

---

— PROPIEDAD INTELECTUAL - MÉXICO

# Transmisión de los partidos de la Copa Mundial 2026. ¿Puedo transmitir los partidos del Mundial en mi negocio?

## EN RESUMEN

A tan solo unos días de que la justa mundialista dé comienzo, un tema en particular ha llamado la atención de los dueños de restaurantes y establecimientos que contemplaban lucrar con la retransmisión de cada uno de los partidos y este es: ¿Podrán retransmitirse los partidos en establecimientos comerciales? La respuesta corta es sí. La respuesta completa es que existen reglas precisas que se deben cumplir, porque su incumplimiento puede derivar en multas que alcanzan decenas de millones de pesos e incluso la clausura del establecimiento.

## No es una prohibición: es un régimen de condiciones

Conviene aclarar un malentendido que se repite con cierta frecuencia. No hay una prohibición absoluta de exhibir los partidos en un restaurante. Lo que hay es un régimen condicionado: la retransmisión es legal siempre y cuando se realice con una señal oficial autorizada y se cuente con la licencia requerida, como parte de la operación normal del negocio y sin explotar comercialmente el evento ni las marcas de la FIFA. El riesgo aparece cuando se rompe alguna de esas condiciones.

El concepto clave de la retransmisión pública de partidos de la Copa Mundial de Fútbol en establecimientos comerciales tales como restaurantes, bares y afines, constituye un acto de comunicación pública con fines lucrativos, toda vez que dicho contenido es utilizado como elemento de atracción de clientela y generación de ingresos. Es precisamente ahí donde se encuentra el punto medular del asunto: **el lucro y el aprovechamiento comercial que se obtiene a partir de dicha transmisión.**

Entonces para cumplir con la normativa aplicable, los establecimientos comerciales deben contratar un paquete de televisión de categoría empresarial o comercial, el cual incluye las licencias de retransmisión que amparan legalmente la difusión del contenido audiovisual ante el público. Contar con dicha licencia libera al establecimiento de cualquier responsabilidad por infracción a los derechos en materia de propiedad industrial, por el uso no autorizado de señal.

El uso de un paquete de televisión doméstico para estos fines **es ilegal**, ya que las licencias de dichos contratos están diseñadas exclusivamente para el ámbito privado, sin fines de lucro y para uso personal o del hogar.

Ahora bien, un error muy común es asumir que, por tratarse de televisión de señal abierta, es decir, de acceso “aparentemente gratuito”, su transmisión en un negocio no tiene ninguna restricción legal. Esto es incorrecto, pues la gratuidad del servicio no define si su uso es legal o no; lo que importa en realidad es el destino y la finalidad con que se emplea.

La señal abierta está concebida y licenciada para su recepción en el ámbito privado y doméstico. Utilizarla en un espacio comercial, donde atrae clientes y genera ingresos, excede los términos bajo los cuales fue otorgada. Por ello, transmitir los partidos del Mundial por señal abierta en un restaurante o establecimiento similar, sin contar con la habilitación comercial correspondiente, constituye un uso no autorizado del contenido y puede derivar en infracciones y multas en materia de propiedad industrial.

Por lo tanto, Sí es posible transmitir los partidos del Mundial en un negocio, pero debe hacerse con una señal legalmente autorizada para uso comercial. Tener contratado un servicio de televisión no es suficiente, se requiere el paquete o licencia específica para transmisión en espacios comerciales, precisamente porque dicha transmisión genera un lucro y aprovechamiento para el establecimiento. Cumplir con este requisito no solo es una obligación legal, sino una forma de operar con certeza jurídica y sin contratiempos durante el torneo.

Aunado a lo anterior, de no contar con cualquiera de los requisitos ya mencionados, el riesgo de sanción se dispara en estos casos:

- Cobrar por ver el partido (cover o cualquier contraprestación vinculada a la transmisión).
- Explotar patrocinios o vender asociación comercial alrededor del evento.
- Usar señales pirata o plataformas no autorizadas. Entre las identificadas como ilícitas figuran KaelusTV, ThunderTV, Telelatino, Sunset TV y Pop TV.
- Superar los 1,000 espectadores por partido sin la licencia correspondiente.
- Usar marcas, logotipos, mascota o cualquiera de las marcas protegidas por la FIFA.

Cabe hacer un recordatorio en relación con el **ambush marketing**. La FIFA es dueña de sus marcas oficiales: el emblema, los logotipos, la mascota, el trofeo, entre muchas otras. Por eso, los restaurantes no deben usarlos en su publicidad ni en su decoración, ni emplear términos registrados como “Mundial” o “Copa del Mundo” para promocionarse. Hacerlo incurre en ambush marketing, una conducta que desde la reforma de 2026 a la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial se contempla y sanciona expresamente.

La alternativa segura es usar referencias genéricas, por ejemplo, “el torneo más importante del año” acompañadas de imágenes genéricas relacionadas con el fútbol, siempre que no sugieran un patrocinio o una relación oficial con la FIFA.

**El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, es la única institución con la facultad de sancionar todas aquellas infracciones en materia de propiedad industrial,** pues es el encargado de verificar el uso de señales y marcas, así como de imponer la sanción correspondiente en caso de incumplimiento.

Las sanciones contempladas para el caso de incumplimiento de las disposiciones legales aplicables, se elevan hasta 29 millones de pesos. La Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial en su artículo 388 prevé multas de hasta 250,000 UMA (aproximadamente 29.3 millones de pesos) por cada conducta, más una multa adicional de hasta 1,000 UMA (aproximadamente \$117,000 pesos) por cada día que persista la falta.

El IMPI también puede ordenar el aseguramiento de equipo, la suspensión de actividades y la clausura del establecimiento. A ello pueden sumarse acciones legales y el retiro de transmisiones no autorizadas.

En conclusión, sí, un establecimiento comercial sí puede vivir el Mundial con sus clientes y retransmitir los partidos, pero resulta necesario cumplir a cabalidad con tener una señal oficial y con licencia indicada para la retransmisión para negocio, operación normal y sin cobrar por la transmisión y no hacer uso de las marcas que le corresponden a la FIFA.

---

## CONTACTOS



**Emiliano Vargas Fernández**

Abogado

[evargas@ecija.com](mailto:evargas@ecija.com)

---

Propiedad Intelectual · [info@ecija.com](mailto:info@ecija.com) · T +52 55 5662 6840

*La información contenida en este Client Alert es de carácter general y meramente informativa. No constituye asesoría legal sobre asuntos específicos y no debe utilizarse como sustituto de la consulta con un asesor legal calificado. Para asuntos específicos, le invitamos a contactar a nuestros profesionales.*