

Introducción a Licensing Expo

Mostrar información general

Licensing Expo se ha realizado por más de 35 años. Es la exposición de licencias comerciales más grande y de mayor duración en el mundo y la única exposición de licencias comerciales de alta calidad en los Estados Unidos. Es aquí donde los propietarios de las principales marcas, como Disney, Nickelodeon, DreamWorks, NFL Players Inc., CBS, Ford, Jack Daniels y Hershey's exponen sus licencias listas para firmarse ante fabricantes de productos y distribuidores para crear nuevas categorías de productos de consumo. Estas marcas son únicamente de los Estados Unidos y esta exposición es donde se negocian los derechos sobre caracteres y marcas.

i

- Licensing Expo no es una exposición de franquicias, ni una exhibición para consumidores. Es una exposición comercial de negocio a negocio (B2B) solamente.
- Esta no es una exhibición de productos. Aquí no se venden productos.
- Lo que se 'vende' son los derechos a usar las marcas o los caracteres a los asistentes (fabricantes, distribuidores y mayoristas).
- La venta de marcas o la firma de licencias de derechos sobre ellas da como resultado la fabricación y venta de nuevos productos en los Estados Unidos y a nivel internacional.

Cómo funcionan las licencias

¿Qué son las licencias?

Licensing Expo está en el negocio de vender marcas y nombres comerciales.

i

- Al otorgar una licencia de derechos sobre el nombre comercial o propiedad intelectual (IP) a compradores y distribuidores extranjeros (licenciarios), las marcas estadounidenses pueden proteger su IP y los licenciarios venden los productos con su marca comercial a nivel nacional e internacional.

La concesión de licencias es el proceso de rentar una entidad protegida legalmente (por medio de una marca comercial o derecho de autor), ya sea un nombre, efigie, logotipo, marca comercial, diseño gráfico, eslogan, firma, personaje o una combinación de varios de estos elementos. La entidad (la propiedad física o intelectual) se usa entonces en conjunto con un producto. La compañía propietaria de la entidad es el "licenciante" y la compañía que renta el uso de la entidad es el "licenciario".

La concesión de licencias es una herramienta de comercialización y extensión de la marca que se usa ampliamente, tanto en los grandes corporativos como en empresas medianas y pequeñas. Los consumidores se relacionan con las marcas a nivel emocional cuando están íntimamente ligadas a la identidad y la cultura. Por ejemplo, las marcas que se encuentran en las siguientes categorías: Entretenimiento (Frozen, Shrek, Duck Dynasty, Food Network), equipos deportivos (49'ers, Dallas Cowboys, Kings, Blackhawks, Giants, Yankees) y moda (Levi's, Skechers, Crocs).

La concesión de licencias afecta virtualmente a todas las industrias

Entretenimiento, deportes y moda son las áreas de concesión de licencias más evidentes para los consumidores, sin embargo, hay otras marcas sobre las cuales se otorgan licencias en todo el mundo que incluyen el nombre de negocios conocidos que cubren las siguientes categorías: **alimentos y bebidas, automotriz, marcas corporativas, arte, libros/revistas/música/videojuegos/ aplicaciones, legado (marcas tradicionales e históricas) y organizaciones sin fines de lucro.**

Beneficios de las licencias

La concesión de licencias puede ayudar a extender una marca hacia lo siguiente:

- Nuevas categorías de productos o segmentos industriales
- Ventas internacionales y territorios o regiones de comercialización
- Áreas de una tienda o nuevas tiendas, puestos o centros comerciales

La concesión de licencias es una forma de convertir una marca en nuevos negocios sin hacer una gran inversión inicial de costos prohibitivos en nuevos procesos de fabricación, maquinaria o instalaciones. En un programa de concesión de licencias bien manejado, el propietario de la marca mantiene el control sobre la imagen de la marca y cómo va a presentarse (por medio del proceso de aprobaciones y otras estructuras contractuales), pero eventualmente cosecha los beneficios en la forma de ingresos adicionales (regalías), así como en la exposición a nuevos canales o pasillos de las tiendas.

Historia de la concesión de licencias

La concesión de licencias empezó en los Estados Unidos en la década de 1950 y las marcas estadounidenses siguen dominando a Licensing Expo y al mercado mundial al abarcar un 62% del mercado. Las ventas al menudeo de productos bajo licencia en Asia suman un total de 30 mil millones de dólares, pero el 40% de esas ventas de productos provienen de propiedades intelectuales de origen estadounidense, como Disney's Frozen o Mattel's Barbie. Licensing Expo representa a la cultura pop de Estados Unidos y es un escaparate de las marcas estadounidenses tradicionales y modernas.

Los 150 licenciantes principales

El informe de los 150 licenciantes principales a nivel mundial (publicado por License! Global Magazine) presenta una lista de los licenciantes por el valor en dólares de sus productos bajo licencia que estén en venta. Los 5 primeros lugares y 9 de los primeros 10 son compañías estadounidenses, con las siguientes ventas expresadas en miles de millones de dólares – Disney (46), PVH Corp (18), Meredith (17.7), Iconix Brand Group (13), Mattel (9). Las ventas al menudeo de productos bajo licencia en Asia suman un total de 30 mil millones de dólares, pero el 40% de esas ventas de productos provienen de propiedades intelectuales de origen estadounidense, como Disney's Frozen o Mattel's Barbie.



Por qué se exhiben las marcas en Licensing Expo

Aunque la mayoría de las empresas con nombre comercial (licenciantes) que participan en Licensing Expo también se exhiben en otras exposiciones comerciales, como por ejemplo Toy Fair/AFM, Book Expo America (BEA), E3, China Joy, DISCOP, Frankfurt Book Fair, GamesCom, MipCom, MipTV, MIDEM, NAB, NATPE/Auto y más, donde venden sus productos o servicios principales (juguetes, contenidos de cine y TV, libros, videojuegos o automóviles), se exhiben en Licensing Expo para ampliar la presencia de sus marcas fuera de su producto principal para ofrecerlo en nuevas categorías de productos.

De nuevo, las negociaciones de licencias de marcas y nombres comerciales no se hacen en estas exposiciones de productos comerciales, esto solo ocurre en Licensing Expo, y es por ello que esta exposición es única y tan importante para las marcas estadounidenses participantes. Se calcula que están representadas alrededor de 5,000 marcas en 480 pabellones.

Las compañías (compradores) que las marcas en exhibición (vendedores) quieren conocer

Los distribuidores, fabricantes y profesionales de la publicidad y la comercialización claves en la toma de decisiones (“licenciatarios”, o en su caso, los **compradores**) asisten a la exposición y ven todas las categorías de productos de consumo para hacer negociaciones con los propietarios de las marcas (“licenciantes”, en su caso, los expositores que están vendiendo las marcas; es decir, los **vendedores**) que están en exhibición.

Los asistentes (“compradores”) son fabricantes y distribuidores de las siguientes categorías: ropa para niños y adultos, accesorios para niños y adultos, calzado para niños y adultos, salud y belleza, artículos deportivos, editoriales, artículos para el hogar, decoración para el hogar, productos para fiestas, papelería y artículos de oficina, juegos y juguetes, regalos, videojuegos.

Protección de la marca y derechos de autor

Las marcas comerciales de origen estadounidense están sujetas a una desenfrenada piratería a nivel mundial. Licensing Expo ayuda a las marcas estadounidenses a protegerse de la piratería al proporcionarles un foro legítimo de negocio a negocio para comercializar legalmente el uso de una marca comercial. Muchas de las marcas que se exhiben en Licensing Expo empezaron a otorgar licencias para su uso porque vieron productos falsos en las tiendas que portaban su marca en forma ilegal. Trabajar con Commerce Department no solo resulta atractivo desde el punto de vista del desarrollo de las exportaciones, sino también como estrategia de IPR, en la que Commerce’s Patent and Trademark Office (PTO) ofrece muchos servicios para ayudar a proteger a los expositores estadounidenses que participan en Licensing Expo. Office of Intellectual Property Rights en el International Trade Administration también está muy activo en la promoción de las mejores prácticas y el apoyo a IPR y los derechos de autor para la economía creativa y todos los demás sectores afectados que se exhiben en la Expo.

Recursos adicionales

- www.licensingexpo.com
- www.licensemag.com

