

1. El grado de diferenciación de Zara en relación a sus competidores se logra a través de:
 - a. Una moda exclusiva y de mayor calidad que la de los competidores.
 - b. Una moda fugaz y asequible que se vende fácilmente.
 - c. Ofrece una moda muy similar a la de sus competidores con un escaso nivel de diferenciación.

2. La segunda dimensión de la que depende la diferenciación es el grado de eficiencia relativa (los costes). Para ello la producción de Zara:
 - a. Se deslocaliza completamente a países del Tercer Mundo (Marruecos, Asiáticos, etc).
 - b. El 80% de la producción es nacional lo que le permite rapidez de reacción y sólo la producción de las prendas más elaboradas se deslocaliza.
 - c. La producción es totalmente nacional ya que de esta manera se permite un mayor control y aprovechamiento de la materia prima.

3. Respecto a la estrategia corporativa de Zara relacionadas con el desarrollo de la producción y almacenaje, se puede afirmar que:
 - a. Las tiendas cuentan con grandes almacenes que les permiten un abastecimiento rápido para que el cliente encuentre variedad de tallas y modelos.
 - b. Existe un centro de distribución conectado con las fábricas y que permiten que las tiendas no necesiten almacén y puedan dedicar toda su superficie a la venta.
 - c. El centro de distribución y los almacenes de las tiendas son reducidos para poder hacer frente a los rápidos cambios en la demanda y gusto de los consumidores

4. El proceso de internacionalización de Zara se inició a finales de los 80. ¿Qué ritmo de apertura considera que ha alcanzado la empresa?:
 - a. Una tienda cada mes.
 - b. Una tienda a la semana.
 - c. Una tienda cada seis meses.

- 5.Cuál de las siguientes opciones refleja mejor la manera en la que Zara desarrolla su publicidad:
 - a. A través de importantes campañas de publicidad en distintos medios de comunicación.
 - b. Zara no hace publicidad. La imagen de la marca la dan los escaparates y la ubicación de las tiendas es fundamental.
 - c. Con modelos conocidas que representan la imagen de Zara en catálogos y anuncios.

6. Respecto a las características de la política de personal se podría destacar:
 - a. La gran autonomía de las jefas de tienda que les permite elegir la ropa que se venderá en sus tiendas y tener línea directa con Amancio Ortega.
 - b. Un gran control por parte de la central de Arteixo de las responsables de las tiendas marcándoles la cantidad y variedad de artículos que se sirve a su tienda.
 - c. Se le concede una mayor autonomía a aquellas jefas de tienda con mayor permanencia en la empresa y con mayor edad, manteniendo con ellas una comunicación más abierta.

7. El diseño de las nuevas prendas que se producirán dependerá:

- a. En exclusiva de los diseñadores que captan en la calle las nuevas tendencias que el cliente marca.
- b. El diseñador somete a la aprobación de los comerciales cada nueva prenda para que sea producida.
- c. Los comerciales aportan ideas a los diseñadores, pero son estos últimos los que tienen el poder de decisión sobre qué diseñar.

8. Amancio Ortega representa a un tipo de empresario con las siguientes características:

- a. Es accesible a los medios de comunicación y los utiliza para un mayor conocimiento de la marca a nivel internacional.
- b. No concede entrevistas y no asiste a las inauguraciones de sus tiendas. Aunque mantiene un contacto personal y continuo con sus empleados.
- c. Debido a la complejidad y tamaño que ha alcanzado Zara mantiene contacto con los directivos intermedios que funcionan como canal de comunicación.

9. Desde su salida en Bolsa, los grandes grupos de inversión (los nuevos dueños de la empresa) tienen como objetivo principal:

- a. El crecimiento continuado de los beneficios en la cotización bursátil.
- b. El control de la toma de decisiones en distintas áreas como la producción, expansión de la empresa o dirección de personal.
- c. Conocer dónde la empresa va a estar en el futuro: crecimiento, número de tiendas, mercados, etc.

10. Otra de las preocupaciones que tuvo que afrontar en su salida a Bolsa fue su relación con los países pobres, que afrontó:

- a. Desarrollando una globalización ética cuya labor se facilita a través de la colaboración con ONGs.
- b. Permitiendo la subcontratación de su producción lo que le eximía legalmente de responsabilidad y de las revisiones de los talleres colaboradores. Esto ha supuesto una gran reducción en los costes de producción.
- c. Reduciendo la producción en países subdesarrollados o trasladando la producción a aquellos cuya legislación es más flexible