

Esquema tema 1

1. Concepto de lujo
 - a. Concepto relativo
 - i. Concepto personal
 - ii. Cultura
 - iii. Tradiciones
 - iv. Valores
 - b. Concepto no estático
 - i. Sociedad
 - ii. Importante el factor psicológico
 - iii. Edad
 - iv. Cambio de posición de la mujer
2. Caracteres
 - a. No necesidad
 - i. No cubren necesidades básicas
 - b. Exclusividad
 - i. Escasez
 - ii. No producción en masa
 - c. Calidad
 - i. Excelentes materiales
 - ii. Materiales raros
 - d. Precio elevado
 - i. No hay relación entre calidad-precio
 - ii. Limita la clientela
 - e. Transmisión de emociones
 - i. Experiencia
 - ii. Sensaciones
 - iii. Emociones
3. Tipos de productos
 - a. Forma de consumir el producto
 - i. Productos de lujo ámbito privado
 - ii. Productos de lujo ámbito público
 - b. Accesibilidad
 - i. Productos accesibles
 - ii. Productos excepcionales

- c. Exclusividad
 - i. Piezas únicas
 - ii. Ediciones limitadas
 - iii. Productos de difusión limitada
 - iv. Productos de difusión amplia
 - d. Visibilidad
 - i. Productos de lujo discretos
 - ii. Productos de lujo visibles
4. La industria del lujo en cifras
- a. Industria que no ha parado de crecer en los últimos 20 años
 - b. Industria potente → valor ventas minoristas 2015: + 1 billón de euros 2015
5. Evolución
- a. La riqueza ha aumentado, aún así sigue concentrada en pocas manos
 - b. No olvidar países emergentes
 - c. Revolución tecnológica
 - d. Democratización del lujo
 - e. Turismo
6. Los protagonistas en la industria del lujo
- a. Consumidores
 - i. Los principales clientes de las marcas de lujo son las clases medias- accesorización-
 - ii. Aumento del número de clientes en los próximos años → 2020: 400 millones de personas consumirán productos de lujo
 - b. Empresas dedicadas al lujo
 - i. Grandes conglomerados
 - 1. Poseen diferentes marcas que han ido adquiriendo
 - ii. Empresas familiares/empresas de menor tamaño que los conglomerados
 - 1. Suelen contar con una marca