



ANTECEDENTES



CHIARA FERRAGNI



Chiara Ferragni es una conocida bloguera de moda e influencer, con muchos seguidores en todas las redes sociales. Su icónico logo del ojo azul con pestañas es reconocido casi en todo el mundo.

Aprovechando su sentido de la moda y su street style, decidió, en 2017, sacar su propia línea de ropa y accesorios, en especial, de zapatos. Para esto, Chiara realizó varias investigaciones sobre cuáles eran los mejores materiales para utilizarlos en sus productos, las últimas tendencias en moda, lo más demandado en el mercado, buscando así mismo, inversores que creyeran en su proyecto.

Después de varios meses creando prototipos y realizando pruebas, lanzó su primera colección en la Semana de la Moda de Milán. La colección batió records de ventas en toda Europa.

Sus diseños se podían comprar en línea a través de plataformas digitales como Amazon, MyTheresa y en su propia pagina web. También se podían adquirir en tienda física.

María admiraba el trabajo de Chiara y la seguía en todas las redes, conocía sus diseños y siempre estaba atenta a los productos y colaboraciones de la influencer. Lo que más deseaba María, era tener unas zapatillas con el logo del ojo azul de la colección primavera/verano 2019. Para poder conseguirlo, llevaba un tiempo ahorrando parte de su paga, hacía de canguro y paseaba a Sparkie, el perro del vecino.

Se aproximaba el baile de fin de año, así que Maria decidió que era el momento de estrenar sus anheladas zapatillas.

Entró inicialmente a la pagina web de la marca, vio el precio y se desanimó. Busco luego ofertas en Amazon, Alibaba y Nordstorm, pero aún estaban fuera de su alcance. La conclusión a la que llegó era que tenía que seguir ahorrando.

Un día, de camino a casa, mientras cruzaba la rambla, María vio que varios de los diseños de Chiara se vendían en la calle, junto con otros productos como carteras y cinturones de otras casas de moda.

A pesar de que sabía que el producto no era el original, María quiso comprar las zapatillas, puesto que el dinero que llevaba le alcanzaba y las tendría a tiempo para poder llevarlas al baile.

La ilusión por estrenar las zapatillas se transformó en frustración el día del baile. Las zapatillas compradas se descosieron por varios sitios y el logo, que estaba pegado, se desprendió.

Para rematar, un par de meses después María leyó en varios blogs de moda que Chiara había decidido postponer la expansión de sus tiendas físicas en la ciudad en la que vivía María.



MEDIDAS ADOPTADAS

María, triste por la noticia de la cancelación de la expansión a su ciudad sintiéndose culpable por su compra, pensó que podía ayudar a Chiara a defender su marca. Así, envió a su página web toda la información que tenía del vendedor del producto y varias fotos que servían de prueba.

Gracias a esto, los abogados de Chiara iniciaron acciones por infracción a los diseños de sus zapatos y accesorios más conocidos y por uso indebido de la marca.



RESULTADO

Las acciones resultaron efectivas y los productos fueron retirados de las calles.

Gracias a su buena acción, María recibió de regalo los zapatos que tanto había deseado.



LECCIONES APRENDIDAS

Comprar productos falsificados no solo genera pérdidas económicas, sino también tiene consecuencias en el empleo de las personas y en el desarrollo económico de una región.

Comprar un producto falso puede suponer la compra de un producto defectuoso y de mala calidad.