



Manual de Licensing

¿Qué es el Licensing?

Es el proceso legal por el cual el propietario, creador o autor de una marca, logotipo, imagen, personaje o cualquier otra propiedad intelectual, **resgistrados y portegidos** legalmente, autoriza o cede el derecho a su uso en un producto o servicio, durante un cierto período de tiempo, en el ámbito geográfico específico de estudio, a cambio de una remuneración variable vinculada al desempeño comercial del producto/servicio o por una tasa fija de acuerdo entre las partes.

Participantes del Negocio

Licenciador o **licenciante** (Licensor): Es el propietario o titular de la licencia.

Agencia de **Licencias** (Agent): Es el representante oficial del licenciante en **este caso en Argentina** y responsable de la negociación, comercialización y gestión de los contratos de concesión de licencias.

Licenciario (Licensee): Es una empresa que contrata o usa la marca para sus productos o servicios. Puede ser una industria, **fabricantes, importador** o prestadora de servicios.

Contrato de licenciamiento: Es el documento que regula la relación entre el licenciador y el licenciario en el uso de las marcas. **El marco en el cual se establecen los términos del acuerdo, sus condiciones comerciales y las clausulas a cumplir por cada parte según la legislación del territorio.**

Ventajas de utilizar Licencias

-Aumento de ventas: Se estima que un producto licenciado tiene un giro **45%** mayor, en comparación al no licenciado. El valor agregado (**aspiraciones, conceptos, calidad**) que la propiedad licenciada entrega al producto es el gran responsable por ese considerable aumento en las ventas.

-Fortalece un producto o línea **o crea uno nuevo**: La aceptación tanto del canal de distribución, **como** del consumidor será más próspera si el lanzamiento incluye una licencia que valide el producto (valor agregado).

-Promoción del nombre de la empresa **o marca** licenciada: Asociar el nombre de la empresa **o de un producto** a una determinada propiedad genera una especie de aval por parte del dueño de la marca, generando credibilidad en cuanto a la calidad de la compañía **y empoderamiento otorgado por los valores de la licencia.**

-Amplía mercados: **Las licencias** “abren puertas”, principalmente en los canales de distribución **y venta**. Cuando entiende que determinada marca/personaje tiene que estar en el mix de su tienda, el minorista va detrás del fabricante licenciado.

Principales tipos de propiedades intelectuales disponibles para licenciar

Programas de Televisión
Dibujos Animados
Películas y Animaciones
Artistas y Celebridades
Estilistas – Iconos de moda
Marcas Deportivas: equipos y campeonatos
Atletas Eventos
Marcas digitales
Marcas corporativas

Principales categorías de productos que utilizan el Licenciamiento como diferencial competitivo

Alimentos y bebidas
Ropa/ Calzado / Accesorios
Editorial - Música
Papelería escolar
Artículos para el hogar
Electrónicos / Tecnología
Cotillón
Higiene , Cosmética y cuidado personal
Películas
Artículos deportivos
CD/DVD/Aplicaciones
Juegos y juguetes
Publicidad
Servicios varios

Licenciamiento Promocional

Generalmente contratos de licenciamiento de corto plazo (hasta seis meses) son conocidos como Licenciamiento Promocional y tiene por objetivo el uso de la marca (personajes, películas, eventos) para promover un determinado producto o servicio. Comúnmente las acciones promocionales incluyen Premiums (obsequios) con la marca/personaje y una acción mediante la cual se lleva a cabo.

Papel del licenciante (Licensor)

Definir el posicionamiento de la marca o personaje en el mercado. Establecer los objetivos y estrategias del programa de licenciamiento.
Desarrollar Guías de Estilo.
Registrar las marcas en los órganos judiciales competentes.
Aprobar el plan anual de **negocios presentado por el que adquirirá la licencia**.
Aprobar los productos licenciados, empaques, materiales de marketing y suplementos de ventas.
Ejecutar los contratos de licenciamiento.
Apoyar a la marca a través de acciones de marketing.

Papel de La agencia

Negociar acuerdos con las empresas más calificadas para la marca.

Ajustar las condiciones contractuales de licencias. Administrar los pagos y recibos de los contratos.

Acompañar el desempeño de ventas de la marca.

Monitorear las infracciones de las marcas que representan en el mercado.

Coordinar el lanzamiento de los productos licenciados en el mercado junto con acciones de marketing.

Coordinar acciones cruzadas, maximizar y crear sinergia entre los licenciarios.

Papel del Licenciente:

Seguir las estrategias y objetivos establecidos para las marcas

Desarrollar, fabricar y comercializar los productos aprobados respetando lo establecido en el acuerdo.

Invertir en la marca licenciada, como en acciones de lanzamiento de producto en el mercado y acciones de apoyo al programa de licensing.

Presentar reporte de regalías de pago y planes de negocio, de acuerdo con las cláusulas contractuales.

Buscar oportunidades y generar exposición de la marca en el mercado, junto con el Agente y el Licensor.