

2023-09-08

## Formula 1 no tiene marca en México...

Autor: Mauricio Flores

Género: Nota Informativa

<https://www.ejecentral.com.mx/gente-detras-del-dinero-formula-1-no-tiene-marca-en-mexico/>

Así como lo está leyendo. La famosa competencia automovilística encuentra otro bache en el camino pues la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) determinó que las marcas F1 y Fórmula 1 pertenecen a la empresa Bardahl de México, empresa creada por Sergio Díaz, y que están registradas ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) desde 1979.

Un cerrón más a los patrocinadores del evento deportivo que genera una cuantiosa derrama económica para México y su capital, siendo la festividad que da inicio a las fiestas de noviembre en torno a los Santos Difuntos... pero no es el primero. El evento traído a México por Ocesa-CIE que comanda Alejandro Soberón, perdió al inicio de este sexenio el respaldo financiero que desde hace años el gobierno capitalino otorgaba para potenciar la difusión y alcance del evento: la entonces regenta Claudia Sheinbaum alegó que era un evento elitista y que desviaba los recursos de la ciudad hacia una minoría -estimados en 400 millones de pesos- a través de boletos que se regalaban a personas de escasos recursos. Pero el problema ahora es otro, pero nada nuevo, aceitoso aunque no insoluble:

El pasado 28 de julio, la Segunda Sala de la SCJN, resolvió el amparo directo (437/2023) en favor de la empresa mexicana y juzgó que la compañía de origen holandés Fórmula ONE Licensing, B.V., no tiene la protección de las leyes de país para impugnar y registrar una marca concedida con anterioridad. La empresa extranjera había solicitado al IMPI la nulidad de las marcas F1 y Fórmula 1 de Bardahl de México.

Literalmente, Fórmula One se fue a la verash en nuestro país: los ministros de la SCJN determinaron que la fracción 1 del artículo 151, de la Ley de Propiedad Industrial de México, es inconstitucional ya que la nulidad de un registro de marca no puede ser interpuesto en cualquier momento por violarse la garantía de seguridad jurídica y por esa razón se le concedió a Bardahl de México la protección de sus marcas para aceites y lubricantes para automóviles que le fueron otorgadas desde hace 44 años.

Bardhal registró las marcas Fórmula 1 en 1979, mientras que la empresa de origen holandés Fórmula ONE, actualmente a cargo de Stefano Domenicali, todavía no existía. De hecho aparece con ese marca hasta 1993 bajo la denominación FÍA, B.V., y adoptó el nombre de Fórmula ONE hasta el 26 de mayo de 1999. Antes de esta fecha, el serial automovilístico se denominaba Gran Premio o Grand Prix.

Hermanos Rodríguez: asunto lubricante

Evidentemente no es lo mismo un evento deportivo que los aceites y grasa automotrices: aunque son marcas semejantes, son actividades diferentes que no causarían confusión ante los consumidores y público general. Sin embargo, sí tiene consecuencias en lo que a publicidad se refiere. Las marcas de lubricantes como Shell, Aramco, Mobil, o Petronas, propiedades de las grandes petroleras de los mismos nombres, no podrán colocar publicidad alguna en las instalaciones del Autódromo Hermanos Rodríguez (o cualquier pista de carreras en el país), ni tampoco en las carrocerías de los bólidos. Vaya, ni siquiera en los cascos o uniformes de los pilotos, ni mucho menos en el pódium de triunfadores como tradicionalmente sucede.

Y es que Bardahl de México es una empresa nacional constituida en 1951, su registro de marca Fórmula 1 (234350) data del 31 de octubre de 1979 para aceites lubricantes y nunca eventos deportivos. El primer registro de la marca Fórmula 1 obtenido en el mundo por Fórmula ONE es de 2004. Por lo tanto, Fórmula ONE no tiene

derechos de uso de marca antes de 1979, fecha en que Bardahl de México tiene la titularidad de la marca en el país e históricamente en el mundo.

Y efectivamente, puede haber un acuerdo publicitario entre los promotores de la Fórmula Uno en México, las petroleras gigantes y Bardhal, esto con un pacto comercial para el pago de regalías. Sin embargo, ni Shell, ni Petronas, Armaco, Mobil ni ninguna otra marca de combustibles y lubricantes ha hecho contacto con Bardhal para mantener su presencia en el Fórmula Uno de México.

Si no lo hacen, el quejoso podrá convocar al IMPI, que hoy dirige José Sánchez, para clausurar la publicidad que viole los derechos adquiridos por una empresa mexicana. Y ni modo.

@mfloresarellanofloresarellanomauricio@gmail.com

Hermanos Rodríguez: asunto lubricante