MARCAS

1. Según el texto, ¿cuál fue la idea clave que impulsó el crecimiento de las multinacionales en los últimos quince años?

- a) La reducción de costos de producción
- b) La automatización industrial
- c) La prioridad en la creación de marcas sobre los productos
- d) La expansión del comercio local

2. ¿Cómo cambió el papel de la publicidad según el texto?

- a) Pasó de informar sobre los productos a construir una imagen de marca
- b) Se centró en destacar las características técnicas de los productos
- c) Eliminó el uso de nombres y envases diferenciados
- d) Se convirtió en un medio exclusivo para promocionar productos industriales

3. ¿Qué representa una marca en la actualidad, según el texto?

- a) Un simple nombre comercial
- b) Un estilo de vida, una actitud y un conjunto de valores
- c) Solo el logotipo y el envase de un producto
- d) Un producto tangible con características específicas

4. ¿Qué se menciona sobre los productos genéricos en la historia de la publicidad?

- a) Siempre tuvieron marcas distintivas
- b) Se vendían sin marcas, directamente de barriles
- c) No necesitaban publicidad para venderse
- d) Eran más caros que los productos de marca

5. ¿Por qué la idea de vender "mensajes" en lugar de productos fue atractiva para las empresas?

- a) Porque limitaba el crecimiento de las empresas
- b) Porque eliminaba la necesidad de publicidad
- c) Porque reducía los costos de producción al máximo
- d) Porque les permitía ampliar su alcance sin depender de un producto específico

