28/10/2020

ECONOMIST&JURIST

Redacción

La revolución de las marcas no convencionales

Vivimos en un mundo cambiante, en constante transformación y en el que, sin duda, es la tecnología una de las ciencias que más ha evolucionado en los últimos años. La tecnología se ha implantado en nuestras vidas, se ha colado en nuestra forma de vivir hasta tal punto que se ha convertido en el motor de un gran cambio social.

Las marcas no son ajenas a esa evolución tecnológica. De ahí que en los últimos años haya surgido un nuevo tipo de marca novedoso y aún poco habitual: **las marcas no convencionales**. Estas marcas surgen para adaptarse a la nueva realidad digital y están estrechamente ligadas a las nuevas tendencias en marketing y publicidad, en particular, **a las nuevas fórmulas para llegar a la audiencia y formar parte de sus vidas cotidianas**.

Junto a las **marcas tradicionales,** como son las **marcas denominativas** (formadas por palabras, letras, números o combinaciones de estos escritas en caracteres estándar y sin gráfico ni color) y las **marcas figurativas** (que pueden estar formadas por

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF