



Directrices de la FIFA sobre propiedad intelectual

Julio de 2023, versión 4.0

ÍNDICE

Estas directrices ofrecen a las partes interesadas información e instrucciones sobre la propiedad intelectual de la FIFA y otros derechos comerciales relativos a la Copa Mundial Femenina de la FIFA Australia & Nueva Zelanda 2023™ (el «torneo») y la FIFA.

Este documento tiene únicamente finalidades informativas, por lo que los ejemplos que en él se ofrecen no son exhaustivos. Estas directrices no confirman explícitamente si una actividad infringe determinados derechos relativos al torneo. Lamentamos que la FIFA no pueda ofrecerle más orientación sobre todas las posibles actividades que afecten a estos derechos.

1. INTRODUCCIÓN

FIFA®

La Fédération Internationale de Football Association («FIFA») es el órgano rector del fútbol mundial. La FIFA es la propietaria de todos los derechos relacionados con el torneo, incluidos los derechos de propiedad intelectual, audiovisuales, marketing, licencias, entradas y otros derechos comerciales.

Copa Mundial Femenina de la FIFA™

La Copa Mundial Femenina de la FIFA™ es el torneo de fútbol femenino que disfrutan por igual los amantes del deporte y el mundo empresarial. Son muchas las entidades, organizaciones, empresas e instituciones sin fines lucrativos que desean participar en esta nueva edición, que se celebrará del 20 de julio al 20 de agosto de 2023 en Australia y Nueva Zelanda.

Dados los elevados gastos que conlleva un torneo de esta magnitud, la FIFA no podría organizarlo sin el generoso apoyo económico de sus afiliados comerciales, titulares de los derechos audiovisuales y otros licenciarios y, por supuesto, de los países anfitriones. Las aportaciones de todos ellos resultan decisivas para garantizar que el torneo esté bien financiado y se pueda celebrar.

2. PROPIEDAD INTELECTUAL OFICIAL

La FIFA ha creado una gama de activos de marca, incluidos, logotipos, palabras, títulos, símbolos y otros elementos identificativos relacionados con el torneo y la FIFA («propiedad intelectual oficial»). La propiedad intelectual oficial está protegida en Australia y Nueva Zelanda y en otros territorios del mundo por marcas comerciales u otras leyes de propiedad intelectual como, por ejemplo, las legislaciones en materia de competencia desleal o de usurpación de denominaciones. Esas leyes protegen a la FIFA contra el uso no autorizado tanto de reproducciones idénticas de los elementos sujetos a derechos de propiedad intelectual como de las variaciones o modificaciones de esta que puedan confundirse con la oficial.

Los titulares de derechos de la FIFA serán los únicos autorizados a usar la propiedad intelectual oficial con fines comerciales. Consulte la web que aparece a continuación si no es titular de estos derechos y quisiera hacer uso del emblema oficial u otras marcas con fines editoriales:

<https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>.

La siguiente lista de elementos sujetos de derechos de propiedad intelectual oficial no es exhaustiva. Si desea conocer el conjunto de la propiedad intelectual registrada en un país concreto, le rogamos contacte con la registro de la propiedad intelectual correspondiente o consulte a un profesional de este ámbito del país en cuestión.

Logotipo oficial



Mascota oficial / Nombre de la mascota oficial



TAZUNI™

Slogan oficial

**BEYOND
GREATNESS™**

Título oficial

**FIFA
WOMEN'S
WORLD CUP
AU·NZ·23™**

Trofeo oficial



Marca corporativa de la FIFA

FIFA®

La marca FIFA Plus



Marcas denominativas (ejemplos)

Copa Mundial Femenina de la FIFA Australia & Nueva Zelanda 2023™

Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023™

Copa Mundial Femenina de la FIFA™

Grandeza sin limites™

Tipo de letra oficial

La fuente o tipo de letra oficial se ha creado específicamente para el torneo y está protegida con derechos de autor y en varias jurisdicciones como diseño registrado:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7
8 9 0

3. IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN DE LA MARCA DEL TORNEO

La FIFA cede algunos derechos comerciales, como los de retransmisión, venta de entradas, servicios preferentes (hospitalidad), publicidad y otros derechos promocionales vinculados con la FIFA y el torneo a varias entidades («titulares de derechos») de diversos sectores de todo el mundo.

Los titulares de derechos de la FIFA contribuyen de manera esencial a la organización del torneo y a garantizar la inversión en el fútbol en el ámbito global. No obstante, los titulares de derechos únicamente invertirán en la FIFA o en el torneo si se garantiza la exclusividad a la hora de hacer uso de las marcas oficiales y otros derechos comerciales. Sin esa exclusividad, es decir, si la marca del torneo no estuviera protegida y cualquiera pudiera usar la propiedad intelectual oficial y, por tanto, asociar de forma gratuita su marca con el torneo, se socavaría sustancialmente el valor de los derechos adquiridos. Como consecuencia, se reduciría el atractivo para los titulares de derechos y, en última instancia, podría causar que la FIFA no consiguiera la financiación necesaria para el torneo y para potenciar el desarrollo del fútbol en todo el mundo a través de programas emblemáticos como el [Programa de Desarrollo Forward de la FIFA](#).

Por consiguiente, la protección de los derechos comerciales de la FIFA, incluida la propiedad intelectual oficial, es fundamental para organizar el torneo. La FIFA solicita a las personas y entidades no afiliadas que respeten los derechos de la FIFA y que lleven a cabo sus actividades sin crear ningún vínculo comercial con este torneo.

4. TITULARES DE DERECHOS DE LA FIFA

Actualmente, la FIFA tiene establecidas las siguientes categorías de titulares de derechos:

AFILIADOS COMERCIALES

Los afiliados comerciales adquieren un paquete de patrocinio que consta de: socios FIFA, socios de fútbol femenino de la FIFA, patrocinadores de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™ y promotores del torneo. La siguiente lista —que se actualizará periódicamente— presenta a los afiliados comerciales actuales.

1. Socios FIFA

Los socios FIFA son empresas que reciben i) el derecho a que la FIFA las identifique como «socio FIFA» vinculados al torneo; y ii) derechos publicitarios, promocionales y de marketing en todo el mundo vinculados a la FIFA y a ciertas competiciones de la FIFA, incluido el torneo. Entre los socios FIFA se encuentran actualmente:



2. Socios de fútbol femenino de la FIFA:

Los socios de fútbol femenino de la FIFA reciben (i) el derecho a que la FIFA los identifique como «socio del fútbol femenino de la FIFA» vinculado al torneo; y ii) derechos publicitarios, promocionales y de marketing en todo el mundo vinculados a: una o más competiciones de fútbol femenino de la FIFA (incluido el torneo) y determinadas actividades de la FIFA vinculadas al fútbol femenino. Entre los socios de fútbol femenino de la FIFA se encuentran actualmente:



3. Patrocinadores de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™

Los patrocinadores de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™ son empresas (que no forman parte de los socios FIFA ni de los socios de fútbol femenino de la FIFA), a quienes la FIFA concede (i) derechos publicitarios, promocionales y de marketing en todo el mundo vinculados a sus competiciones; y ii) el derecho a que la FIFA las identifique como «patrocinador de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™» vinculado al torneo. Entre los patrocinadores de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™ se encuentran actualmente:

SPONSORS



4. Promotores del torneo

Los promotores del torneo son empresas (que no forman parte de los socios FIFA, socios de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™ ni patrocinadores de la Copa Mundial Femenina de la FIFA™) a quienes la FIFA concede (i) derechos publicitarios, promocionales y de marketing vinculados al torneo para ejercer a este respecto en uno o más territorios o regiones seleccionados; y ii) el derecho a que la FIFA las identifique como «promotor del torneo» vinculado al torneo.

Oceanía	Sudamérica	Asia	Norte y América Central
<p>SUPPORTERS</p>	<p>SUPPORTER</p>	<p>SUPPORTER</p>	<p>SUPPORTERS</p>

LICENCIATARIOS DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES

Los licenciarios de los derechos audiovisuales son entidades a las que se les garantiza una serie de derechos audiovisuales vinculados al torneo en un país o países determinados. Entre los derechos audiovisuales garantizados, cabe mencionar los siguientes:

- Derechos de televisión
- Derechos de radio
- Derechos de banda ancha
- Derechos de retransmisión por internet
- Derechos de retransmisión en dispositivos móviles

LICENCIATARIOS DE MARCA Y DE DOBLE MARCA

Los licenciarios de marca y de doble marca son entidades a las que la FIFA garantiza el derecho a desarrollar, manufacturar y vender varios productos que lleven marcas oficiales: productos con licencia oficial.

- Productos de doble marca con licencia oficial: aquellos que llevan las marcas de propiedad intelectual oficiales y ciertas marcas de la empresa licenciataria.
- Productos oficiales de marca con licencia oficial: aquellos que únicamente llevan propiedad intelectual oficial del torneo.

SERVICIOS PREFERENTES

La FIFA ha concedido a MATCH Hospitality AG los derechos exclusivos en todo el mundo del programa de servicios preferentes (Hospitality Programme) de la FIFA para este torneo. Por tanto, es la única empresa autorizada para ofrecer los paquetes de servicios preferentes que incluyan entradas en todo el mundo, ya sea directamente o a través de sus agentes de ventas.

5. PROMOCIONAR Y APROVECHAR EL INTERÉS EN LAS COMPETICIONES SIN CREAR UN VÍNCULO NO AUTORIZADO

Existen formas legítimas de promocionar y aprovechar el interés en el torneo sin usar las marcas de propiedad intelectual oficiales ni crear vínculos comerciales no autorizados con el mismo. La FIFA insta a las empresas y al público en general a usar imágenes genéricas relacionadas con el fútbol o los países participantes, así como términos o lemas que no incluya las marcas de propiedad intelectual oficiales.

Las actividades que creen vínculos comerciales ilícitos estarán prohibidas y se podrán incoar acciones legales contra ellas. Se considerará que se han establecido estos vínculos comerciales ilícitos cuando una empresa aparezca asociada a la FIFA o al torneo, por ejemplo, al usar los elementos sujetos a derechos de propiedad intelectual oficiales o dando la impresión de que la empresa es titular de derechos (es decir, patrocinadora o licenciataria).

Les recomendamos buscar asesoramiento jurídico independiente para estar seguros de que las actividades promocionales previstas no infringen los derechos de propiedad intelectual de la FIFA ni otro tipo de derechos comerciales.

6. INFORMACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Copa Mundial Femenina de la FIFA™ es un gran acontecimiento mediático y su éxito está vinculado a la amplia cobertura que recibe por parte de los medios de comunicación. Los medios de comunicación podrán usar los elementos sujetos a derechos de propiedad intelectual oficiales con fines periodísticos e informativos, siempre que con ello no sea posible crear vínculos ilícitos entre el torneo y entidades que no sean titulares de los derechos de la FIFA.

En la sección 7 se exponen algunos ejemplos para que los medios sepan utilizar los elementos sujetos a derechos de propiedad intelectual conforme a las libertades legales establecidas, aunque cumpliendo las disposiciones del programa comercial de la FIFA y respetando los derechos de los titulares de los derechos de la FIFA. Ninguna de las disposiciones del presente documento pretende controlar o restringir de manera alguna el contenido de los reportajes periodísticos o los editoriales que redacten los medios sobre el torneo.

La descripción del uso de la propiedad intelectual oficial contempla todas las formas posibles de medios impresos o digitales, incluyendo —entre otros— televisión, internet, dispositivos móviles, aplicaciones y redes sociales.

Archivo Digital de la FIFA

Los medios de comunicación pueden solicitar copias digitales gratuitas de la propiedad intelectual oficial [en el enlace https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/](https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/). Las marcas oficiales se usarán de acuerdo con lo estipulado en las directrices gráficas de la FIFA, que esta les remitirá junto con archivos digitales de alta calidad de los elementos gráficos solicitados.

7. EJEMPLOS DE USO

Esta sección pretende servir de guía para evitar vínculos comerciales no autorizados con el torneo. Los ejemplos de uso de la propiedad intelectual oficial contemplan todas las formas posibles de medios impresos o digitales, incluyendo —entre otros— impresión, televisión, internet, dispositivos móviles, aplicaciones y redes sociales.

Como no se pueden recrear todas y cada una de las situaciones de uso aceptado comparadas con las que supondrían un uso no autorizado, ni hacer referencia a las sanciones que se aplicarían en los diferentes países, *los siguientes ejemplos se presentan a título ilustrativo y no tienen carácter exhaustivo.*

Las situaciones que se muestran a continuación están concebidas para ayudar a aquellas entidades y personas que busquen legítimamente no establecer vínculos ilícitos con las competiciones de la FIFA. Las presentes directrices no deberán usarse como herramienta para evitar la responsabilidad legal por parte de empresas que intenten deliberadamente encubrir un vínculo con los derechos de marketing de la FIFA. La experiencia ha demostrado que los intentos por usar las presentes directrices en su defensa ante actos de vínculos ilegales o infracciones siempre fracasan. La FIFA confía en la colaboración de todos y en que se respeten sus peticiones y sus derechos. Por este motivo, se reservan expresamente todos los derechos de la FIFA.

Las presentes directrices se aplican exclusivamente a los derechos de propiedad de la FIFA y no contienen ni manifiestan ninguna disposición o relación con derechos de terceros, como futbolistas, clubes, federaciones miembro, confederaciones, socios comerciales de la FIFA y otras entidades, organizaciones o personas.

A. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A1. PRENSA ESCRITA Y DIGITAL

Uso periodístico

El uso de las marcas oficiales con fines periodísticos en publicaciones que informen específicamente sobre el torneo no supone un vínculo no autorizado. Sin embargo, la propiedad intelectual oficial no podrá usarse como parte integral del formato de una publicación, como elementos de la marca en una publicación o de forma individualizada (de manera estática o repetida en una web), especialmente si la propiedad intelectual oficial se usara de forma repetida en la esquina de una edición especial, o en cada una de las páginas de una subsección especial de una página web, ya que su uso podría dar a entender la aprobación de la FIFA.



Uso comercial

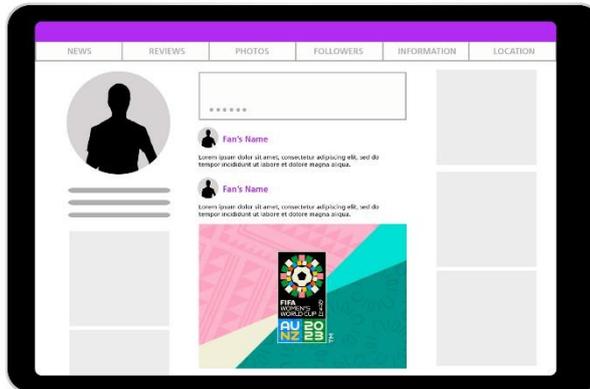
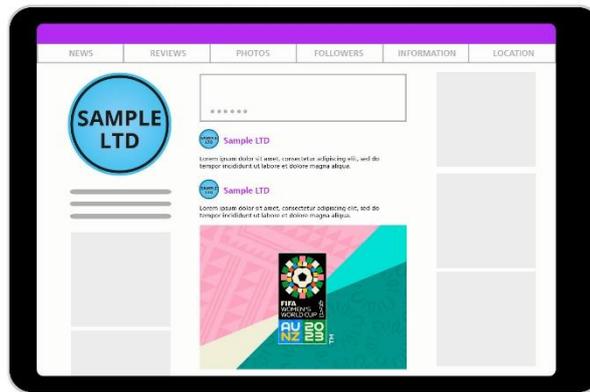
No se podrá usar la propiedad intelectual oficial acompañada del logotipo de una empresa ni como parte de referencias comerciales tales como «Presentado por...» o «Patrocinado por...».



A2. REDES SOCIALES

Publicar imágenes de la propiedad intelectual oficial

Por regla general se acepta que los aficionados usen la propiedad intelectual oficial sin fines comerciales. No obstante, un uso excesivo de la propiedad intelectual oficial podría dar la impresión de que existe un vínculo con el torneo o la FIFA y, por tanto, se debe evitar.

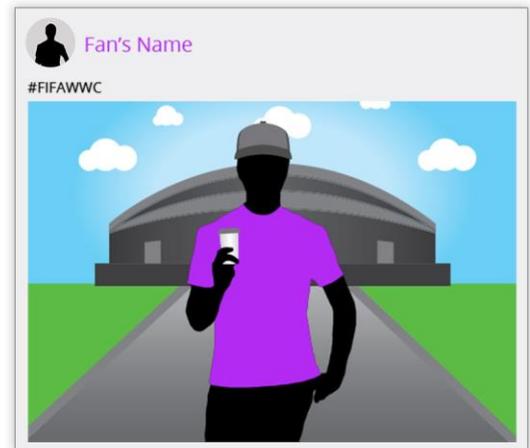
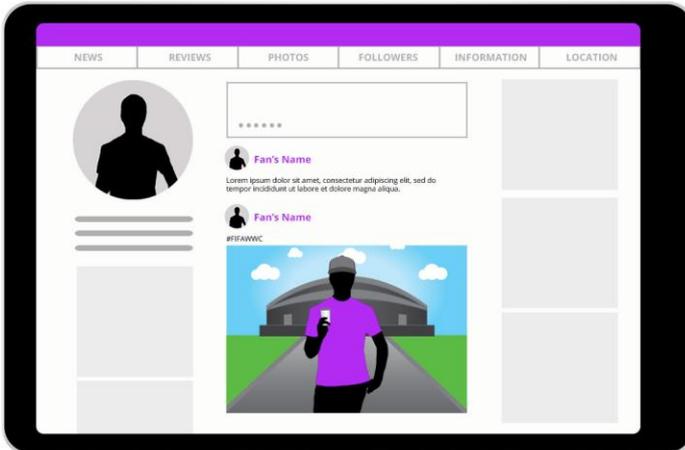


Retuitear o compartir contenidos oficiales

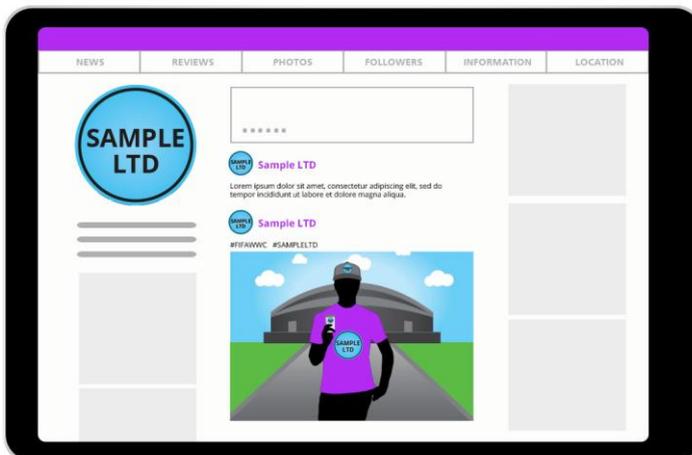
Los aficionados pueden retuitear o compartir sin fines comerciales contenidos oficiales de la FIFA o de las cuentas oficiales de las competiciones de la FIFA. Sin embargo, solo los titulares de derechos de la FIFA podrán retuitear o compartir contenidos oficiales con fines comerciales.

Etiquetas (o *hashtags*)

Por regla general se acepta que los aficionados usen sin fines comerciales la propiedad intelectual oficial en *hashtags* o etiquetas.



El uso de la propiedad intelectual oficial en *hashtags* por parte de perfiles de empresas, con el fin de atraer la atención de otras empresas o marcas, establece un vínculo comercial con el torneo y/o la FIFA; por lo tanto, este uso queda limitado a la FIFA y los titulares de derechos de esta.



SERVICIOS Y APLICACIONES MÓVILES Y EN INTERNET

No se permite el uso de la propiedad intelectual oficial ni la publicación de contenidos con fines comerciales en aplicaciones y otros servicios móviles o en internet.

Está permitido el uso descriptivo o periodístico del torneo, siempre que dicho uso no induzca a pensar que el servicio está vinculado de algún a él o a la FIFA. Los nombres o títulos de estos servicios o aplicaciones no podrán incluir ninguna propiedad intelectual oficial (por ejemplo, el nombre completo del torneo o el emblema oficial) de manera que sugieran una aprobación por parte de la FIFA.



A3. NOMBRES DE DOMINIO/URL/HIPERVÍNCULOS

A menos que lo autorice la FIFA, no se podrá incluir la propiedad intelectual oficial en los nombres de los dominios. No se permite el uso de la propiedad intelectual oficial ni en URL ni hipervínculos de sitios web comerciales.



A4. SITIOS WEB (ESTRUCTURA Y DISEÑO)

Se prohíbe el uso de la propiedad intelectual oficial como parte del diseño de una página web, incluidos los diseños de los fondos, si pudiera hacer pensar en la existencia de un vínculo con el torneo o la FIFA.



A5. BLOGS

Se permitirá el uso de la propiedad intelectual oficial en blogs que informen o comenten el torneo sin incluir contenidos comerciales ni publicidad, ya que no genera un vínculo no autorizado.



B. PUBLICIDAD COMERCIAL

Se evitará el uso de la propiedad intelectual oficial en la publicidad comercial, ya que es probable que establezca vínculos no autorizados.



C. CONCURSOS/JUEGOS/SORTEOS

No se permite el uso de la propiedad intelectual oficial en concursos, competiciones, juegos o sorteos ni la creación de vínculos comerciales con el torneo, a menos que así lo autorice la FIFA.



D. PROMOCIÓN DE ENTRADAS

A menos que haya sido autorizado por la FIFA u organizado de forma conjunta con un titular de los derechos de la FIFA, queda terminantemente prohibido el uso de entradas para el torneo («entradas») con fines promocionales en actos tales como sorteos, loterías, subastas en línea o cualquier otro tipo de promoción.



Las entradas obtenidas a través de promociones no autorizadas se cancelarán en cuanto se detecten y no se permitirá el acceso al estadio.

E. CALENDARIO

Uso periodístico

Por regla general se acepta el uso periodístico y no comercial del calendario oficial de partidos de la FIFA, o su reproducción, pues no crea un vínculo no autorizado.



Uso comercial

Está prohibido el uso comercial del calendario de partidos acompañado del logotipo de una empresa o referencias comerciales como «Presentado por...» o «Patrocinado por...».



Importante: el calendario de partidos de este torneo está protegido por los derechos de autor y los derechos de propiedad intelectual de muchos países. La prensa podrá publicar el calendario de partidos de forma independiente o como parte de una publicación para informar al público sobre el torneo. Se deberá evitar su publicación acompañando a marcas de terceros no autorizadas o vinculada a ellas.

SISTEMAS DE CUENTA ATRÁS

Todos aquellos elementos comerciales vinculados a una marca creados para mostrar una cuenta atrás previa al inicio del torneo —ya sea en formato físico o en línea— darán lugar a un vínculo no autorizado.



F. NOMBRES COMERCIALES

F1. DE EMPRESAS

No está permitido utilizar la propiedad intelectual oficial como parte de un nombre comercial en contexto alguno sin la autorización expresa de la FIFA.



G2. DECORACIÓN EN LOCALES COMERCIALES (RESTAURANTES, BARES, COMERCIOS MINORISTAS)

Se permite el uso de términos futbolísticos genéricos o sobre el país anfitrión en la decoración de tiendas, ya que no crean vínculos no autorizados.



No se permite el uso de la propiedad intelectual oficial como elemento decorativo en los comercios, a menos que así lo autorice la FIFA o uno de los titulares de derechos de la FIFA.



G3. PRODUCTOS Y ARTÍCULOS DERIVADOS

La venta de artículos con términos futbolísticos genéricos, con nombres de países o banderas nacionales no supone una violación de los derechos de la FIFA.



El uso de la propiedad intelectual oficial, y todo elemento relacionado con esta, en productos y artículos a la venta constituye un derecho exclusivo de los titulares de derechos de la FIFA y, por tanto, no está permitido. Si está interesado en convertirse en titular de los derechos de la FIFA, consulte la sección 8.

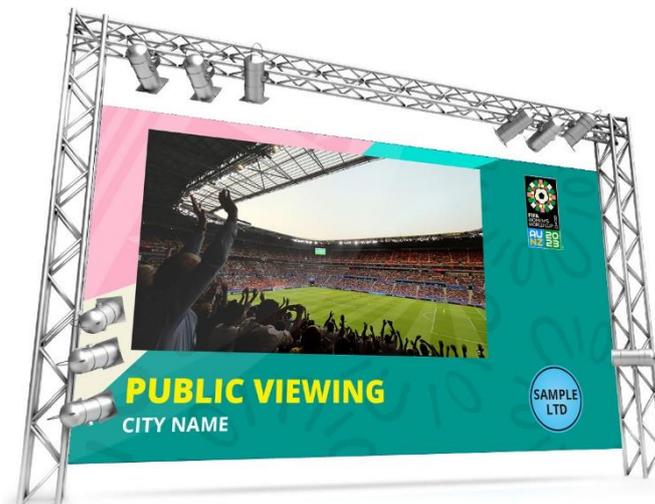


G. PROYECCIONES PÚBLICAS

Los organizadores de las proyecciones públicas deberán cumplir el Reglamento de Proyecciones Públicas de la FIFA y obtener una licencia de la FIFA o de alguno de sus licenciatarios de derechos audiovisuales.

Todas aquellas pantallas públicas que muestren imágenes en movimiento de los partidos del torneo deberán evitar el uso de la propiedad intelectual oficial o publicidad patrocinada que pudiera dar lugar a la vinculación no autorizada entre la FIFA o el torneo y terceros no titulares de los derechos de la FIFA.

El Reglamento de Proyecciones Públicas de la Copa de la Mundial de la FIFA Australia & Nueva Zelanda 2023™ estará disponible en FIFA.com cuando se acerque la fecha del torneo.



H. CLIENTES DE SERVICIOS PREFERENTES

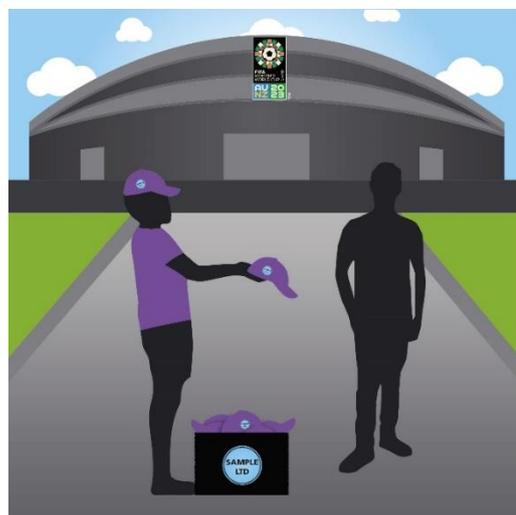
H1. DURANTE EL TORNEO

Los aficionados, incluidos los grupos de clientes de servicios preferentes, no podrán mostrar ni vestir artículos con marcas visibles que no sean las de la FIFA y puedan crear un vínculo no autorizado e infringir los términos y condiciones de la gestión de entradas. Esto se aplica también a la señalización y carteles que guíen a los grupos hacia el estadio. Entre ellos se incluyen ropa, banderas y demás artículos con marcas que se entreguen a los aficionados.



H2. DISTRIBUCIÓN DE ARTÍCULOS CORPORATIVOS

No se permite el reparto de artículos corporativos los días de partidos en las áreas colindantes con el estadio (a menos que se cuente con la autorización pertinente), ya que daría lugar a vínculos no autorizados entre la marca en cuestión y el torneo, y podría dar a entender que la marca es un patrocinador de la FIFA.



8. INFORMACIÓN DE CONTACTO Y PARTICIPACIÓN

Por lo general, las entidades o personas pueden beneficiarse y participar de muchas maneras del torneo sin tener que recurrir a la propiedad intelectual oficial ni crear un vínculo comercial con el torneo. He aquí algunos ejemplos:

- Ofrecer servicios al torneo:
 - infraestructuras
 - actos y actividades organizados por la FIFA o los países anfitriones
 - *catering*
 - puntos de venta de comidas y bebidas
 - limpieza y gestión de residuos
 - seguridad privada
 - suministro de mobiliario
- Ponerse en contacto con uno de los titulares de los derechos de la FIFA para discutir las posibilidades de llevar a cabo una campaña promocional conjunta.
- Respaldar el fútbol nacional; para ello, pueden contactar con la federación de su país para hablar sobre las posibles maneras de participar.

Si desea consultar más información o acceder a los datos de contacto, visite la web www.FIFA.com

Patrocinios

Si está interesado en convertirse en titular de derechos de la FIFA o en patrocinador del torneo, póngase en contacto con sales@fifa.org.

Licencias

Si está interesado en las licencias, póngase en contacto con retail-licensing@fifa.org para obtener más información al respecto.

Proyecciones públicas

Si desea solicitar una licencia para organizar una proyección pública de la Copa Mundial Femenina de la FIFA Australia & Nueva Zelanda 2023™ u obtener más información, póngase en contacto con publicviewing@fifa.org.

Solicitud de marca

Para solicitar el uso de la propiedad intelectual oficial con fines periodísticos o editoriales, diríjase al Archivo Digital de la FIFA (www.fifadigitalarchive.com) y haga clic en el botón «MARK REQUEST FORM».

Promociones/venta de entradas no autorizadas

Agradecemos cualquier tipo de información sobre posibles ventas de entradas o promociones no autorizadas, así como si piensa que ha adquirido entradas falsas. Sea tan amable de enviarnos un correo electrónico a ticketenforcement@fifa.org.

Uso no autorizado de la propiedad intelectual de la FIFA

Si desea informarnos sobre el uso no autorizado de la propiedad intelectual oficial de la FIFA, envíenos un correo electrónico a brandprotection@fifa.org