

Test Tema 1

- 1. ¿Es el concepto de lujo un término estático?**
 - a. Sí, por supuesto.
 - b. No, los cambios sociales y culturales, la época del consumidor han hecho que haya ido cambiando con el paso del tiempo.
 - c. Sí, los consumidores de lujo suelen tener gustos homogéneos.

- 2. ¿Los productos de lujo son siempre de calidad?**
 - a. Sí, siempre.
 - b. No, hay productos de calidad mediocre que son considerados de lujo.
 - c. No, depende del producto.

- 3. ¿Justifica la calidad de los productos de lujo su precio?**
 - a. Sí.
 - b. No, son factores independientes.
 - c. Sí, debido a que los clientes actuales de lujo son muy exigentes.

- 4. ¿Qué diferencias hay entre un producto de “edición limitada” y un producto de “difusión limitada”?**
 - a. En la edición limitada, las unidades de fabricación son escasas y limitadas a un número concreto; la difusión limitada implica que la comercialización del producto se limita con el fin de añadir valor al producto.
 - b. Es lo mismo, escasa fabricación de un producto.
 - c. La edición limitada es la producción a cuenta gotas de un producto, mientras que la difusión limitada es la poca publicidad que se le da a un producto.

- 5. ¿Cuál es la ciudad del mundo que más productos de lujo vende?**
 - a. Tokio.
 - b. París.
 - c. Nueva York.

- 6. ¿Qué país asiático ha sido un consumidor tradicional en lo que a productos de lujo se refiere?**
 - a. China.
 - b. Corea del Sur
 - c. Japón.

- 7. ¿En qué siglo han surgido las marcas de lujo más populares de la actualidad?**
 - a. En el siglo XX.
 - b. En el siglo XXI.
 - c. En el siglo XIX.

- 8. ¿Hacia qué tipo de consumidor han ampliado las marcas de lujo su negocio?**

- a. Consumidor maduro, con alto poder adquisitivo y que compra los mejores productos de la marca.
 - b. Consumidor muy rico y exigente que busca calidad.
 - c. Consumidor de relativo poder económico que compra pequeños accesorios.
- 9. ¿Cuál es la razón de que haya aumentado los consumidores de lujo en la actualidad si se compara con épocas pasadas?**
- a. El reparto de la riqueza, hoy hay más personas ricas que hace unas décadas.
 - b. La ampliación del “público objetivo” de las marcas de lujo. Éstas han ampliado su gama de productos para poder llegar a consumidores con diferentes niveles de poder adquisitivo.
 - c. La sociedad actual es más consumista que en épocas anteriores.
- 10. ¿Cuál es el conglomerado empresarial de mayor tamaño en el sector del lujo?**
- a. LVMH.
 - b. El grupo Kering.
 - c. Richemont.