

Para Consideración de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO): Centro de Información de Marcas

Octubre de 2009

Contenidos

Introducción.....	1
Parte I – Propuesta del Centro de Información de Marcas.....	4
Parte II – Extractos de la Versión Preliminar de la Guía para el Solicitante (Módulo 2).....	13
Parte III – Extractos de la Versión Preliminar del Acuerdo de Registro (Módulo 5).....	17

Introducción

La propuesta para la creación del Centro de Información de Marcas estaba entre las posibles soluciones para la protección de marcas en los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Ha sido desarrollada a través de consultas de la comunidad, incluyendo las recomendaciones del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) (véase <http://icann.org/en/topics/new-gtlds/irt-final-report-trademark-protection-29may09-en.pdf>) y otras, así como de la información obtenida en los foros en línea y reuniones públicas. (El Equipo de Recomendación para la Implementación —IRT— se reunió para ayudar a identificar y proponer Mecanismos de Protección de Derechos —RPMs— para los titulares de marcas, dentro del Programa de los Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel —gTLD—). La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) ha realizado una cantidad considerable de consultas sobre esta propuesta y la retroalimentación recibida se utilizó para desarrollar una propuesta aplicable que reunió la mayor cantidad posible de solicitudes realizadas por la comunidad.

Debido a que las directrices de la política original de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) eran de carácter muy general, la Junta Directiva está ofreciendo a la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) la oportunidad de brindar un aporte enfocado y oportuno sobre esta área específica del plan de implementación propuesto. La Junta Directiva está solicitando la opinión de consenso de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) respecto a si los siguientes mecanismos de protección de derechos recomendados por el personal, son coherentes con la política propuesta por la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) relativa a la introducción de

los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD); y si constituyen una opción apropiada y eficaz para el logro de los principios y objetivos de la Organización de Apoyo para Nombres de Dominio (GNSO).

El Centro de Información de Marcas está concebido como un repositorio de datos que permita la recopilación de información específica y funciones de validación de datos para información de marcas. Bajo el modelo propuesto, los titulares de derechos de marcas presentarán voluntariamente los datos relativos a sus marcas ante el Centro de Información de Marcas. El Centro de Información de Marcas validará todos los datos presentados inicialmente —y en forma regular a partir de entonces—, para asegurar la exactitud de los mismos.

Durante la fase de lanzamiento inicial, el Centro de Información de Marcas también brindaría apoyo a cualquier registro de nuevo Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD), facilitando servicios tales como: 1) Servicio de "Vigilancia de Marcas" para brindar notificación a los titulares de marcas sobre nuevas registraciones de segundo nivel correspondientes a sus marcas, así como una notificación a los posibles registrantes sobre la existencia de registraciones de marcas que coinciden con el nombre de dominio de segundo nivel por ellos requerido; y 2) un procedimiento de registración en "Período de Lanzamiento", el cual otorgará a los titulares de las marcas que se hubiesen registrado en el Centro de Información de Marcas un período de exclusividad —anterior al registro general de nombres de dominio en el Dominio de Alto Nivel (TLD)—, durante el cual podrán registrar los nombres de dominio que coincidan con sus marcas.

Se propone que el Centro de Información de Marcas funcione en conformidad con el procedimiento aquí incluido. Conforme a los comentarios públicos recibidos, las funciones de validación y administración del centro de información —tal como fuera originalmente propuesto por el Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT)—, se dividirán entre distintas entidades con el fin de proporcionar resguardos adicionales. Una entidad validará las marcas para ser registradas en la base de datos; la otra entidad mantendrá la base de datos y ofrecerá los servicios de vigilancia de marcas y período de lanzamiento a los registros.

En el caso de que se desarrolle un requisito para que los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) ofrezcan servicios de lanzamiento utilizando datos del Centro de Información de Marcas, las secciones pertinentes de la Guía para el Solicitante —incluido el acuerdo de registro de los criterios de evaluación—, se modificarán en consecuencia. Aquí se incluye un borrador para la incorporación de tal requisito, para su consideración.

Más aún, la propuesta de un Centro de Información de Marcas constituye esencialmente una solución provisional hasta que (y si) se lleve a cabo la labor de desarrollo de políticas en esta área por parte de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO), la cual puede adoptar esta solución o una similar para ser utilizada por todos los registros. Antes de que esta propuesta se incluya en la Guía para el Solicitante, la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) tendrá la oportunidad de

adoptar esta u otra solución alternativa para resolver las preocupaciones que la creación del Centro de Información para Marcas pretende abordar.

Se ha traducido este documento de la versión en inglés con el objeto de llegar a una mayor cantidad de público. Si bien la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) ha tomado las medidas necesarias para verificar la exactitud de la traducción, el inglés es el idioma de trabajo de ICANN y la versión original de este documento en inglés constituye el único texto oficial y autorizado.

**Para Consideración de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos
(GNSO): Centro de Información de Marcas**

Octubre de 2009

PARTE I – PROPUESTA DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

PARTE I - PROPUESTA DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

1. Introducción

La propuesta para la creación del Centro de Información de Marcas estaba entre las posibles soluciones para la protección de marcas en los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Ha sido desarrollada a través de consultas de la comunidad, incluyendo las recomendaciones del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) (véase <http://icann.org/en/topics/new-gtlds/irt-final-report-trademark-protection-29may09-en.pdf>) y otras, así como de la información obtenida en los foros en línea y reuniones públicas. (El Equipo de Recomendación para la Implementación —IRT— se reunió para ayudar a identificar y proponer Mecanismos de Protección de Derechos —RPMs— para los titulares de marcas, dentro del Programa de los Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel —gTLD—). En particular, el Centro de Información de Marcas constituye un mecanismo de implementación que está siendo propuesto como un medio eficaz para ayudar a seguir la recomendación de la Políticas de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO): "Las cadenas de caracteres no deben infringir los derechos legales de otras ya existentes que sean reconocidas o exigibles en virtud de los principios de ley generalmente aceptados e internacionalmente reconocidos. "

En general, los comentarios públicos hasta el momento sugieren que el concepto de Centro de Información de Marcas es bien recibido. En la medida en que existen críticas, las mismas son en gran parte dirigidas a cuestiones específicas de implementación, más que dirigidas al concepto en sí mismo.

2. Propósito del Centro de Información de Marcas

Se ha sugerido que existe una necesidad de un repositorio central para almacenar, validar y difundir información relativa a los derechos de los titulares de marcas *vis-a-vis* los operadores, registradores y registros de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Como tal, la recomendación es que se adjudique a un prestador de servicios el derecho de servir como Centro de Información de Marcas, con un propósito claramente definido, es decir: aceptar, validar y facilitar la transmisión de información relativa a las marcas registradas y no registradas. En la mayor medida posible, esta entidad será independiente de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).

El Centro de Información de Marcas tiene dos funciones principales. En primer lugar, está destinado a ser una base de datos plenamente operativa de las marcas validadas, presentadas por los titulares de marcas para su inclusión en esa base de datos. En segundo lugar, el Centro de Información de Marcas tendrá la responsabilidad de comunicarse con todos los registros (y posiblemente con los registradores) acerca de cualquier marca validada incluida en la base de datos del Centro, evitando así la necesidad de registros múltiples por parte de los titulares de marcas, en múltiples períodos de lanzamiento o servicios de reclamo de marcas pre-lanzamiento. Los detalles de cómo se realizarán las comunicaciones, tanto técnica como contractualmente, están bajo consideración y serán definidos más adelante. Actualmente, se proponen tales comunicaciones con respecto a los reclamos de vigilancia de marcas

y/o períodos de lanzamiento, dependiendo de qué Mecanismos de Protección de Derechos (RPMs) adopte cada operador de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).

Como se indica con más detalle a continuación, aunque ha habido alguna sugerencia para que el rol del Centro de Información de Marcas vaya más allá de los derechos de las marcas y que los datos que se puedan presentar sean ampliados más allá de las marcas comerciales y de servicios, luego de una cuidadosa consideración, estas sugerencias no son parte de esta propuesta; en gran parte porque contradicen el propósito central del Centro de Información de Marcas, que consiste en facilitar la validación, mantenimiento y transmisión de datos de un modo efectivo y económicamente rentable.

El Centro de Información de Marcas será simplemente un repositorio de información validada y un difusor de la información a los beneficiarios limitados. Sus funciones serán realizadas de conformidad con un estatuto limitado y no tendrá ninguna facultad discrecional. El administrador(es) del Centro de Información de Marcas no puede crear políticas. La inclusión en el Centro de Información de Marcas no extenderá ningún derecho de marca, ni tampoco ninguna influencia negativa derivará de la falta de registro de una marca en el Centro de Información de Marcas. En la medida en que se realicen cambios en las funciones del Centro de Información de Marcas, tales cambios serán sometidos al mismo período de comentario público de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) que el que se está llevando a cabo ahora, antes de ser adoptado.

Debido a que no se registrarán todas las formas de propiedad intelectual (derecho de autor, patentes), los comentarios públicos han sugerido que el nombre de la organización "Centro de Información de Propiedad Intelectual" sea cambiado. Esta sugerencia fue bien recibida y el nombre será por tanto modificado a "Centro de Información de Marcas", para reflejar que registrará marcas.

3. Proveedor(es) de Servicio

La selección del proveedor(es) de servicio del Centro de Información de Marcas abarcará necesariamente una variedad de criterios, aunque las consideraciones de mayor peso deben ser la capacidad de almacenar, validar y difundir los datos al más alto nivel de estabilidad técnica y de seguridad, sin que haya interferencia con la integridad o la puntualidad del proceso de registración o de las operaciones del registro. Comentarios públicos han sugerido que la mejor manera de proteger la integridad de los datos y de evitar preocupaciones que se plantearan respecto a una única fuente proveedora de servicios, sería la de separar las funciones de administración de la base de datos y de validación de datos. Una entidad validará las registraciones para garantizar que califican como marcas registradas o no registradas. Otra entidad mantendrá la base de datos y proporcionará los servicios de Vigilancia de Marcas y Período de Lanzamiento (debajo descriptos). De este modo, entidades distintas "validarán" y luego "administrarán" las dos funciones para preservar la integridad de los datos. Se considera que de este modo el validador tendrá menos incentivos para aprobar las solicitudes de registración.

El Centro de Información de Marcas debe estar separado y ser independiente de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN): no será operado por la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) sino en forma clara y diferenciada de ella. Debe funcionar sobre la base de las necesidades del mercado y cobrar las tarifas correspondientes a aquellos que utilicen sus servicios. La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) puede coordinar o especificar las interfaces utilizadas por los registros y registradores, y proporcionar una cierta función de supervisión o aseguramiento de la calidad para garantizar que los objetivos de protección de derechos sean cumplidos adecuadamente. Los proveedores del servicio del Centro de Información de Marcas (validador y administrador) serán seleccionados mediante un proceso abierto y transparente para asegurar bajos costos y un servicio confiable y consistente para todos quienes utilicen sus servicios.

Entre la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) y el proveedor de servicios del Centro de Información de Marcas debe existir una forma de acuerdo renovable de modo que si un proveedor de servicios del Centro de Información de Marcas no se está desempeñando adecuadamente, pueda encontrarse un sucesor. Por lo tanto, cualquier acuerdo con cualquier proveedor de servicios del Centro de Información de Marcas debe incluir e incluirá disposiciones para la custodia de datos y transferencia de datos al momento de finalización contractual a fin de garantizar una transición sin problemas. Los acuerdos con los proveedores del Centro de Información de marcas se renovarán periódicamente e incluirán una revisión para garantizar que tanto los costos como los niveles de servicio se mantienen o mejoran.

Las ganancias de los proveedores se derivarán de las tasas pagadas por los titulares de marcas y registros de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Los titulares de marcas pagarán una tarifa razonable al proveedor de validación, a fin de que sus marcas sean verificadas e ingresadas en la base de datos. Los operadores de registros pagarán una tarifa razonable al administrador de base de datos por los servicios de Vigilancia de Marcas y Período de Lanzamiento. Los operadores de registros evitarán el costo de llevar a cabo sus propios servicios de Vigilancia de Marcas y Período de Lanzamiento y pagarán una cuota más baja que los costos de un proveedor. De esta manera, las tasas están alineadas con los esfuerzos incrementales a fin de que tanto costos como tarifas puedan ser minimizados. Los proveedores del Centro de Información de Marcas establecerán las tarifas.

Algunos comentarios sugirieron que múltiples entidades regionales deberían comprometerse para ayudar con las responsabilidades del almacenamiento de datos y validación. La alternativa propuesta de un único Centro de Información de Marcas que tenga conocimiento de las costumbres culturales y las leyes de marcas locales, podría captar todos los beneficios de los Centros de Información Regionales sin el perjuicio percibido que podría resultar a partir de entidades regionales separadas.

Por ejemplo, uno de los propósitos fundamentales del Centro de Información de Marcas es brindar una manera rentable y eficiente para almacenar información acerca de la propiedad de marcas y para poner esta información a disposición de los registrantes y operadores de registro de Dominio Genérico de Alto

Nivel (gTLD) para los servicios de vigilancia de marcas y reclamo de marcas utilizados por el Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) en el período de lanzamiento. El ampliar la cantidad de centros de información para prestar dichos servicios a fin de incluir múltiples entidades regionales, podría disminuir la eficacia y la rentabilidad de esas operaciones. Centros de Información de Marcas regionales separados aún podrían dar lugar a incoherencias en la aplicación de los estándares y podrían conllevar a la búsqueda de la opción más conveniente —*forum shopping*—. Por lo tanto y realizando un balance, se cree que los propósitos centrales del Centro de Información de Marcas serán mejor logrados con una organización que mantenga y difunda los datos y una organización que preste servicios de validación.

Los criterios de desempeño específicos serán abordados en el contrato adjudicado al proveedor de servicios; sin embargo, se deberá al menos exigir que el proveedor:

- a) ofrezca accesibilidad las veinticuatro (24) horas, los siete (7) días de la semana (administrador de base de datos);
- b) utilice sistemas que sean técnicamente fiables y seguros (administrador de base de datos);
- c) utilice sistemas mundialmente accesibles y ampliables, de manera que múltiples marcas de múltiples fuentes en múltiples idiomas puedan tener cabida y ser catalogadas en forma efectiva (administrador de base de datos y validador);
- d) tenga experiencia relevante en la administración de bases de datos o validación, así como la accesibilidad y el conocimiento de las diversas leyes de marcas pertinentes (administrador de base de datos y el validador); y
- e) debe garantizar a través de requisitos de desempeño, incluidos aquellos que impliquen la interfaz con los registros y registradores, que ni las operaciones del registro ni las operaciones del registrador se verán obstaculizadas (administrador de base de datos).

4. **Criterios de Inclusión del Centro de Información de Marcas**

Para garantizar la aplicación uniforme y para asegurar que ante situaciones similares los solicitantes sean tratados de manera similar, se contempla que se establezcan procedimientos de validación por las normas articuladas a través del Informe Final del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) y los comentarios públicos. Estos estándares no estarán basados en las leyes de ninguna jurisdicción en particular. En vez de ello, los estándares serán aquellos que reflejen el tipo de uso que el titular de una marca tuviese que demostrar para hacer valer sus derechos sobre esa marca. Los estándares que actualmente se prevén para la inclusión en el Centro de Información de Marcas incluyen:

- A. propiedad del registro de una marca, emitida por una entidad autorizada para conceder tales registraciones y que verifique la validez de la marca; o
- B. si se careciese de una registración, evidencia del uso continuo de la marca en conexión con la oferta de buena fe para la venta de bienes o servicios por un período de cinco años anteriores a la solicitud de adhesión.

La intención del ítem B anteriormente mencionado es capturar la propiedad de marcas por "derecho común" y en virtud del derecho adquirido a través del uso continuado de la marca. Por lo tanto, el contar con un período de uso prescripto tiene sentido para cualquier titular de marca por derecho común que desee ser incluido en la lista del Centro de Información de Marcas. Esto también deberá disuadir las presentaciones fraudulentas.

El tipo de datos que respalden una solicitud de marca registrada, será una copia de su registración o la información pertinente de propiedad, incluyendo el número(s) de registro requerido, las jurisdicciones donde se han expedido las registraciones y el nombre del titular del registro. Los datos que respalden a una marca no registrada tendrán que ser claramente identificados y deberán demostrar el uso de buena fe (es decir, la oferta de productos o servicios). Al mismo tiempo, no debe afectar al proceso de validación. En general, se cree que estos datos deben incluir: copias de las etiquetas, material de promoción, publicidad y/o facturas que demuestren el uso de la marca en relación con el bien y/o servicio.

Con el fin de descartar las solicitudes fraudulentas, los datos que no demuestren una marca comercial o de servicio de buena fe, incluirán el membrete, registro(s) del nombre de dominio y/o una solicitud pendiente para la registración de la marca. En forma adicional, las registraciones que incluyan extensiones de primer nivel como ".com", como parte de la marca comercial o de servicio no serán permitidas en el Centro de Información de Marcas, independientemente de donde se haya emitido el registro (es decir, si existiese una marca llamada "ejemplo.com", "ejemplo.com" no sería una marca que se pudiese incluir en la base de datos del Centro de Información de Marcas).

Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas deberán presentar una declaración, declaración jurada o exposición similar realizada ante un oficial público estableciendo que la información proporcionada es fidedigna y vigente y que no se ha suministrado para un propósito indebido. También se solicitará al titular de la marca avalar que mantendrá actualizada la información proporcionada al Centro de Información de Marcas, de modo que si durante el tiempo que la marca esté incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas la registración de la marca es cancelada o transferida a otra entidad, o en el caso de que el titular de una marca de derecho común abandone el uso de la misma, el titular de la marca tiene la obligación de notificarlo al Centro de Información de Marcas. El faltar a mantener la información actualizada derivará en sanciones. Más aún, se anticipa que habrá un proceso por el cual las registraciones puedan ser eliminadas de la base de datos del Centro de Información de Marcas, si se descubre que las marcas han sido adquiridas por medio de fraude o si los datos son imprecisos.

Como resguardo adicional, la validación de datos tendrá que ser renovada periódicamente por cualquier titular de la marca que desee permanecer en el Centro de Información de Marcas. La presentación electrónica facilitará el proceso y evitará cualquier carga percibida asociada con esta renovación. El motivo de la validación periódica es racionalizar la eficiencia del Centro de Información de Marcas y la

información que los operadores del registro necesitarán procesar, así como limitar las marcas en conflicto a las marcas que están en uso.

Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas, tendrán que dar su consentimiento para el uso de la información por parte de dicho Centro de Información. Sin embargo, dicho consentimiento únicamente se extenderá al uso en relación con el propósito declarado del Centro de Información de Marcas. La razón de establecer tal disposición es impedir que el Centro de Información de Marcas utilice los datos de alguna otra manera. Obviamente, los datos centralizados de este tipo podrían resultar atractivos para las ventas, propósitos de marketing etc., pero el uso indebido de los datos por parte de los proveedores de servicios constituirá motivo suficiente para la inmediata finalización de su contrato.

5. Directrices para la Validación de Datos

Una de las funciones centrales para la inclusión en el Centro de Información de Marcas será la de validar que los datos cumplan con ciertos criterios mínimos. Para tal fin se sugieren los siguientes criterios mínimos de validación:

- A) Una lista aceptable de fuentes de validación para los datos; es decir, los sitios web de oficinas de patentes y marcas en todo el mundo, los proveedores de terceros que puedan obtener información de diversas oficinas de marcas, etc;
- B) Nombre, dirección e información de contacto del solicitante que sea precisa, esté actualizada y coincida con la del titular registral de las marcas comerciales listadas;
- C) Provisión de información de contacto electrónico que sea precisa;
- D) Los números de registro y países que coincidan con la información de la base de datos de la oficina respectiva para ese número de registro; y
- E) Para las solicitudes de derecho común, deberá examinarse el modelo de uso. Constituirán muestras aceptables: etiquetas, envases, publicidad, folletos y cualquier otra cosa que evidencie el uso continuado durante el período de tiempo prescrito.

6. Servicios de Reclamo de Marca Pre-Lanzamiento

El Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) ha recomendado que cada nuevo operador de registro de un nuevo Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) ofrezca bien un servicio de registración en período de lanzamiento o un servicio de reclamo de marca pre-lanzamiento, los cuales utilizarán los servicios del Centro de Información de Marcas. Se propone que en el marco del servicio de reclamo de marcas, cuando un registrante busque registrar un nombre de dominio, el registrador (a través de una interfaz con el Centro de Información de Marcas) notifique al registrante si en el Centro de

Información de Marcas existe una o más marcas idénticas a la que está intentando registrar. Luego se requerirá que el registrante confirme que: (i) reconoce haber sido notificado respecto a que la marca(s) solicitada ya está incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas, pero aún así desea registrar la marca, (ii) declara y garantiza que tiene un interés legítimo en el nombre, (iii) declara y garantiza que no usará el dominio de mala fe, (iv) reconoce que el uso del nombre de mala fe podría resultar en la suspensión, y (v) declara y garantiza que su información de contacto es fidedigna.

Luego, si el nombre de dominio está registrado, el registrador (nuevamente a través de una interfaz con el Centro de Información de Marcas) notificará al titular(es) de la marca acerca de la registración. Esta notificación no deberá realizarse antes de efectuarse la registración, a fin de no proporcionar una oportunidad para que el titular de una marca intente bloquear indebidamente la registración de un nombre sobre el cual el registrante tenga derechos legítimos.

La interfaz entre el registro, el registrador y el Centro de Información de Marcas permanece abierta para el debate, la consideración y el desarrollo. Además, por "idéntico" se entiende que el nombre de dominio consiste en el elemento de texto completo e idéntico al de la marca. Las notificaciones deberán limitarse a las marcas que coincidan en forma idéntica, a fin de garantizar la integridad operativa, la limitación de una cantidad de notificaciones excesivamente amplia y de que no exista un volumen incontrolable de trámites a ser procesados por el Centro de Información de Marcas.

7. Proceso de Registración en Período de Lanzamiento

En lugar de un servicio de reclamos de marca pre-lanzamiento, el Equipo de Recomendaciones para la Implementación (IRT) propone que se requiera a cada operador de registro de un nuevo Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) proporcionar un proceso de registro en el período de lanzamiento, que utilice como base la implementación de los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs), la verificación de los datos en la base de datos del Centro de Información de Marcas y que incorpore una Política de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SDRP).

Los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs) incluyen: (i) propiedad de una marca con vigencia nacional y emitida en o antes de la fecha efectiva del acuerdo de registro y solicitada en o antes de la publicación de la lista de solicitudes de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) idénticos (tal como se define en la Sección 6 anterior) al nombres de dominio solicitado, por parte de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN); (ii) los requisitos de elegibilidad elegidos son: clase internacional de bienes o servicios objeto de registro; (iii) la representación que toda la información proporcionada es verdadera y correcta, y (iv) los datos suficientes para documentar el registro de la marca o facilitar su autenticación pro parte del Centro de Información de Marcas.

La Política propuesta de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SRDP) debe permitir los cuestionamientos al menos sobre la base de los siguientes cuatro motivos: (i) al momento en que el nombre de dominio cuestionado fue registrado, el registrante no era dueño de un registro de marca de

vigencia nacional; (ii) el nombre de dominio no es idéntico a la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento; (iii) el registro de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no tiene vigencia nacional; y (iv) la registración de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no se emitió en o antes de la fecha efectiva del Acuerdo de Registro y no se solicitó durante o antes de que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) hubiese anunciado las solicitudes recibidas.

8. Costos del Centro de Información de Marcas

Para que el Centro de Información de Marcas sea eficaz, los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) necesitan tener ciertas obligaciones para la utilización de la información proporcionada por dicho Centro. Parte del acuerdo de registro exigirá al operador que utilice la información proporcionada por el Centro de Información de Marcas. La asignación de costos adecuada ha sido objeto de comentarios públicos. De ninguna manera se solicitará a los titulares de marcas asumir la responsabilidad financiera única para financiar el Centro de Información de Marcas. Debido a la protección que se les ofrece, los titulares de derechos abonarán una tarifa de registración y una tasa de renovación. Debido a los beneficios que obtendrán del Centro de Información de Marcas, se prevé que los operadores de registro también pagarán un canon de acceso.

Para reformular lo anteriormente expuesto, los titulares de las marcas abonarán una tarifa al Centro de Información de Marcas para validar su marca e ingresarla en la base de datos de dicho Centro. Los Operadores de Registro abonarán una tarifa al Centro de Información de Marcas por la utilización de la información en las instancias de Reclamo de Marcas y Servicios del Período de Lanzamiento. Los Operadores de Registro evitarán los gastos de diseño y operación de sus propios servicios del Período de Lanzamiento y Vigilancia de Marcas, resultando la tarifa en costos para ellos menores y recibiendo un servicio estandarizado y confiable. De esta manera, las tasas están alineadas con los esfuerzos incrementales, a fin de que los costos y gastos puedan ser minimizados.

9. Conclusión

Tal como se ha indicado, si bien la implementación de este mecanismo está siendo presentada a la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) para su consideración, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) agradece todos los comentarios argumentados que ya ha recibido sobre esta propuesta para la implementación de un Centro de Información de Marcas y recibirá con satisfacción cualquier comentario adicional sobre este tema.

**Para Consideración de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos
(GNSO): Centro de Información de Marcas**

Octubre de 2009

PARTE II – EXTRACTOS DE LA VERSIÓN PRELIMINAR DE LA GUÍA PARA EL SOLICITANTE (MÓDULO 2)

PARTE II – EXTRACTOS DE LA VERSIÓN PRELIMINAR DE LA GUÍA PARA EL SOLICITANTE (MÓDULO 2)

La versión preliminar de la Guía para el Solicitante describe las diversas revisiones que toman lugar durante la evaluación de las solicitudes para los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). El anexo del Módulo 2 (los "Criterios de Evaluación") incluye el conjunto completo de preguntas para formular a los solicitantes y los criterios a ser utilizados por los evaluadores para determinar si el solicitante tiene la capacidad operacional, técnica y financiera para operar un registro exitosamente.

En caso de que se desarrolle un requisito para que los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) ofrezcan servicios de lanzamiento mediante la utilización de los datos del Centro de Información de Marcas, las secciones relevantes del Módulo 2 y los Criterios de Evaluación se verían modificados para tomar nota de este requisito e incorporarlo al modelo de calificación general para la evaluación de todos los solicitantes de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).

El Módulo 2 podría ser modificado como se presenta a continuación:

2.1.2.1 Revisión Técnicas/Operacional

En su solicitud, el solicitante debe responder una serie de preguntas destinadas a obtener información acerca de las capacidades técnicas del solicitante, así como de sus planes para la operación del Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) propuesto.

Para pasar la Revisión Técnica/Operacional, no es obligatorio que los solicitantes hayan hecho uso de un registro real de Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD). No obstante, será necesario que el solicitante demuestre un claro entendimiento y logro sobre cierto trabajo básico de los aspectos técnicos y operativos del funcionamiento de un registro de Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD). Posteriormente, cada solicitante que apruebe la evaluación técnica y todos los demás pasos deberá completar una prueba técnica de pre-delegación, antes de la delegación del nuevo Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD). Para obtener información adicional, por favor refiérase al Módulo 5: Transición para la Delegación.

Como parte de la sección técnica/operacional de la solicitud, se requiere que todos los solicitantes describan sus mecanismos propuestos para la protección de los derechos existentes en el Dominio de Alto Nivel (TLD), a fin de garantizar que dichos mecanismos propuestos cumplirán con los requisitos contractuales. Estos mecanismos de protección de los derechos, incluyen:

- (i) Utilización de los datos del Centro de Información de Marcas. Los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) tienen la opción de implementar, bien: (a) un servicio de Vigilancia de Marcas o (b) un Período de Lanzamiento, para abordar la protección de derechos en la fase inicial de lanzamiento del Dominio de Alto Nivel (TLD). Para estos dos servicios, los operadores de registro deberán utilizar los datos validados del Centro de Información de Marcas. Los solicitantes deben describir su propuesta de implementación para la opción elegida.
- (ii) Adopción del Sistema Uniforme de Suspensión Rápida (URS). El Sistema Uniforme de Suspensión Rápida (URS) complementa a la Política Uniforme de Disputa y Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (UDRP), proporcionando un medio rápido para resolver los casos claros de infracción a los derechos, y se recomienda como una buena práctica para todos los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLDs). Si eligiesen adoptarlo, los solicitantes deben describir su propuesta de implementación para el Sistema Uniforme de Suspensión Rápida (URS) en el Dominio de Alto Nivel (TLD).

En forma adicional, los Criterios de Evaluación incluidos como anexo del Módulo 2, podrían ser modificados como se presenta a continuación:

#	Pregunta	Rango de puntuación	Criterios	Puntaje
36	<p>Mecanismos de Protección de Derechos: Centro de Información de Marcas</p> <p>(a) Los solicitantes deben describir las políticas y prácticas propuestas para la protección de los derechos legales de otros. Las respuestas deben demostrar la manera en la cual el solicitante cumplirá con los requisitos establecidos en la Especificación 7 del</p>	1-0	<p>La respuesta completa demuestra:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Procedimientos altamente desarrollados y detallados para la protección de derechos en el Dominio de Alto Nivel (TLD). 2. Procedimientos propuestos que cuentan con recursos adecuados, establecidos en el plan de costos y que son 	<p>1 – Cumple con los Requisitos La respuesta incluye:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) El solicitante brinda un nivel de detalle adecuado para demostrar substancialmente la capacidad y el conocimiento requeridos para cumplir con este elemento; (2) Cuando se ejecutan de conformidad con el Acuerdo de Registro, los planes

	<p>Acuerdo de Registro, incluyendo: uso de los datos del Centro de Información de Marcas durante el período de puesta en marcha y establecimiento del Servicio de Reclamo de Marcas o el Servicio de Período de Lanzamiento. Las respuestas también pueden incluir medidas adicionales tales como procedimientos de baja, pre-verificación del registrante o procedimientos de autenticación u otros convenios.</p>		<p>consistentes con el enfoque comercial general descrito en la solicitud.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Políticas y procedimientos que identifican y emplean mecanismos de protección de derechos para la puesta en marcha y en forma continua. 4. Cuando se ejecutan de conformidad con el Acuerdo de Registro, los procedimientos propuestos son suficientes para cumplir con los requisitos contractuales. 	<p>del Solicitante son suficientes para resultar en cumplimiento con los requisitos de la Especificación 7 del acuerdo; y</p> <p>(3) Las políticas y procedimientos son proporcionales al enfoque comercial general tal como se describe en la solicitud.</p> <p>0 – No Cumple con los Requisitos No cumple con los requisitos como para lograr un puntaje de 1.</p>
--	---	--	--	---

**Para Consideración de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos
(GNSO): Centro de Información de Marcas**

Octubre de 2009

PARTE III – EXTRACTOS DE LA VERSIÓN PRELIMINAR DEL ACUERDO DE REGISTRO (MÓDULO 5)

PARTE III – EXTRACTOS DE LA VERSIÓN PRELIMINAR DEL ACUERDO DE REGISTRO (MÓDULO 5)

En el caso de que se desarrolle un requisito para que los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) ofrezcan servicios de lanzamiento utilizando datos del Centro de Información de Marcas, las secciones pertinentes del acuerdo de registro se modificarán en consecuencia para incorporar dicho requisito.

Actualmente, la Especificación 7 de la versión preliminar del acuerdo de registro incluye los requisitos mínimos para los mecanismos de protección de derechos. La Especificación 7 puede ser enmendada para incorporar las siguientes disposiciones:

1. **Participación en el Centro de Información de Marcas.** El Operador de Registro participará en el Centro de Información de Marcas (el “Centro”) con respecto a todas las registraciones de nombres de dominio dentro del Dominio de Alto Nivel (TLD) y no exigirá a los propietarios de derechos de propiedad intelectual solicitantes el uso de ningún otro servicio. El Operador de Registro estará sujeto a las determinaciones de validación de datos realizados por el Centro de Información de Marcas y utilizará la validación y autenticación de la información proporcionada por el Centro de Información de Marcas únicamente en relación con la administración del Dominio de Alto Nivel (TLD) y con la registración de nombres de dominio en el Dominio de Alto Nivel (TLD).
2. **Mecanismos de Protección de Derechos (RPMs) adicionales.** En forma adicional a los Mecanismos de Protección de Derechos (RPMs) implementados por el Operador de Registro (ya sea por mandato de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet —ICANN— o no), el Operador de Registro implementará al menos uno de los siguientes Mecanismos de Protección de Derechos (RPMs):
 - a. El servicio de reclamo pre-lanzamiento ofrecido por el Centro de Información de Marcas en virtud del cual el Operador de Registro deberá proporcionar las notificaciones para los (a) posibles registrantes de nombres de dominio cuya solicitud coincida en forma idéntica con marcas contenidas en la base de datos del Centro de Información de Marcas y para (b) los propietarios de las marcas que figuran en el Centro de Información de Marcas, acerca del registro de nombres de dominio que coincidan con su marca(s) de manera idéntica; o
 - b. Un procedimiento de registro para realizar registraciones dentro del Período de Lanzamiento; es decir, durante un período de exclusividad antes de la apertura de la inscripción general de los nombres de dominio en el Dominio de Alto Nivel (TLD), los propietarios de marcas comerciales y de servicios que se hubiesen registrado en el Centro de Información de Marcas tendrán la oportunidad de registrar nombres

de dominio que coincidan en forma idéntica con tales marcas, en el Dominio de Alto Nivel (TLD), sujeto a los siguientes términos y condiciones:

- i. Tal procedimiento de registraci3n en el per3odo de lanzamiento aplicar3 Criterios de Elegibilidad para el Per3odo de Lanzamiento (SERs). Los Criterios de elegibilidad para el Per3odo de Lanzamiento (SERs) incluyen —aunque sin limitarse a— los siguientes:
 1. Titularidad de una registraci3n con vigencia nacional y emitida en o antes de la Fecha Efectiva del acuerdo de registro y solicitada en o antes de la fecha de publicaci3n de la lista de solicitudes de nuevos Dominios Gen3ricos de Alto Nivel (gTLD) que coincida idénticamente con nombres de dominio solicitados, por parte de la Corporaci3n para la Asignaci3n de N3meros y Nombres en Internet (ICANN). Que coincidan idénticamente significa que el nombre de dominio consiste en el nombre completo e idéntico protegido por la marca. A este respecto: (a) los espacios contenidos dentro de una marca que se sustituyan por guiones (y viceversa), (b) los espacios, guiones, puntuaci3n o caracteres especiales contenidos en una marca que se detallan con palabras apropiadas para describirlo, y (c) la puntuaci3n o caracteres especiales contenidos en una marca que sean omitidos o reemplazados por espacios o guiones, se consideraran como coincidencias idénticas.
 2. Conforme a las opciones del Operador de Registro, otros requisitos relativos a la Clase Internacional de bienes y/o servicios cubiertos por la registraci3n pertinente que considere apropiados para su Dominio de Alto Nivel (TLD).
 3. Si el registro permite registraciones durante el per3odo de lanzamiento que est3n basadas en otros derechos legales distintos a las marcas registradas, esos otros derechos legales deben poder ser autenticados y deben ser reconocidos por las leyes del pa3s en el cual el registro est3 organizado.
 4. Una confirmaci3n de los solicitantes de registraciones en per3odo de lanzamiento de que toda la informaci3n proporcionada es fidedigna —correcta y precisa—, y un reconocimiento de que el suministro de informaci3n falsa puede resultar en la cancelaci3n de cualquier registraci3n de nombres de dominio resultante de la solicitud.
 5. Suministro de cualquier documentaci3n que acredite la registraci3n de la marca reclamada (u otro derecho legal, seg3n el caso) o informaci3n

sobre la misma, suficiente para facilitar su autenticación en el Centro de Información de Marcas.

- ii. Los procedimientos de registración dentro del período de lanzamiento incluirán una Política de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SRDP), la cual permitirá cuestionamientos al menos sobre la base de los siguientes cuatro motivos:
 1. Al momento en que el nombre de dominio cuestionado fue registrado, el registrante no era dueño de un registro de marca de vigencia nacional;
 2. El nombre de dominio no es idéntico a la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento;
 3. El registro de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no tiene vigencia nacional; o
 4. La registración de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no se emitió en o antes de la Fecha Efectiva del Acuerdo de Registro y no se solicitó durante o antes de que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) hubiese anunciado las solicitudes recibidas en la ronda de Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) pertinente.

La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) fomenta los comentarios sobre el texto provisional aquí proporcionado. Este texto es sólo para discusión y aún no ha sido incorporado a la Guía para el Solicitante. Los comentarios serán considerados para la próxima versión del borrador completo de la Guía para el Solicitante.