

Merchandising y derechos de imagen: La licencia hecha producto (Un compendio de propiedad intelectual n° 7)



Fecha de publicación: 19 mayo, 2015

Editor: Lawgic books

Autor: ALDO RICARDO RODRÍGUEZ CORTÉS

Longitud de impresión: 51

Idioma: Español

PDF

El merchandising es una forma simple de hacer negocios. Es siempre colateral a aquello que es popular, famoso, admirado o fidelizado. Casi todo aquello que ha ganado tráfico, seguidores o generado preferencias puede ser objeto de este negocio en el que se intenta rentabilizar y comercializar esa identidad. La identidad y la empatía es lo que genera este producto, el cual tiene un sin fin de variables que serán todas analizadas en este estudio. Su finalidad última es que el lector pueda no sólo crear ideas de negocio y darse cuenta del potencial de esta industria, sino conocer cuáles son los requerimientos técnicos y legales. El merchandising es el juego de la identidad hecha producto, de las experiencias vivenciales; es una forma de expresión, un coleccionable, una réplica, un recuerdo de una época. Como toda

industria, el merchandising tiene consumidores primarios, aquellos que son los clientes principales. Tiene como particularidad que el objeto a la venta no solo cumple una función principal. En el caso de una playera, la finalidad es vestir; de un cuaderno, para hacer anotaciones. El merchandising, en cambio, también tiene una función de identidad. ¿Quiénes más en búsqueda de identidad que los niños y los jóvenes? Ellos se permiten fantasear y acercarse a aquello que quieren ser o que les inspira. Ellos no son los únicos en búsqueda de identidad: cada edad y segmento tiene sus propias aspiraciones. El negocio aspiracional se encuentra estrechamente relacionado a este tema. Por último, veremos algunos de los procesos para obtener licencias e involucrarse en el mundo del merchandising.

<http://yep.pm/qid7KNai5/iUzYy8zBL.pdf.rar>