

## Protegiendo a Crocs

EL PAÍS ACTUALIDAD

### Crocs, el cuento de hadas de una sandalia fea

Estos zuecos ortopédicos de colores se han convertido en un clásico: Los famosos los llevan y los jóvenes los adoran

MARÍA GÓMEZ SILVA  
Madrid · 4 MAY 2007 · 07:42 CEST

Agujeros de queso gruyère, suela ortopédica y material anti olor. Estas no son precisamente las características que enloquecen a las adictas a la moda cuando buscan el zapato de la temporada. Pero estas simpáticas sandalias de resina de colores se han ganado un sitio en los armarios más selectos, haciendo que la compañía que las fabrica haya pasado de ganar 1 millón de dólares, en 2003; a 322 millones, en 2006. Matt Damon, Jack Nicholson, Al Pacino, Paris Hilton, Ben Affleck y Kate Winslet, entre otros, ya las llevan.

La historia de estos zapatos es como un cuento. Tres amigos de Colorado fueron juntos a navegar y los zuecos que llevaba uno de ellos les inspiraron de tal modo, que decidieron dejarlo todo para levantar un negocio alrededor de ellos. Al principio, los compradores de los Crocs eran marineros y aficionados a navegar. Pero, entonces comenzó el boca a boca. Les siguieron los jardineros, los médicos, los camareros y otros profesionales obligados a trabajar todo el día de pie. Se hicieron adictos a su comodidad y durabilidad. Algunos años después, los famosos los usan y la gente joven los adora. En la serie *Anatomía de Grey* no se los quitan.

Ahora, el reto de la compañía para terminar el cuento en "y fueron felices y comieron perdices" es hacer frente a dos problemas. Por un lado, la piratería. Los zuecos de colores comienzan a multiplicarse en los bazares de ofertas aunque no sean más que una mera copia en plástico de los Crocs. El segundo desafío es la lucha contra fugacidad. Sólo el tiempo sabe si estas sandalias llegarán a convertirse en un clásico. Como las pelotas de Camper.

El trabajo de un abogado no siempre consiste en ganar pleitos. En ocasiones basta con lograr mantener el *status quo* de una situación compleja, permitiendo al cliente vender –sin incurrir en riesgos considerables–, mientras dure la dicha. Esto ocurrió cuando allá por el 2006 nos encomendaron la defensa de las conocidas zapatillas Crocs, cuyo mercado se había inundado de copias.

Nuestra misión consistió en buscar argumentos para sostener la singularidad del diseño, la novedad del invento o la originalidad de la creación. Utilizamos los derechos de marca, los de diseño, los derechos de autor o la competencia desleal. Era una guerra difícil, pero el concepto era nuevo y creativo, su precio y utilidad, imbatibles, por lo que había que intentarlo. Logramos que la marca se afianzase y crease un espacio en nuestro mercado. *Pas mal...*



Crocs publicita sus productos como "los zapatos más cómodos y versátiles del mercado".

No son de plástico ni de goma pero sí muy ligeros. Están fabricados con Croslite™, un material patentado de resina de célula cerrada (PCCR) y antimicrobiana.

Elimina el olor, amortigua los impactos y se adapta a la forma del pie como un guante.

Si además combinase bien con el traje para salir de noche sería el zapato perfecto.