

## Día Mundial de la Galleta OREO

# ¿Cómo se protege Oreo contra copias o versiones similares?



El 6 de marzo se celebra el Día Mundial de la Galleta OREO, una fecha que no solo conmemora el impacto de este icónico producto en la industria alimentaria, sino que también nos invita a reflexionar sobre la **importancia de los derechos que emanan de sus conocidas marcas**, protegidas bajo la normativa de Propiedad Industrial.

Hablar de OREO no es solo hablar de una galleta, sino de un fenómeno global que ha trascendido generaciones y fronteras, convirtiéndose en un símbolo del mercado de los productos dulces.

Su inconfundible diseño y su exitosa comercialización han hecho de esta galleta un referente en el mundo de las marcas registradas, ya que su historia es un claro ejemplo de cómo una estrategia de protección bien estructurada no solo resguarda el valor comercial de un producto, sino que también **garantiza su autenticidad frente a las numerosas imitaciones que intentan replicar su éxito**.

En un mundo donde la competencia comercial es cada vez más agresiva y la diferenciación de productos juega un papel crucial en el éxito de las empresas, la **Propiedad Industrial** se ha convertido en un elemento esencial para proteger la identidad y el valor de una marca.

Más allá del reconocimiento que un producto pueda alcanzar entre los consumidores, su permanencia en el mercado depende en gran medida de la **estrategia legal que resguarde sus signos distintivos, su diseño y su exclusividad** frente a intentos de imitación o aprovechamiento indebido.

Es aquí donde la Propiedad Industrial se convierte en una herramienta clave no solo para las empresas, sino también para los consumidores, quienes se benefician al **poder identificar y confiar en productos auténticos y de calidad**.

El éxito de un producto en el mercado global, como es el caso de las galletas OREO, no depende únicamente de su calidad o popularidad, sino también de la **solidez de los derechos de propiedad industrial que lo protegen**.

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

Por ello, si analizamos el posicionamiento y reconocimiento mundial de estas famosas galletas, vemos como su notoriedad no ha sido producto del azar, sino el resultado de una **estrategia integral que abarca una efectiva protección de sus marcas, así como de sus diseños.**

Gracias a esto, se evita, como bien se puede comprobar analizando la trayectoria empresarial de OREO, la **explotación indebida** de sus productos y se garantiza su exclusividad a lo largo del tiempo.

Desde el lanzamiento de estas galletas en 1912, la marca OREO ha sido sometida a un **exhaustivo proceso de registro y defensa en múltiples jurisdicciones.**

Hoy en día, los titulares de sus derechos marcarios han podido desarrollar, gracias a estos procesos, una estrategia de protección que no solo abarca **marcas denominativas y tridimensionales, sino también diseños y otros derechos conexos.**

En efecto, desde un primer momento, los creadores de las galletas OREO supieron ver que la protección de una marca no solo les otorgaría derechos exclusivos de uso, sino que también les permitiría **impedir que terceros comercializaran productos idénticos o similares que pudiesen generar un riesgo de confusión o de asociación entre los consumidores,** y mucho menos que se produjese un aprovechamiento del prestigio adquirido por sus marcas.

Al analizar en profundidad el éxito de estas galletas, podemos identificar varios aspectos clave que contribuyen a su reconocimiento y popularidad. Uno de los más relevantes es que su fama no se limita únicamente a las marcas que las respaldan bajo la denominación "OREO", sino que también se debe a su diseño inconfundible: dos galletas de chocolate negro con relieve, que enmarcan una capa de crema blanca en su interior.

## ¿CÓMO SE PROTEGEN, ENTONCES, ESTAS GALLETAS?

Este conjunto de características visuales ha sido debidamente protegido mediante diversos **mecanismos jurídicos.**

En primer lugar, las **marcas tridimensionales** permiten registrar la forma específica de un producto, siempre que esta tenga un carácter **distintivo** y no sea simplemente funcional.

Por otro lado, los **diseños industriales** garantizan la protección de la apariencia estética del producto, asegurando su exclusividad y evitando que la competencia incurra en prácticas desleales.

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

Y, por último, el concepto de *trade dress* o **imagen comercial** es igualmente capaz de proteger el conjunto completo de características visuales del producto, evitando que terceros puedan llegar a imitar su apariencia de manera engañosa o confusa para los consumidores.

A pesar de la solidez latente en la protección jurídica de las galletas OREO, no han faltado intentos de replicar su apariencia sin la necesidad de hacer uso de su conocida denominación.

En estos casos, la cuestión legal central radica en determinar si estas imitaciones constituyen una infracción de los derechos de propiedad industrial o si, por el contrario, son parte de una estrategia de competencia legítima. Para ello, es necesario analizar varios factores, como el **riesgo de confusión en el consumidor**, el **grado de distintividad adquirido por la marca** y si el competidor está tratando de **beneficiarse de su reputación**.

## CONSECUENCIAS DEL APROVECHAMIENTO INDEBIDO DE LA MARCA

Cuando se da un escenario de confusión o aprovechamiento indebido de la marca, el titular puede emprender acciones legales por **infracción marcaria** y competencia desleal sobre sus **marcas, elementos gráficos o diseños**.

No obstante, es fácil ver galletas que cuentan con el mismo formato que las OREO, y ello nos hace pensar que **el registro de una marca por sí solo no parece suficiente como para proteger estas famosas galletas de imitaciones**. Por esto mismo, y con la finalidad de garantizar su exclusividad, es fundamental una **vigilancia constante del mercado y una respuesta jurídica ágil ante estas posibles infracciones**.

Desde **UNGRIA** aconsejamos ante estas posibles situaciones llevar a cabo un **monitoreo activo en las diversas jurisdicciones** para detectar productos que puedan estar vulnerando los derechos de las empresas.

Para luchar contra estas acciones ilícitas, podemos **adentrarnos en diferentes procedimientos administrativos y judiciales**, como oposiciones al registro de marcas similares, acciones de nulidad contra registros indebidos, medidas cautelares para la retirada inmediata de productos infractores y demandas por daños y perjuicios derivados de la explotación ilícita de la reputación.

El caso de OREO demuestra cómo **la Propiedad Industrial es un pilar esencial en la consolidación de una marca en el mercado global**, no solo al proteger los intereses de la empresa titular, sino también por beneficiar a los consumidores al garantizar la autenticidad y calidad del producto que adquieren.

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

Así, en un contexto donde la competencia es cada vez más agresiva y la imitación de productos exitosos es una práctica frecuente, contar con una **estrategia jurídica integral** no es un lujo, sino una necesidad para cualquier compañía que aspire a mantener su exclusividad y diferenciación activa en el mercado.

En definitiva, la **protección de marcas y diseños industriales** no es un mero trámite administrativo, sino una inversión estratégica en la seguridad jurídica y comercial de un producto.

## EJEMPLO DE CASO REAL

1

En el año 2023, el Tribunal General de la Unión Europea publicó una importante sentencia en la que respaldaba a la Oficina de Propiedad Intelectual de la UE (EUIPO) en su negativa de registrar como marca las galletas **“Twins” de Gullón** al ser muy similares con las conocidas OREO.

2

En este caso, el Tribunal defendió que **Gullón podría aprovecharse de la notoriedad de la marca OREO**. Sin embargo, esta decisión no ha implicado retirar las “Twins” por completo del mercado.

3

En conclusión, OREO se protege a través de una combinación de marcas registradas, diseño industrial, secretos comerciales y vigilancia activa contra la competencia desleal, asegurando de esta manera su posición dominante en el mercado global de galletas sándwich.

Estas estrategias impiden el uso no autorizado de su nombre, diseño y empaque, evitando confusión en los consumidores. Sin embargo, esto no significa necesariamente que todas las galletas similares deban ser retiradas del mercado.

Los tribunales suelen evaluar si la similitud genera **confusión real** en los consumidores o si se trata simplemente de un producto legítimo dentro de la competencia. Por eso, algunas marcas pueden seguir comercializando galletas parecidas siempre que las diferencias sean suficientes para evitar la infracción.

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

## ¿Quieres proteger tu marca?

En **UNGRIA** contamos con expertos en Propiedad Industrial con dilatada experiencia en la **tramitación, protección y defensa de marcas**.

Nuestro **servicio U-Watch** (monitorización de marcas) detecta y elimina falsificaciones y usos indebidos de Marca en internet a través de nuestra plataforma tecnológica.

Contacta con nosotros aquí en caso de que quieras recibir más información sobre nuestro servicio de asesoramiento global de marcas.

**CONTÁCTANOS**

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.