



# FIFA protege sus marcas ante Mundial de futbol

**El organismo podrá presentar denuncias por mal uso de sus signos distintivos**

— IVETTE SALDAÑA

—maria.saldana@eluniversal.com.mx

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) autorizó a la FIFA 344 registros de marca ligados al Mundial de futbol 2026, con lo que se evitará que cualquier negocio utilice frases, imágenes, mascotas y palabras alusivas al torneo si no tiene autorización.

El director del IMPI, Santiago Nieto, explicó que con ello se blindó la propiedad intelectual, lo que faculta al organismo deportivo para presentar denuncias.



**LORENA RODRÍGUEZ**

Directora de ClarkeModet México

***“Cuando una empresa se quiere ligar a un evento de mucha visibilidad, sin ser patrocinador oficial, no podrá utilizar la marca”***

● Economía A21

# LAS MARCAS Y FRASES DE LA FIFA ESTÁN BLINDADAS EN MÉXICO

**El organismo y el gobierno han recibido hasta ahora 348 registros previos al torneo de fútbol, por lo que terceros no podrán hacer alusión sin una previa autorización, advierten expertos**

—IVETTE SALDAÑA

*maria.saldana@eluniversal.com.mx*

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) otorgó a la FIFA 344 registros de marca, así como otros cuatro al gobierno, ligados al Mundial de Fútbol 2026, con lo que se evitará que cualquier comercio utilice frases, imágenes, mascotas y palabras alusivas al torneo si no cuenta con la autorización de los organizadores.

Así, no podrán usarse comercialmente frases como 'Copa Mundial de la FIFA 2026', 'FIFA', la imagen del balón del mundial, las mascotas de la justa deportiva o la imagen del trofeo del torneo en ninguna publicidad de restaurantes, bares, tiendas de deportes,

autoservicios, centros deportivos o comerciales o, en general, en cualquier negocio, ni hacer alusión a las marcas o íconos, ya que podrá ser sancionado y hasta clausurado, dijeron especialistas en propiedad intelectual consultados por EL UNIVERSAL.

En el caso de las marcas protegidas por el gobierno, tampoco podrán usarse sin autorización frases como 'México 2026', así como 'México 2026, un país una pasión', con su respectivo diseño.

A 116 días del silbatazo inicial, el gobierno mexicano y la FIFA obtuvieron, hasta ahora, 348 registros de marca, explicó en entrevista el director del IMPI, Santiago Nieto.

Con ello se blinda la propiedad intelectual de la FIFA y del país, de manera que tanto la organización deportiva como el gobierno podrían presentar denuncias por uso de marcas ante el IMPI "y puede haber aseguramiento de bienes y clausura de un local", agregó.

Nieto relató que hubo "un [caso en el Mundial] de Qatar 2022 donde una agenda de viajes utilizó 'Qatar 2022' y las siglas de la FIFA para promocionar sus viajes", sin tener derecho.

**MÁS CONTROLES**

Contrario a lo que ocurría en los mundiales de 1970 y 1986, en México se ha endurecido la legislación, e incluso está en proceso un proyecto de reforma para castigar a quienes incluso utilicen publicidad disfrazada alusiva al torneo de fútbol, algo que se conoce como *ambush marketing* o publicidad encubierta, dijo a EL UNIVERSAL la directora de ClarkeModet México, grupo especializado en propiedad industrial e intelectual, Lorena Rodríguez.

Expuso que el gran riesgo de esa nueva legislación, que se espera sea aprobada este mes, es que habrá una línea delgada entre cometer una infracción por el uso de publicidad alusiva al mundial y usar palabras como "partido de fútbol" o "mundial", entre otras.

Eso significa que cuando alguien "se quiere ligar a un evento

de mucha visibilidad, sin ser patrocinador oficial, no podrá utilizar la marca", detalló Rodríguez.

Los negocios no podrán usar el nombre del evento deportivo ya que se les pedirá que retiren la campaña o publicidad alusiva, y pueden ser sancionados e incluso corren el riesgo de una clausura.

El artículo 388 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial establece que la sanción que podrá aplicarse será de hasta 250 mil Unidades de Medida y Actualización (UMA) por cada conducta infractora, equivalente a más de 29 millones de pesos.

"A este monto deberán sumarse las pérdidas en la reputación, daño en la confianza del consumidor e inversiones adicionales que se tengan que generar para corregir el daño hecho", explicó la experta.

**USO EXCLUSIVO**

Para el consultor y especialista en propiedad intelectual Miguel An-

gel Margáin, la función de las marcas es que una persona o empresa tenga el uso y explotación exclusiva. En consecuencia, otros negocios no pueden usar logotipos, imágenes, frases o palabras registradas ante el IMPI, porque va de por medio el fin de lucro.

Señaló que las frases o marcas registradas se pueden usar en medios informativos, mientras que los negocios podrían utilizar expresiones como 'partido de fútbol' o imágenes de pelotas que no tengan los colores y logos de la FIFA, o se pueden hacer promociones "para ver los partidos", pero sin mencionar el evento.

El también exdirector del IMPI dijo que las nuevas disposiciones contra la publicidad disfrazada representan una línea muy tenue entre lo que se puede hacer para ligar una campaña al Mundial de Fútbol y lo que se sanciona. Ante

ello, hay que tomar como referencia a otros países que ya tienen una legislación como la que se está discutiendo para México. ●

**MIGUEL ÁNGEL MARGÁIN**

Consultor en propiedad intelectual

**Hay que ver cómo se va definiendo y cómo se aplica la ley, pero sí es un riesgo el saber hasta dónde no te estás metiendo con la marca"**

## RESGUARDO DE LA INNOVACIÓN

Pese a que cada vez hay una mayor cultura sobre la propiedad intelectual en el país, especialistas señalan que se debe trabajar para fortalecer a las instituciones responsables de vigilar su cumplimiento.

REGISTROS EMITIDOS  
Miles

- Marcas, avisos comerciales y nombres comerciales
- Patentes, diseños industriales y modelos de utilidad

