

EUIPO:

El poder de una marca protegida
Caso Carolina Herrera

EUIPO



Hoy, jueves 9 de enero, celebramos el cumpleaños de la icónica diseñadora Carolina Herrera, una mujer cuya influencia en el mundo de la moda y de las fragancias sigue siendo más que relevante.

Para conmemorar su legado, nos gustaría exponer un caso reciente en el que **sus marcas se vieron involucradas**, el cual subraya una lección fundamental en el ámbito de la propiedad industrial: **la importancia de una protección eficaz de las marcas**.

Carolina Herrera y la importancia de proteger tu marca

El pasado 15 de noviembre, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) resolvió un caso que involucraba la solicitud de la marca "Buena Chica" por parte de Guangzhou Maoqi Electronic Technology Co., Ltd., quien se enfrentaba a la **oposición de Carolina Herrera Ltd.** en relación con su emblemática marca "**GOOD GIRL**".

La EUIPO falló a favor de la oposición presentada por Carolina Herrera, argumentando que existía **un riesgo evidente de confusión entre ambas marcas**. El fallo se basó en el artículo 8, apartado 1, letra b, del Reglamento de Marcas de la Unión Europea,

que establece que **no se debe permitir el registro de una marca que sea idéntica o similar a una marca previamente registrada**, siempre que los productos o servicios sean similares y haya una posibilidad de confusión entre los consumidores.

En concreto, la marca "GOOD GIRL" goza de una gran notoriedad y un nivel de distintividad muy elevado en el mercado de la perfumería, lo que hace que su protección sea aún más importante.

A pesar de que las marcas "GOOD GIRL" y "Buena Chica" no sean fonética ni visualmente similares, **la EUIPO concluyó que son conceptualmente idénticas**.

En efecto, y como se puede apreciar, la marca solicitada es, en realidad, una traducción directa al español de la marca original. Este punto es clave, ya que el riesgo de confusión no solo se basa en las similitudes visuales o fonéticas, sino también en la **percepción que el público tiene de ambas marcas**. Si el público llega a asociar "Buena Chica" con "GOOD GIRL", existiría una gran posibilidad de que el consumidor perciba la nueva marca como una simple variante o extensión de la original.

EUIPO:

El poder de una marca protegida
Caso Carolina Herrera

EUIPO



Lo interesante de esta resolución es que refuerza la noción de que la protección de las marcas no es solo una cuestión legal, sino también una cuestión **estratégica**.

Una marca bien protegida no solo resguarda el esfuerzo y el trabajo de la empresa, sino que también **preserva la confianza del consumidor y la integridad de la imagen de la marca**.

En este asunto, la fama de la marca "GOOD GIRL" en el mercado fue un factor determinante para evitar la confusión entre los signos en pugna. Los consumidores, incluso con un grado de atención superior al medio, podrían haber confundido "Buena Chica" con una nueva versión de "GOOD GIRL", **lo que afectaría tanto a la percepción del consumidor como al valor de la marca original**.

En resumen, la resolución de la EUIPO nos recuerda que **una marca bien protegida es un activo invaluable**. La propiedad industrial, y en particular la protección de las marcas, juega un papel crucial en la competitividad y la longevidad de las empresas.

No solo es una cuestión legal, sino también una cuestión estratégica que puede tener un impacto directo en la percepción pública y en el éxito a largo plazo de una marca en el mercado.

En definitiva, la protección eficaz de las marcas garantiza que estas puedan diferenciarse claramente en el mercado, preservando su carácter distintivo y evitando que los consumidores se confundan.

¿Necesitas proteger tu marca?

De la mano de nuestros expertos en asesoramiento jurídico, ofrecemos un servicio permanente de control de todas las nuevas solicitudes de marcas que se publican continuamente en los distintos Boletines Oficiales nacionales, regionales, internacionales o de cualquier país del mundo, para así poder informarte en caso de que puedan causarle un perjuicio a tu marca.

¿Quieres más información sobre nuestro servicio de asesoramiento jurídico en marcas?
[Contacta con nosotros para más información](#)