

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE PATENTES
MARCAS Y DERECHOS DE AUTOR.**

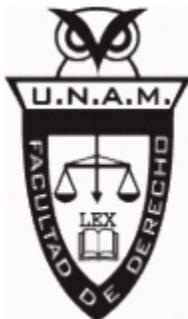


**“LA MARCA, SU PROTECCION EN LA
LEGISLACION MEXICANA Y SU RETO
FRENTE A LOS NOMBRES DE
DOMINIO”**

**TESIS
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO
PRESENTA:**

GERARDO MERINO LOPEZ

ASESOR: M. EDUARDO DE LA PARRA TRUJILLO.



México, Distrito Federal, Ciudad Universitaria, 2006.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres:

Benigno Merino Vázquez y Silvia López Nicolás, con quienes comparto esta etapa de mi vida y con el agradecimiento más profundo, por todo el apoyo y esfuerzo para llegar a este momento y por procurar enseñarme a ser una persona íntegra y honesta.

A mis hermanos:

Hugo y Jorge Alberto, por la hermandad que nos une, con la seguridad de que compartiré sus metas también.

A mis amigos:

Con toda mi admiración y respeto, por ser ejemplos de profesionistas y personas a seguir, Esther, Fernando y Mileidy, pero sobre todo por la amistad que nos une y con la seguridad de que perdurará.

A la Universidad Nacional Autónoma de México:

Por permitirme estar en sus aulas, y con el compromiso que tiene todo universitario de seguir trabajando y estudiando por el desarrollo de nuestro país y por el orgullo de ser parte de la mejor universidad de México y de América Latina..

Al Mtro. Eduardo de la Parra Trujillo:

Por su apoyo a lo largo de esta investigación, y la paciencia y el tiempo dedicados a la misma.

A todas aquellas que directa o indirectamente colaboraron para que lograr llegar a la culminación de esta meta muchas gracias...por lo que fue, por lo que es y por lo que será... muchas gracias

Gerardo Merino López.

LA MARCA, SU PROTECCION EN LA LEGISLACION MEXICANA Y SU RETO FRENTE A LOS NOMBRES DE DOMINIO

INDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCION | 1 |
| CAPITULO I.- LOS NOMBRES DE DOMINIO Y LINEAMIENTOS RELACIONADOS | 4 |
| 1.- INTERNET CONCEPTO Y EVOLUCIÓN | 4 |
| a) Concepto de Internet | 4 |
| b) Reseña histórica de Internet | 6 |
| 2.- LOS NOMBRES DE DOMINIO | 8 |
| a) El protocolo de comunicación y el concepto de nombre de dominio | 8 |
| b) Los niveles de los nombres de dominio | 10 |
| 3.- LA ADMINISTRACION DE INTERNET Y DE LOS NOMBRES DE DOMINIO..... | 13 |
| a) La creación de IANA e InterNIC | 13 |
| b) ICANN | 15 |
| c) El arribo de Internet a México y la aparición de NIC- México | 16 |
| 4.- EL IMPACTO DE INTERNET Y LOS NOMBRES DE DOMINIO | 18 |
| a) Uso de Internet en el Mundo..... | 18 |
| b) El uso de Internet en México y los nombres de dominio | 19 |
| c) El registro de los nombres de dominio | 21 |
| CONCLUSIONES DEL CAPITULO | 25 |
| CAPITULO II.- MARCO TEORICO | 27 |
| 1.- SIGNOS DISTINTIVOS | 27 |
| 2.- LA MARCA | 28 |
| a) Concepto | 28 |
| b) Fin de la marca | 29 |
| c) Funciones de la marca | 30 |
| d) Clases de marcas | 32 |
| e) Adquisición del derecho de marca | 37 |
| f) Marcas registrables | 37 |
| g) Registro de la marca | 38 |
| h) Conclusión del registro de la marca | 46 |
| 3.- LIMITES DEL DERECHO DE MARCAS | 47 |
| a) Principio de especialidad | 47 |

| | |
|--|-----------|
| b) Principio de Territorialidad | 48 |
| 4.- DE LAS INFRACCIONES Y LOS DELITOS RELACIONADOS CON LAS MARCAS | 49 |
| 5.- EL VALOR DE LA MARCA | 51 |
| CONCLUSIONES DEL CAPITULO | 54 |
| CAPITULO III.- REGULACION VIGENTE DE LA MARCA Y EL NOMBRE DE DOMINIO | 56 |
| 1.- NORMATIVIDAD VIGENTE DE LA MARCA EN EL DERECHO MEXICANO..... | 56 |
| a) Protección Constitucional | 56 |
| b) Ley de Propiedad industrial | 58 |
| c) Reglamento de la Ley de Propiedad industrial | 59 |
| d) Otras disposiciones aplicables a la marca | 59 |
| 2.- INSTRUMENTOS INTERNACIONALES VIGENTES SOBRE LA MARCA EN MEXICO | 60 |
| a) Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, del 20 de marzo de 1883 | 61 |
| b) Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de marcas de 1957 | 63 |
| c) Otros instrumentos aplicables vigentes | 63 |
| 3.- REGULACION DEL NOMBRE DE DOMINIO | 64 |
| CONCLUSIONES DEL CAPITULO | 68 |
| CAPITULO IV.- LA PROTECCION DE LA MARCA EN LA LEGISLACION MEXICANA Y SU RETO FRENTE A LOS NOMBRES DE DOMINIO | 70 |
| 1.- EL NOMBRE DE DOMINIO EN LAS POLITICAS GENERALES DE NOMBRES DE DOMINIO “.COM.MX” | 70 |
| a) El registro del nombre de dominio bajo la clasificación “.com.mx” | 70 |
| b) De las obligaciones del titular del nombre de dominio y del registrador | 71 |
| c) De las suspensiones y eliminaciones de los nombres de dominio | 73 |
| 2.- EL IMPACTO DE LOS NOMBRES DOMINIO EN EL DERECHO SOBRE LA MARCA | 75 |
| 3.- CONFLICTOS DERIVADOS DE LOS NOMBRES DE DOMINIO | 78 |
| 4.- LAS CONTROVERSIAS DE NOMBRES DE DOMINIO BAJO LA CLASIFICACIÓN “.COM.MX” Y SU SOLUCION | 80 |
| a) Disputas por la titularidad del nombre de dominio | 80 |

| | |
|---|------------|
| b) De las disputas de Propiedad Intelectual | 81 |
| c) De la solicitud, contestación e inicio del procedimiento de solución de controversias de acuerdo a la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de dominio y su Reglamento | 83 |
| d) Del nombramiento del grupo de expertos | 88 |
| e) Del desarrollo del procedimiento | 91 |
| f) De la resolución | 92 |
| | |
| 5.- FUNCION Y NATURALEZA DEL NOMBRE DE DOMINIO FRENTE A LA MARCA | 94 |
| a) Naturaleza jurídica del nombre de dominio | 96 |
| b) Diferencias entre el nombre de dominio y la marca | 98 |
| | |
| 6.- EL NOMBRE DE DOMINIO Y LA ACTUALIDAD EN LOS CONFLICTOS | 100 |
| a) La protección del nombre de dominio | 106 |
| b) El caso del ccTLD “.ar” | 107 |
| c) El ccTLD “.es” | 111 |
| | |
| 7.- LA MARCA REGISTRADA EN MÉXICO Y SU RETO FRENTE AL NOMBRE DE DOMINIO | 115 |
| | |
| 8.- PROPUESTA | 126 |
| | |
| CONCLUSIONES DEL CAPITULO | 130 |
| | |
| CONCLUSIONES GENERALES | 131 |
| | |
| ANEXO I | 133 |
| | |
| ANEXO II | 148 |
| | |
| ANEXO III | 151 |
| | |
| ANEXO IV | 163 |
| | |
| BIBLIOGRAFIA | 167 |

INTRODUCCION

La presente investigación debe de señalarse fue motivada por la asistencia al Congreso Internacional “Información, tecnología y derecho, nuevos retos para Latinoamérica”, en octubre de 2004 organizado por el Instituto de investigaciones Jurídicas de la UNAM, en la que fueron planteados diversos problemas derivados del Internet con el derecho en algunas ramas de estudio, siendo en una de las mesas de trabajo en que se habló del nombre de dominio, en la que expertos en la materia hablaron de sus experiencias, como fue el caso de Isabel Davara y de James A. Graham, quienes han tenido experiencia directa con los conflictos de esta naturaleza.

Asimismo, motivado por este Congreso y por la discreta bibliografía que existía en ese momento, la cual en su mayoría y hasta el momento es predominantemente extranjera, se comenzó la realización de esta investigación.

El primer objetivo de esta investigación, es dar a conocer el entorno que rodea al nombre de dominio y la relación que puede llegar a tener con los derechos de propiedad intelectual, especialmente con la marca. El segundo objetivo que se busca es determinar el marco jurídico con el que cuentan ambos conceptos en el sistema jurídico mexicano vigente.

Partiendo de estos objetivos que se plantean como principal cuestionamiento, ¿el sistema jurídico mexicano que protege a los derechos sobre la marca es suficiente para hacer frente a la problemática que puede llegar a significar el nombre de dominio?, a partir de este cuestionamiento se desprenden dos hipótesis que son:

1.- La situación actual de los nombres de dominio ha superado a la legislación nacional, por lo que es necesario regular a estos, creando una nueva figura que se encuentre contemplada en la Ley de la Propiedad Industrial, o ampliando la protección de las figuras que se protegen por dicha ley, situación que traería como consecuencia la promoción de la inversión de las empresas nacionales y extranjeras, en virtud de la seguridad jurídica que se brinda en nuestro país.

2.- No es necesario realizar una modificación a la legislación que regula la marca actualmente, en virtud de que la misma resulta suficiente para resolver cualquier situación que surja en relación a conflictos derivados de los nombres de dominio.

Ahora bien, el valor teórico de esta investigación, la cual se trató de que fuera sencilla de entender para cualquier lector, ayudándole a entender la relación que puede existir entre la propiedad intelectual, como rama del derecho, tomando como base los derechos marcarios; con el nombre de dominio como uno de los múltiples elementos que constituyen al Internet.

La relevancia social que tiene esta investigación, derivada de uno de los objetivos planteados, es que dada la importancia que ha adquirido el Internet en la actualidad para millones de usuarios alrededor del mundo, es determinar los conflictos que se pueden derivar en México con el nombre de dominio y la marca, y plantear si el sistema jurídico que regula a la marca esta preparado para este tipo de controversias.

Ahora bien, la presente investigación se encuentra integrada por 4 capítulos, en donde cada uno de ellos se buscó estuviera basada en fuentes primarias y que su contenido se correlacionara, y se cumpla con los objetivos planteados.

En el capítulo primero se establecen de la manera mas sencilla posible los conceptos relacionados con el nombre de dominio, tales como son el Internet, algunos aspectos que rodean a éste, el protocolo de comunicación, y por su puesto la relevancia del nombre de dominio, señalando la administración de éste en el mundo y a quien le corresponde su administración en México.

En el segundo capítulo, se desarrolla el concepto de la marca, sus características y aspectos jurídicos que rodean a la misma, en cuanto a su registro, funciones y fines, concluyendo con el valor que tiene esta.

En el tercer capítulo se señalan los diversos ordenamientos vigentes que regulan a esta en México, y una breve referencia histórica sobre la regulación del nombre de dominio y los ordenamientos vigentes que lo regulan en México.

Finalmente en el cuarto capítulo se hace el estudio del nombre de dominio y algunas consideraciones sobre su registro, así como el impacto que tiene sobre la marca, los conflictos que pueden surgir y algunas formas de solución, haciendo hincapié al procedimiento en el caso de la marca. Se plantea a su vez la función y naturaleza jurídica que puede tener el nombre de dominio con la marca y sus diferencias principales. Adicionalmente, aunque de manera breve, se analizan los casos de los sistemas de Argentina y España con relación al nombre de dominio, para exponer finalmente lo que significa el nombre de dominio para la regulación vigente de la marca en México y algunas sencillas propuestas derivadas del contenido de la investigación.

CAPITULO I.- LOS NOMBRES DE DOMINIO Y LINEAMIENTOS RELACIONADOS

1.- INTERNET CONCEPTO Y EVOLUCIÓN

a) Concepto de Internet

Para comprender la presente investigación, que se refiere a los nombres de dominio, es necesario conocer el entorno que rodea a dicho concepto

Diversas necesidades del hombre han hecho que se creen herramientas para facilitar sus actividades, una de esas herramientas creadas es la computadora, que es de donde surge básicamente el concepto de Internet.

La computadora ha sido definida por la Real Academia de la Lengua Española en su quinta acepción como “la máquina electrónica, analógica o digital, dotada de una memoria de gran capacidad y de métodos de tratamiento de la información, capaz de resolver problemas matemáticos y lógicos mediante la utilización automática de programas informáticos”¹.

Resulta innecesario hablar detenidamente de la evolución de la computadora, pues no es el objeto de la presente investigación, sólo hay que hacer referencia a que con la creación de la computadora personal y sus demás derivaciones, su uso ha adquirido tal magnitud e importancia en la sociedad actual, que puede ser usada tan sólo como un simple procesador de palabras, hasta como herramienta para poder realizar una complicada intervención quirúrgica.

La importancia de lo anterior radica en que con la invención de la computadora, muchas ramas del conocimiento se han visto en la necesidad de actualizarse, o incluso algunas han surgido a la par de la computadora, como es el caso de la informática; asimismo, se han creado otras herramientas que amplían su utilidad, como es el caso de Internet.

¹ *Diccionario de la Lengua Española*, 22ª ed., t. 6, España, Espasa, 2002, p. 412.

Internet surge de la unión de las palabras anglosajonas “*Interconnected Networks*” (redes interconectadas); de esta manera la palabra Internet ha tenido que adaptarse a nuestro idioma y ha tenido una gran aceptación en los usuarios de habla hispana, incluso el Diccionario de la Real Academia de la lengua española en su versión electrónica incluye una definición de Internet, destacando que el género de la palabra es ambiguo, definiéndola como se transcribe:

Internet 1. amb. *Inform.* Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. ORTOGR. Escr. t. con may. inicial².

Lo anterior se menciona pues resulta común escuchar que se usa por diversas personas el uso del artículo el o la Internet, precisión que se hace pues en la presente investigación Internet se va a mencionar constantemente.

Por su parte Ángel García Vidal, define Internet como una red mundial de redes de ordenadores, cada una de ellas independiente y autónoma³.

Debe mencionarse que el 24 de octubre de 1995, en el Consejo Federal de la Red o *Federal Networking Council*, se aceptó unánimemente una resolución en la que se define el término Internet. Dicha definición se elaboró de acuerdo con personas de las áreas de Internet y los derechos de Propiedad Intelectual, y que intenta englobar todos sus elementos. Misma que se transcribe a continuación:

El FNC acuerda que lo siguiente refleja nuestra definición del término *Internet*. *Internet* hace referencia a un sistema global de información que (1) está relacionado lógicamente por un único espacio de direcciones global basado en el protocolo de Internet (IP) o en sus extensiones, (2) es capaz de soportar comunicaciones usando el conjunto de protocolos TCP/IP o sus extensiones u otros protocolos compatibles con IP, y (3) emplea, provee, o hace

² *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed., febrero 2006, Versión electrónica [en línea]. (consulta el 10 de febrero de 2006). Disponible en Internet <http://www.rae.es>

³ García Vidal, Ángel, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia, Tirant Lo Blanch, 2002, p. 37.

accesible, privada o públicamente, servicios de alto nivel en capas de comunicaciones y otras infraestructuras aquí descritas⁴.

b) Reseña histórica de Internet

En la actualidad hablar de Internet, es hablar de diversos conceptos técnicos, que se relacionan unos con otros y que son necesarios introducirnos en ellos para comprender su funcionamiento y uso. Asimismo, su evolución es interesante, pues como se detallará en líneas posteriores, la misma resultó una revolución en varias áreas del conocimiento, y que ha causado un impacto grande en la sociedad actual.

Su origen se remonta documentalmente a una serie de memorandums escritos por J.C.R. Licklider, del *Massachussets Institute of Technology*, en agosto de 1962, en el que se hablaba del concepto de “*Galactic Network*”, en el que se concebía una red interconectada globalmente a través de la que cada uno pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas⁵.

En el terreno práctico se tuvo hasta 1965, cuando Lawrence G. Roberts conectó un ordenador TX2 en Massachussets con un Q-32 en California a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad, en la que se creó una reducida red de ordenadores hasta entonces construida, lo que comprobó que los ordenadores de tiempo compartido podían trabajar juntos correctamente, ejecutando programas y recuperando datos a discreción en la máquina remota.

Pero el avance definitivo de Internet como tal, fue en 1968 con el Departamento de Defensa de Estados Unidos el que encomendó a la Agencia de Proyectos Avanzados de Investigación (ARPA, por sus siglas en inglés) la puesta en marcha

⁴ Lynch, Daniel C. *et al.*, *Una breve historia de Internet*, Revista Novatita, febrero 1998, [en línea] (consultada 2 de julio de 2005), <http://.ati.es/DOCS/internet/histint/>.

⁵ Idem.

de una red de ordenadores. A esta red se le denominó ARPAnet, e interconectaba centros de investigación, universidades y centros militares⁶.

Cabe destacar que en octubre de 1972 Robert E. Kahn organizó una gran demostración de ARPAnet en la *Internacional Computer Communication Conference*, que fue la primera demostración de la nueva tecnología de Red que coincidió con la primera aplicación del correo electrónico⁷.

Así, la evolución del Internet se puede dividir en 3 grandes etapas: ⁸

- La primera que abarca de 1968 a 1982, que constituye una fase de investigación y desarrollo.
- La segunda etapa fue la de expansión que abarca de 1983 a 1993, en donde la tecnología, que iba madurando progresivamente, fue aceptada en este período en el terreno empresarial, traspasando ampliamente fronteras universitarias.
- Y la tercera etapa comienza en el año de 1993, cuando, Al Gore, el entonces vicepresidente de Estados Unidos, dio el impulso político definitivo a Internet. Con ello se reiteró la necesidad de un medio de comunicación de masas de ámbito interestatal, interactivo y multimedia.

Ya no se trataba de un reto tan sólo tecnológico, sino de un reto económico, y por ello se le dio el impulso que necesitaba para potencializarse, creciendo el interés por Internet desde entonces, en la que al parecer todo tipo de información tiene cabida al parecer dentro de esta red; en la actualidad agrupa a mas de 40,000 subredes de ordenadores y cuenta con mas de varias decenas de millones de usuarios.

Considero pertinente explicar como funciona Internet, la cual contiene 3 componentes básicos: servidores, clientes y el medio de comunicación. Los

⁶ Hervás Antonio, Jorge *et al.*, *Internet para principiantes*, España, Universidad Politécnica de Valencia, 1996, p. 1.

⁷ Lynch, Daniel C., *et al.*, *op. Cit.*, nota 4.

⁸ Hervás Antonio, Jorge, *et al.*, *op cit.*, nota 6, p. 1.

primeros son aquellas computadoras de una red desde los cuales se controlan las aplicaciones, datos y recursos, básicamente los servidores aportan servicios. Los segundos son las computadoras de una red que permite el acceso de los usuarios con el software o programa necesario para que la computadora sea capaz de trabajar en red. Por último, los medios de comunicación son los dispositivos restantes o el *hardware* como lo es el *modem*, concentradores, puentes, entre otros⁹.

Ahora bien, muchos nos preguntamos cual es el tamaño que tiene Internet, sin embargo tal como nos lo menciona Paul J. Perry, nadie conoce exactamente su tamaño, ya que es un conjunto de redes de pequeñas computadoras que funcionan de forma independiente, sin que exista un único lugar donde se realizan todas las conexiones. Sin embargo se sabe que cuenta con más de 30 millones de ordenadores repartidos por más de 130 países y este número no cesa de crecer¹⁰.

2.- LOS NOMBRES DE DOMINIO.

a) El protocolo de comunicación y el concepto de nombre de dominio.

Aunado a lo anterior Internet facilita la interconexión de maquinas con diferentes características de *hardware* (por ejemplo computadoras personales, mini-computadoras, *palm*, e incluso celulares); y con distinto *software* (*unix*, *Windows*), a través de medios físicos de conexión. Lo que se debe a la existencia de los denominados protocolos de comunicación¹¹.

El protocolo es un conjunto de reglas o normas que definen un procedimiento estándar de comunicación entre una serie de individuos, en informática, un

⁹ Stewart, James Michael, *La Biblia de Intranet*, trad. de Gonzálo Madruga Jiménez Pérez, Madrid, Anaya Multimedia, 1997, pp. 55-57.

¹⁰ Perry, Paul J., *Los Secretos Del Word Wide Web (World Wide Web Secrets)*, trad. de Jorge Rodríguez Vega, Madrid, Anaya multimedia, 1996, p. 62.

¹¹ Hervás Antonio, Jorge, *et al.*, op cit., nota 6, p. 2.

protocolo es la descripción formal de formatos de mensaje y reglas que dos computadoras deben seguir para intercambiar dichos mensajes¹².

Cuando cualquier usuario se conecta a Internet es preciso que la computadora emplee la familia de protocolos TCP/IP (*Transmisión Control Protocol/Internet Protocol*) para que se realice el transporte de la información. El protocolo TCP/IP obliga a que toda máquina conectada a una red tenga un número único, este identificador, que recibe el nombre de “dirección IP”, está compuesto por cuatro números separados por puntos (por ejemplo: 158.42.60.1) y es único para cualquier computadora en el mundo conectada a Internet¹³. Estas direcciones IP son asignadas actualmente por IANA por conducto de los registros regionales.

Lo que en un principio se hacía era teclear ese conjunto de números, y su relación se tenía en un listado contenido en un único fichero, que debía residir en todos y cada una de las computadoras conectadas a la Red, y que se actualizaba con cada nuevo equipo conectado. Sin embargo este sistema se hizo obsoleto después de los años 80, en el que el número de computadoras se elevó a unos pocos miles¹⁴. Por lo que se procedió a la creación del llamado “sistema de nombres de dominio”, mejor conocido como DNS, por sus siglas en inglés, consistente en la asociación a cada número IP de una dirección constituida por grupos de letras, acrónimos, nombres o palabras, que resultan más fáciles de recordar por el usuario, la ventaja que ofrece el sistema de nombres de dominio es que permite mantener el mismo nombre con independencia de la distribución dinámica del número IP y de su modificación¹⁵.

La OMPI definió al nombre de dominio, en su informe de comercio electrónico y propiedad intelectual, emitido en mayo del año 2000, como una “simple dirección

¹² Idem.

¹³ Ibidem, p. 4.

¹⁴ Maestre Rodríguez, Javier A., *Planteamiento de la problemática jurídica de los nombres de dominio: Comentario a la sentencia dictada en el caso “PANAVISION”*. [en línea] (consultada el 2 de enero de 2005), Disponible en Internet <http://www.dominuiis.com/boletines/doctrinal/problematica.html>

¹⁵ García Vidal, Ángel, op. cit., nota 3, p. 58.

de Internet diseñados para permitir a los usuarios localizar de una manera fácil sitios en Internet”¹⁶.

b) Los niveles de los nombres de dominio.

En la actualidad básicamente la dirección electrónica de Internet sigue un esquema lógico, conocido como URL, por sus siglas en inglés, que es el localizador uniforme de recursos, el cual especifica, en primer lugar mediante el protocolo correspondiente (“http”, “ftp” or “mailto”), la aplicación electrónica deseada y después la dirección concreta del servidor con el que se desea contactar¹⁷. El protocolo más usado por la World Wide Web para la comunicación entre diferentes equipos conectados entre sí es el http.

Ahora bien, los nombres de dominio tienen una estructura definida y se organizan de modo jerárquico y se separan fácilmente. Un ejemplo de nombre de dominio es “rs.internic.net”, al que le corresponde la dirección IP 198.41.0.9, en donde “rs” es el nombre del servidor, “internic” es el nombre del dominio principal y “net” es el nombre del dominio superior¹⁸. En general las secciones del nombre de dominio son las siguientes:¹⁹

- *El nombre del servidor.* Apunta a un servidor (*software* que puede distribuir información) que ésta en uno de los *host* del dominio principal; dado que el servidor es un producto de *software*, que puede existir en una maquina junto a otros servidores, cada uno de ellos identificado por un único nombre de servidor. Los nombres de servidor a menudo son nombres estándar, como “ftp”, “www”, “ogopher”, pero los nombres de servidor pueden tener dos o más subnombres separados por puntos.
- *El nombre de dominio principal* es la única porción identificativa del nombre que no puede coincidir con la de ningún otro grupo de *host*.

¹⁶ Cfr. Rodríguez Balsa, Alejandro. *et al.*, *.com probado. Experiencias de empresas exitosas de Internet en México*, México, Grupo Editorial Patria, 2002, p. XXIV.

¹⁷ Carbajo Cascón, Fernando, *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*, Navarra, Aranzadi Editorial, 1999, p. 35.

¹⁸ Stewart, James Michael, *op. cit.*, nota 9, p. 88.

¹⁹ *Idem.*

- *Los nombres de dominio de alto nivel*, estos dominios identifican tanto el propósito o la clase del *host* o del país en el que está localizado, por ejemplo para los *host* que están localizados en EE.UU., estos son “.com”, “.edu”, “.gov”, “.mil”, “.net”, “.int” y “.org”. Los *host* localizados fuera de los Estados Unidos utilizan los códigos de país de dos letras de X. 500 (como “.fr” para Francia; “.es” para España y “.mx” para México).

La anterior división resulta general, pero consideré que era necesario colocarla para mayor entendimiento, pues existen actualmente reglas determinadas para identificar cada nivel de nombre de dominio.

Los nombres de dominio se leen de derecha a izquierda, de ahí que se hable de 3 niveles de nombres de dominio.

En primer lugar es preciso explicar el dominio principal o de primer nivel, conocido por sus siglas en inglés como TLD (Top Level Domain), se compone de dos o tres letras que figuran en la parte derecha de la dirección. En la actualidad existen 2 tipos de dominio de primer nivel: los genéricos (conocidos como gTLDs) y los nacionales (que se conocen como ccTLD o nTLD)²⁰.

Los nombres gTLDs consisten en una abreviatura de la denominación del sector específico en el que desarrolla la actividad del titular del servidor y siendo los que se enumeran a continuación²¹.

- .com, destinado a las compañías comerciales;
- .org, para las organizaciones con fin no lucrativo;
- .net, utilizado por los proveedores de servicio de la red;
- .int, reservado a las organizaciones creadas en virtud de acuerdo internacional;
- .edu, para instituciones educativas;

²⁰ García Vidal, Ángel, op. cit., nota 3, p. 58

²¹ Ibidem, p. 59.

- .gov, para oficinas y agencias federales del gobierno, únicamente de Estados Unidos;
- .mil, para el ejercito, únicamente para Estados Unidos;
- .biz, destinado a personas que realicen actividades empresariales;
- .info, que puede ser utilizado por cualquier persona, con independencia de la actividad a que se dedique;
- .pro, accesible a los profesionales de la medicina, el Derecho o la contabilidad;
- .name, dirigido a aquellos individuos que deseen un nombre de dominio para uso personal;
- .coop, utilizable para sociedades cooperativas;
- .museum, reservado para aquellas entidades que puedan demostrar que cumplen con los requisitos de la definición de museo dada por el *Internacional Council of Museums*; y
- .aero, destinado únicamente a la comunidad del transporte aereo.
- .tel, que es el dominio de mas reciente creación, aprobado por la ICANN en mayo de 2006 y que se espera pueda ser utilizado por todas las compañías especializadas en prestar servicios de voz sobre IP²².

Los dominios ccTLD o nTLD, incluyen una referencia territorial y se corresponden con el código de cada país, según la norma ISO 3166²³, cabe destacar que a nuestro país le corresponde el “.mx”. La norma de referencia incluye una relación de los territorios geográficos, a cada uno de los cuales se les asigna un número de letra, no obstante dichos territorios no coinciden siempre con los estados. Pues hay 46 territorios que no cuentan con un Estado propio y un territorio sobre el cual no existe soberanía que es el “.aq”, para la Antártida²⁴.

Puede existir un número ilimitado de nombres de dominio de segundo nivel, los cuales son elegibles por los usuarios y que deben ser registrados. Estos nombres

²² *Dommo* , noticias del día martes 16 de mayo de 2006, consultada 18 de mayo de 2006, Disponible en Internet <http://www.dommo.net>

²³ García Vidal, Ángel, op. cit., nota 3, p. 60.

²⁴ *Idem*.

de segundo nivel se sitúan a la izquierda del TLD y deben de ser diferentes unos de otros, pues es el elemento que realmente distingue la dirección de cada ordenador. Generalmente cuando se emplea la expresión nombres de dominio se hace referencia exclusiva a los de segundo nivel²⁵.

Es posible que el usuario decida añadir otros subdominios con el fin de especificar mas la localización del ordenador, estos son los que se conocen como los nombres de dominio de tercer nivel o ulterior. En este caso no es necesario el registro de los mismos.

Ahora bien, cabe hacer la precisión que el nombre de dominio no es lo mismo que una página *Web*. Mientras que el nombre de dominio corresponde a la dirección IP del ordenador al que pertenece, la página *web* es el desplegado que aparece en el monitor.

3.- LA ADMINISTRACION DE INTERNET Y DE LOS NOMBRES DE DOMINIO.

a) La creación de IANA e InterNIC.

Es de hacer notar que el funcionamiento del sistema de dominios, no se hace de manera aleatoria y con completa anarquía, no obstante que Internet carece de una administración centralizada que se encargue de gestionar unitariamente todos los recursos existentes en la misma.

La afluencia de usuarios y titulares de páginas *Web*, hizo necesaria la creación de una serie de organizaciones (autorizadas por la administración norteamericana, titular de las infraestructuras y recursos básicos de la red), que al menos administraran los recursos técnicos de la red para hacer posible la coexistencia e intercomunicación masiva y ordenada de usuarios²⁶.

Dicha administración se limita a aspectos casi exclusivamente técnicos, no obstante que no hay reglas uniformes claramente establecidas tanto en el aspecto económico como jurídico.

²⁵ Ibidem, p. 61.

²⁶ Carbajo Cascón, Fernando, op. cit., nota 17, p. 35.

Como ya se había mencionado durante la administración estadounidense Clinton-Gore, en su afán de creación de una “Infraestructura Mundial de la Información”, surge la *Internet Society* (ISOC), encargada de la gestión de algunos aspectos técnicos de Internet, con la ISOC colaboran servidores de acceso a la red, empresas e instituciones de todo el mundo y organizaciones internacionales, con el fin de velar por el ordenado desarrollo mundial de Internet.

La colaboración de la ISOC y la administración de los Estados Unidos a través del *U.S. Federal Network Council*, dio origen a la “*Internet Assigned Numbers Authority*” mejor conocida como IANA, que se convirtió en la máxima autoridad a nivel mundial para el registro o concesión y administración de *Internet Protocol-Adresses* (protocolo de comunicación) y de los nombres de dominio, aunque en la práctica la concesión y administración corresponde a la *Internet Network Information Center* (InterNIC), institución que depende de la *U.S Nacional Science Foundation* (NSF).

En virtud del crecimiento que tuvo Internet mundialmente, se tuvieron que crear registros regionales, todos ellos autorizados por IANA, cuyo objetivo es el de hacer cumplir con el Sistema de Registro de Internet (o protocolo de Internet) que ha sido establecido con la finalidad de hacer cumplir los objetos de exclusividad, conservación, ruteabilidad e información, de Internet, dichos registros se pueden encontrar en las Políticas de Administración de Recursos de Internet, y que como se menciona en las políticas en mención, dichos registros regionales son pocos, y se espera que sigan siendo reducidos ya que las áreas de servicios serán continentales, actualmente existen 5 registros regionales que son:²⁷

- AfriNIC (*African Network Information Centre*) – Que abarca la Región de África.
- APNIC (*Asia Pacific Network Information Centre*) - Que abarca la Región de Asia Pacífico.

²⁷ [En línea] Consultada el 23 de febrero de 2005. Disponible en Internet <http://www.iana.org/ipaddress/ip-addresses.htm>

- ARIN (*American Registry for Internet Numbers*) – Que abarca Norte América, (Estados Unidos y Canada).
- LACNIC (*Regional Latin-American and Caribbean IP Address Registry*) – Que abarca Latinoamérica y algunas islas del Caribe.
- RIPE NCC (*Réseaux IP Européens*) – Que abarca a Europa, Medio Oeste y Asia Central.

Distinta es la asignación y coordinación de nombres de dominio, pues la distribución de competencias varía aún más. Hay que mencionar que desde 1993 las funciones de registro de los nombres de dominio genericos fueron delegadas por parte de la autoridad norteamericana InterNIC a la empresa privada “*Network Solutions Inc.*” (NSI), cuya política de asignación de nombres de dominio estaba basada en el principio de “quien primero solicita un nombre de dominio, primero lo obtiene” (“*first come, first served*”), actualmente es sólo un registrador certificado²⁸.

El registro y administración de dominios geográficos o nacionales fueron delegados por la IANA, a través de los respectivos registros regionales, a autoridades regionales de naturaleza generalmente pública. Esta situación será tratada con posterioridad²⁹.

b) ICANN.

1998 fue el año en el que el Gobierno de Estados Unidos, a través de su Departamento de Comercio reasumió la administración del sistema; dando a conocer la “Declaración de Política sobre la Administración de Nombres y Direcciones de Internet”, conocida también como “Libro Blanco”, cuyo objetivo fue el de conseguir que Internet se hiciera más abierto y competitivo; aunque también fue consecuencia de duras críticas sobre la asignación de DNS³⁰.

Ese mismo año en el mes de octubre se creó la Corporación para los Nombres y números Asignados, mejor conocida como ICANN por sus siglas en inglés. El

²⁸ Pablo Vibes, Federico, *El nombre de dominio de Internet*, Buenos Aires, La Ley, 2003, p. 64.

²⁹ Carbajo Cascón, Fernando, op. cit., nota 17, p. 42.

³⁰ Pablo Vibes, Federico, Op. cit, nota 28, p. 61.

ingreso de esta entidad en la administración de Internet tuvo como motivo fundamental la necesidad de liberar al Gobierno de Estados Unidos de las críticas relativas al sistema de administración a favor de NSI. En la actualidad sus funciones mas importantes son:³¹

- 1.- Regular las asignaciones de direcciones IP.
- 2.- Conceder los parámetros de protocolo.
- 3.- Administrar el Sistema de nombres de Dominio (DNS).
- 4.- Administrar el sistema de servidores raíces.

Es destacable que ICANN es un ente privado sin fines de lucro que actualmente tiene la administración del DNS, por esta característica no hay país, ni organismo internacional que imponga un sistema normativo determinado.

c) El arribo de Internet a México y la aparición de NIC- México.

La historia de Internet en México comenzó el 1º de febrero de 1989, cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), en su campus ubicado en la ciudad del mismo nombre en Nuevo León, estableció conexión directa a Internet, convirtiéndose en la primera conexión de nuestro país, convirtiendo a México en el primer país de América Latina que logró establecer un enlace dedicado a la Red. Siendo de esta manera el ITESM la institución en nuestro país que dispuso del primer “*name server*” para el dominio “.mx”. La Universidad Nacional Autónoma de México, fue la segunda institución que logró una conexión a Internet, en el Instituto de Astronomía en la Ciudad de México³².

Como ya se mencionó en líneas anteriores, a México le corresponde de acuerdo a la Norma 3166, el ccTLD “.mx”, cuya administración fue delegada a la sociedad

³¹ Ibidem, p. 62.

³² Rodríguez Balsa, Alejandro, et al., op. cit, nota 16, p. XXIX.

civil, *Network Information Center-México* (Centro de Información de redes México), mejor conocida como NIC-México.

Cabe destacar que Jon Postel, era la persona que se encargaba de asignar la responsabilidad de administrar el dominio nacional, siguiendo la política que la primera entidad en conectarse a Internet en un país fuese la que tendría la responsabilidad de administrar el dominio nacional, el ITESM campus Monterrey, asumió tal responsabilidad, la cual fue ratificada en octubre de 1995, y en diciembre de ese mismo año se anunció la creación del Centro de Información de Redes en México (NIC-México), que se encargaría de administrar y coordinar el desarrollo de los recursos de Internet en el país³³.

Es de hacer notar que de 1989 a 1994, eran principalmente instituciones educativas las que se conectaban en Internet, fenómeno que se dio en toda América Latina.

Siendo destacable que el 20 de enero de 1992, se creó Mexnet, una Asociación Civil que promovió la discusión de políticas estatutos y procedimientos que podrían regular el desarrollo de la red en México. Hasta octubre de 1993, el ccTLD “.mx” no registró clasificación alguna, sin embargo en ese mes en una reunión de los principales actores de las redes en México, se acordó crear los subdominios “.com” y “.gob.mx”. Cabe destacar que en ese entonces las instituciones educativas se registraban bajo la terminación “.mx” y no es hasta 1996, cuando una institución educativa hizo una solicitud de un “.edu.mx”, lo que abrió un foro de discusión en el que se aprobó la creación de dicho subdominio.

Entre 1989 y 1993 las universidades operaron como únicas proveedoras de acceso a Internet en México. Hasta ese último año, su uso prácticamente estuvo restringido a aplicaciones de carácter científico y de investigación y los usuarios en su mayoría eran académicos e investigadores adscritos a las instituciones de educación superior, generalmente expertos en informática. Por lo que se puede

³³ Ibidem, p. XXXIV.

afirmar que las universidades fueron las principales promotoras del desarrollo de Internet en Iberoamérica³⁴.

En virtud de que la *World Wide Web* se había consolidado mundialmente, algunas empresas mexicanas comenzaron a realizar trámites para obtener los primeros dominios “.com.mx”, de esta manera DIXELnet se convirtió en la primera empresa comercial que dispuso de un servidor conectado a Internet.

4.- EL IMPACTO DE INTERNET Y LOS NOMBRES DE DOMINIO.

a) Uso de Internet en el Mundo.

El uso de Internet, contrario a lo que muchos creían en sus inicios, fue creciendo a partir de su apertura al público, aunque en un principio su acceso estuvo limitado a empresas, posteriormente se volvió más accesible para cualquier persona que contara con un equipo de computo. Que si bien también ha sido un medio de comunicación controvertido, también ha causado un impacto grande en la publicidad de diversas compañías, e instituciones de distintos rangos, así como ha facilitado el acceso a la información gubernamental.

Otro aspecto destacable es que ha facilitado la comunicación entre las personas, incluso de un continente a otro, a través de foros públicos e incluso las instituciones educativas han aprovechado su uso para impartir educación a distancia, conectados a Internet.

No obstante los beneficios que ha dado a los usuarios de este medio, también es cierto que ha traído dificultades, pues Internet al tener infinidad de contenidos y como se mencionó anteriormente al ser su administración económica y jurídica escasa, se ha convertido en ocasiones en medio para cometer conductas ilícitas, que han traído complicaciones al marco jurídico de distintos países.

³⁴ Ibidem, p. XXXII.

Al ser Internet una red mundial, existen diversas estadísticas con relación a su uso, actualmente el conteo se hace por el número de equipos que están conectados a la red, dicho conteo lo hace *Internet Software Consortium*, conteo en el que hasta enero de 2002, el país donde más se conectaban equipos en la red era Japón con 7,118,333 equipos, mientras que nuestro país ocupaba el lugar número 15 de dicha estadística. En América Latina, en ese año, el primer lugar lo tenía Brasil con 1,644,575, y nuestro país tiene el segundo en la lista³⁵.

Ahora bien dicho indicador, de acuerdo a otra encuesta varia un poco, en cuanto a la población que visita Internet de acuerdo al idioma que habla el usuario, en donde quienes ocupan el primer lugar en cuanto visitas a Internet son los usuarios que hablan inglés, y contrario a lo que podríamos pensar los usuarios que siguen en la lista son los que hablan chino, y en tercer lugar son los que hablan en español³⁶.

b) El uso de Internet en México y los nombres de dominio.

En nuestro país de acuerdo a encuestas oficiales publicadas por el la Comisión Federal de Telecomunicaciones y a cálculos realizados por dicha Institución a diciembre de 2004, aproximadamente en nuestro país eran en total los usuarios de Internet 14'036, 475.

Tomando como punto de partida lo anterior, en nuestro país de acuerdo a un estudio realizado por la Sociedad Mexicana de Internet en el año 2004, quienes más se conectan son los usuarios que viven en el Distrito Federal, seguidos por los usuarios del Estado de México, siendo el domicilio con el 78% de las personas que se conectan en nuestro país, seguido de la oficina.

De acuerdo con esta encuesta realizada en el año 2004, aproximadamente el 31% de dichos usuarios habían tenido acceso a Internet de 5 a 6 años anteriores a la

³⁵ Página web de Nic México. (consultada 16 de febrero de 2006) Disponible en Internet <http://www.nic.mx>

³⁶ Cfr. Información. (consultada el 14 de febrero de 2006). Disponible en Internet <http://global-reach.biz/globstats/refs.php3>.

fecha en que se realizó la encuesta. Además de acuerdo a la encuesta de referencia, dentro de los hábitos de los usuarios de nuestro país, generalmente cuando se conectan a Internet aproximadamente el 88% de los usuarios lo hace para revisar su correo electrónico o para buscar información.

Asimismo resulta interesante de los resultados arrojados por dicha encuesta, el hecho de que los usuarios que han llegado a realizar compras por Internet, el 60% lo hace en portales que son de México, y el resto lo ha hecho en una página diversa.

Entre las conclusiones a las que se llegaron con dicha encuesta se debe de mencionar que los usuarios de Internet en México, generalmente visitan buscadores en Internet, y que las campañas publicitarias de empresas, instituciones y organizaciones pueden apoyarse en dichos sitios.

Ahora bien, con relación a las tendencias de los nombres de dominio registrados bajo ".mx", de acuerdo a los registros de NIC México, información que se brinda en la página www.nic.mx, hasta el 14 de febrero de 2006 la tendencia era la siguiente:³⁷

| | |
|--------------|----------------|
| - .com.mx | 151,676 |
| - .gob.mx | 3,159 |
| - .net.mx | 487 |
| - .edu.mx | 3,295 |
| - .org.mx | 7,029 |
| - .mx | 171 |
| TOTAL | 164,817 |

De acuerdo NIC México, como se puede observar los nombres de dominio ".com.mx", son los que hasta esa fecha tenían mas registros. Es destacable que desde 1997, ya no se recibieron más registros de nombres de dominio ".mx", que habían estado siendo usado por instituciones educativas, pero en virtud de que se creo el subdominio ".edu.mx", ya no se permitió más registros bajo el ".mx",

³⁷ Página web de Nic-México, consultada 14 de febrero de 2006, disponible en Internet <http://www.nic.mx/es/Estadisticas.Dominio?type=0>

quienes tenían registrados su dominio en el “.mx” no les afectó tal decisión. Sin embargo, se ha visto una reducción en los dominios “.mx”, pues los mismos llegaron a ser 198, ahora como se observa el número se redujo a 171.

c) El registro de los nombres de dominio.

Resulta importante para esta investigación el conocer cómo se registran los nombres de dominio en nuestro país, requisitos que quedan claramente establecidos en las Políticas Generales de nombres de dominio, vigentes desde el 2 de octubre de 2006³⁸, en las que se señala el procedimiento para que se registre un nombre de dominio bajo la clasificación .mx, requisitos que se transcriben a continuación:

| Clasificación | Reservada para: | Requisitos |
|----------------------|--|--|
| NET.MX | a) Proveedor de Servicios de Internet; b) Proveedor de servicios de valor agregado; c) Proveedor de servicios de red inalámbrica; d) Prestador de servicios de transmisión de datos; e) Prestador de servicios especiales de telecomunicaciones NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría. | I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. Enviar una copia de registro ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones como proveedor de los servicios antes mencionados. III. Proporcionar información de los servicios que ofrecen, comprobantes del nombre oficial del ISP. Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal. |
| ORG.MX | a) Organizaciones legalmente constituidas en México sin fines de lucro; b) Sociedades y Asociaciones Civiles constituidas legalmente | I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. NIC México podrá solicitar a los titulares del nombre de dominio cualquier documentación |

³⁸ Estas políticas son una modificación de las Políticas Generales de Nombres de Dominio que estaban vigentes desde el 1 de junio de 2004, disponible en Internet <http://www.nic.mx>

- en México;
- c) Personas Físicas establecidas en México, que acrediten el uso del nombre de dominio sin fines de lucro;
- d) Organismos Internacionales sin fines de lucro establecidos en México;
- e) Organismos No Gubernamentales constituidas en México;
- f) Embajadas y consulados de países extranjeros establecidos en el territorio nacional Mexicano;
- g) Partidos Políticos y asociaciones de carácter político;
- h) Asociaciones religiosas;
- i) Instituciones dedicadas a la educación de personas con capacidades diferentes;
- j) Instituciones de beneficencia privada;
- k) Fideicomisos de carácter privado.

NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.

- a) Instituciones de Educación que cuenten con un registro ante al SEP o se encuentren incorporadas a alguna Universidad reconocida por el Estado Mexicano;
- b) Escuelas de Capacitación Laboral o Educación técnica

que considere necesaria para verificar el cumplimiento pleno de las presentes Políticas.

III. Copia de una identificación oficial de la persona que firme la carta.

En caso de que NIC México solicite alguna documentación las personas morales, deberán enviar documento que compruebe la calidad señalada en la columna anterior y en caso de las personas físicas, enviar una carta señalando que las actividades que realicen son primordialmente actividades sin fines de lucro.

El envío de los documentos deberá realizarse en un plazo menor a 10 días vía correo electrónico.

- I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a.
- II. Enviar copia del Registro ante la SEP o copia del periódico o diario oficial que lo acredite de acuerdo al caso específico; o en su caso, copia del registro ante el CONACYT.
- III. Enviar una carta

EDU.MX

acreditadas por alguna Oficina competente del Gobierno Mexicano;
c) Instituciones dedicadas a la Educación preescolar que cuenten con un registro ante al SEP o se encuentren incorporadas a alguna Universidad reconocida por el Estado Mexicano;
d) Instituciones dedicadas a la investigación que cuenten con el registro ante el CONACYT.

NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.

GOB.MX

a) Gobierno Federal, Estatal y Municipal, Secretarías y Dependencias, Programas Gubernamentales, Organismos centralizados, descentralizados, desconcentrados, autónomos y Organismos paraestatales de la Administración Pública del Gobierno Mexicano;
b) Empresas Estatales y paraestatales del Gobierno Mexicano;
c) Embajadas de México;
d) Fideicomisos de carácter público.

NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna

membreteada de la institución que la solicita, la cual será la única autorizada para utilizar el nombre de dominio.

IV. Copia de una identificación del representante legal que firme la carta.

Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal.

NOTA: La entidad que registre el nombre de dominio será la única autorizada para realizar modificaciones en el mismo.

I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a.

II. Carta con membrete de la entidad del Gobierno Mexicano que solicite el registro, firmada por un representante legal.

III. Copia de una identificación oficial del representante legal que firme la carta.

Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal.

NOTA: La entidad que registre el nombre de dominio será la única autorizada para realizar modificaciones en el mismo.

La Organización relacionada con un nombre de dominio con terminación .gob.mx no podrá ser modificada salvo que se publique de forma oficial en el Diario Oficial de la Federación o Gaceta del Estado según corresponda.

COM.MX no podrá ser registrada
bajo ésta categoría.
Cualquier persona física Solamente los requisitos
o moral que lo solicite. dispuestos en III.a

Como ya se mencionó, los requisitos para registrar un nombre de dominio se encuentran determinados en las políticas generales de nombres de dominio, de las cuales es destacable que el nombre de dominio debe de cubrir ciertas características, tal como que el nombre de dominio no debe de exceder de 63 caracteres, y prácticamente permiten el uso de casi cualquier carácter.

CONCLUSIONES DEL CAPITULO

1.- Internet se ha convertido en una herramienta importante, a pesar de que un principio la misma estaba destinada a determinadas actividades, pero con su apertura al mercado comercial la tendencia de la misma ha sido que se flexibilice su acceso a mayor número de usuarios, y de esta manera lograr lo que se llama “Internet sin fronteras”.

2.- El Sistema de Nombres de Dominio, se convirtió en un elemento esencial para la comunicación en Internet, pues cuando aumentaron considerablemente el número de equipos conectados en la red, el nombre de dominio resulto más efectivo que las direcciones IP, pues es obvio que resulta más fácil recordar palabras que números.

3.-Existen dos tipos de nombres de dominio en la actualidad los llamados gTLD (cuya administración se encuentra a cargo de la ICANN); y los ccTLD cuya administración se encuentra a cargo de una entidad en cada Estado (que puede ser de carácter privado o público, dependiendo de a quien se le haya designado), en el caso de México su ccTLD es el “.mx” y sólo se registran los nombres de dominio de tercer nivel.

4.- Internet en la actualidad carece de una administración centralizada, que se encargue de gestionar sus recursos, pero con el aumento de los usuarios se crearon diversas organizaciones que al menos administran los recursos técnicos de Internet, esto con el objeto de que la comunicación en la misma sea de manera ordenada, aunque hay que destacar que existen reglas uniformes en el aspecto económico y jurídico.

5.- En el caso de México, la administración de los nombres de dominio, desde el año de 1989 se encuentra a cargo de Network Information Center México (mejor conocida como NIC-México)y en principio la administración se rige bajo las “Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, en donde se dan los requisitos para adquirir un nombre de dominio bajo el ccTLD “.mx”, cuyo registro

en la actualidad solo es del tercer nivel, pues desde el año 1997, ya no se registra el segundo nivel.

CAPITULO II.- MARCO TEORICO

1.- SIGNOS DISTINTIVOS.

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial en su artículo 1, inciso 2), enumera las figuras que protege la Propiedad Industrial, entre las que se encuentra la marca, figura a la que la gran mayoría de los autores ubica en el grupo de los signos distintivos.

Para Federico Pablo Vibes el signo distintivo es “un símbolo cuya capacidad distintiva está dirigida a productos y servicios -en el caso de las marcas comerciales- a identificar comerciantes o empresas en el caso de los nombres comerciales y enseñas-, o bien, a resaltar la procedencia de ciertas mercancías- en el caso de las denominaciones de origen.”¹

Cabe destacar que en materia de signos distintivos no interesa que tengan originalidad ni que impliquen aporte para el mundo de la técnica. Su función primordial es la de identificar productos, servicios y sujetos.

Es notable la relación estrecha que guardan los signos distintivos con el comercio, pues con estos se cumple el objetivo de que cualquier producto, servicio o sujeto sea conocido más allá de la puerta del establecimiento comercial, siendo importante a cualquier signo distintivo lo que concierne a su circulación. Es a partir de dicha circulación de los signos distintivos, que se torna vital evitar toda posibilidad de confusión, de lo cual se debe ocupar cada sistema regulatorio, pues dada la relación estrecha que guarda con el comercio el consumidor o comprador necesita de un signo distintivo que les permita identificar al vendedor y diferenciarlo de sus competidores.²

¹ Pablo Vibes, Federico, *El nombre de dominio de Internet*, Buenos Aires, La Ley, 2003, p. 64.

² Idem.

Siendo importante señalar que, para cualquier signo distintivo, lo fundamental es su capacidad individualizadora, pues ésta es la que influirá al momento de reconocerle protección legal.

2.- LA MARCA

a) Concepto.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española en sus acepciones 1ª y 11 define a la marca como:

Marca.- (Del b. lar. *Marca*, y este del germ. *Mark*, a. al. Ant. *Marka*). F. señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra, o denotar la calidad o pertenencia...11... Ling. Rasgo distintivo que identifica a una serie de fonemas por oposición a otra. Il~ de fabrica. F. Distintivo o señalar que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente. Il~ registrada. F. marca de fabrica o de comercio que, inscrita en el registro competente, gozan de protección legal³.

Como se desprende de esta definición, la principal característica de la marca en su acepción más amplia es la de distinguir un objeto de otro y/o denotar su calidad o pertenencia. Es de hacer notar que entre las definiciones que encontramos aceptadas en nuestra lengua, está señalada su función distintiva de productos.

Como se mencionó con anterioridad, esta figura se ubica dentro del grupo que integran los signos distintivos.

Siendo la marca importante para esta investigación, es pertinente exponer algunos conceptos que diversos autores proporcionan.

El autor español, Federico Pablo Vibes, define a la marca como “un signo que distingue un producto o un servicio”⁴. Es de hacer notar de esta definición que aunque breve, resalta el objeto primordial de la marca que es el de distinguir, siendo destacable que es tanto a un producto como a un servicio. Coincide con

³ *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed., t. 7, España, Espasa, 2002, p. 983.

⁴ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 39, p. 164.

esta definición la del autor argentino, Jorge Otamendi, quien la define como “el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro”⁵, coincide este autor en la característica esencial de la marca de distinguir productos o servicios.

Rangel Medina considera a la marca como “el signo de que se valen los industriales, comerciantes y prestadores de servicios para diferenciar sus mercancía o servicios de los de sus competidores”⁶. Este concepto incluye además otro elemento que es el del competidor, sin dejar de lado la característica de distinguir o diferenciar, lo que hace particular al producto o servicio que se pretende distinguir con la marca.

La Ley de la Propiedad Industrial vigente en su artículo 88 señala que se entiende por marca “todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”. Ahora bien, el concepto legal sigue conservando la característica esencial de la marca de distinguir productos o servicios, aunque agrega un elemento más, consistente en que el signo debe ser visible⁷.

b) Fin de la marca

De acuerdo con Gabriel Martínez Medrano y Gabriela M. Soucasse, al diferenciar un producto o un servicio de otro en el mercado, la marca cumple con dos fines.

El fin primario consiste en proteger la inversión del titular en la creación de una clientela. En un sentido amplio esa clientela es tomada como parte del patrimonio

⁵ Otamendi, Jorge, *Derecho de marcas*, 2ª ed., Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1995. p. 7

⁶ Rangel Medina, David, *Derecho intelectual*, México, UNAM/McGraw-Hill, 1998, p. 62.

⁷ Cabe mencionar que el 22 de marzo de 2006, se turnó a las Comisiones unidas de Comercio y Fomento Industrial del senado de la República, una iniciativa de reforma al artículo 88, en el que se propone modificar dicho artículo para incluir a las marcas sonoras, cuya redacción quedaría en caso de aprobarse de la siguiente manera “Artículo 88: Se entiende por marca todo signo visible o sonoro que distinga productos o servicio de otros de su misma especie o clase en el mercado”. Legislatura LIX, Iniciativas de Ciudadanos Senadores, Gaceta No. 159, Año 3, Segundo Periodo Ordinario, 22 de marzo de 2006, disponible en <http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/?sesion=2006/03/22/1&documento=23>

del titular, y es lo que la ley protege en primer término; de esta manera la marca permite al empresario identificarse en el mercado y con esto poder competir.⁸

El segundo objetivo que cumple la marca es la de protección al consumidor, la cual cumple la marca al identificar el producto y permitir al consumidor la compra por repetición.⁹ Nuestros tribunales coinciden con este fin, el cual se justifica en el hecho “de que el consumidor medio no realiza respecto del signo marcario un análisis profundo o sistemático para detectar las diferencias entre una y otra marca. Así pues, mediante el registro de una marca la autoridad esta protegiendo al público consumidor, evitándole posibles errores respecto a la naturaleza y origen de los diversos productos que concurren en los mercados de bienes y servicios.”¹⁰

c) Funciones de la marca.

i) Distinción de productos y servicios.

Es de hacer notar que la verdadera y única función esencial de la marca es la de distinguir un producto o servicio de otros, lo que le permite al comprador seleccionar de una diversidad de los mismos, siendo en consecuencia las demás funciones secundarias.

La marca permite la distinción entre productos o servicios de una misma especie, en caso de que el signo en cuestión no sea apto para distinguir un producto o servicio de otros, la marca entonces no podrá serlo en los términos señalados. En cuanto se coloque el producto en el mercado, la marca servirá al comprador para elegir entre varios o volver adquirir el mismo producto o servicio que ha adquirido con anterioridad.

⁸ Martínez Medrano, Gabriel A. y Soucasse, Gabriela M. *Derecho de marcas*, Buenos Aires, Ediciones La Rocca, 2000, p. 26.

⁹ *Ibidem*, p. 27.

¹⁰ Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, “MARCAS, SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSION. AUN CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PERTENEZCAN A DISTINTAS CLASES O GENEROS”, *Semanario Judicial de la Federación*, Octava Época, Tomo XV-I, Febrero de 1995, Tesis I.3º.A.584^a, p. 226.

ii) Función de Indicación de origen.

Es importante resaltar que tradicionalmente se entendió que la marca identificaba el origen del producto, sin embargo dicha función se ha demostrado que no está relacionada con la marca, pues la marca en sí no distingue el origen, y en opinión de Jorge Otamendi, con el cual se coincide, la gran mayoría del público o consumidores ignoran quien es el fabricante de los productos que adquiere. No obstante, existen casos en que la marca está formada o constituida por el nombre del fabricante, entonces la marca identificará también el origen del producto, por ello esta función será secundaria¹¹.

Aún así es notable la opinión del autor español Carlos Fernández Novoa, para quien la función de indicación de origen es de gran relevancia, pues deriva directamente de las reacciones de los consumidores, que en su opinión “se fundamenta en la propia estructura del derecho subjetivo sobre la marca; la exclusiva conferencia al titular de la marca trae consigo que todos los productos o servicios de la clase cubierta por la marca y diferenciados por el signo correspondiente procedan de una misma empresa”¹².

iii) Función de garantía.

Esta función adquiere importancia en virtud de que se garantiza una calidad uniforme. Pues el consumidor lo que espera cuando consume una marca reiteradamente es que se encuentre la misma o una mejor calidad que cuando la ha adquirió con anterioridad, Callman R., explica que lo que se conoce como una garantía, es de hecho la concientización del vendedor y comprador de que el uso de una marca sugiere una cierta constancia del producto¹³.

Cabe señalar que la calidad uniforme no constituye obligación legal del titular de la marca del bien o servicio de conservar una calidad idéntica con el transcurso del tiempo, es más bien el interés del titular de la marca que el producto o servicio conserve su calidad o la aumente, pues en dado caso de que disminuya esa

¹¹ Otamendi, Jorge, op. cit., nota 43, p. 9.

¹² Fernández-Novoa, Carlos, *Derecho de marcas*, Madrid, Editorial Montecorvo, S.A., 1990, p.26.

¹³ Otamendi, Jorge, op. cit., nota 43, p. 10.

calidad, es evidente que el consumidor opta por cambiar de marca y entonces el riesgo es perder clientes, Mathely explica que es una función indirecta, derivada de la función natural y esencial, “porque el objeto marcado proviene de un origen constante del que el consumidor puede esperar la permanencia de ciertas calidades.”¹⁴

iv) Función de publicidad.

Esta función es secundaria, aunque destaca pues esta vinculada directamente con el signo con el que se distingue el producto o servicio, pues resulta evidente que el consumidor la va a pedir y el titular de la marca tratará de que la pida, la característica del símbolo como señala Callman R. “es su poder motivante, distinguiéndolo de un mero signo que comunica información en sí mismo no tiene poder para motivar cualquier respuesta más allá de aquella industria conocida por la información sola.”¹⁵

Muchas de las marcas están diseñadas o conformadas para informar ciertas características del producto o servicio que distinguen, ejemplo de ello lo encontramos en marcas como COCA-COLA, NESCAFE, entre otras. “Quien ‘crea’ o adopta, cualquier signo como marca lo hará por lo general teniendo en cuenta el grado de aceptación que aquella tendrá como signo en el público. Ello, por la función publicitaria que esa marca tiene. Pero, aun así será una función secundaria porque bien puede tratarse de un signo negativo desde el punto de vista publicitario y aún así ser distintivo.”¹⁶

d) Clases de marcas.

Existen varios criterios para clasificar las marcas, entre los que encontramos los siguientes:

¹⁴ Ibidem, p. 11.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Ibidem, p. 12.

i) De productos y servicios.

Las marcas originalmente fueron concebidas para distinguir productos únicamente, incluso en la mayoría de las legislaciones sobre marcas el objeto de las marcas era el de diferenciar un producto de otro. Sin embargo los servicios fueron creciendo su participación en el mercado, por lo que el criterio tradicional tuvo necesidad de ser revisado.

El primer país que protegió la marca de servicios fue Estados Unidos, a partir de la publicación de la denominada *Ley Laham (Laham Act)* de 1946, en la que se incluyó como objetos distinguibles o que se identifican por marcas los servicios. Siendo destacable que el Convenio de París para la Propiedad Industrial reconoció en su revisión de 14 de julio de 1967 la marca de los servicios.

Asimismo, nuestro sistema legal adoptó el reconocimiento y reglamentación de la marca de servicios hasta 1975, situación que prevalece en la ley vigente de 1991, reformada en 1994¹⁷.

ii) Marcas nominativas, figurativas, tridimensionales y mixtas.

Esta clasificación corresponde a la composición, integración o formación de las marcas.

Las nominativas consisten en un vocablo, en una palabra o frase. Federico Pablo Vibes señala que las nominativas son aquellas que se pueden leer, escribir y pronunciar, más allá de que el vocablo tenga o no un significado en el lenguaje real¹⁸.

Por lo que respecta a las figurativas, también conocidas como innominadas o gráficas, se caracterizan porque el signo es un emblema, un dibujo o una combinación y distribución de colores mostrados en la superficie, son sólo figuras que no pueden ser “leídas”, ni “escritas”, ni “pronunciadas”, pueden representar un

¹⁷ Rangel Medina, David, op. cit., nota 44, p. 63.

¹⁸ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 39, p. 164.

objeto de la realidad cotidiana o bien una figura abstracta¹⁹. Cabe señalar que en nuestro sistema jurídico se permiten formas tridimensionales, o que tienen volumen, por lo que se trata de una marca plástica, como pueden ser envases o frascos²⁰.

Las marcas mixtas son aquellas que tienen elementos comunes a las anteriores.

iii) Marcas registradas y de hecho.

Esta clasificación se desprende de dos sistemas legales de marcas conocidos como: atributivo y declarativo.

El primero de los sistemas citados, consiste en que para que exista el derecho sobre la marca debe existir el registro de la misma; mientras que para el segundo sistema el derecho sobre la marca existe a partir del uso del signo a modo de marca, con independencia de que luego pueda ser registrado por el titular.²¹

El sistema declarativo es seguido generalmente por los países anglosajones, como lo son Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda; mientras que el sistema atributivo es usado por los países de tradición jurídica franco romanística, los cuales asignan el derecho marcario sólo a partir del registro.²²

“El sistema adoptado por nuestro país puede considerarse como mixto, ya que si bien es cierto que básicamente es el registro el que genera la exclusividad del derecho a la marca, también es verdad que el uso produce efectos jurídicos antes del registro, y con posterioridad a su otorgamiento”²³; de acuerdo a nuestros Tribunales, lo anterior es así pues la Ley de la Propiedad Industrial prevé la posibilidad de conceder el registro de una marca que comenzó a ser usada antes que otra fuese registrada, para lo cual existen procedimientos y plazos que

¹⁹ Idem.

²⁰ Rangel Medina, David, op. cit., nota 44, p. 64.

²¹ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 39, p. 166.

²² Idem.

²³ Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, “MARCA NOTORIA. NOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA. NO SE REQUIERE QUE SE ENCUENTRA REGISTRADA EN EL PAÍS”, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Tomo 193-198, sexta parte, 1985, p. 109.

conducen a la anulación del registro ya otorgado para que se registre la marca usada con anticipación lo que se prevé en los artículos 87, 92 Fracción I y 151 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial.

iv) Marcas notorias y no notorias.

Esta clasificación es importante por sus implicaciones jurídicas y económicas.²⁴

Las marcas notorias, son las que son conocidas por un gran número de personas, las cuales por lo general son de renombre y que tienen gran aceptación en el público perteneciente a un determinado mercado; lo que se ha logrado principalmente por los medios de comunicación que han favorecido el surgimiento de este tipo de marcas.²⁵

Al principio las marcas eran conocidas únicamente en el territorio de origen, pero poco a poco algunas lograron rebasar fronteras, expandiendo su clientela a otros territorios, lo que provocó que se propusiera una protección especial reconociéndose esa tutela por primer vez en la revisión del Convenio de París de 1925, en la que se introdujo el artículo 6 bis, que dice:

“Artículo 6bis [Marcas: marcas notoriamente conocidas]

- 1) Los países de la unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituya la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta.
- 2) Deberá concederse un plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha del registro para reclamar la anulación de dicha marca. Los países de la Unión tienen la facultad de prever un plazo en el cual deberá ser reclamada la prohibición del uso.

²⁴ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 39, p. 166.

²⁵ Ibidem, p. 167.

- 3) No se fijará plazo para reclamar la anulación o la prohibición del uso de las marcas registradas o utilizadas de mala fe.”

Por lo que se refiere a una marca no notoria, el titular de esa marca no puede ser despojado por otro titular de una marca no notoria en el extranjero, sino se cumplen los requisitos mencionados.²⁶

La protección excepcional de una marca notoriamente conocida se justifica porque el registro o uso de una marca similar que se prestara a confusión equivaldría a un acto de competencia desleal y de acuerdo a nuestros Tribunales se puede considerar perjudicial para los intereses del público consumidor que puede ser inducido al error, respecto del origen o calidad de los productos amparados con esa marca similar.²⁷

Por su parte Rangel Medina justifica la protección a la marca notoria en las siguientes razones:²⁸

- Porque el registro o el uso de una marca igual o similar que se prestara a confusión, equivaldría a un acto de competencia desleal;
- Porque se puede considerar perjudicial ese registro para los intereses de los que pueden ser inducidos a error;
- Por la necesidad de proteger el trabajo honesto;
- Por el deber de evitar que alguien pudiera apropiarse indebidamente de los signos que son propiedad de otro; y
- Porque el empleo de una marca no debe usurpar indebidamente los derechos de un tercero, ya que ante la seguridad que conceden los registros debe prevalecer el respeto a los derechos que otro haya adquirido por su trabajo.

Se coincide con la afirmación de Rangel Medina, con relación a que la protección de la marca obedece a un triple interés:

²⁶ Ibidem, p. 168.

²⁷ Cfr. la tesis citada en la nota 61.

²⁸ Rangel Medina, David, op. cit., nota 44, p. 72.

- Interés del dueño o dueños de esa clase de marcas que el prestigio y el activo intangible que simbolizan estén protegidos contra el uso indebido y el deterioro que provoca su utilización no autorizada.
- Interés del consumidor, a estar protegidos contra el engaño y la confusión en cuanto a la procedencia y calidad de los productos y servicios vendidos por quienes no están autorizados a utilizar marcas notoriamente conocidas.
- Se promueven prácticas comerciales equitativas y honestas, con la protección privilegiada que se brinda a la marca notoria, y con la reciente adición de los artículos 98 bis a 98 bis-9 a la Ley de la Propiedad Industrial, también se brinda dicha protección a las marcas famosas, mediante la declaratoria de marca famosa y de la marca notoriamente conocida.

e) Adquisición del derecho de marca.

Nuestros tribunales señalan que las fuentes del derecho de la marca, y que han sido reconocidas y adoptadas por las legislaciones de distintos países, son el primer uso y el registro, y como se ha mencionado, el sistema adoptado por nuestro país puede considerarse mixto, pues si bien es cierto que básicamente es el registro el que genera la exclusividad del derecho sobre la marca, también es verdad que el uso produce efectos jurídicos antes del registro, y con posterioridad a su otorgamiento.²⁹ Aunque es el registro el único que genera el derecho de exclusividad sobre el signo.

f) Marcas registrables.

El artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial, enumera los signos que pueden constituir una marca, los cuales son:

I.- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;

²⁹ Cfr. la tesis citada en la nota 61.

II.- Las formas tridimensionales;

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales siempre que no comprendan los que señala el artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial.

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

De acuerdo a Rangel Medina la condición de que el signo sea visible excluye de sistema mexicano la registrabilidad de las marcas de sonido, así como las odoríferas, que se reconocen en otros países.³⁰

Debe señalarse que el artículo 93 establece que las marcas se registrarán en relación con productos o servicios determinados según la clasificación que establezca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, el cual en su artículo 59 dice que la clasificación será la que señala la clasificación internacional del productos y servicios para el registro de las marcas vigente, establecida en virtud del Arreglo de Niza, y también prevé que en caso de duda sobre a que clase corresponda un producto o servicio, el IMPI resolverá.

La Ley de la Propiedad Industrial de igual manera en su artículo 90 enumera en sus 17 fracciones los supuestos que no son registrables como marca.

g) Registro de la marca.

i) Solicitud y trámite.

La Ley de la Propiedad Industrial señala el procedimiento por el cual se obtiene el registro de una marca, el cual inicia presentando una solicitud por escrito que debe contener:

- nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;
- el signo distintivo de la marca, con la mención de si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto, fecha del primer uso de la marca (en este caso la fecha

³⁰ Rangel Medina, David, op. cit, nota 44, p. 65.

no puede ser modificada posteriormente), o se puede hacer mención de que no se ha usado (si no lo indica se presumirá que no se ha usado);

- los productos o servicios a los que se aplicará la marca.
- en caso de reclamarse la prioridad, se señalará el país de la solicitud original, la fecha original, la fecha de presentación y el número de serie de la solicitud extranjera (arts. 117 y 118 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- el nombre y firma del solicitante o apoderado, lugar y fecha (arts. 113 de la Ley de la Propiedad Industrial y 56 a 60 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial); y
- la solicitud debe ser en idioma español, en caso de que un documento anexo este en otro idioma, debe presentarse su traducción (art. 179 de la Ley de la Propiedad Industrial).

Los anexos que se deben de acompañar a la solicitud son los siguientes:

- Comprobante de pago de la tarifa de derechos por concepto de la solicitud. (art. 114 de la Ley de la Propiedad Industrial y 5 fracc. VI del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial).
- 6 etiquetas con las medidas reglamentarias, no se requiere exhibición si son nominativas. (Art. 114 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- 6 impresiones fotográficas o el dibujo con las medidas reglamentarias de la marca tridimensional en los 3 planos. (art. 114 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- En caso de marca en copropiedad, reglas de uso y licencia de la marca y transmisión de derechos. (art. 116 de la Ley de la Propiedad industrial).
- En su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI. (art. 5º fracc. VIII del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Documento original que acredita la personalidad, y en su caso se puede señalar expediente para compulsas de un original.
- En su caso documento de prioridad. (art. 118 de la Ley de la Propiedad Industrial).

- 3 copias de la solicitud todas firmadas en original. (art. 3º del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial).

La solicitud del registro de marca se debe presentar ante el IMPI, con la información y anexos señalados, una vez recibida se procederá conforme lo siguiente:

- Recibida la solicitud se hará un examen de forma, para comprobar que se cumplen los requisitos de la ley, en caso de que se satisfagan todos los requisitos, al momento de presentarse la solicitud, esa será la fecha de presentación, en caso contrario será hasta que se cumpla con todos los requisitos (arts. 119 y 121 de la Ley de la Propiedad Industrial). La fecha de presentación determinará la prelación o preferencia entre las solicitudes (art. 121 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Finalizado el examen de forma se realizará el examen de fondo, en el cual se verificará si la marca es registrable conforme a la ley, o si existe algún impedimento para el registro de la marca, en la ley se fijan los plazos para cumplir con los requisitos (arts. 122, 122bis, 123 y 124 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Concluido el examen de fondo y satisfechos todos los requisitos legales y reglamentarios, el Instituto expedirá el título, o en su caso comunicará la negativa de manera fundada y motivada. En ambos supuestos la resolución se publicará en la Gaceta de la Propiedad Industrial (arts 125 y 127 de la Ley de la Propiedad Industrial).

En el título que otorga el IMPI constará lo siguiente:

- número de registro de la marca,
- el signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativa, innominada, tridimensional o mixta;
- productos o servicios a que se aplicará la marca;
- nombre y domicilio del titular;
- ubicación de establecimiento, en su caso;

- fechas de presentación de la solicitud, de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso, y de expedición; y
- su vigencia.

No obstante que la Ley de la Propiedad Industrial no prevé recurso alguno en caso de que se niegue el registro de la marca, en contra de dicha resolución y cualquier resolución emitida por el IMPI, se debe de interponer el recurso de revisión previsto la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, pues de acuerdo a las reformas hechas a dicha ley y publicadas en los DOF de fechas 19 de abril de 2000 y 30 de mayo del mismo año, al ser un organismo descentralizado contra sus actos procede el recurso en cita, además que por Jurisprudencia firme ha quedado asentado que para que proceda el amparo indirecto y quede satisfecho el principio de definitividad es necesario promover dicho recurso³¹.

ii) Vigencia del registro.

El registro de la marca de acuerdo al artículo 95 de la Ley de la Propiedad Industrial, tendrá una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, con la posibilidad de renovación del registro por periodos de la misma duración.

Dicha renovación debe solicitarse por el titular de la marca dentro de los 6 meses anteriores al vencimiento de la vigencia, no obstante ello el IMPI dará trámite a la solicitud presentada dentro de un plazo de 6 meses posteriores a la terminación de vigencia del registro. Vencido este plazo, caduca el registro.

Se debe de hacer el pago correspondiente, y el titular de la marca debe manifestar bajo protesta de decir verdad que ha usado la marca en por lo menos uno de los productos o servicios a los que se aplique, sin interrupción del plazo de 3 años

³¹ Tribunales Colegiados de Circuito, *Jurisprudencia "RECURSO DE REVISIÓN PREVISTO EN LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO. DEBE AGOTARSE ANTES DE ACUDIR AL JUICIO DE GARANTÍAS CUANDO SE IMPUGNE UNA RESOLUCIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (DECRETOS DE REFORMAS DEL 19 DE ABRIL Y 30 DE MAYO DE DOS MIL)"*, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XIX, Novena Época, abril de 2004, p. 1359.

consecutivos sin causa justificada (arts. 133 y 134 de la Ley de la Propiedad Industrial.)

iii) Derechos y obligaciones del titular de la marca registrada.

Rangel Medina enumera los derechos que la Ley señala para el titular de la marca registrada de la siguiente manera³²:

- al uso exclusivo de la marca (arts. 87 y 126 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de persecución a los infractores, mediante la solicitud de declaración administrativa de infracción (arts 187, 188, 189, 215 y 217 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de que el IMPI dicte la resolución administrativa de infracción previo el desarrollo del procedimiento consistente en emplazamiento al presunto infractor y la contestación y pruebas que éste aporte (arts. 193, 194, 197 y 198 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de solicitar se impida la circulación de mercancías con la marca infractora (art. 199bis, fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de solicitar se prohíba la comercialización de productos ilegalmente marcados (art. 199 bis, fracción III);
- de solicitar el aseguramiento de los productos ilegalmente marcados (arts. 199 bis fracción IV, 211, 212 bis y 212 bis I de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de señalar el destino de los bienes asegurados (art. 212bis, fracción III, de la Ley de la Propiedad industrial);
- de solicitar la práctica de visitas de inspección para comprobar los hechos que puedan ser constitutivos de la infracción al derecho de exclusividad del propietario de la marca registrada (arts. 203 a 209 y 217 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de solicitar la aplicación de las sanciones administrativas establecidas por la ley contra los infractores (art. 214 de la Ley de la Propiedad Industrial);

³² Rangel Medina, David, op. Cit., nota 44, p. 74.

- de exigir la indemnización que corresponda al titular de la marca por daños y perjuicios que le sean causados por la infracción (art. 221 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- a la reparación del daño material o a la indemnización de daños y perjuicios por la violación de sus derechos, en la inteligencia de que dicha reparación en ningún caso será inferior al cuarenta por ciento del precio de venta al público de cada producto o a la prestación de servicios que impliquen una violación al derecho de exclusividad de la marca (art. 221 bis de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de solicitar del IMPI la investigación de las infracciones administrativas (art. 215 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de conceder licencias de uso de la marca ya sea con carácter oneroso o a título gratuito (arts. 136, 137, 138 y 139 de la Ley de la Propiedad Industria);
- de conceder franquicias mediante el convenio respectivo (art. 142 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de transmitir los derechos que confiere la marca registrada (arts. 143, 146 y 147 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de renovar el registro por periodos subsiguientes de diez años (arts. 95, 133, 134 y 135 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de renunciar al registro mediante la solicitud de su cancelación (arts. 154 de la Ley de la Propiedad Industrial y 63 del Reglamento de la Ley);
- de promover la declaración de nulidad de registros marcarios concedidos invadiendo los derechos del registro previamente otorgado (art. 155 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- de defender el registro de la marca cuando éste sea objeto de demandas de nulidad, caducidad o cancelación (arts. 192bis, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 199bis, 199bis1, y 199bis3 de la Ley de la Propiedad Industrial); y
- de solicitar del IMPI el dictamen técnico que como requisito de procedibilidad se exige para el ejercicio de la acción penal en los delitos de reincidencia en la infracción de imitación de marca y de falsificación de marca en forma dolosa y

a escala comercial (art. 225 en relación con el art. 223 fracciones I y II de la Ley de la Propiedad Industrial).

De igual manera Rangel Medina enumera las obligaciones del titular de la marca registrada, que consisten en obligaciones de hacer y en obligaciones de no hacer, que son las siguientes:³³

- usar la marca en territorio nacional, por lo menos en uno de los productos o servicios consignados en el registro, de manera continua y sin interrupciones de tres o más años consecutivos. El incumplimiento de esta obligación trae consigo la caducidad del registro, a menos que existan impedimentos para el uso de la marca, independientes de la voluntad de su titular que justifiquen la falta de uso de la marca (art. 130 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- usar la marca tal como fue registrada. Sin embargo, puede quedar satisfecha esta obligación cuando la marca se use con modificaciones que no alteren su carácter distintivo (art. 128 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- usar la marca precisamente como signo distintivo de los productos o servicios para los que se registró, y no como denominación genérica de los mismos. Si el propietario de la marca provoca o tolera que ésta haya perdido su función diferenciadora e identificadora de los productos o servicios procederá la cancelación del registro (art. 153 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- dejar de usar la marca registrada cuando así lo declare el IMPI. Esta prohibición de usar la marca se decretará cuando su uso sea un elemento asociado a prácticas monopólicas o de competencia desleal; cuando el uso de la marca impida la distribución, producción o comercialización de los bienes y servicios que distinga; y cuando dicho uso entorpezca o encarezca la producción, la prestación o la distribución de bienes o servicios básicos en casos de emergencia nacional (art. 129 de la Ley de la Propiedad Industrial). El desacato a esta prohibición será sancionado como infracción administrativa (art. 213, fracción XIII de la Ley de la Propiedad Industrial);

³³ Ibidem, p. 76.

- usar la leyenda “Marca Registrada” o las siglas “M.R.” o la letra “R” únicamente en los productos o servicios amparados por el registro (art. 131 de la Ley de la Propiedad Industrial). El incumplimiento de esta disposición será sancionado como una infracción administrativa (art. 213 fracción XXIII de la Ley de la Propiedad Industrial);
- aplicar a los productos, envases o embalajes de productos amparados por la marca las leyendas “Marcas Registrada”, “M.R.” o “R”, o por algún otro medio hacer del conocimiento del público que los productos o servicios se encuentran protegidos por la marca registrada. El incumplimiento de esta obligación origina una pérdida de las acciones civiles y penales derivadas de la violación del derecho exclusivo sobre la marca, así como el derecho de solicitar la práctica de medidas precautorias en el procedimiento de declaración administrativa de infracción de derechos por parte del IMPI (art. 229 en relación con los artículos 199bis y 199 bis1, de la Ley de la Propiedad Industrial);
- en los casos en que se solicite que el IMPI adopte las citadas medidas precautorias: “I. comprobar ante dicha autoridad: la violación a su derecho; que tal violación es inminente; la posibilidad de sufrir un daño irreparable y el temor fundado de que las pruebas desaparezcan o alteren. II. otorgar fianza, y III. Proporcionar la información necesaria para la identificación de los bienes, servicios o establecimientos relacionados con la violación del derecho de exclusividad” (art. 199 bis1, fracciones I, II y III de la Ley de la Propiedad Industrial);
- inscribir en el IMPI el documento en el que conste la transmisión de los derechos que confiere la marca registrada. La consecuencia de no efectuar dicha inscripción impide que la cesión produzca efectos en perjuicio de terceros (art. 143, de la Ley de la Propiedad Industrial);
- inscribir en el IMPI el documento en que conste un gravamen de los derechos de la marca registrada. El incumplimiento de este requisito registral ocasiona que el gravamen no produzca efectos en perjuicio de terceros (art. 143 de la Ley de la Propiedad Industrial);

- inscribir en el IMPI la licencia de uso de la marca registrada. El incumplimiento de este requisito registral impide que la licencia produzca efectos en perjuicio de terceros (art. 136 de la Ley de la Propiedad Industrial);
- antes de la celebración del convenio de franquicia, proporcionar a quien se la pretenda conceder, la información sobre el estado que guarda su empresa, así como la información técnica, económica y financiera de la misma, y las obligaciones y derechos del franquiciatario que deriven de la celebración del contrato (art. 65 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial);
- inscribir la franquicia en el IMPI. La omisión de este requisito determina que la franquicia no produzca efectos en perjuicio de terceros (art. 142, parte final de la Ley de la Propiedad Industrial); y
- renovar el registro de la marca. La falta de renovaciones causa la caducidad del registro (arts. 133 y 152 fracción I de la Ley de la Propiedad Industrial).

h) Conclusión del registro de la marca.

Existen varias causas de la pérdida del derecho exclusivo que concede el registro marcario, que son:³⁴

- Caducidad del registro porque la marca dejó de usarse durante los 3 años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración de caducidad, a menos que exista causa justificada para la suspensión del uso durante dicho período (arts. 130 y 152 frac. II, de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Caducidad del registro porque no se efectúa su renovación (art. 152, frac. I, de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Cancelación del registro por propia voluntad de su titular, cuando se renuncia al derecho de exclusividad de la marca (art. 154, de la Ley de la Propiedad Industrial).
- Cancelación por dilución de la marca motivada porque su titular provocó o toleró que se transforme en una denominación genérica de los productos o

³⁴ Ibidem, p. 78.

servicios para los cuales se registró (art. 153, de la Ley de la Propiedad Industrial).

- Nulidad del registro por alguno de los motivos previstos por la ley en su art. 151, cabe señalar que el IMPI es la autoridad que conoce de la acción de nulidad y resuelve sobre la misma, pudiendo ser iniciada de oficio por el IMPI, por el Ministerio Público o a instancia de parte interesada.

3.- LIMITES DEL DERECHO DE MARCAS.

Como lo afirma Martínez Medrano, la protección del derecho de marcas no es absoluta, sino que resulta limitada por el plazo del registro, del cual ya se ha hablado con anterioridad y por los principios de territorialidad, especialidad y por el sistema atributivo; este último del que ya se ha hablado, por lo que hablaremos de los principios de especialidad y territorialidad.

a) Principio de especialidad.

Este principio consiste en que la marca no puede registrarse para proteger indeterminadamente, de modo indiscriminado cualquier mercancía o servicio, pues el alcance del derecho de marca se limita a la protección de los productos o servicios para los que fue registrada. Ello quiere decir, en principio, que esa misma marca puede ser registrada por cualquier otra persona para distinguir productos o servicios de otra clase.³⁵

La acción del signo se limita al campo de las mercancías iguales o similares, o pertenecientes a un mismo género o a una misma especie, el carácter especial de la marca también lo adopta la ley mexicana cuando exige que los registros de marcas se efectúen bajo el cumplimiento de las reglas concernientes a la clasificación tradicional de productos³⁶.

A la confusión que puede causarse entre este tipo de marcas, Otamendi la llama confusión indirecta, que:

³⁵ Ibidem, p. 68.

³⁶ Ibidem, p. 69.

también engaña al consumidor aunque en forma diferente. Se da cuando el comprador cree que el producto que desea tiene un origen, un fabricante determinado, o que ese producto pertenece a una línea de productos de un fabricante distinto de quien realmente los fabricó³⁷.

Respecto al principio de excepción en lo referente a las marcas notorias, nuestros Tribunales han dicho al respecto que:

negar el registro de marcas idénticas o parecidas, aún tratándose de productos o servicios diferentes, resulta apropiado considerado bajo una variante de la regla de competencia desleal. Es decir, si el nombre de una marca ha excedido los límites de su propio campo y se le asocia con una excelente calidad y un prestigio singular, esta circunstancia no debe ser aprovechada por otros, ni debe permitirse el desconcierto y confusión entre el público consumidor, que pudiera asumir que los productos o servicios tienen la misma procedencia. La semejanza en los signos marcarios a la que alude la ley no debe circunscribirse a aquella detectada respecto a determinados artículos clasificados en la misma especie o clase, sino que debe entenderse referida a toda similitud que induzca a error, sea por su finalidad, composición, lugar de venta, o por cualquier otra relación lógica existente entre las marcas³⁸.

b) Principio de Territorialidad.

Este principio no surge del derecho interno, sino del derecho internacional. Es de explorado derecho que un Estado no puede conceder un derecho más allá de donde llega su soberanía³⁹. Consistiendo este principio en que el ámbito de validez del registro de la marca corresponde y coincide con el territorio nacional; sus efectos como se ha mencionado rigen el territorio nacional pero tampoco rebasan sus fronteras⁴⁰.

Una excepción en cuanto a que traspasen las fronteras, es cuando se trata de una marca registrada conforme un instrumento de tipo regional, tal es el caso de la Unión Europea, cuyo registro es válido en toda la unión, conforme al Reglamento

³⁷ Cfr., Martínez Medrano, Gabriel A. y Soucasse, Gabriel, op. cit., nota 46, p. 57.

³⁸ Cfr. la tesis citada en la nota 48.

³⁹ Martínez Medrano, Gabriel A. y Soucasse, Gabriel, op. cit., nota 46, p. 51.

⁴⁰ Rangel Medina, David, op. cit., nota 44, p. 69.

de la Marca Comunitaria, si se registra ante la Oficina de Armonización de Mercado Interior (O.A.M.I.).

4.- DE LAS INFRACCIONES Y LOS DELITOS RELACIONADOS CON LAS MARCAS.

La Ley de la Propiedad Industrial prevé las infracciones administrativas que se cometan con relación a la ley, por lo que se refiere a las infracciones administrativas en materia de marcas se desprenden del artículo 213 en sus fracciones I, III, IV, V, VII, VIII, XVIII, XIX, XX y XXI respectivamente las siguientes:

- Realizar actos contrarios a los buenos usos y costumbres e la industria, comercio y servicios que impliquen competencia desleal y que se relacionen con la materia que la Ley de la Propiedad Industrial regula;
- Poner a la venta o en circulación productos u ofrecer servicios, indicando que están protegidos por una marca registrada sin que lo estén. Si el registro de marca ha caducado o ha sido declarado nulo o cancelado, se incurrirá en infracción después de un año de la fecha de caducidad o en su caso, de la fecha en que haya quedado firme la declaración correspondiente;
- Usar una marca parecida en grado de confusión a otra registrada, para amparar los mismos o similares productos o servicios que los protegidos por la registrada;
- Usar, sin consentimiento de su titular, una marca registrada o semejante en grado de confusión como elemento de un nombre comercial o de una denominación o razón social, o viceversa, siempre que dichos nombres, denominaciones o razones sociales estén relacionados con establecimientos que operen con los productos o servicios protegidos por la marca;
- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV y XV del artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial;

- Usar una marca previamente registrada o semejante en grado de confusión como nombre comercial, denominación o razón social o como partes de éstos, de una persona física o moral cuya actividad sea la producción, importación o comercialización de bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la marca registrada, sin el consentimiento, manifestado por escrito, del titular del registro de marca o de la persona que tenga facultades para ello;
- Usar una marca registrada, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva, en productos o servicios iguales o similares a los que la marca se aplique;
- Ofrecer en venta o poner en circulación productos iguales o similares a los que se aplica una marca registrada, a sabiendas de que se usó ésta en los mismos sin consentimiento de su titular;
- Ofrecer en venta o poner en circulación productos a los que se aplica una marca registrada que hayan sido alterados;
- Ofrecer en venta o poner en circulación productos a los que se aplica una marca registrada, después de haber alterado, sustituido o suprimido parcial o totalmente ésta;

Es de hacer notar en la ley prevé que la investigación de las infracciones administrativas se realizará por el propio IMPI de oficio o a petición de parte interesada, asimismo, las sanciones que se prevén por la Ley de la Propiedad Industrial en el artículo 214 que van desde multa hasta el arresto por 36 horas.

Por lo que respecta a los delitos que se tipifican con relación a las marcas en la Ley de la Propiedad Industrial, se señalan en su artículo 223 son los siguientes:

- El reincidir en las conductas consideradas como infracciones administrativas, una vez que la primera sanción administrativa impuesta por esta razón haya quedado firme;

- Falsificar en forma dolosa y con fin de especulación comercial, marcas protegidas por la Ley de la Propiedad Industrial;

- Producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir o vender, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por la Ley de la Propiedad Industrial, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por la Ley de la Propiedad Industrial;

Asimismo, en el artículo 224 se señala que se impondrán de dos a seis años de prisión y multa por el importe de cien a diez mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, a quien cometa el delito que se señaló en primer término. En el caso de los 2 supuestos siguientes, se impondrán de tres a diez años de prisión y multa de dos mil a veinte mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

Por lo que se refiere al ejercicio de la acción penal en el artículo 225 de la Ley de la Propiedad Industrial, respecto a los dos primeros tipos señalados, se requerirá que el IMPI emita un dictamen técnico en el que no se prejuzgará sobre las acciones civiles o penales que procedan.

5.- EL VALOR DE LA MARCA.

La marca en el mercado actual ha adquirido desde el punto de vista económico una parte significativa como parte del activo de una empresa, no debe descartarse, tal como lo afirma Teresa Torres Coronas, que la protección legal es una condición imprescindible para maximizar su valor.⁴¹

⁴¹ Torres Coronas, Teresa, *La valoración de las marcas*, Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 2002, p. 15.

Asimismo resulta complicado entender su valor pues este puede interpretarse desde 4 perspectivas:⁴²

- *Valor para el cliente*, esta valoración le facilita la elección del producto o servicio, con lo que se le reduce a este el esfuerzo de compra y los costes de búsqueda, pues se le garantiza una calidad y valor.
- *Valor para el distribuidor*, este valor es derivado de los márgenes de venta del producto o servicio de la marca, lo que le trae como consecuencia un provecho económico.
- *Valor para el productor*, que se ve reflejado en los beneficios económicos que recibe de la marca.

Desde el punto de vista de la empresa la marca adquiere a su vez 2 valores que son: el valor financiero y el de mercado, el primero afecta directamente el valor potencial de la empresa, su rentabilidad en el mercado e incluso a su *ratio* y capacidad de endeudamiento; mientras que el segundo se mide por la percepción de calidad del producto y los vínculos que la marca crea en el mercado medio, a través de lealtad y fidelidad a la misma.

- *Valor para el inversor*, los inversores tienen una motivación financiera para extraer el valor de una marca del valor de otros activos de la firma, mientras que productores y distribuidores están más motivados por implicaciones estratégicas.

De lo anterior se desprende que el valor para los clientes principalmente es lo que se convierte en una fuente de la fuerza de la marca; pues para el inversor, productor o distribuidor pueden existir o no existir beneficios, dependiendo de que el consumidor acepte o rechace la marca, siendo finalmente el que acepta o no la voluntad de pagar los costes de cambio y sobreprecio⁴³.

⁴² Ibidem, p. 31.

⁴³ Ibidem, p. 33.

En el mismo plano económico Martínez Medrano señala que el proceso de valorización sigue 7 pasos que son:⁴⁴

- Identificación correcta del activo intangible a ser transferido.
- Proyección de los ingresos incrementales, ahorro en costos, ingreso neto, o flujo de fondos neto asociado con el uso, propiedad o licencia del activo intangible, basada en una valoración de la tecnología y análisis microeconómico.
- Cuantificación de la vida útil remanente. (física, funcional, tecnológica, económica, legal). A pesar de la importancia económica de la marca, se debe tomar en cuenta que la vida útil de la misma no es infinita aunque puede ser indeterminada, por lo que dependerá del titular esforzarse para mantenerla en el mercado.
- Determinación de la tasa apropiada de descuento o de capitalización a ser utilizada con el propósito de establecer los beneficios económicos incrementales asociados con el activo intangible.
- Establecimiento del valor de mercado justo del activo intangible basado en una síntesis de los factores anteriores.
- Determinación de una tasa de rendimiento justa de retorno de la inversión para acceder al valor justo de mercado del activo intangible.
- Cuantificación del monto o valor del precio de transferencia apropiado para una compañía internacional, como un producto del valor justo de mercado del activo de tiempo de retorno justo sobre la inversión del activo. Este producto representa el valor justo de mercado de pago periódico de transferencia.

⁴⁴ Martínez Medrano, Gabriel A. y Soucasse, Gabriela M., op. cit., nota 46, p. 42.

CONCLUSIONES DEL CAPITULO

1.- La marca al ser parte de los signos distintivos, su función principal es la de distinguir productos y servicios de otros de su misma especie independientemente de que pueda cumplir otras funciones. En el caso de México, la misma se encuentra regulada primordialmente por la Ley de la Propiedad Industrial, la cual cumple a través de sus diversas disposiciones tanto con el fin primario de proteger al titular de la misma, como el segundo fin de proteger al consumidor.

2.- El sistema legal de marcas de nuestro país, es considerado por los tribunales de México como mixto, en virtud de que si bien es el registro lo que le otorga al titular el derecho de exclusividad, también es cierto que una marca produce efectos jurídicos antes de su registro. Asimismo, en nuestro sistema legal las marcas notorias adquieren una importancia relevante y con las reformas que se le hicieron a la Ley de la Propiedad industrial, también los titulares de las marcas notorias y famosas adquieren con la declaratoria por el IMPI una protección más amplia.

3.- Con el registro de la marca se adquieren diversos derechos, a la vez que también el titular puede ejercitar esos derechos en defensa de la titularidad de su marca. Además, la Ley de la Propiedad industrial le da la oportunidad de ejercitar las acciones que crea pertinentes, en caso de que la marca sea objeto de conductas que la ley tipifique como delitos, no obstante los derechos que le otorga la ley, también le impone obligaciones, entre las que destaca que el titular debe hacer uso de la misma en un tiempo determinado, de lo contrario caduca el registro de la misma.

4.- La protección de la marca no es absoluta, pues se encuentra limitada por la vigencia del registro, y por los principios de especialidad y de territorialidad.

5.- El valor de una marca depende de diversos factores y en el proceso de valorización intervienen varios sujetos, pero quien le va a otorgar fuerza a ese

valor va a ser el cliente o consumidor de los productos o servicios que ampare la marca.

CAPITULO III.- REGULACION VIGENTE DE LA MARCA Y EL NOMBRE DE DOMINIO.

1.- NORMATIVIDAD VIGENTE DE LA MARCA EN EL DERECHO MEXICANO.

a) Protección Constitucional.

El fundamento Constitucional de la Propiedad Industrial y de los derechos de autor se encuentra en el artículo 28 de nuestra Carta Magna en su noveno párrafo, cuyo texto establece:

“Art. 28...
...Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora...”

Asimismo, le sirven de apoyo el artículo 89 en su fracción XV, donde se faculta y obliga al presidente a “conceder privilegios exclusivos por tiempo limitado, con arreglo a la ley respectiva, a los descubridores, inventores o perfeccionadores de algún ramo de la industria”; y el artículo 73 en su fracción XXIX-F, donde se faculta al Congreso “para expedir leyes tendientes a la promoción de la inversión mexicana, la regulación de la inversión mexicana, la regulación de la inversión extranjera, la transferencia de tecnología y la generación, difusión y aplicación de los conocimientos científicos y tecnológicos que requiere el desarrollo nacional.”

Disposiciones que sirven de apoyo y fundamento a la legislación sobre los derechos de autor y de Propiedad Industrial. A pesar de encontrarse el fundamento Constitucional de la Propiedad industrial en dichos artículos, es evidente que del texto transcrito no se desprende que garanticen los derechos marcarios, de hecho sobre ninguno de los signos distintivos se puede inferir de los artículos en cita.

Si se hace una interpretación literal de nuestra Constitución, se podría pensar que al no referirse a los derechos sobre los signos distintivos, en consecuencia estos

carecen de protección constitucional. No obstante, se coincide con la opinión de Rangel Medina, en el sentido de que el hecho de que en la Constitución no se haga mención expresa del sistema marcario, ello no significa que no tenga protección Constitucional, lo que se apoya en los siguientes argumentos:¹

1.- Considerando a la Propiedad Industrial como una de las 2 formas de propiedad inmaterial y que los derechos sobre las marcas están considerados como objetos de esta parte del Derecho Intelectual, resalta el hecho de que todo tipo de propiedad está garantizada por los artículos 14 y 16 Constitucionales, cuyos textos en la parte relativa señalan:

“Art. 14...

...Nadie podrá ser privado de la libertad o de sus propiedades, posesiones o derechos, sino mediante juicio seguido ante los tribunales previamente establecidos, en el que se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento y conforme a las leyes expedidas con anterioridad al hecho...”

“Art. 16. Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento...”

De lo anterior puede afirmarse que del artículo 14 se desprende la garantía otorgada a la propiedad, a las posesiones y a los derechos, mientras que el artículo 16 garantiza el goce tranquilo de la propiedad, su libre uso y su aprovechamiento a quien le corresponda.²

2.- El segundo argumento se desprende el artículo 5º Constitucional que señala:

“Art. 5º.- A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero o por resolución gubernamental, dictada en los términos que marque la ley cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie podrá ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial...”

¹ Rangel Medina, David, *Tratado de Derecho Marcario*, México, Editorial Libros de México, 1960, p. 134.

² Idem.

Junto con los dos artículos anteriores, señala Rangel Median que surgen lógica y forzosamente las garantías constitucionales que aseguran los derechos relativos a la propiedad de las marcas.³

3.- El último argumento se desprende del artículo 133 Constitucional que establece:

“Art. 133.- Esta Constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán Ley suprema de toda la Unión...”

Aunado a lo que dispone dicho artículo y al hecho de que desde 1903, México se adhirió a la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883, nuestro país está obligado a dar protección a los signos marcarios.

b) Ley de la Propiedad industrial.

Como ya se mencionó, el fundamento Constitucional de la Ley de la Propiedad Industrial lo encontramos en el artículo 28 Constitucional, no obstante de que el citado artículo no hace mención alguna a la marca, la Ley de la Propiedad Industrial regula todo lo referente a la marca.

La ley vigente entró en vigor el 27 de junio de 1991, en ese entonces se denominaba Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, cambiando su denominación a Ley de la Propiedad Industrial con las reformas publicadas a la ley en el Diario Oficial de la Federación el 2 de agosto de 1994, la cual actualmente sigue vigente.

Destacan las reformas hechas a la ley, publicadas en el DOF, el 17 de mayo de 1999, en la que se modificó el la fracción II del artículo 223 de la Ley de la

³ Ibidem, p. 135.

Propiedad Industrial, y se adicionó la fracción III al mismo artículo, con relación a los delitos en materia de marcas.

Ya se ha hecho mención a las regulación que brinda nuestro sistema jurídico a las marcas, regulación que se encuentra en el Título Cuarto de la Ley de la Propiedad industrial en sus artículo 87 a 98 y 113 a 155.

Destaca que la autoridad administrativa competente en materia de Propiedad Industrial es el organismo descentralizado Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el cual encuentra su fundamento en el artículo 6º de la Ley de la Propiedad Industrial, y que tiene dentro de sus facultades tramitar y en su caso otorgar el registro de las marcas.

c) Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

Este ordenamiento tiene por objeto, como su nombre lo indica, reglamentar la Ley de la Propiedad Industrial principalmente en cuanto a la forma en que se deben de hacer las solicitudes y los procedimientos respectivos. Este reglamento entró en vigor en diciembre de 2004, abrogando el anterior Reglamento de la Ley de Invenciones y marcas publicado en el DOF del 30 de agosto de 1998.

La reforma que mas destaca de este ordenamiento en materia de marcas es la que se hizo mediante decreto de 9 de septiembre de 2002, publicado en el DOF al 10 de septiembre de 2002, a su artículo 59, mismo que, como se mencionó con anterioridad, señala que la Clasificación de Productos y Servicios a que se refiere el artículo 93 de la Ley de la Propiedad Industrial será la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas vigente, establecida en virtud del Arreglo de Niza.

d) Otras disposiciones aplicables a la marca.

A continuación se enumeran las disposiciones vigentes con relación a las marcas:

- Acuerdo de 1 de octubre de 1993 por el que se crea la Comisión Intersecretarial para la protección, vigilancia y Salvaguarda de los derechos de Propiedad Intelectual, (DOF de 4 de octubre de 1993).
- Decreto de 22 de noviembre de 1993, por el que se crea el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (DOF de 10 de diciembre de 1993).
- Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de 18 de noviembre de 1994 (DOF de 23 de noviembre de 1994).
- Estatuto orgánico del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (DOF 27 de diciembre de 1999).
- Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (DOF 14 diciembre de 1994).
- Acuerdo por el que se establecen los plazos máximos de respuesta a los trámites ante el IMPI (DOF de 23 de agosto de 1995).
- Acuerdo por el que se establecen las reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el IMPI (DOF 9 de agosto de 2004).
- Tarifa por los servicios que presta el IMPI. (DOF 23 de marzo de 2005).
- Acuerdo por el que se determinan la organización, funciones y circunscripción de las oficinas regionales del IMPI (DOF 7 de abril de 2000).
- Aviso de cambio de domicilio de las direcciones divisionales de marcas y protección a la Propiedad Intelectual.

2.- INSTRUMENTOS INTERNACIONALES VIGENTES SOBRE LA MARCA EN MEXICO.

El Derecho Intelectual es una de las pocas disciplinas de la Ciencia Jurídica que tiene un carácter tan marcadamente internacional. En la Propiedad Industrial dicha tendencia se ha visto propiciada en virtud del crecimiento que ha tenido la industria y el comercio que en la actualidad busca con mayor fuerza traspasar fronteras.⁴

⁴ Rangel Medina, David, *Derecho Intelectual*, México, UNAM/McGraw-Hill, 1998, p. 62.

Es pertinente hacer mención que en nuestro sistema jurídico, de acuerdo al criterio que actualmente sigue la Suprema Corte de Justicia de la Nación con relación a los tratados internacionales, se ha señalado que los mismos se ubican jerárquicamente por encima de las leyes federales y en un segundo plano respecto de la Constitución Federal⁵, dicho esto en virtud de que existen diversos instrumentos internacionales relacionados con las marcas entre los que destacan los que se enumeran a continuación:

a) Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, del 20 de marzo de 1883.

México se adhirió a este Convenio el 7 de septiembre de 1903, suscribiendo en primer lugar el texto de Bruselas (DOF 17 de septiembre de 1903), posteriormente suscribió las revisiones de la Haya (DOF 30 de abril de 1930), Lisboa (DOF 31 de diciembre de 1962) y la última revisión de Estocolmo (DOF 26 de julio de 1976).⁶

Dada la importancia de este Convenio es pertinente hacer mención a sus principios esenciales en materia de marcas⁷.

- *Principio de Trato Nacional.* Este principio se encuentra consagrado en su artículo 2º; consistente en que los miembros de la Unión tendrán los derechos reconocidos por las leyes internas a los nacionales, sin discriminación alguna;
- *Principio de trato unionista, también conocido como derechos especialmente reconocidos* por la Convención, sin perjuicio de que el solicitante cumpla con las formalidades y condiciones impuestos en esta materia a los nacionales, este principio se basa en que un no nacional puede reclamar las normas sustantivas que dispone este tratado aunque la ley interna no tenga los tenga prevista.

⁵ Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis aislada, "TRATADOS INTERNACIONALES. SE UBICAN JERÁRQUICAMENTE POR ENCIMA DE LAS LEYES FEDERALES Y EN UN SEGUNDO PLANO RESPECTO DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL", Semanario Judicial de la Federación, Novena Época, Tomo X, noviembre de 1999, p. 46.

⁶ Nava Negrete, Justo, *Derecho de las marcas*, México, Porrúa, 1985, p. 207.

⁷ *Ibidem*, pp. 213-218

Ejemplo de este principio es *La protección de la marca “tal cual”*, mismo que consiste en que la marca registrada en un país puede obtener la protección de la marca “tal cual” en otros países de la Unión, este principio se encuentra en el art. 6quinques. Nava Negrete hace el señalamiento de que la interpretación de este artículo lo hace cada país a su manera, existiendo divergencias en cada uno de ellos.⁸

Otro ejemplo, es el llamado *derecho de prioridad*. Consistente en que, el que haya efectuado regularmente el depósito de una marca en alguno de los países de la Unión, disfrute de un derecho de prioridad de 6 meses para efectuar el depósito de dicha marca en alguno de los países que integran la Unión. Este derecho se encuentra en el art. 4 sección A.1 del Convenio.

Otro ejemplo es el llamado *principio de independencia*. Este principio se encuentra en el artículo 6 de la Convención, consiste en que el solicitante de la marca que efectúe el registro o depósito en un país integrante de la Unión es totalmente independiente del registro o depósito efectuado en el país de origen o en otro país de la Unión, es decir no existe vinculación jurídica alguna.

Entre las disposiciones en materia de marcas que contiene el Convenio de París se mencionan las siguientes:⁹

- Se concede un plazo de gracia de 6 meses para el pago de las tasas de mantenimiento de los derechos de propiedad industrial (art. 5 bis).
- Se protegen las marcas notoriamente conocidas (art. 6bis).
- Se protegen las marcas de servicio (art 7bis).
- Se establecen prohibiciones en cuanto a los emblemas de Estado, signos oficiales de control y emblemas de organizaciones intergubernamentales (art. 6ter).
- Obligación de uso y alteración ligera de la marca (art. 5-1 y 2).
- Empleo simultaneo de la misma marca por cotitulares (art.5C-3)

⁸ Ibidem, p. 216.

⁹ Ibidem, p. 218.

- Transferencia de la marca (art. 6quater).
- Protección de las marcas en las exposiciones (art. 11).
- Embargo a la importación de los productos que lleven ilícitamente una marca (art. 9)
- Registros efectuados por el agente o el representante del titular sin su autorización (art. 6 septies).
- Naturaleza del producto al que ha de aplicarse la marca (art. 7)

b) Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de marcas de 1957.

Este instrumento entró en vigencia en México con su publicación en el DOF de 21 de marzo de 2001, es importante en virtud de que como se mencionó con anterioridad, a partir de las reformas que se le hicieron al reglamento de la Ley de Propiedad Industrial, se adoptó esta clasificación para que sirvieran de base de las marcas y servicios.

Esta clasificación tiene un valor principalmente práctico, el artículo 2º de este instrumento señala que cada país contratante se reserva la facultad de aplicar la clasificación internacional de los productos y los servicios a título de sistema principal o de sistema auxiliar. La actual clasificación consiste en una lista de 45 clases, 34 son para los productos y 11 clases para los servicios.

c) Otros instrumentos aplicables vigentes.

- Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el Comercio (vigente en México desde el 1º de enero de 2000)
- Acuerdo de Viena por el que se establece una clasificación internacional de los elementos figurativos de las marcas (vigente desde el 26 de enero de 2001).

Asimismo debe mencionarse que en la mayoría de los tratados de Libre Comercio celebrados por nuestro país, se tiene previsto un apartado especial sobre la propiedad intelectual.

3.- REGULACION DEL NOMBRE DE DOMINIO.

Como se mencionó con anterioridad el entorno del que surge el nombre de dominio es el Internet, en el cual en la actualidad de debate entre dos posturas en cuanto a su regulación; la primera es la que sostiene que Internet no debe regularse, apostando por una autorregulación del mismo; mientras que la segunda postura es en el sentido contrario en cuanto a que se dice que es necesario regular Internet. Este debate sigue vigente, pues resulta de dominio público el hecho de que Internet traspasa las fronteras de cualquier Estado.¹⁰

Ahora bien el sistema de nombre de dominio o DNS, ha sido uno de los pocos aspectos en los cuales se ha avanzado relativamente en cuanto su administración, existiendo normas de alcance general.

El actual modelo de regulación de los nombres de dominio ha tenido un proceso que implica a varios actores, entre los que se encuentran principalmente el gobierno de Estados Unidos, IANA, ICANN y la OMPI, así como diversos documentos tales como el Libro Verde y el Libro Blanco.¹¹

El Libro Blanco es destacable, ya que después de muchas presiones de varios países al Gobierno de Estados Unidos, con este documento se dan las bases para que la OMPI diera la opinión respecto del modelo de regulación de los nombres de dominio, en el citado Libro Blanco se establece que

“el Gobierno de los EEUU procurará el respaldo internacional para instar a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) a que inicie un proceso equilibrado y transparente que incluya la participación de los titulares de las marcas, y de los

¹⁰ Pablo Vibes, Federico, *El nombre de dominio de Internet*, Buenos Aires, La Ley, 2003, p. 54.

¹¹ Carbajo Cascón, Fernando, *conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*, Navarra, Arazandi Editorial, 1999, p. 167.

miembros de la comunidad de Internet que no son titulares de marcas, para 1) elaborar recomendaciones destinadas a lograr un enfoque para la solución de controversias en materia de marcas/nombres de dominio, relacionadas con la “ciberpiratería” (por oposición a los conflictos entre titulares de marcas que gozan de derechos legítimos en pugna); 2) recomendar un procedimiento de protección de las marcas famosas en los dominios de nivel superior genérico, y 3) sobre la base de los estudios realizados por organizaciones independientes, tales como el Consejo Nacional de Investigación de la Academia Nacional de Ciencias, evaluar los efectos que tendría sobre los titulares de marcas y otros derechos de propiedad intelectual, añadir nuevos gTLD y procedimientos de solución de controversias relacionados con ellos. Esos informes y recomendaciones podrán presentarse a la junta de la nueva entidad para que los examine conjuntamente con su política de registro y registradores, y con la creación e introducción de los nuevos gTLDs”.¹²

Como se mencionó con anterioridad, ICANN es la entidad que actualmente está a cargo del gTLD, y la cual dictó hasta el año 1999, en base a la opinión emitida por la OMPI, la normatividad específica que es la que regula actualmente el DNS, que es:

- Declaración de Política relativa a la acreditación de Registradores (*Statement of Registrar Accreditation Policy*). Promulgado por la ICANN el 4 de marzo de 1999. En este documento se establecen los requisitos para la admisión de entidades registradores de dominios y las condiciones para su correcto funcionamiento, incluyendo prácticas de registro de dominios <<open gTLDs>> “.com”, “.org” y “.net”¹³.
- Política Uniforme de solución de Controversias en Materia de nombres de dominio, aprobada el 26 de agosto de 1999, por la ICANN.
- Reglamento de Política Uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio, documento aprobado el 24 de octubre de 1999.

Ahora bien, todos los Registradores acreditados de nombres de dominio en el nivel gTLD, están obligados por contrato a respetar el sistema ICANN y a utilizar

¹² Ibidem, p. 190.

¹³ Ibidem, p. 193.

las políticas mencionadas. Este sistema de acuerdo Pablo Vibes se apoya en 3 pilares, que son¹⁴:

- 1.- *El acuerdo de registro*, que es un contrato de adhesión en el que el registrante no puede introducir observaciones.
- 2.- *Los medios técnicos*, que aseguran que el sistema sea “cerrado” y que no existan Registradores no acreditados que puedan conceder nombres de dominio bajo normas distintas de las de ICANN.
- 3.- *La costumbre de los usuarios*, que confiere basamento normativo a todo el sistema.

Ahora bien en cuanto a la resolución de conflictos judiciales que surgen en torno a los ccTLD, las mismas deben ser resueltas de acuerdo con las leyes nacionales de cada territorio, según lo dispuesto en junio de 1998 por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos.¹⁵

Como se señaló con anterioridad la entidad que administra el Registro de nombres de Nombres de dominio en nuestro país es NIC México, la cual administra el ccTLD “.mx”, cuyo sistema regulatorio se basa en los siguientes documentos:

- Políticas Generales de Nombres de dominio a las que ya se ha hecho referencia con anterioridad, vigentes desde el 2 de octubre de 2006 (estas son una modificación de las Políticas vigentes desde el 1 de junio de 2004) en donde se dan las condiciones de registro de los nombres de dominio bajo el gTLD MX (sic), es de señalar que en caso de surgir cualquier conflicto estas políticas señalan que se registrará por lo dispuesto en el Código Civil del Estado de Nuevo León y las leyes aplicables, sometiéndose NIC México y el usuario a los Juzgados y Tribunales de la ciudad de Monterrey, Nuevo León, renunciando a cualquier otra jurisdicción. (ANEXO I)
- Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para “.mx”, la cual ha usado NIC-México en la resolución de algunas controversias

¹⁴ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 92, p. 65.

¹⁵ Ibidem, p. 74.

surgidas en el ccTLD “.mx”., la cual es una adaptación de las políticas ICANN. (ANEXO II)

- Reglamento de la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para “.mx”, la cual ha usado NIC-México en la resolución de algunas controversias surgidas en el ccTLD “.mx”., la cual es una adaptación de las políticas ICANN. (ANEXO III)

- Reglamento Adicional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Relativo a la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio, en este reglamento lo que se establecen primordialmente son las formalidades de los documentos. (ANEXO IV)

CONCLUSIONES DEL CAPITULO

1.- El derecho de marcas encuentra su fundamento constitucional en los artículos 5ª, 14, 16 y 135, este último es de importancia pues de acuerdo al Criterio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación los instrumentos de carácter internacional están jerárquicamente por encima de las leyes y esto sirve de base para tomar en cuenta a la Convención de París para la protección de la Propiedad Industrial de 20 de marzo de 1883.

2.- en cuanto al sistema legal de marcas, este encuentra su principal regulación en la Ley de la Propiedad Industrial y el Reglamento de la citada ley.

3.- En cuanto a los instrumentos de carácter internacional de mayor importancia para se encuentra la citada Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883, la cual como instrumento de carácter internacional hay que destacar se ha ido ajustando a las necesidades con las que fue evolucionando el derecho sobre la marca.

4.- Otro instrumento de carácter internacional de importancia en nuestro sistema jurídico actualmente es el Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de marcas de 1957, pues con base en esta clasificación se otorgan los registros marcarios y resulta practica al tener listada la serie de productos y servicios que se pueden brindar en la actualidad.

5.- Por su parte el nombre de dominio es uno de los pocos aspectos del Internet en los cuales se ha logrado crear un sistema de administración, pero que fue producto de la presión de distintos países al gobierno de Estados Unidos, para que se permitiera a la OMPI emitir una opinión que sirvió de base para que la ICANN emitiera las políticas con relación a la solución de conflictos de nombres de dominio y la administración de estos, lo cual se hizo en 1999.

6.- No obstante de que el Departamento de Comercio de los Estados Unidos dejó abierta la posibilidad para que los conflictos judiciales que surgen en torno a los

ccTLD sean resueltos de acuerdo a las leyes nacionales de cada territorio, en el caso de México NIC México adoptó también las políticas emitidas por la ICANN para la solución de controversias en materia de nombres de dominio.

CAPITULO IV.- LA PROTECCION DE LA MARCA EN LA LEGISLACION MEXICANA Y SU RETO FRENTE A LOS NOMBRES DE DOMINIO

1.- EL NOMBRE DE DOMINIO EN LAS POLITICAS GENERALES DE NOMBRES DE DOMINIO “.COM.MX”.

a) El registro del nombre de dominio bajo la clasificación “.com.mx”

Como ya se apuntó la función del nombre de dominio es la de ubicar una página electrónica en la *web*; también se ha mencionado que para registrar un nombre de dominio en México, se siguen las Políticas Generales de Nombres de Dominio vigentes desde el 2 de octubre de 2006, emitidas por NIC-México, en las cuales, éste es definido como una simple dirección de Internet diseñada para permitir a los usuarios localizar de una manera fácil sitios en Internet, lo cual se logra a través del sistema de nombres de dominio o DNS¹, el cual traduce las direcciones de IP en caracteres.

Ahora bien, para solicitar el registro de un nombre de dominio, específicamente el “.com.mx”, los requisitos que se piden son los que se establecen en las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, en su punto III inciso a, los cuales son: que el solicitante proporcione el nombre deseado y la dirección IP en donde se va a encontrar alojada la página *web*, hacer el pago correspondiente y nombrar a 3 contactos; cabe mencionar que todo trámite se hace vía Internet a través de la página <http://www.nic.mx>, y salvo que NIC-México lo requiera entonces el que solicita el registro debe enviar la documentación necesaria a NIC-México por correo. Cuando se haga la solicitud, el solicitante va a proporcionar los datos de quien solicita o encomienda el registro del nombre de dominio.

¹ Las Políticas Generales de Nombres de Dominio lo definen como “Siglas utilizadas para referirse al *Domain Name System* (Sistema de Nombres de Dominio) y/o al *Domain Name Server* (Servidor de Nombres de Dominio) de manera indistinta. Domain Name System es el sistema informático distribuido que establece para todo el Internet las correspondencias (resoluciones) entre nombres de dominio y direcciones de IP. El Domain Name Server se refiere a el o los equipos de cómputo que forman parte del Domain Name System y que albergan la información y procesos para el establecimiento de las correspondencias (resoluciones) entre Nombres de Dominio y Direcciones IP para una o varias redes que se conectan a Internet.”

De acuerdo con las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx” se deben nombrar 3 contactos: 1) el contacto técnico, quien va a ser responsable del servicio de DNS en el cual se encuentra alojado el nombre de dominio; 2) el contacto administrativo, quien va a ser el representante de la organización (entendiéndose por organización cualquier persona física o moral que solicite el registro del nombre de dominio) y responsable del uso del nombre de dominio; y 3) el contacto de pago, que como su nombre lo indica, es el que se va hacer cargo de recibir las notificaciones de pago y hacer los pagos correspondientes. De acuerdo a las citadas políticas, los dos primeros son, en su conjunto, los titulares del nombre de dominio.

Ahora bien, los derechos que se le reconocen por NIC-México al titular del nombre de dominio al aceptarle la solicitud de registro, según lo señalan las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, son las de uso, goce y disfrute, sin que ello implique la transmisión y/o cesión de propiedad del mismo.

El nombre de dominio bajo el ccTLD “.mx”, tiene las siguientes características: su longitud no debe de exceder de 63 caracteres, los caracteres válidos son solo números, letras del alfabeto inglés (por lo que la letra “ñ”, no esta incluida) y el guión (en el caso de los guiones el nombre de dominio no puede comenzar o terminar con éste, ni llevar dos seguidos).

b) De las obligaciones del titular del nombre de dominio y del registrador.

Las obligaciones que adquieren los titulares del nombre de dominio, de acuerdo a las Políticas Generales de Nombres de Dominio, son las siguientes:

- Deben mantener sus datos constantemente actualizados, ello se justifica en que deben estar al tanto de cualquier información relativa a los nombres de dominio, incluyendo las notificaciones de pago, asimismo se hacen concedores de las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “mx” y se obligan a acatar todo en ellas establecido

- Los titulares del nombre de dominio se hacen responsables del uso que se le dé al mismo y de los subdominios que a su vez se deleguen; y de los servicios que en dado caso se presten a través del sitio para el cual se registra el nombre de dominio.

- Los contactos administrativo y técnico son los únicos autorizados a realizar cambios a los datos del nombre de dominio y son considerados como titulares del nombre de dominio.

- Cualquier consecuencia derivada del registro y/o uso de nombres de dominio que constituya o pudiera constituir violaciones a la legislación aplicable, es responsabilidad exclusiva de los titulares del nombre de dominio.

- No registrar el nombre de dominio con fines ilícitos.

- Los titulares son responsables de asegurarse de no estar violando ningún derecho de Propiedad Intelectual, tales como: marca registrada, avisos comerciales, derechos de autor, o cualquier otro derecho de este tipo y, en general, el ordenamiento jurídico nacional e internacional aplicable en la materia.

- El contacto de pago es el responsable de atender las notificaciones de pago, avisos de eliminación por falta de pago y será el único que podrá solicitar el cambio de estatus de suspendido final, la intención de pago y/o pago del mismo.

- Los titulares son responsables por el uso que se le de al nombre de dominio, asimismo, se hacen responsables no sólo de sus propios actos sino de los de sus dependientes, agentes, familiares o terceros.

- Se comprometen a dejar a salvo a NIC-México de cualquier acción derivada del uso y/o registro del nombre de dominio.

- Autorizan los titulares que los datos principales proporcionados en el procedimiento de registro del nombre de dominio, así como las fechas relacionadas con el registro y modificaciones al o a los nombres de dominio,

aparezcan en la base de datos WHOIS² o bien se publiquen, transmitan, reproduzcan, divulguen y comuniquen públicamente por NIC-México.

- Los titulares se obligan a someterse a la Política de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, y al Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, aceptando cualquier resolución derivada del procedimiento, sin reservarse acción o derecho que ejercitar en contra de NIC-México; el proveedor de servicios de solución de controversias en cuestión, el grupo de expertos, ni cualquiera de sus integrantes.

En el caso de NIC-México, como registrador, sus obligaciones son las siguientes:

- Reconocer el derecho de los titulares al uso, goce y disfrute del nombre de dominio, sin que se entienda la transmisión y/o cesión de los derechos de propiedad del mismo.

- NIC-México, solo administra el espacio de nombres de dominio bajo “.mx”.

- NIC-México, esta obligado a publicar cualquier modificación o actualización a las Políticas Generales de Nombres de Dominio con aviso de al menos 15 días anteriores a la fecha de su entrada en vigor, en la página de NIC-México, con el objeto de que el titular manifieste lo que a sus intereses convenga.

- Enviar los avisos de cobro con anticipación al contacto de pago.

c) De las suspensiones y eliminaciones de los nombres de dominio.

De acuerdo con las Políticas Generales de Nombres de Dominio “.mx”, se entiende por suspensión la inhabilitación del nombre de dominio para ser resuelto por los DNS de Internet y la incapacidad de que un tercero lo pueda solicitar y/o registrar. Además, un nombre de dominio podrá tener un estatus de suspensión

² Se entiende por WHOIS, “el sistema de Base de Datos utilizado para la consulta de nombres de dominio y sus datos principales, el cual puede ser consultado públicamente a través de la página de NIC México. Mecanismo para comprobar y verificar la titularidad de un nombre de dominio”. Políticas Generales de Nombres de Dominio “.mx”, disponible en línea en www.nic.mx.

inicial, suspensión final y suspensión por autoridad externa. Las causas por las cuales puede ser suspendido son las siguientes:

- Por no realizar el pago de alguna cuota dentro del periodo definido, siendo el tiempo de suspensión del nombre de dominio de 15 días a partir del vencimiento del periodo para realizar el pago, siendo ésta la suspensión inicial, y sólo el contacto de pago podrá reactivarlo dentro de estos 15 días si realiza el pago correspondiente.

- Por no realizar el pago de alguna cuota, a más tardar 15 días después de haberse suspendido inicialmente, siendo ésta la suspensión final. El tiempo adicional de suspensión podrá ser hasta de 15 días, y únicamente el contacto de pago, podrá reactivarlo dentro de este periodo, realizando el pago correspondiente.

- Asimismo, autoridades externas pueden suspender un nombre de dominio por que se den alguna de las condiciones siguientes:

- Cuando se proporcione información incorrecta, falsa o inexacta en la solicitud del nombre de dominio, o en la información mantenida en la base de datos WHOIS.

- No actualizar la información dada durante el procedimiento para el registro del o de los nombres de dominio, durante el periodo de uso del nombre de dominio, o por no mantener actualizados los datos de los contactos.

- En el caso de los dominios “.net.mx”, “.org.mx”, “.edu.mx” y “.gob.mx”, es causa de suspensión en caso de que se use con propósito distinto a los señalados para cada uno de estos.

- Y por resolución emitida por alguna autoridad.

Por otra parte la eliminación se entiende como la inhabilitación del nombre de dominio para ser resuelto por los DNS de Internet, pero encontrándose éste

disponible para solicitarse por un tercero. Las razones por las cuales puede un nombre de dominio ser eliminado son:

- A solicitud de los titulares del nombre de dominio, la cual se debe de hacer a través de la página *web* de NIC-México, se exige que no tenga adeudo pendiente el titular, siguiendo el procedimiento que se señalan en las políticas.
- Por resolución emitida por alguna autoridad.
- Al finalizar el período de suspensión final.
- Cuando para el nombre de dominio se haya proporcionado un servidor de DNS, y este no mantenga un servicio de resolución para el mismo. Teniendo un plazo de 10 días para cumplir con dicho requisito, y en caso de no proporcionarlo se procede a la eliminación del nombre de dominio.
- Cuando sea necesaria la comunicación con los titulares y no respondieran.
- Cuando el solicitante y/o titulares del o los nombres de dominio incumpla cualquiera de los puntos establecidos en las Políticas Generales de Nombres de Dominio.

2.- EL IMPACTO DE LOS NOMBRES DOMINIO EN EL DERECHO SOBRE LA MARCA.

El Internet como herramienta para las empresas, y en el caso particular, para el titular de cualquier marca, ha logrado que se conozca la misma más allá de un cierto sector o región. Independientemente del hecho de que el titular de una marca quiera tener una página *web*, bien para hacer negocios o para dar mayor publicidad a su marca, el titular de la misma, de acuerdo a Oscar Rodríguez, debe

antes tomar en consideración ciertas medidas, tales como las de seguridad, las cuales se pueden agrupar en 3 áreas:³

- Uso fraudulento de la información de las tarjetas de crédito.
- Seguridad general del equipamiento informático y del sitio.
- Seguridad de la información.

Oscar Rodríguez, señala que, el titular de la marca debe estar preparado y considerar aspectos legales a los cuales se podría enfrentar, los cuales son:⁴

- El derecho fiscal y los contratos.
- Propiedad Intelectual y utilización de materiales de Internet disponibles.
- Libertad de expresión, censura y derecho a la intimidad.
- Ley penal y pornografía.
- Ley de los servicios de la información y comercio electrónico.

Ahora bien, el tener un sitio para una marca puede brindar ciertas ventajas a sus titulares que se pueden agrupar de la siguiente manera:⁵

- *Aumento de ventas y la competitividad*, pues con el Internet se permite expandir el mercado, al ser una red de presencia mundial no limitada a una simple región, lo que trae como consecuencia, incluso, que una pequeña empresa pueda competir a nivel mundial; aparejada también la posibilidad de efectuar transacciones comerciales directas sin importar el día o la hora, además que da una imagen empresarial de vanguardia.

- *Reducción de costes*, puesto que el producto o servicio que se proporciona no requiere de intermediarios comerciales para su distribución, al igual que de personal, e incluso el material impreso para publicidad se reduce en parte.

³ González López, Oscar Rodrigo, *Internet para la empresa*, España, Anaya Multimedia, 2003, p. 157.

⁴ *Ibidem*, p. 160.

⁵ *Ibidem*, p. 161.

- *Mejora de las comunicaciones*, facilitando las relaciones entre los clientes y el empresario. Además que facilita la publicidad y actualización de catálogos.

Estos puntos son en términos generales los que motivan a los titulares de las marcas a buscar presencia en la Internet.

Ahora bien, independientemente de lo anterior, adquiere relevancia el nombre de dominio para el titular de la marca, al momento de que el mismo decide ubicar su marca en Internet, pues resulta obvio que va a desear que el nombre con el que se ubique el sitio *web* sea el del nombre de la marca.

Para el caso que nos ocupa, el titular de una marca en México puede solicitar su registro de nombre de dominio a NIC-México, siguiendo los pasos ya mencionados; aunque no hay obstáculo alguno para registrarlo en algún otro ccTLD o gTLD.

Ahora bien, es de señalarse que a pesar de ser un procedimiento sencillo, este tiene ciertas desventajas, en el caso específico de los subdominios “.com.mx” al ser fácil registrarlos, cualquiera que no sea el titular de una marca puede solicitar el registro como nombre de dominio, sea por mala fe o por simplemente porque le gustó al solicitante el nombre, cabe señalar que con la regulación actual es fácil proporcionar datos falsos durante el registro.

De ahí es de donde se desprende la problemática que en la presente investigación se plantea, pues es evidente que en la legislación mexicana vigente que regula el derecho sobre las marcas es específica en cuanto a su protección, y en ella no se prevén situaciones tales como el registro de una marca como nombre de dominio, y la cuestión es si es posible que un nombre de dominio puede actuar como signo distintivo, lo que se analizará en líneas posteriores.

3.- CONFLICTOS DERIVADOS DE LOS NOMBRES DE DOMINIO.

El nombre de dominio, como ya se indicó, es una dirección para ubicar una página *web*. Ahora bien, es un hecho en la actualidad que el mismo ha tenido un impacto en diversos sectores, como lo son el económico, social y el jurídico.

Independientemente de que existen conflictos entre el nombre de dominio y la marca, es de señalarse que no es el único rubro que se ha visto afectado, pero sí al que más atención se le ha puesto en diversos foros, dadas sus implicaciones económicas.

Entre las dificultades a que se hace mención relacionada con el nombre de dominio, independientemente de que la presente investigación este dedicada a los conflictos de éste con la marca, derivado de la gran combinación de caracteres pueden surgir los siguientes conflictos:⁶

- Nombre de dominio contra el nombre civil.
- Nombre de dominio contra nombres comerciales.
- Nombre de dominio contra nombre social (en el caso de México, la figura a la que se debe hacer referencia es la denominación social).
- Nombre de dominio contra nombre de una organización sin fines de lucro.
- Nombre de dominio contra títulos de una obra artística.
- Nombre de dominio contra marca.
- Nombre de dominio contra denominación geográfica (en el caso de México el conflicto podría ser entre el nombre de dominio y la denominación de origen.)
- Nombre de dominio contra de derecho de libre expresión.
- Nombre de dominio contra nombre de dominio.
- Nombre de dominio contra reservas de derechos.

Dichos conflictos no quedan sólo en una simple suposición teórica, sino que no obstante de los esfuerzos de diversos sectores, se están dando actualmente esta

⁶ Pablo Vibes, Federico, *El nombre de dominio de Internet*, Buenos Aires, La Ley, 2003, p. 129.

clase de conflictos, los cuales, dado el carácter mundial del Internet son incluso a nivel internacional.

Estos conflictos pueden darse tanto en los gTLDs como en los ccTLD, en ocasiones las acciones han llegado a los tribunales locales, los cuales se han visto en la necesidad de resolver al respecto, especialmente en conflictos relacionados con derechos sobre la marca.

En este supuesto, es destacable que pueden presentarse varios casos de conflictos, siguiendo la clasificación que ofrece Ángel García Vidal sobre estos, destacan los siguientes:⁷

1.- *Nombre de dominio coincidente con una marca propia.* Este tipo de conflicto se da cuando el titular de una marca de un producto o servicio ya no puede obtener el registro del nombre de dominio de su marca, en virtud de que ya fue registrado por otro titular de marca sobre el mismo signo, pero que ampara un producto o servicio distinto o con vigencia en otro ámbito territorial.

2.- *Nombre de dominio coincidente con una marca ajena.* El titular de una marca no puede registrar la marca como nombre de dominio en determinado TLD, porque el nombre ha sido ya registrado por un tercero que no tiene derecho de propiedad industrial alguno sobre ese signo, lo cual se puede dar en el gTLD o un ccTLD.

3.- *Nombre de dominio coincidente con una marca ajena renombrada.* Este supuesto es igual que el anterior con la diferencia de que se trata de una marca renombrada. En este supuesto por lo general el registro de la marca ajena como nombre de dominio, suele realizarse de mala fe con la intención posible de vendérselo a su titular. En el caso del sistema jurídico mexicano, podría darse esta clase de conflictos entre el nombre de dominio y las marcas notoriamente conocidas, y en su caso las marcas famosas.

⁷ García Vidal, Ángel, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia, Tirant Lo Blanch, 2002, p. 145.

4.- *Nombre de dominio confundible con una marca ajena.* En este tipo de conflicto, el titular de la marca ya registró su nombre de dominio, con el nombre de su marca, pero hay un tercero, que actuando de buena o mala fe, posee un dominio confundible con su marca, por ejemplo puede pasar que la marca “berol “ tenga ya su sitio web que se localiza a través del nombre de dominio “www.berol.com.mx”, pero alguien más tiene registrado el nombre www.lapiz-berol.com.mx.

4.- LAS CONTROVERSIAS DE NOMBRES DE DOMINIO BAJO LA CLASIFICACIÓN “.COM.MX” Y SU SOLUCION.

Ahora bien, como ya se mencionó las controversias que pueden surgir derivadas de los nombres de dominio son diversas, a pesar de su importancia la presente investigación está dedicada a los que pueden surgir entre el nombre de dominio y la marca.

Asimismo, también se ha mencionado que las razones para que el titular de cualquier marca quiera colocarla en el Internet son varias, y que tienen para la marca implicaciones económicas, pues el nombre de dominio es como se va a identificar la página *web* que se le dedique al producto o servicio que ampara la marca.

Las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, tiene un apartado dedicado a las disputas que puedan surgir derivadas del registro de nombres de dominio, las disputas que prevén las Políticas Generales de Nombres de Dominio son: por la titularidad del nombre de dominio y las de Propiedad Intelectual.

a) Disputas por la titularidad del nombre de dominio.

Estas se dan cuando un tercero reclama la titularidad de un nombre de dominio, a alguien que ya ha registrado un nombre de dominio, por considerar que tiene derechos legítimos sobre el mismo, como podría ser el caso de alguien que haya registrado el nombre civil de “jorgecastañeda.com.mx” sin que tenga relación alguna con dicho nombre, y en caso de que Jorge Castañeda desee tener un sitio

web bajo el ccTLD “.mx” con su nombre no va a poder registrarlo (en el caso de las marcas registradas se sigue el procedimiento que se señala en el apartado de las disputas de Propiedad Intelectual).

Cualquier disputa se inicia por el tercero que reclame la titularidad del nombre de dominio enviando un correo electrónico al área legal de NIC-México, siendo este mismo quien inicia el procedimiento, solicitando vía correo electrónico la documentación que pruebe la titularidad del nombre, misma que enviarán las partes en disputa por correo postal a NIC-México. NIC-México resuelve en base a los documentos recibidos, a favor de quien tenga el mejor derecho sobre el nombre de dominio, aunque es destacable que se reserva su derecho de resolver la disputa cuando considere que el caso rebasa sus facultades o no se compruebe un mejor derecho por parte del solicitante.

b) De las disputas de Propiedad Intelectual.

Este tipo son aquellas que se deriven de la marca registrada de productos o servicios, avisos comerciales registrados, denominaciones de origen y reservas de derecho⁸.

De acuerdo a la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, son casos aplicables para solución de controversias los siguientes:

- cuando el nombre de dominio es idéntico o semejante en grado de confusión con respecto a una marca de productos o de servicios registrada,

⁸ Fernando Serrano Migallón señala al respecto de las reservas de derecho “Constituyen derechos de carácter especial dentro de la propiedad intelectual, que se traducen en el privilegio de utilizar en forma exclusiva títulos para publicaciones o difusiones periódicas; nombres para ser aplicados a personajes, ya sean estos ficticios o simbólicos o humanos de caracterización, nombres o denominaciones que servirán así como el nombre o denominación con el que se llevarán a cabo promociones publicitarias. Es importante aclarar, que tratándose de personajes y de promociones publicitarias, la protección que se adquiere no solamente recae sobre el nombre o denominación que pretenda reservarse, sino sobre las características físicas o psicológicas para los primeros y sobre las características de operación originales para los segundas”. Serrano Migallón, Fernando, *Nueva Ley Federal del Derecho de Autor*, Porrúa, México, 1998, p. 94.

aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derecho sobre la que el promovente tiene derechos;

- cuando el titular del nombre de dominio no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio; y
- el nombre de dominio ha sido registrado o se utiliza de mala fe.

A través de los múltiples conflictos que han sido resueltos por el Centro de Mediación y Arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, se han creado precedentes que se toman como base para cada uno de los requisitos señalados en este apartado, y entre los casos principales se encuentran los que a continuación se enumeran, casos que se encuentran disponibles en la página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, en <http://www.OMPI.org>:

WIPO CASE No. D2001-0047; City of Hamina v. Paragon Internacional Projects, WIPO Case No. D2001-0351 Mr. So Ballesteros Sota, Fairway, S.A. and Amen Corner S.A. y Patrick Waldron, casos en los que se establece que se encuentran afectados derechos sobre marcas.

WIPO Case No. D2001-0113 The Stanley Works and the Stanley Logistics Ins, v. Camp Creek Co., Inc, WIPO Case No. D2000-0102 Nokia Corporation v. Nokiagirls.com a.k.a. IBCC, WIPO Case No. D2001-0004 America Online, Inc. V. Anson Chan, casos que se toman como precedentes para determinar que un nombre de dominio es idéntico o semejante en grado de confusión-

Entre los casos que se citan constantemente en las resoluciones en cuanto al segundo de los requisitos están los casos WIPO Case No. D2000-0120 Eauto Inc. V Available-Domain-Names.com.

Y por lo que se refiere al último de los requisitos con respecto a acreditar la mala fe, entre los precedentes con relación a este requisito están WIPO Case D99-0001 World Wrestling Federation v. Cosman y el caso WIPO Case No. D2000-0003.

Asimismo, para la resolución de cualquier controversia de alguna violación a derechos de propiedad intelectual serán aplicables la Política de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio para “.mx”, el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” y el Reglamento Adicional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Relativo a la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio.

Es oportuno mencionar que NIC-México ha señalado como proveedor de servicios de solución de controversias de nombres de dominio al Centro de Mediación y Arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Siendo además destacable que a través de los diversos conflictos que han sido resueltos por el citado centro, se han establecido precedentes, que se toman de base para delimitar cada uno de los conceptos de los requisitos señalados en este apartado y que se toman como base en la solución de las distintas controversias en materia de nombres de dominio.

En este caso han servido de base para la solución de controversias en materia de nombres de dominio los siguientes:

c) De la solicitud, contestación e inicio del procedimiento de solución de controversias de acuerdo a la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de dominio y su Reglamento.

De acuerdo al Reglamento de la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio el procedimiento de resolución de controversia relativa a nombres de dominio se puede iniciar presentando una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio al proveedor de servicios de resolución de controversias con autorización de NIC-México, aunque únicamente esta señalado el Centro de Mediación y Arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, cabe señalar que la forma del escrito y cantidad de palabras que se deben de usar y demás formalidades se señalan en

el Reglamento Adicional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Relativo a la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio.

Los efectos disponibles para el promovente de conformidad con cualquier procedimiento ante el grupo de expertos, se limitan a que este resuelva la cancelación del registro del nombre de dominio o sobre la transmisión al promovente de la titularidad del mismo.

La señalada solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio se presenta en una copia impresa y en forma electrónica en la cual se deberá de solicitar que se someta dicha solicitud a un grupo de expertos para su resolución de conformidad con la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” y el reglamento de la misma, proporcionando los datos necesarios del promovente. Asimismo, se debe especificar la forma preferida para efectuar las comunicaciones dirigidas al promovente, también se debe señalar si la solicitud de solución de controversias, será resuelta por un grupo de expertos compuesto de un único miembro o de tres, así como proporcionar los datos de los candidatos que proponga.

Es de señalar que el idioma en que se desarrolle el procedimiento será el español, a reserva de que el grupo de expertos tomando en cuenta las circunstancias del procedimiento, tome otra decisión.

Por otra parte, debe de proporcionar el nombre del titular del nombre de dominio y toda la información (incluida cualquier dirección postal y de correo electrónico, así como los números de teléfono y telefacsímil) conocida por el promovente sobre la manera de ponerse en contacto con el titular o cualquier representante del titular, esto con el objeto de permitir que el proveedor envíe la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio la cual se hace por lo general vía correo electrónico, esto independientemente de que el promovente le envíe una copia por esta vía antes.

Es pertinente mencionar que el Reglamento Adicional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Relativo a la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio, en el cual se establecen las formalidades que deben cubrir los escritos de solicitud, contestación, así como el nombramiento del grupo de expertos, el Presidente del Grupo de expertos, al pago de honorarios de estos y como serán las comunicaciones.

La solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio podrá abarcar más de un nombre de dominio, siempre y cuando los nombres de dominio hayan sido registrados por el mismo titular, lo cual se debe de especificar en la solicitud, así como especificar la marca o marcas de productos o servicios registradas, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derecho en la que se base la solicitud, y deben describir los productos o servicios o el bien jurídicamente tutelado con los que se utilizan; a su vez queda abierta la posibilidad del promovente para que describa por separado otros productos o servicios que tiene intención de utilizar en el futuro.

El promovente debe describir, los motivos sobre los que se basa la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, incluyendo la manera en que el nombre o nombres de dominio son idénticos o parecidos hasta el punto de crear confusión respecto a la marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos sobre la que el promovente tiene derechos, los motivos por los cuales debería considerarse que el titular del nombre o nombres de dominio objeto de la solicitud de resolución de controversia no tiene derechos sobre estos, así como los motivos por los que se debe de considerar que el nombre o nombres de dominio han sido registrados y utilizados de mala fe. En su caso, notificar cualquier procedimiento que se haya comenzado o terminado en relación con el nombre o nombres de dominio; especificando a su vez los efectos que se pretenden obtener.

Debe de declarar el promovente que ha sido enviada al titular del nombre de dominio, una copia de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, junto con la portada.

Finalmente, el promovente tiene que declarar que se someterá a cualquier efecto de la resolución que se tome de acuerdo con la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio y su reglamento aplicable sobre la cancelación del registro o transmisión de la titularidad del nombre de dominio, concluyendo esta declaración seguida de la firma del promovente o su representante.

El promovente puede adjuntar todo tipo de pruebas, incluida una copia del acuerdo de registro y de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, sobre las que se base la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio,

Cabe destacar que al momento de que el promovente se somete a la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, acepta que la solicitud afectará únicamente al titular del nombre de dominio y se exime a: el proveedor de solución de controversias y a los miembros del grupo de expertos, excepto en caso de infracción deliberada; a NIC-México, así como a sus directores, representantes, empleados y agentes, además que certifica y asegura que la información contenida en la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio es completa y exacta, que la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio no se presenta con ningún motivo inadecuado, como el de crear obstáculos, que las afirmaciones efectuadas se fundamentan en el presente reglamento, tal y como existe actualmente o en medida que pueda extenderse mediante un argumento razonable y de buena fe.

Cabe mencionar que durante el procedimiento de solución de controversias en materia de nombres de dominio, que se inicie de conformidad con la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio, el titular del nombre de dominio no puede transmitir la titularidad del mismo.

El proveedor debe examinar la solicitud de resolución de controversia, con el fin de determinar si cumple con lo que dispone la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, el reglamento de la Política y el reglamento adicional del proveedor; en caso de cumplirse con los requisitos se manda en un plazo de 3 días al titular del nombre de dominio. En caso de que no cumpla con los requisitos, se notifica al promovente de la solicitud de resolución de controversia para que subsane cualquier incumplimiento, y en el supuesto de que no lo haga se le tendrá por retirada la solicitud, dejando a salvo sus derechos para someter una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio distinta.

Se considera como fecha de inicio del procedimiento de la Política de Resolución de Controversia Relativa a Nombres de Dominio para “.mx”, la fecha en que el proveedor ha enviado la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio al titular. Una vez hecho esto el proveedor, que en este caso es el Centro de Mediación y Arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, notificará también al promovente y a NIC-México la fecha de inicio del procedimiento de la política.

De acuerdo al Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, el titular del nombre de dominio tiene un plazo de 20 días contados a partir de la fecha de inicio del procedimiento de la Política de resolución de controversias, para que someta al proveedor un escrito de contestación.

Dicho escrito se presenta en copia impresa y en forma electrónica, en el que se debe de responder a las declaraciones y alegaciones que haya en la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, incluyendo las razones por las que considere debe él conservar el registro y utilización del nombre de dominio; así como los datos generales de notificación y autorizaciones respectivas.

Si en la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, se ha optado por un grupo de expertos compuesto por un solo miembro, el titular debe manifestar si está de acuerdo en que la controversia sea resuelta por un grupo de expertos compuesto por un solo miembro u opta por que sea resuelto por un grupo compuesto por 3 personas. Además, en caso de existir cualquier procedimiento que se haya comenzado o terminado en relación con cualquiera de los nombres de dominio objeto de la solicitud de la controversia identificarlos en el escrito. Debe declarar también que ha enviado al promovente copia del escrito de contestación y concluir con una declaración de que lo que contesta no va en contra de lo que dispone el Reglamento de la Política de Solución de Controversia, adjuntando todas las pruebas y documentos en los que se base el escrito de contestación.

Asimismo, el Reglamento prevé que si el titular del nombre de dominio no da contestación a la solicitud de resolución de controversia, el grupo de expertos resolverá la controversia basándose en la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

Cabe mencionar que existen tarifas previamente establecidas, para el pago de honorarios al grupo de expertos, pago que se efectuará junto con el envío del escrito de contestación al proveedor. En caso de que no se efectúe el pago exigido, un grupo de expertos compuesto de un único miembro resolverá la controversia.

d) Del nombramiento del grupo de expertos

Ahora bien, de acuerdo al Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, el grupo de expertos son personas doctas en la materia y nombrados por un proveedor para resolver una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

La OMPI como proveedor de solución de controversias, que NIC-México ha designado y con el cual se cuenta su autorización, mantiene una lista de miembros

del grupo de expertos y sus antecedentes profesionales, que está a disposición del público en su página electrónica.⁹

En caso de que ninguna de las partes nombre a un grupo de expertos, el proveedor nombrará en un plazo de 5 días naturales a partir de la recepción del escrito de contestación o transcurrido el período otorgado para su presentación, un único miembro del grupo de expertos de entre su lista de expertos, en este caso los honorarios de este grupo de expertos compuesto de un único miembro serán pagados en su totalidad por el promovente.

Si el promovente o el titular optan por que la controversia sea resuelta por un grupo de expertos compuesto de tres miembros, el proveedor nombrará tres expertos que formarán parte del grupo de expertos. En este caso los honorarios del grupo de expertos compuesto de tres miembros serán pagados en su totalidad por el promovente, excepto cuando el titular haya optado por que el grupo de expertos esté compuesto de tres miembros, en cuyo caso las tasas aplicables serán compartidas de manera equitativa por las partes.

En caso de que el promovente o el titular opten por un grupo de expertos compuesto por tres miembros, el proveedor procurará nombrar un miembro del grupo de expertos a partir de las listas de candidatos proporcionadas por el promovente y el titular. En caso de que el proveedor no pueda efectuar el nombramiento de un miembro del grupo de expertos en condiciones habituales a partir de la lista de candidatos de cualquiera de las partes, efectuará dicho nombramiento a partir de su lista de expertos. El tercer miembro del grupo de expertos será nombrado por el proveedor a partir de una lista de cinco candidatos presentada por el proveedor a las partes, y el proveedor seleccionará uno de esos cinco candidatos de manera tal que se guarde un equilibrio razonable entre las preferencias de ambas partes, tal y como podrán señalar al proveedor en un plazo

⁹ En el caso de México hay 9 expertos en el tema, para más información ver la Lista de expertos de la OMPI para la solución de controversias sobre nombres de dominio, información disponible en Internet <http://arbitr.wipo.int>

de 5 días naturales a partir del envío por el proveedor a las partes de la lista de cinco candidatos.

Una vez que se hayan nombrado todos los miembros del grupo de expertos, el proveedor notificará a las partes los miembros del grupo de expertos que hayan sido nombrados y la fecha límite en la que, sin que existan circunstancias excepcionales, el grupo de expertos remitirá al proveedor la resolución que haya tomado.

El reglamento establece que todo miembro del grupo de expertos será imparcial e independiente, y antes de aceptar su nombramiento habrá comunicado al proveedor y a las partes toda circunstancia que pueda sembrar una duda justificable sobre la imparcialidad o la independencia de dicho miembro, o confirmar esto por escrito. Si en algún momento del procedimiento surgen nuevas circunstancias que puedan sembrar una duda justificable sobre la imparcialidad o la independencia del miembro del grupo de expertos, ese miembro comunicará inmediatamente dichas circunstancias al proveedor. En dicho caso, el proveedor estará habilitado para nombrar un miembro sustituto del grupo de expertos. Cabe señalar que no se prevé una figura en la que las partes puedan solicitar que algún miembro del grupo de expertos sea removido por considerarlo parcial, por lo que se puede afirmar que este procedimiento se basa en la confianza a la integridad de los miembros del grupo de expertos.

Resulta notable el hecho de que el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, señale la imparcialidad que se debe de mantener durante la solución de controversia, por lo que ninguna parte, ni nadie que la represente podrá mantener comunicaciones unilaterales con el grupo de expertos, todas las comunicaciones entre una parte y el grupo de expertos o el proveedor se efectuarán a un administrador nombrado por el proveedor en la forma que determine.

e) Del desarrollo del procedimiento.

Se transmite el expediente por el proveedor al grupo de expertos, en el caso de un grupo de expertos compuesto de un solo miembro, cuando sea nombrado éste, o en cuanto sea nombrado el último miembro del grupo, en el caso de un grupo de expertos compuesto de tres miembros.

Ahora bien, el grupo de expertos llevará a cabo el procedimiento de conformidad con la Política aplicable de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” y el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” y el Reglamento Adicional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual Relativo a la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio.

En todos los casos, el grupo de expertos debe asegurarse que las partes sean tratadas con igualdad y de que a cada parte se le ofrezca una oportunidad justa para exponer su caso, y se asegurará que el procedimiento de solución de controversias se efectúe con la debida prontitud. A petición de una parte o por iniciativa propia, se podrá ampliar en casos excepcionales los plazos fijados por el Reglamento o por el grupo de expertos.

El grupo de expertos determinará la admisibilidad, pertinencia, importancia relativa y peso de las pruebas, asimismo decidirá sobre la petición de una parte que solicite la acumulación de múltiples controversias en materia de nombres de dominio de conformidad con la Política aplicable y el Reglamento; también, en caso de creerlo necesario, además del escrito de solicitud y de contestación, puede permitir que las partes hagan otras declaraciones; asimismo en caso de las vistas, a pesar de que el reglamento dice que no se lleven a cabo, faculta al grupo de expertos para que de manera excepcional y en caso de ser necesario para resolverla controversia, llevar a cabo una.

El grupo de expertos declarará el cierre del procedimiento de resolución de controversia, en cuanto le conste que todas las partes han tenido una oportunidad

justa y equitativa de exponer su caso, lo cual se hará a más tardar 10 días después de la fecha de su nombramiento.

f) De la resolución.

De acuerdo al Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, el grupo de expertos resolverá la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio de conformidad con la Política aplicable, el propio Reglamento, así como las normas y principios de derecho que considere aplicables.

Es de mencionarse, de acuerdo a las políticas el promovente debe de acreditar los extremos siguientes:

- que el nombre de dominio es idéntico o semejante en grado de confusión con respecto a una marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos sobre la que el promovente tiene derechos;
- que el titular no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio; y
- que el nombre de dominio ha sido registrado o se utiliza de mala fe.

Requisitos sobre los cuales ya se ha mencionado con anterioridad se han creado diversos precedentes que sirven de base para la solución de las controversias que se presentan actualmente.

La resolución respectiva se transmitirá al proveedor, cuando sea razonablemente posible, en un plazo de 7 días a partir del cierre del procedimiento de resolución de controversias, misma que tendrá la fecha en la que se haya efectuado, las razones sobre las que se haya basado y estará firmada en forma digital o escrita. El grupo de expertos podrá consultar al proveedor respecto de cuestiones de forma relativas a la resolución.

Una vez que el grupo de expertos haya transmitido la resolución al proveedor, éste la comunicará a cada parte y a los registradores y a NIC-México para que se lleve a cabo su ejecución.

Cabe destacar, que el reglamento señala que salvo que el grupo de expertos determine lo contrario, el proveedor publicará la resolución en un sitio *web* accesible por el público.

Hay que señalar que en caso de las partes lleguen a un acuerdo antes de que se adopte la decisión del grupo de expertos, éste último terminará el procedimiento de solución de controversias, previa petición conjunta de las partes, por lo que el grupo de expertos inscribirá el acuerdo en forma de decisión acordada, y será firmada por todos sus miembros y por las partes, en este caso el grupo de expertos no estará obligado a dar los motivos de dicha resolución.

La Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, señala que tanto el titular como el promoviente aceptan acatar las resoluciones que dicte el grupo de expertos y la ejecución de las mismas, por lo que puede afirmarse que no existe recurso alguno en contra de la resolución que se dicte por el grupo de expertos, además que resulta de explorado derecho que las resoluciones que se dictan en un arbitraje no son impugnables por recurso alguno. Aunque, el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” faculta al grupo de expertos para dictar una resolución que ponga fin al procedimiento de solución de controversias, en caso de que la continuación del mismo se vuelva innecesaria por alguna causa que considere el grupo de expertos y que este justificada, y esta es la única causa señala el Reglamento en que las partes podrán objetar en un plazo determinado por el propio grupo de expertos dicha resolución.

Cabe destacar que al someterse a la Política de Solución de controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, se exime al grupo de expertos, a NIC-México y al proveedor de cualquier responsabilidad.

Otro punto a destacar es que el Reglamento de la Política Uniforme de Solución de controversias en Materia de Nombres de dominio aprobado por la ICANN, que es en el que se basa el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, prevé que en caso de que se inicien procedimientos judiciales antes o durante la resolución del procedimiento administrativo respecto de una controversia en materia de nombres de dominio que sea objeto de la demanda, el grupo de expertos estará facultado para decidir si suspende o termina el procedimiento administrativo, o continua con el mismo hasta adoptar una resolución por lo que se entiende que el procedimiento de solución de controversias en materia de nombres de dominio puede coexistir con un procedimiento judicial. Sin embargo, el Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, no hace un señalamiento al respecto.

5.- FUNCION Y NATURALEZA DEL NOMBRE DE DOMINIO FRENTE A LA MARCA.

Se puede hablar, que actualmente existen 2 posturas con relación a la función del nombre de dominio:

La primera postura, señala que el nombre de dominio es únicamente una dirección que ubica una página en Internet, y esa es la única función que puede tener éste.

Mientras que por otra parte, existe la opinión de que puede ser algo más que eso, pues además de cumplir con su función de localización, también pueden cumplir con una función distintiva, la cual puede ser de un sujeto, un producto o un servicio, cuando cumplen con dicha función entonces se puede hablar de una función “marcaria”, “ya no sólo será la dirección del sitio *web* del titular del dominio, sino que además será la identidad de la empresa frente al consumidor virtual”¹⁰.

¹⁰ Pablo Vibes, Federico, Op. Cit., nota 103, p. 171.

Cabe señalar que Fernando Carbajo Cascón argumenta al respecto que se puede emplear un signo distintivo como nombre de dominio para localizar una página *web* determinada, pero puede identificar o distinguir al sujeto, actividad, producto, servicio y obra que aparece en la misma, los cuales pueden tener un signo diferente o no tener ninguno; “es un medio distintivo mediato o indirecto pues su eventual función distintiva es instrumental respecto al contenido real de la página *web* a la que sirve como código de acceso, su función principal”¹¹.

De lo anterior, se desprende una diferencia con la marca, pues mientras su principal función de ésta es la de distinguir productos o servicios, para el nombre de dominio esta función se vuelve secundaria y depende ampliamente del contenido de la página *web* que localice¹².

Siendo destacable que la doctrina y jurisprudencia de distintos sistemas jurídicos reconocen la posibilidad de que los nombres de dominio alcancen un carácter distintivo, como ha sido el caso de Estados Unidos, Alemania, Argentina, Italia, España, entre otros.¹³

Hay que tomar en cuenta que el Internet es un espacio que va en aumento como consecuencia del crecimiento de equipos conectados a la red, y que la función del nombre de dominio es la de encontrar el equipo que alberga la página que se busca. Ahora bien, al encontrar la página *web* que se busca existen varias posibilidades en cuanto al contenido que albergue ésta.

El usuario puede teclear en la barra de direcciones el nombre de la marca cuya información se busque en específico, existiendo la posibilidad, si el titular de la marca lo ha querido, que el nombre de dominio ubique una página con el contenido de la marca, en este caso el usuario tendrá éxito en su búsqueda; pero también cabe la posibilidad de que al teclear el nombre de dominio no haya ningún espacio dedicado a la marca cuya información se busca, lo cual no tiene ninguna

¹¹ Carbajo Cascón, Fernando, *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*, Navarra, Aranzadi Editorial, 1999, p. 58.

¹² *Ibidem*, p. 59.

¹³ García Vidal, Ángel, *op. cit.*, nota 104, p. 69.

importancia, únicamente el usuario terminará desilusionado. Por otra parte, cabe la posibilidad de que el contenido de la página *web* sea totalmente distinto a la información de la marca que busque el usuario; sea porque exista una marca con el mismo nombre o alguien sin ningún derecho sobre la marca lo haya registrado para albergar su página *web*, independientemente de que exista o no mala fe.

Pero no es la única opción que tienen los usuarios del Internet para ubicar una página electrónica, también pueden hacer uso de los llamados buscadores, las cuales son sistemas que automáticamente exploran la *web* y recoge el código de las diferentes páginas que visita, en una base de datos consultable por sus usuarios, y los cuales en la actualidad tienen un éxito grande, pues aproximadamente el 80% de los usuarios de Internet hacen uso de ellos¹⁴. Aunque cabe destacar que al buscar en el contenido de la página *web*, van a mostrar una lista de todas aquellas páginas *web* que tengan registradas, y salvo que se delimite la búsqueda, se listarán todas las páginas de Internet que contengan la palabra buscada.

Otra opción, son los llamados *links*, los cuales son vínculos electrónicos que se pueden encontrar a través de la red, que contienen la dirección electrónica de una página, la cual puede presentarse en cualquier página *web* y con solo darle un clic al vínculo, nos remitirá a la página. En este caso cabe la posibilidad de que el *link* sea verdadero y nos remita a la página que señala el link, pero por otra parte puede ser que dicho link nos remita a una página distinta a la esperada.

a) Naturaleza jurídica del nombre de dominio.

Hay que dejar claro que no obstante existen diversos estudios acerca de la naturaleza jurídica del nombre de dominio, su naturaleza jurídica aún es difusa, por lo que no hay coincidencia en este aspecto; aunque hay que tomar en cuenta

¹⁴ Azlor, Sergio, *La importancia de Google y Posicionamiento en Buscadores*, página consultada el 6 de febrero de 2006, disponible en Internet en <http://neominds.com.mx/boletín-de-prensa-optimización-web/05-09-10-1a-importancia-de-google-y-posicionamiento-en-buscadores.html>

que el nombre de dominio es susceptible de apreciación económica, es lícitamente transferible y confiere cierta potestad de excluir a otros de su utilización¹⁵.

Destacan respecto a la naturaleza jurídica del nombre de dominio 3 posiciones diferentes: a) la que no lo equipara a un derecho de propiedad; b) la que sí lo equipara con un derecho de propiedad; y c) la que le asigna calidad de derecho “sui generis”.¹⁶

Respecto de la primera posición, ven en el nombre de dominio sólo una forma de uso y goce. Guillermo Carey, quien apoya esta posición, afirma que tanto el vencimiento del plazo de asignación como la falta de pago, implican para el registrante la pérdida de ese nombre de dominio, lo cual explica que el nombre de dominio esté situado en una categoría inferior a la de un derecho de propiedad.¹⁷

En cuanto a la segunda posición, la cual considera al nombre de dominio como un derecho de propiedad, se ha extendido a nivel jurisprudencial y doctrinario, uno de los argumentos que sostienen esta posición es que si se bloquea un nombre de dominio incide en forma negativa en el comercio electrónico, pues se le impide al titular “acceder al mercado de Internet con su propia marca, construir su propio sitio y distribuir sus productos desde allí”¹⁸.

La tercera posición que coloca al nombre de dominio como un derecho “sui generis”, no pone en duda que el nombre de dominio identifica una página *web* en Internet. El derecho del titular del dominio se deriva del contrato entre éste y el Registrador; y para comprender su naturaleza, de acuerdo con esta posición, hay que identificar la función adicional que pueda tener el nombre de dominio, pues dependiendo de esa función va a depender su naturaleza jurídica, adquiriendo la

¹⁵ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 103, p. 39

¹⁶ Idem.

¹⁷ Cfr., Idem.

¹⁸ Ibidem, p. 40.

naturaleza adicional, que puede ser un derecho de la personalidad o un derecho patrimonial.¹⁹

En el caso del ccTLD “.mx”, en las Políticas Generales de Nombres de Dominio se señala que “NIC-México reconoce el derecho de los titulares al uso, goce y disfrute del nombre de dominio, sin que por lo anterior se entienda la transmisión y/o cesión de los derechos de propiedad del mismo”²⁰. Por lo que se puede afirmar que, en principio, la naturaleza jurídica del nombre de dominio se desprende del contrato que se celebra entre NIC-México y el solicitante, en el caso de NIC-México es una entidad que ofrece servicios de registro de nombre de dominio, entre otros, por lo que siguiendo las posiciones que se mencionaron el nombre de dominio es solo una forma de uso y goce, y el propietario en consecuencia es NIC-México.

Desde un punto de vista particular, se puede argumentar que el titular del nombre de dominio es el propietario del mismo (independientemente de que se tenga o no derechos legítimos sobre el mismo), apoyado en el hecho de que éste es el que tiene el equipo, donde se alberga la página *web*, y además que al conectarse a la red se le asigna su código IP, el cual es único y que al contratar el servicio lo único que se hace es convertir esa serie de números a caracteres del alfabeto inglés, no obstante los derechos que le asigna NIC-México, de acuerdo a sus Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”.

b) Diferencias entre el nombre de dominio y la marca.

Antes de señalar si representa el nombre de dominio un reto para la Ley de la Propiedad Industrial, es pertinente señalar las diferencias fundamentales entre el nombre de dominio y la marca²¹.

¹⁹ Ibidem, p. 41

²⁰ Políticas Generales de Nombres de Dominio “mx”, disponible en Internet, <http://www.nic.mx>

²¹ Garay Robles, Oscar, *¿Qué es el DNS?*, Boletín de Política Informática, México, No. 1, 2003, p. 11.

En primer lugar el nombre de dominio sólo puede tener caracteres numéricos, letras del alfabeto inglés y el guión medio, mientras que la marca puede tener cualquier carácter representable en cualquier alfabeto, dibujos e incluso figuras tridimensionales.

Otra diferencia esencial, es que mientras todos los nombres de dominio son visibles prácticamente desde cualquier punto de Internet, no importa si son gTLD, ccTLD, abiertos o restringidos, el derecho sobre las marcas está sujeto a una territorialidad y sólo en el país en el que se registra la misma tiene protección.

La administración de los dominios en el mundo se hace en algunos casos por instituciones privadas y en otros casos por alguna entidad gubernamental, mientras que la gestión del registro de marcas se hace por parte de algún organismo público.

Otra diferencia se desprende del hecho de que puede haber infinidad de subclasificaciones, debajo del gTLD o ccTLD, mientras que en el caso de las marcas estas deben de estar dentro del rango de las 44 clases que ofrece el Arreglo de Niza.

Una más, de gran importancia es la que se desprende del hecho inevitable que no pueden existir 2 nombres de dominio idénticos bajo un gTLD o ccTLD, mientras que, como se ha señalado, pueden coexistir 2 marcas iguales que protejan distintos productos o servicios, es decir en el nombre de dominio no aplica el principio de especialidad.

El criterio de identidad entre dos nombres de dominio es estrictamente matemático, comparación letra por letra en cuanto a su registro, al no poder registrarse dos nombres de dominio idénticos bajo un mismo ccTLD o gTLD, mientras que el criterio de identidad que se sigue para una marca con otra es el de “similitud en grado de confusión”. Aunque cabe señalar que para resolver un conflicto en materia de nombres de dominio, esta contemplado que se puede

tomar en consideración el criterio de similitud en grado de confusión para resolverlo.

El tiempo que tarda en registrarse un dominio bajo algún gTLD o ccTLD, por lo general tarda sólo unos minutos, mientras que el registro de marcas tarda un tiempo considerable.

Estas son las principales diferencias entre uno y otro, pero ello no ha sido obstáculo para que el nombre de dominio infiera en el derecho que alguien tiene sobre la marca.

6.- EL NOMBRE DE DOMINIO Y LA ACTUALIDAD EN LOS CONFLICTOS.

Es pertinente mencionar que la problemática de los nombres de dominio surge conforme van siendo usados, generando diversos conflictos. En sus inicios los choques más tradicionales se producían por abusos cometidos por parte de personas instruidas en el campo informático, en conflictos conocidos como ciberocupación²². Es por ello que se dan diversos intentos de regulación.

Las Políticas de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, es una variante de la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio (conocida también como UDRP por sus siglas en inglés), aprobada por la ICANN el 26 de agosto de 1999, y que actualmente sirve de modelo a la mayoría de los ccTLD, no obstante que algunos han optado por un medio alternativo de solución de controversia. En el caso del proveedor de solución de controversia, sucede lo mismo, pues el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, no es el único proveedor, pues cada registrador de nombres de dominio ha seleccionado a su proveedor.

En México, la problemática de nombres de dominio bajo el ccTLD “mx” inició en 1998, con el caso del dominio “playboy.com.mx”, en el que una empresa norteamericana pidió registrar 300 dominios entre los que se encontraba éste; y en

²² Pablo Vibes, Federico, op. cit, nota 103, p. 31.

ese entonces no se contaba con previsiones relativas a la solución de controversias entre marcas y nombres de dominio, posteriormente representantes legales de la empresa “Playboy” alegaron ser los únicos autorizados para tener ese dominio²³.

Así en 1999, después de algunos foros realizados en la Ciudad de México sobre estos temas, aunado al caso “nestle.com.mx”; motivaron a que NIC-México y el IMPI revisaran el proceso de registro de dominios bajo el ccTLD “.mx”. Resultando el primer procedimiento de resolución de controversias local administrado por NIC-México, el cual resolvió casi 60 casos de disputa en 15 meses (del 1 de septiembre de 1999 al 30 de noviembre de 2000).²⁴

Durante el segundo semestre del año 2000, NIC-México evaluó la posibilidad de incorporarse al procedimiento UDRP, siendo ese mismo año cuando se incorporó al mismo, y de acuerdo con Oscar Robles, para NIC-México esa incorporación representó las siguientes ventajas²⁵:

- Un mecanismo de resolución de controversias uniforme y alineado con las disposiciones establecidas para los gTLD, lo cual representa una ventaja para quienes estiman afectados sus derechos de propiedad intelectual.
- Un procedimiento administrativo neutral, sin intervención de NIC-México, que a pesar de haber resuelto 60 disputas durante el primer procedimiento de resolución de controversias local, esto representaba, tanto un riesgo en las responsabilidades del Centro, como en la credibilidad del proceso.
- La posibilidad de ir incorporando organizaciones proveedoras de panelistas para la solución de controversias y brindarle al usuario la opción de elegir.

Es destacable el hecho de que el Centro de Mediación y Arbitraje de la OMPI, desde el año 2000 ha resuelto como proveedor de solución de controversias en

²³ Quirarte, Antonio, *Entrevista a Oscar Robles, Director General de Nic-México*, 16 de mayo de 2001, disponible en Internet en http://suempresa.com/deinteres/oscar_robles.html.

²⁴ Garay Robles, Oscar, op. cit., nota 118, p. 17.

²⁵ Ibidem, p. 18

materia de nombres de dominio 353 casos, de los cuales el ccTLD se ha visto involucrado en 24 casos²⁶.

Es importante retomar el aspecto de que el promovente para tener éxito en su solicitud de solución de controversias, debe probar:

- Que el nombre de dominio cuestionado es idéntico o confundiblemente similar a una marca propia.
- Que el titular no tiene derechos ni ningún interés legítimo en el nombre de dominio.
- Que el nombre de dominio ha sido registrado y está siendo utilizado de mala fe.

Cabe señalar que a través de las diversas resoluciones de disputas con relación a Nombres de Dominio, el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, ha generado diversos precedentes, que le han servido para unificar diversos criterios respecto a los extremos mencionados que deben de ser probados de acuerdo a la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”.

En cuanto al primer extremo citado, se coincide en el criterio de que la adición del “.com.mx” no alcanza para distinguir a un nombre de dominio de una marca, basándose en que la adición del dominio del nivel superior genérico gTLD carece de importancia legal al comparar los nombres de dominio en disputa, criterio que se desprende del Caso OMPI No. D20000-0940 *National Collegiate Athletic Association v. Rodd Garner And IntheZone.ws*²⁷.

Para probar el grado de confusión, los promoventes han tenido éxito por lo general exhibiendo el o los registros marcarios respectivos, con los que acreditan la titularidad de la marca usada como nombre de dominio, lo cual se ha convertido en un criterio uniforme para acreditar el primer requisito, como ha sido en el caso DMX2004-005 *Cemex Trademarks Worldwide Ltd. Vs Ennis Ibarra Flores* o en el

²⁶ Información disponible en Internet en <http://www.wipo.org>

²⁷ Este caso se encuentra disponible en Internet en <http://www.OMPI.org>

caso DMX2004-0003 *Servicios Administrativos Industriales, S.A. de C.V v. GRUPO BREMSE*²⁸.

En cuanto al segundo extremo, respecto a probar que el titular del nombre de dominio no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio, la mayoría de los criterios emitidos por el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, coinciden en que en virtud de que el promovente de la controversia en materia de nombres de dominio es el que niega que el titular del nombre de dominio tenga derecho legítimos sobre el mismo, y al ser hechos negativos el demandado es el que esta en mejor situación de producir prueba, por lo que en principio si el titular del nombre de dominio no contesta la demanda este extremo queda acreditado

Aunque no por ello se debe de considerar que el demandante pueda probar plenamente que el titular del nombre de dominio no tenga intereses legítimos sobre el nombre de dominio pues puede suceder que el titular del nombre de dominio tenga un registro marcario sobre el nombre de dominio y entonces con esto acreditar su interés legítimo, como sucedió en el caso No. DMX2001-0005 *Scholastic Inc. V. Alejandro Hurtado Gómez*, en la que no prosperó la solicitud del promovente en virtud de que el titular del nombre de dominio contaba con un registro marcario que amparaba la marca²⁹.

De estos 3 requisitos, el que llama más la atención es precisamente el que se refiere a que el nombre de dominio ha sido registrado y está siendo utilizado de mala fe, ya que la buena o mala fe del registrante o titular de un nombre de dominio es trascendental al momento de decidir un conflicto entre un nombre de dominio y una marca. Entendiendo por “buena fe” al “...convencimiento de quien realiza un acto o hecho jurídico, de que éste es verdadero, lícito y justo...”³⁰ Por su parte la “mala fe” se define como “...la posición atribuible a quien realiza un acto

²⁸ Idem.

²⁹ Idem.

³⁰ Cfr. Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 103, p. 199

sabiendo que es delictuoso o cuasidelictuoso o que contiene vicios en su título...”³¹

Ambos conceptos son relevantes, pues depende de que acredite el demandante que hubo mala fe en el registro y utilización del nombre de dominio para que tenga éxito su solicitud, y por el contrario para el titular del nombre de dominio el probar su buena fe.

Independientemente de la definición proporcionada, la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, señala en su artículo 1 inciso b, que la mala fe se prueba cuando hayan:

- Circunstancias que indiquen que se ha registrado o adquirido el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de vender, alquilar o ceder de otra manera el registro del nombre de dominio al promovente que es el titular de la marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos a un competidor del promovente, por un valor cierto que supera los costos diversos documentados que están relacionados directamente con el nombre de dominio; o
- Se ha registrado el nombre de dominio a fin de impedir que el titular de la marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos refleje su denominación en un nombre de dominio correspondiente, siempre y cuando el titular haya desarrollado una conducta de esa índole; o
- Se ha registrado el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de perturbar la actividad comercial de un competidor; o
- Se ha utilizado el nombre de dominio de manera intencionada con el fin de atraer, con ánimo de lucro, usuarios de Internet a un sitio *web* o a cualquier otro sitio en línea, creando la posibilidad de que exista confusión con la denominación del promovente en cuanto a la fuente, patrocinio, afiliación o

³¹ Idem.

promoción del sitio Web o del sitio en línea o de un producto o servicio o bien jurídicamente tutelado por alguna reserva de derechos que figure en el sitio *web* o en el sitio en línea.

A su vez el inciso c, señala que los derechos legítimos se demuestran cuando:

- antes de haber recibido cualquier aviso de la controversia, se ha utilizado el nombre de dominio, o se han efectuado preparativos demostrables para su utilización, o un nombre correspondiente al nombre de dominio en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios o bien jurídicamente tutelado por alguna reserva de derechos.
- el titular (en calidad de particular, empresa u otra organización) ha sido conocido comúnmente por el nombre de dominio, aun cuando no haya adquirido derechos de marcas de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos; o
- se hace un uso legítimo y leal o no comercial del nombre de dominio, sin intención de desviar a los consumidores de manera equívoca o de empañar el buen nombre de la marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos en cuestión con ánimo de lucro.

Cabe señalar, que entre los criterios que han generado las diversas resoluciones para probar el registro de mala fe el hecho de ofrecerlo en venta al demandante, criterio que surge del caso OMPID99-0001 *World Wrestling Federation v. Bosman*³², también se considera como registro de mala fe la falta de uso del sitio *web* que albergue el nombre de dominio, al ser la inactividad una acción positiva de mala fe, criterio que fue desarrollado en el caso OMPI D2000-0003 *Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows*³³.

También se ha establecido como criterio de que existe mala fe tanto en el registro como en el uso del nombre de dominio, cuando quien registra el nombre de

³² Disponible en Internet en <http://www.OMPI.org>

³³ Idem.

dominio es un competidor del demandante, criterio que fue desarrollado en el caso D2002-0638 *Telstra Corporation Limited v. Meter Yellowees* y también en el caso D2000-1074 *Sony Kabushiki Koisha v. Sony.net*, en los que se considera que existe un acto de perturbación al bloquear el acceso al nombre de dominio.

Los tres requisitos mencionados deben de ser probados en su integridad, en caso de que alguno no se lograra probar, no importando que dos se prueben, ha sido la tendencia en las diversas soluciones de controversias

a) La protección del nombre de dominio.

Ya se ha hecho mención a algunas diferencias que existen entre el nombre de dominio y la marca, así como también a la protección que brinda la Ley de la Propiedad Industrial a la marca registrada, sin olvidar el reconocimiento que ahora se le brinda a la marca notoria y a la marca famosa.

Asimismo, el nombre de dominio bajo el ccTLD “.mx”, si bien no goza de una protección legal o se establecen las reglas acerca de éste a través de alguna ley u ordenamiento expedido por alguna entidad del Estado Mexicano; hay que reconocer que las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, expedidas por NIC-México, han resultado optimas para la administración de los nombres de dominio bajo el ccTLD “.mx”.

Hay que tomar en consideración que no todos los ccTLD tienen las mismas normas en cuanto a su administración, por lo que se considera pertinente hacer mención sobre su regulación, tomando como puntos de comparación los casos del ccTLD “.ar”, correspondiente a Argentina, y el ccTLD “.es” correspondiente a España, que son de los principales precursores en cuanto a la regulación del nombre de dominio.

b) El caso del ccTLD “.ar”

Para Argentina el auge de los nombres de dominio, adquirió gran notoriedad, como en la mayoría de los países, se tuvo que enfrentar a los problemas que trajeron consigo casos por ciberocupación del ccTLD “.ar”.

Hay que destacar que para Argentina significó una ventaja el hecho de que los casos por ciberocupación llegaran a los tribunales; lo cual les hizo tomar conciencia de que existía un problema jurídico a resolver; consistente en la adecuación del nombre de dominio con la legislación argentina³⁴.

Se diferenciaron en el sistema argentino 2 facetas de regulación del nombre de dominio, una de ellas la administrativa, limitada a la normativa de registro de nombres de dominio del nivel local “.ar”; y la otra es la “regulación sustantiva” compuesta por todas aquellas normas que inciden en mayor o menor medida en la temática del nombre de dominio(ley de marcas, ley de derecho de autor, ley de defensa del consumidor, Código Civil, tratados internacionales, etc)³⁵.

Respecto de la primera faceta, para la administración del ccTLD “.ar”, IANA designó en 1987(sic)³⁶ a la entonces Dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, conocida como NIC-Argentina. Pero dado que la Secretaria para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación fue designada como responsable del programa Internet para Todos, se decidió transferir a la mencionada Secretaria de Estado este servicio, mediante la resolución 2226/2000.

Cabe destacar que el gobierno de Argentina ha sido un arduo promotor de la difusión de Internet, a través de diversos actos administrativos y que en cuanto a esta faceta ha tenido 3 antecedentes normativos: a) las “reglas de Administración

³⁴ Pablo Vibes, Federico, op. Cit., nota 103, p. 89.

³⁵ Idem.

³⁶ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Resolución 2226/2000 Reglas para la Registración de Nombres de Dominio Internet en la República Argentina, disponible en Internet <http://www.nic.ar>

de nombres de dominio en Internet”(conocidas como “viejas reglas”); b) la Resolución 4536/99 de la Secretaría de Comunicaciones, que instrumentó el procedimiento para Alta, Administración y Baja de dominios en el Registro de Dominio de Nivel Superior Argentina (.ar), aunque esta no entró en vigor; y c) la Resolución 2226/00 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio internacional y Culto, que dispuso unas “nuevas Reglas” para el registro de nombres de dominio del nivel “.ar”³⁷.

Las razones que motivaron estas últimas fueron diversas, entre las que se encontraba la necesidad de dictar una norma formalmente válida, pues se carecía de un marco regulatorio actualizado, aunado a que había un “frente internacional” impulsado por la OMPI, que presionaba en aras de la modernización de los sistemas de administración en los ccTLD y su adecuación con los derechos de propiedad intelectual³⁸.

Entre los aspectos más importantes de la resolución 2226/00 destacan:

i) Competencia material.

En el caso de Argentina esta corresponde a un órgano estatal, pues la IANA siguió la política de delegar la administración del ccTLD al Servicio Exterior, para que luego se decidiera cual sería el órgano que debía de asumir las tareas de administración.

Posteriormente 2 secretarías se disputaron la administración del ccTLD “.ar”: la Secretaria de Comunicaciones y la Secretaría para la Ciencia y la Tecnología y la Innovación; la primera bajo el argumento de que el nombre de dominio es un elemento vital de la comunicación en Internet, pero su objetivo era el delegar la administración del ccTLD “.ar” a una empresa privada; la segunda secretaria al

³⁷ Pablo Vibes, Federico, op. Cit, nota 103, p. 89.

³⁸ Ibidem, p. 95.

tener una intensa actividad en diversos proyectos relacionados con Internet, dependencia que fue la que finalmente se quedó como administradora³⁹.

ii) Duración.

La normativa vigente dispone que la duración de cada registro de nombre de dominio será de un año renovable. En este caso, la vigencia del registro no está condicionado al uso, Pablo Vibes señala que algunos han sugerido la implementación de este requisito, pues impediría casos de saqueadores de dominio, no obstante la falta de uso no acarrea consecuencia alguna⁴⁰.

iii) Política de concesión.

Para conceder el registro de un nombre de dominio bajo el ccTLD “.ar” se siguen los siguientes principios⁴¹.

- *First time, first served*, consistente en que el registrante que primero lo solicita el nombre de dominio, primero lo obtiene.
- *Principio de Identidad*, no se aceptan solicitudes de inscripción de nombres de dominio iguales a otras existentes.
- *Presentación del Número del Documento Nacional de Identidad (C.U.I.T. o C.U.I.L.)*, lo cual significó un avance notable al ser un requisito obligatorio a quien solicite un dominio de tipo “.com.ar”, “.net.ar” y “.org.ar”, pues permite identificar quien realmente es el registrante del nombre de dominio.

Cabe mencionar que existe prohibición de registrar nombres de dominio que puedan confundirse con instituciones o dependencias del Estado y organismos internacionales, salvo que sean registrados por ellos mismos. Es destacable que la confusión en el nombre de dominio, en el caso de la legislación argentina, sólo se da en cuanto a nombres de instituciones gubernamentales o internacionales. A su vez también no se aceptan denominaciones contrarias a la moral y a las

³⁹ Ibidem, p. 99.

⁴⁰ Ibidem, p. 101.

⁴¹ Ibidem, p. 102.

buenas costumbres, ni aquellas que contengan la palabra nación⁴². Asimismo, el número de caracteres que se permiten para registrar un nombre de dominio es de 10.

iv) Resolución de disputas.

Las reglas de la resolución 2226/00, señalan que NIC-Argentina no actuará como mediador, ni como arbitro, ni de ninguna otra manera en conflictos que se susciten entre los titulares de nombres de dominio y terceros. Sin embargo en su artículo 3º de la citada resolución, encomienda a la Dirección de Informática, Comunicaciones y Seguridad, para que con el apoyo de la Dirección General de Asuntos Jurídicos elaborara una propuesta de mecanismo de solución de controversias⁴³, ello con el objetivo de que se tuviera un procedimiento ágil y menos costoso que el judicial⁴⁴, sin embargo a la fecha no hay ninguna reglamentación al respecto, y en la página electrónica de NIC-Argentina se señala que si se considera que tiene alguien derecho a registrar un dominio y el registrante no quiere transferirlo, se “sugiere concurrir ante el Poder Judicial de la Nación a efectos de interponer las acciones que estime pertinentes en resguardo de su derecho”⁴⁵.

v) Arancelamiento.

Actualmente el servicio por registro sobre cualquier clasificación de nombre de dominio bajo el ccTLD “.ar”, es totalmente gratuita.

vi) Responsabilidad de NIC-Argentina.

Antes de la entrada en vigor de la resolución 2226/00, NIC-Argentina recibió en su contra gran cantidad de juicios en su contra; pero con las reglas vigentes se pretende excusar a NIC-Argentina de cualquier responsabilidad. Por lo que ha sido criticada esta resolución por algunos autores, pues su actividad se reduce a un mero agente de inscripción sin autoridad sobre la actividad que se desarrolla en

⁴² Idem.

⁴³ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, *Registración de nombres de dominio en Internet, Resolución 2226/2000*, Argentina, www.nic.ar

⁴⁴ Pablo Vibes, Federico, op. cit, nota 103, p. 104

⁴⁵ NIC-Argentina, Pagina consultada el 4 de julio de 2006, disponible en Internet, <http://www.nic.ar>

los sitios, sin embargo como lo señala Pablo Vibes, es distinta la función de administrar los nombres de dominio y la de un órgano que se encargue de vigilar el respeto de la propiedad intelectual y otros derechos de terceras personas⁴⁶.

Respecto a la faceta sustantiva, Argentina al no tener una reglamentación al respecto a la solución de controversias del ccTLD “.ar”, sus tribunales han tenido que resolver las controversias que se le presenten con respecto al ccTLD “.ar” por lo que han tenido que echar mano de toda la legislación vigente, incluyendo tratados internacionales, especialmente la referente a la Propiedad Intelectual, aunque también han tomado el Código Civil y la Ley de Defensa del Consumidor, lo cual ha permitido a su vez que se haya sentado jurisprudencia al respecto, sin ninguna reforma substancial a las leyes al respecto.

Pablo Vibes señala algunos casos planteados ante los tribunales argentinos, y algunos criterios que han seguido los jueces en la materia, entre los que destacan los casos Heladerías Freddo S.A. vs Spot Network, Camuzzi de Argentina S.A. vs Arrendó Juan Pablo, Pugliese Francisco Nicolás vs Pérez Carlos Enrique, entre otros; es destacable que en estos casos se decidió sobre la suspensión preventiva del registro del nombre de dominio en conflicto, además que para conceder tal petición, se aplicaron las disposiciones contenidas en el Acuerdo sobre Aspectos de la Propiedad Intelectual relacionados al Comercio de 1994, también conocido como TRIs, apoyada dicha decisión en diversos elementos de prueba, además que se aplicaron las normativas vigentes en Argentina, tanto la civil como la relativa a la regulación de marcas.

c) El ccTLD “.es”.

El caso de España resulta particular en cuanto a su administración, pues su sistema adoptó desde 1996 las primeras normas sobre asignación de nombres de dominio, cuando Internet comenzó a utilizarse con fines comerciales.

⁴⁶ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 103, p. 108.

Es notable que han pasado por diversas reglamentaciones en cuanto al sistema de asignación de nombres de dominio bajo el “.es”, cuya gestión actualmente está a cargo de la entidad pública empresarial Red.es, adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

Destaca el hecho de que las reglas de asignación de nombres de dominio se han ido flexibilizando y facilitando los trámites de registro, en la actualidad el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España (“.es”), es la reglamentación en cuanto a asignación de nombres de dominio en España y la cual entró en vigor mediante la orden ITC/1542/2005 de 19 de mayo de 2005, publicado el 31 de mayo de 2005 en el Boletín Oficial del Estado, y que tiene por objeto el desarrollo de los criterios de asignación establecido en la disposición adicional sexta de la Ley 34/2002, de 11 de julio de 2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Entre los aspectos más importantes de esta Orden destacan:

i) Competencia material.

La entidad pública empresarial Red.es, que está adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España, es quien desempeña la función de autoridad de asignación de nombres de dominio bajo el “.es”, de acuerdo a lo dispuesto en las disposiciones de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

Cabe señalar que la citada reglamentación señala que los principios bajo los cuales se hará la gestión del registro son: calidad, eficacia, fiabilidad y accesibilidad⁴⁷.

⁴⁷ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, *Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet bajo el Código de país correspondiente a España (“.es”)*, España, Boletín Oficial del Estado, 31 de mayo de 2005, p. 1872, disponible en Internet, <http://red.es>

ii) Duración.

No se fija en el citado Plan Nacional la vigencia del registro, pero se desprende de la regulación de la tasa por asignación del recurso limitado de nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (.es) que la duración es de un año con posibilidad de renovación anual⁴⁸.

iii) Política de concesión.

Bajo el ccTLD “.es” se siguen los siguientes criterios para la asignación de nombres de dominio⁴⁹:

- *Criterio de prioridad temporal en la solicitud*, consistente en que el registro se le asigna a quien primero lo solicite.
- *No son objeto de solicitud los nombres de dominio que ya fueron asignados.*
- *Legitimación para la asignación de nombres de dominio*, para poder registrar un nombre de dominio debe de acreditarse que se tiene intereses o se mantienen vínculos con España.
- El Plan Nacional de referencia señala que se mantendrá una lista de dominios no registrables, los cuales básicamente son aquellos que no vayan en contra del orden público, de la moral y de las buenas costumbres o aquellos que sean exclusivos de las dependencias públicas u organismos internacionales.

A su vez, se establecen normas de sintaxis que deben de cumplir los nombres de dominio, las cuales son: que los caracteres son los que tenga la lengua inglesa, la longitud mínima no debe de ser menor a 3 caracteres en los nombres de dominio de segundo nivel y en los de tercer nivel no debe ser menor a 2 caracteres; la

⁴⁸ Orden PRE/1641/2005, de 31 de mayo, por la que se modifica la Orden PRE/2440/2003, de 29 de agosto, por la que se desarrolla la regulación de la tasa por asignación del recurso limitado de nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (.es), disponible en Internet en <http://www.red.es>

⁴⁹ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, op. cit., nota 144, p. 1872.

longitud máxima no mayor a 63 caracteres y los 4 primeros caracteres del nombre de dominio no podrán ser “xn-”.

iv) Resolución de disputas.

En el caso de España, el citado Plan Nacional señala en un apartado adicional que como complemento del mismo, la autoridad administradora, establecerá un sistema de resolución extrajudicial de conflictos sobre la utilización de nombres de dominio en relación con los derechos de propiedad industrial o con las denominaciones oficiales.

Este sistema de resolución de controversias es regulado por el Reglamento del Procedimiento de resolución Extrajudicial de Conflictos para Nombres de Dominio bajo el Código de País Correspondiente a España “.es”, misma que fue dictada por el Director General de la entidad pública empresarial “Red.es”, y que entró en vigor el 8 de noviembre de 2005.

De este reglamento destaca que pueden reclamarse: 1) derechos de entidades validamente registradas en España denominaciones o indicaciones de origen, nombres comerciales, marcas registradas u otros derechos de propiedad industrial protegidas en España, 2) nombres civiles o seudónimos notorios, que identifiquen profesionalmente, entre otros, a creadores intelectuales, políticos y figuras del espectáculo o del deporte; y 3) denominaciones oficiales o generalmente reconocibles de Administraciones Públicas y organismos públicos españoles. Otra observación al respecto de este reglamento es que es una variación de la Política Uniforme de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio, aprobada por la ICANN, pues sigue los principio de ésta y es mas clara en cuanto al procedimiento.

Cabe señalar que en el reglamento en mención, se prevé que la sustanciación del procedimiento regulado por éste, no impide a las partes acudir en cualquier momento del procedimiento a acudir a la jurisdicción competente, en relación con la controversia que se este resolviendo, en este caso el experto estará facultado

para decidir si suspende o termina el procedimiento sin emitir resolución o continúa el mismo hasta emitir su resolución.

A su vez señala el Reglamento en cita que en todo caso se estará a lo que establezca la resolución del órgano jurisdiccional que haya conocido de la controversia objeto del procedimiento de resolución extrajudicial regulado en el Reglamento.

v) Arancelamiento.

El servicio del registro sobre el nombre de dominio tiene una tasa previamente establecida, la cual varía según el nivel del nombre de dominio, y la cual actualmente oscila entre 1 a 30 euros anual.

vi) Responsabilidad de Red.es.

Al igual que con NIC-México y NIC-Argentina, la responsabilidad de Red.es con respecto al uso de un nombre de dominio y el respeto a los derechos de propiedad industrial corresponde al titular del nombre de dominio.

Siendo estos los aspectos más importantes de los nombres de dominio en dos ccTLD cuya administración está a cargo de entidades públicas, diferente a la administración de la asignación de nombres de dominio por entes privados, como es el caso de NIC-México.

7.- LA MARCA REGISTRADA EN MÉXICO Y SU RETO FRENTE AL NOMBRE DE DOMINIO.

Ya se ha descrito que la marca y el nombre de dominio son diferentes entre sí, pero ello no ha sido obstáculo para que el nombre de dominio afecte la esfera de los derechos sobre la marca, y por que no decirlo, la marca también ha afectado la esfera del nombre de dominio.

Cabe señalar que la administración que NIC-México ha hecho de los nombres de dominio bajo el ccTLD “.mx” hasta el momento puede calificarse desde un punto de vista particular como buena, aunque en cada clasificación bajo el “.mx” son

distintos los requisitos que se piden para cada uno, siendo el más sencillo de obtener el “.com.mx”, cuya importancia para esta investigación es que el mismo se usa por lo general para fines comerciales y, en especial, se usan como nombre de dominio las marcas.

El principal objetivo de esta investigación, es comprobar si realmente significa un reto para la actual protección de la marca en el sistema jurídico mexicano el nombre de dominio.

Como se analizó en el primer capítulo el nombre de dominio es sólo una parte de esa compleja red de computadoras llamada Internet, en donde el nombre de dominio ha sido aceptado por la mayoría de los sistemas como un simple identificador de páginas *web*, y tal como se ha mencionado también, la clasificación del ccTLD “.mx” que mayor registros tiene son los “.com.mx”, y también es el que menos requisitos exige para su registro.

La marca como parte de los signos distintivos es protegida por distintos ordenamientos vigentes en México, principalmente por la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento, aunque no significa ello que se deje aislada la misma de los demás ordenamientos jurídicos.

Asimismo, se han establecido las diferencias que existen entre la marca y el nombre de dominio, pues mientras la principal función de la marca es distinguir productos y servicios de otros de su misma especie; para el nombre de dominio, su función principal es la de encontrar páginas *web*, aunque no debemos dejar de lado que, de acuerdo a las problemáticas surgidas entre el nombre de dominio y la marca, también se ha considerado una función distintiva del nombre de dominio, no obstante dicha función se considera secundaria, pues esta capacidad distintiva depende enormemente del contenido de la página *web* que albergue.

La protección jurídica vigente que tiene la marca como se ha mencionado cumple con una doble función, la primera consistente en proteger al titular de la marca y la segunda la de proteger al consumidor, lo cual se logra con los diferentes

mecanismos que los distintos ordenamientos jurídicos que se han mencionado, funciones que son aceptadas por nuestro sistema jurídico vigente. Pero con el surgimiento del Internet parecería que las funciones que cumple dicha protección han sido rebasadas, no obstante la actual Ley de la Propiedad Industrial no habla expresamente de una protección en Internet, no debe dejarse de lado que no es un ordenamiento jurídico aislado, sino que es una norma de carácter general, la cual cumple con los parámetros aceptados por la comunidad internacional en cuanto a la protección a los derechos de propiedad industrial, además que existen diversos ordenamientos que regulan a la marca, y que fueron citados con anterioridad.

Ahora bien, la marca por si misma cumple con las distintas funciones que ya han sido señaladas con anterioridad, y las cuales vale la pena confrontar en este apartado con el nombre de dominio. No obstante la marca cumple con sus funciones, aunque esta no tenga un nombre de dominio que ubique un sitio *web* en la Internet, el valor de la misma puede aumentar en cierto grado al tener un sitio en el Internet y ya se ha mencionado la importancia que tiene el que dicho sitio sea ubicado a través del nombre de dominio que comparta el mismo grupo de palabras.

En cuanto a la función de indicación de origen que tiene la marca, como se ha mencionado, la misma es considerada como una función secundaria, basados en el hecho de que el consumidor suele ignorar quien es el fabricante, pero en caso de que una marca tenga dedicado un sitio *web*, el titular de la marca puede detallar en el mismo quién es el fabricante y, en consecuencia, el consumidor conocería e identificaría los productos o servicios que ese fabricante produzca u ofrezca con mayor facilidad, lo cual desde un punto de vista particular brinda beneficios al titular de la marca.

En cuanto a la función de publicidad también resultan importante, pues el titular de la marca tiene mayor oportunidad y, en cierta manera, a un menor costo otro tipo de publicidad ya que la misma es susceptible de actualizarse con facilidad de

manera continua, pues cuando un consumidor visite la página dedicada al producto o servicio que este amparado por una marca determinada, este tendrá la oportunidad de conocer a mayor detalle las características de los productos o servicios e, incluso, a través de los denominados *links* puede hacer la propaganda adecuada a su marca.

La presente investigación esta dedicada al nombre de dominio bajo el ccTLD en su clasificación “.com.mx”, exclusivamente, y este involucra principalmente a las nominativas y en algunos casos a las mixtas, pues va a ser usual ubicar una página *web* con el nombre de las marcas, ya que las figuras hasta el momento son imposibles de registrar como nombres de dominio, salvo determinados símbolos.

En el caso de las marcas notorias y no notorias, como se ha observado en el capítulo segundo de esta investigación, cada una en sus respectivos ámbitos son importantes para que se le conceda el registro ante la autoridad correspondiente, que en el caso de México es el IMPI, pues se debe de hacer el análisis correspondiente por dicha autoridad para determinar si es una marca que tiene características de notoriamente conocidas o no, pues en caso de ser una marca conocida y que alguien que no tiene derechos sobre la misma se debe de rehusar o en su caso invalidar el registro que se haya dado a la misma, esto para evitar que el consumidor pueda ser inducido al error respecto del origen o calidad de los productos que se llegasen a amparar con esa marca similar. En el caso del registro del nombre de dominio, al regirse por el principio de temporalidad en la solicitud, no es importante que sea una marca conocida o no conocida, pues se le concede el registro a quien primero lo solicita; sin embargo en diversas controversias derivadas del nombre de dominio, la notoriedad de la marca ha sido tomada en consideración en distintos casos en materia de nombres de dominio resueltos por el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI.

A su vez en cuanto a la adquisición del derecho de marca nuestro sistema jurídico ha sido definido por nuestros tribunales como mixto⁵⁰, pues no obstante que su registro ante el IMPI otorga exclusividad en cuanto a su uso, lo cierto es que su uso antes del registro también produce efectos jurídicos. En este caso para el registro del nombre de dominio no resulta importante estos hechos para su registro, solo se ha sido tomado en consideración cuando se han resuelto conflictos en materia de nombres de dominio por el Centro de Mediación y Arbitraje de la OMPI.

En cuanto al registro de una marca como se ha señalado los límites se establecen en la Ley de la Propiedad Industrial y los productos o servicios bajo los cuales se puede registrar se encuentran delimitados por la clasificación internacional de productos y servicios que establece el Arreglo de Niza, a la vez que la Ley de la Propiedad Industrial que señala aquellos supuestos que no pueden ser registrados como marca, mientras que para el registro del nombre de dominio estos límites no tienen importancia, en virtud de que los requisitos en el caso de la clasificación “.com.mx” son mínimos y las únicas limitaciones que tiene son principalmente técnicas, pues acepta casi cualquier carácter para formar el nombre de dominio, y de acuerdo a las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”, los titulares son responsables por cualquier violación a la legislación aplicable, por lo que cuando surgen conflictos, se resuelven de acuerdo a la regulación aplicable y a la interpretación a las normas.

En cuanto al registro de la marca en el caso de México este se realiza ante el IMPI, que es un organismo descentralizado y por lo general el trámite con base a la Ley de la Propiedad Intelectual requiere pasar por diversas etapas; mientras el registro de un nombre de dominio bajo el ccTLD “.mx” se hace por NIC México que es una entidad de carácter privado y que se maneja bajo sus propias políticas, lo cuales es importante reafirmar se ajustan a los estándares internacionales aplicables a los nombres de dominio, y el trámite de registro es breve, si el

⁵⁰ Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, “MARCA NOTORIA. NOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA. NO SE REQUIERE QUE SE ENCUENTRA REGISTRADA EN EL PAÍS”, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Tomo 193-198, sexta parte, 1985, p. 109.

registrante cumple con los requerimientos técnicos y en algunas clasificaciones enviando los documentos necesarios, pero en el caso de la clasificación “.com.mx” el trámite prácticamente se realiza por Internet.

Asimismo, en cuanto a la vigencia del registro de la marca por disposición legal, es de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de solicitud, con la posibilidad de renovación del registro por períodos de la misma duración, siendo responsabilidad del titular hacer los trámites correspondientes y cumplir con las condiciones que la Ley de la Propiedad Industrial establece, como que la marca sea usada dentro de término legal; mientras que la vigencia del nombre de dominio puede variar dependiendo de la solicitud que realice el titular del mismo y del pago correspondiente, y es destacable que para su renovación no es necesario su uso, siendo en este caso importante señalar que en algunos sistemas de administración de nombres de dominio se ha establecido como requisito necesario para que se conserve el registro y/o se renueve el mismo, el uso continuo del mismo, como es el caso de Chile y Brasil⁵¹.

Cabe señalar que dentro de los derechos que el titular de la marca, ninguno le otorga expresamente el registro de la misma como nombre de dominio, sin que ello no implique que el titular de la marca pueda reclamar posteriormente los derechos sobre un nombre de dominio, con el que sea idéntico a su marca o en su caso tenga similitud en grado de confusión, pues en varios casos ha sido determinante el registro como marca, para acreditar los extremos que establecen las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx”.

Se han enumerado diferentes derechos y obligaciones del titular de una marca registrada, pero respecto a esos derechos que enumera la Ley de la Propiedad Industrial, no obstante que expresamente no le concede ningún derecho a registrar su marca como nombre de dominio, no por ello se debe considerar que no pueda reclamar frente a un tercero sin derechos que haya registrado como nombre de dominio su marca. Pues el titular tiene derecho a hacer la solicitud de

⁵¹ Pablo Vibes, Federico, op. cit., nota 103, p. 88.

solución de controversias en materia de nombres de dominio con base en las Políticas Generales de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”; el cual es un procedimiento que ofrece ventajas al titular de la marca, en virtud de que es un procedimiento breve, sencillo y de bajo costo.

No obstante lo anterior hay que tomar en consideración que los efectos de la resolución que se dicte con base a este procedimiento se reducen a la cancelación del nombre de dominio y a la transferencia del mismo al demandante, por lo que en un momento determinado, tomando en consideración cada caso concreto valdría la pena ejercitar las acciones pertinentes ante las autoridades competentes para reclamar los daños que se puedan causar a los titulares de las marcas con el registro de su marcas como nombre de dominio.

Respecto a la conclusión del registro de la marca, está el procedimiento de la caducidad a consecuencia de que no se haya usado una marca sin causa justificada por 3 años consecutivos; cabe hacer mención que en algunos sistemas jurídicos el uso de una marca como nombre de dominio de manera ininterrumpida ha sido tomada en consideración para que no se declare la caducidad de una marca, cuando en el sitio *web* se ofrecen los productos o servicios de la marca protegida⁵².

Respecto a los límites de derecho marcario derivados en primer lugar del principio de especialidad, el cual consiste en que la protección de la marca sólo protege a los productos o servicios sobre los que fue registrado, cabe mencionar que existen marcas idénticas pero que amparan productos o servicios distintos entre sí, ahora bien, en caso de que los titulares de dichas marcas deseen obtener el registro de estas como nombre de dominio, y a consecuencia del principio que sigue el ccTLD “.mx”, solo uno va a obtener el registro, principalmente por cuestiones técnicas ya que no pueden coexistir dos nombres de dominio iguales bajo el mismo ccTLD.

⁵² Pablo Vibes, Federico, Op. Cit., nota 103, p. 89.

En cuanto al principio de territorialidad, la protección de la marca registrada en términos de la Ley de la Propiedad Industrial está limitada sólo dentro del territorio mexicano, pero una marca que se coloca en Internet como nombre de dominio, dada la característica del Internet, esa territorialidad se pierde, puesto que se puede acceder con el nombre de dominio desde cualquier parte del mundo.

Ahora bien, a pesar de que los derechos de propiedad intelectual se han visto afectados por el registro de nombres de dominio hechos por terceros sin derechos sobre algún signo distintivo u otro derecho de propiedad intelectual; hay que tomar en cuenta que estos conflictos no sólo afectan a los titulares de esta clase de derechos, sino que pueden afectar otros derechos, tales como el nombre civil, la denominación social de una sociedad mercantil o civil, entre otros.

Como se ha visto, cuando se le dio el primer impulso comercial a Internet, dado que eran pocos los que podían tener acceso a este no eran importantes las reglas al respecto; pero dada la tendencia que se ha seguido con Internet de que se flexibilice el acceso a las personas, y de que se cumpla con el objetivo de tener un Internet sin fronteras, comenzaron a surgir diversos problemas, que afectaron la esfera jurídica de los titulares de diversos derechos. No obstante que es un espacio virtual, ello no ha impedido para que algunas personas se aprovechen y cometan conductas en las que se afecte el prestigio de una marca, lo cual tiene como consecuencia perjuicios a los titulares de derechos marcarios.

La importancia que se le da al nombre de dominio con relación a la marca se deriva de la relevancia económica que tiene ésta para su titular, y al ser en cierta medida importante el registro de la misma como nombre de dominio, se ha buscado por la ICANN atender a la protección a la misma, no obstante, como se ha mencionado dicha protección también queda sujeta a las opiniones que de la administración de los Estados Unidos, en virtud de que ellos fueron los que crearon el Internet y autorizaron su apertura al resto del mundo.

Ahora bien, hay que destacar que los esfuerzos que Argentina y España han hecho para regular los nombres de dominio han ido por distintos caminos, en el

caso de Argentina al no tener, por lo menos hasta el momento una solución de controversias alternativa, sus tribunales han realizado la interpretación respectiva de sus leyes y respecto de los derechos de las personas cuyos derechos consideran violados, lo cual ha dado lugar a que se hagan diversos estudios y vean con mayor claridad la problemática de los nombres de dominio con relación a la marca. Mientras por otro lado, es diferente el caso de España, en donde se han pasado por distintas regulaciones, las cuales en un principio, cabe señalar, eran muy restringidas en cuanto a la concesión del registro del nombre de dominio, pero las mismas se han ido flexibilizando, pues antes se tenían mas restricciones para conceder el registro, con lo que se habían reducido los casos de conflictos derivados de nombres de dominio, pues sólo habían llegado hasta el 2004, 4⁵³ casos ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI, pero a partir de las nuevas reglas las cuales se flexibilizaron enormemente en comparación con la anterior, en donde colaboraban incluso otros organismos públicos españoles para verificar la coincidencia con derechos de propiedad industrial o de la personalidad, los conflictos derivados de este hasta el momento son 11. Por lo que se puede afirmar que entre menos flexibles las normas sobre el registro de nombres de dominio, menor es la posibilidad de conflictos y viceversa.

Finalmente cabe hacer mención que el estudio de los nombres de dominio que se ha analizado en la presente investigación, solo se refiere a los nombres de dominio de tercer nivel, pues son los únicos que se necesitan registrar de acuerdo a la administración del ccTLD “.mx”, ya que los de segundo nivel desde el año 1997 no se registran, y cabe mencionar que en el 2005 diversos prestadores de servicios financieros como lo son BVVA-BANCOMER y VISA, han tenido problemas con diversos dominios bajo el ccTLD “.mx”, pues han resultado páginas apócrifas en donde solicitan información confidencial de los usuarios de dichas instituciones (técnica conocida como “phishing”), inducidos al error los usuarios en estos casos en principio al tener los nombres de dominio como ubicación de las páginas *web* las marcas de dichas instituciones, complementándose con el

⁵³ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, información disponible en www.OMPI.org

contenido de la página que ubicaba el nombre de dominio; lo cual ha provocado diversos pronunciamientos por parte de la CONDUSEF y otras instituciones involucradas para que se regulen entre otros aspectos el nombre de dominio, pues consideran que así se evitarían ilícitos financieros⁵⁴.

Aunado a lo anterior, hay que mencionar que existen casos en los que en niveles superiores de dominio se ponen marcas y se cometen conductas en contra de sus titulares como ha sido el caso de BANAMEX, en donde por medio de un correo apócrifo se le informó falsamente a algunos de sus clientes, que se detectaron en un esquema de mantenimiento y verificación errores de información de las cuentas y los redirigía mediante un link a la dirección electrónica <https://bobeda.banamex.com.mx/serban>, y al abrir la página citada los usuarios se encontraban frente a una página *web* que lucía como un espacio original del banco de referencia, e incluso tenía un link que dirigía a los usuarios a la página original de BANAMEX; en este caso se puede afirmar que en principio al tener el nombre de dominio el nombre de la institución bancaria inducía al error al usuario, y se completó el mismo al encontrar en el contenido de la página *web* contenido similar al de la institución bancaria. Incluso en ese momento la Asociación de Banqueros de México (ABM) declaró que la sofisticación de los defraudadores en Internet obligaban a dicho sector a realizar fuertes inversiones para proteger sus sistemas informáticos y a los clientes “en línea” que quedan expuestos a los atracos⁵⁵.

Adicionalmente cabe señalar que en cuanto a la sofisticación respecto a las tecnologías que existe una técnica conocida como “*DNS spoofing*”, la cual consiste en suplantar la identidad de un nombre de dominio, lo cual se logra por alguna vulnerabilidad del servidor, además con esta técnica se puede cambiar el

⁵⁴ Cfr. Román Pineda, Romina, *Intermediarios Condusef pide regular dominios de internet(sic)*, 17 de abril de 2006, disponible en Internet, <http://www.eluniversal.com.mx>

⁵⁵ Huerta, Eduardo, *Atacan hackers a clientes de Banamex Citigroup*, Milenio Diario, México, 10 de enero de 2006, p. 28.

nombre de dominio incluso cada 3 segundos, aprovechándose alguno de esta vulnerabilidad para poder cometer ilícitos en nombre de titulares de marcas⁵⁶.

De todo lo anterior hay que señalar que el sistema jurídico mexicano vigente brinda una protección a la marca la que se puede afirmar es adecuada, para que en caso de que el titular de la marca desee reclamar los derechos en los cuales consideren que haya sido afectado, pues no se debe de olvidar que una de las características de la norma es que esta es general, y esta característica es la que ayuda a los titulares de los distintos derechos a ejercitar las acciones tendientes a defender sus derechos, pues en caso de haber sido afectado no se encuentra en estado de indefensión, ya que tiene a su alcance los medios legales para ejercitar las acciones ante las autoridades competentes y que considere oportunos.

Aunado al hecho innegable que nuestros tribunales han establecido, a través de la interpretación de los distintos ordenamientos legales reglas en cuanto a diversos supuestos, como es el caso de la confusión de la marca, la cual se cita como ejemplo pues nuestros tribunales han señalado en algunas resoluciones reglas para determinar las semejanzas en grado de confusión cuando los productos o servicios son de la misma clasificación o especie, e incluso cuando son distintos, reglas que en un momento determinado serían aplicables cuando se planteara un conflicto en materia de nombres de dominio con relación a la marca.

Asimismo, a pesar de que podría considerarse que en el ordenamiento jurídico nacional, no se tiene prevista una situación para en su caso solicitar a suspensión del nombre de dominio como medida preventiva, aquí podemos tomar como ejemplo el caso de los tribunales argentinos, los cuales fundamentaron en su oportunidad la suspensión del nombre de dominio con base en el artículo 50 del Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, en donde se faculta a las autoridades judiciales para ordenar la adopción de medidas provisionales rápidas y eficaces destinadas

⁵⁶ Graham, James, *Congreso Internacional: Información, tecnología y derecho: nuevos retos para Latinoamérica*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, octubre de 2004.

a evitar que se produzca la infracción de cualquier derecho de propiedad intelectual y preservar las pruebas pertinentes relacionadas con la presunta infracción. Ordenamiento que es aplicable en nuestro sistema jurídico al estar vigente en estos momentos.

De lo anterior se desprende, que el principal problema al que se enfrenta actualmente el titular de una marca, es que al ser sencillo realizar un registro de un nombre de dominio bajo la clasificación “.com.mx”, cualquier persona se puede adelantar en el registro, además que en caso de hacerlo maliciosamente el registro resulta común que se den datos falsos o incorrectos al no poder comprobar los datos de las personas que registran el Nombre de Dominio, cuyo problema es al que se enfrentan principalmente los titulares de cualquier derecho de propiedad intelectual.

Finalmente se puede afirmar que el sistema jurídico mexicano, no obstante que no ha tenido una actividad grande en cuanto a estos temas, dadas sus características, ordenamientos e instrumentos vigentes puede hacer frente de manera eficaz a esta clase de conflictos, lo importante es que se tenga la visión suficiente para poder aplicar las normas a los casos concretos, además que se cuenten con las herramientas tanto técnicas como legales para poder tener éxito en cualquier situación que surja con relación al nombre de dominio y la marca.

8.- PROPUESTA.

Independientemente de que NIC-México haya tenido un momento importante en cuanto al registro de los nombres de dominio, lo cierto es que actualmente esta enfrentándose a ciertos problemas y siendo objeto de duras críticas por parte de ciertos sectores que se han visto afectados por el registro de nombres de dominio, aunque no es un caso aislado, pues esta clase de problemas los tienen actualmente varios registradores de nombres de dominio, principalmente por problemas de situaciones novedosas en cierta forma a la que se ha llamado “phishing”, en las que los usuarios de Internet son inducidos al error al entrar en páginas que en principio tienen nombres de dominio similares o incluso idénticos a

marcas que brindan determinados productos o servicios y proporcionan información considerada como privada solicitada supuestamente por el titular original.

Ahora bien, la solución que se propone, por lo menos para reducir esta clase de situaciones pues como ya se mencionó existen incluso mecanismos sofisticados para suplir un nombre de dominio y los cuales van creciendo, es que NIC-México imponga reglas más estrictas en cuanto a la identificación de los titulares del nombre de dominio al momento de conceder el registro del mismo, aunque aquí también se requiere de la participación de los diversos actores involucrados modificaciones a las Políticas Generales de Nombres de Dominio para “.mx” y sugerir a NIC-México. Las cuales solo deberían de modificarse, en cuanto a la verificación de los datos proporcionados por los registrantes de los nombres de dominio, pues con las actuales políticas resulta fácil que se den datos falsos (incluso se debería de seguir el modelo argentino en donde se solicita para la autenticación de datos la Clave de identificación nacional, que en nuestro caso sería la CURP y en el caso de las personas morales se puede solicitar su registro fiscal), lo cual en un momento determinado le ayudaría a identificar al sujeto que registra el Nombre de Dominio de manera más fácil, pues no obstante que puede localizarse el equipo de donde proviene la página *web*, también existen técnicas por las cuales se puede falsificar la dirección IP, por lo que también se sugiere que en nuestro país, además de promover estudios relacionados con diversos aspectos del internet, como es el caso del nombre de dominio, los cuales en un momento determinados ayudarían a que la comunidad jurídica mexicana participe de manera mas activa con propuestas, también es importante invertir en el aspecto de la seguridad en Internet, para desarrollar mecanismos, aparte de los legales, también técnicos que ayuden a convivir de manera mas sana en la denominada red de redes.

Por otra parte, también se propone que se regule de manera más eficaz y clara la vigencia del registro del Nombre de Dominio, pues resulta ambigua la vigencia de la misma, además de que en algunos casos lo único que hacen los titulares del

nombre de dominio es colocar en el sitio *web* una leyenda de “sitio en construcción”.

Asimismo, y de gran importancia resulta hacer una modificación a las políticas en cuanto a la obligatoriedad de hacer uso del nombre de dominio, pues esto facilitaría para los interesados en determinado nombre de dominio para registrarlo.

En un momento determinado como una propuesta adicional para la resolución de controversias en materia de nombres de dominio, independientemente de que el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI ha resuelto con éxito muchas controversias en Materia de Nombres de dominio, valdría la pena para facilitar mucho más la solución de controversias, que se nombraran más proveedores de servicios en términos de las Políticas de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, a través de un órgano o centro especializado en arbitraje, además que beneficiaría a resolver de manera eficaz esta clase de asuntos, también se promovería el estudio de esta clase de problemas, y en su caso demás problemas relacionados con el Internet y se podría comenzar a motivar a los estudiosos del derecho a usar este medio de solución de controversias.

Otra propuesta que se hace es que se cree una nueva subclasificación y a la cual tengan derecho a registrar nombres de dominio los titulares de marcas registradas, la cual sería “.mr.mx”, con lo cual se identificarían las marcas registradas y que tengan un nombre de dominio, además que para se exigiría al momento de registrar cualquier nombre de dominio bajo esta clasificación el registro de la marca o por lo menos el número del registro de la marca y en un momento determinado la verificación de los datos proporcionados por el solicitante. Esta propuesta se hace con cierta reserva, en virtud del auge que tiene actualmente la clasificación “.com”, bajo cualquier ccTLD o TLD, pues esta claramente identificada que esta es para fines comerciales, pero en un momento determinado ayudaría a los usuarios que la página que alberga el nombre de

dominio es legítima, aunque todo depende también de la educación que reciban los usuarios en cuanto al uso de Internet.

Finalmente cabe mencionar, que desde un punto de vista particular, se considera inconveniente tratar de que el Estado se haga cargo, a través de alguna institución de carácter público de la administración del ccTLD “.mx”, pues a pesar de que las intenciones de regular el nombre de dominio son buenas y que surgirían reglas con mayor fuerza obligatoria, también resulta cierto que dichas reglas se deben de ajustarse a las reglas de la ICANN, y como una opinión personal se considera más sencillo que NIC-México realice las modificaciones adecuadas y de manera más rápida, que los tiempos en que el Estado a través de los organismos correspondientes realice los proyectos correspondientes, lo que se debería de promover es una participación más activa por los sectores interesados y que estos hagan la propuesta que consideren adecuada y oportuna.

CONCLUSIONES DEL CAPITULO

1.- El actual sistema que se sigue por las Políticas Generales de Nombres de Dominio para el ccTLD “.mx” busca ser eficiente en cuanto al registro del nombre de dominio en sus distintos niveles, aunque pueden surgir conflictos, las citadas políticas prevén un medio alternativo de solución de controversias, en cuanto a los derechos de propiedad intelectual o cualquier otro derecho que pudiera verse afectado.

2.- El nombre de dominio significa para los titulares de las marcas ciertas ventajas, aunque dada las características que tiene el registro del nombre de dominio, de que a quien primero lo solicite es a quien se le otorgan aunado a la gran cantidad de combinaciones que existen para crear un nombre de dominio y la facilidad de registro bajo la clasificación “.com.mx” pueden surgir conflictos a los cuales a través de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx” y su reglamento, aplicados por el Centro de Mediación y Arbitraje de la OMPI se ha dado solución a numerosos conflictos.

3.- Es destacable la ventaja que significa el procedimiento que señala la política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”, y su reglamento puesto que pone en práctica el arbitraje como medio de solución de controversias, dado que es breve, sencillo y en cierta manera de bajo costo, aunque solo se limita la resolución a la cancelación o transmisión del nombre de dominio.

4.- No obstante de que se prevén medios de solución de controversias por los distintos ccTLD dada la tendencia para flexibilizar los requisitos para el registro de los nombres de dominio estos siguen surgiendo, y resultan afectados los titulares de los derechos no sólo sobre la marca, sino sobre otros derechos.

5.- A pesar de existir diferencias esenciales entre el nombre de dominio y la marca ambos pueden relacionarse y la marca obtiene ciertas ventajas.

CONCLUSIONES GENERALES.

1.- No obstante que la administración del ccTLD “.mx” ha sido encomendada a NIC México, y de que este ha mantenido su administración, este ha seguido los parámetros establecidos por las autoridades a nivel internacional, siguiendo la tendencia de flexibilizar el registro de los nombres de dominio, principalmente para la clasificación “.com.mx”.

2.- La marca como signo distintivo de productos o servicios, cumple con sus funciones y fines que han quedado descritos en el contenido de la investigación, y la marca como nombre de dominio adquiere en la actualidad ciertas ventajas que le dan mayor atractivo a la marca.

3.- Los conflictos derivados del nombre de dominio no deben de considerarse exclusivos de los derechos de propiedad intelectual, en virtud de que puede afectar a otra clase de derechos, sin embargo en el caso que nos ocupa que es la protección de la marca en el sistema jurídico mexicano vigente, tomando en cuenta que la norma es general y que la regulación de la marca no se limita únicamente a la que se establece en la legislación nacional, como es la Ley de la Propiedad Intelectual, sino que además debe de agregarse los instrumentos de carácter internacional y la fuerza obligatoria que tienen estos, por lo que en su conjunto se brinda una protección adecuada a cualquier controversia que pudiera plantearse ante las autoridades competentes derivada del registro nombre de dominio y que afecte derechos de los titulares de las marcas.

4.- A pesar de los esfuerzos que se han realizado para regular el nombre de dominio, como es el caso de España, en la que las reglas al principio eran demasiado rígidas para su registro, han tenido que flexibilizarse, tendencia que se sigue en la mayoría de los ccTLD, sin embargo resulta desafortunado que en México no se tenga un estudio en donde se planteen esta clase de problemas.

5.- Aunado a lo anteriormente expuesto, hay que señalar que lo que mas se requiere es una cultura del uso del Internet y de sus recurso, como es el caso del

nombre de dominio, además que en el caso del nombre de dominio en el segundo o tercer nivel, que son los únicos que son registrados en la mayoría de los ccTLD, es una parte de del problema, ello porque pueden existir diversos niveles en los que se pueden agregar nombres de marcas, o incluso, aprovechando en algunas ocasiones la vulnerabilidad de equipos o utilizando herramientas apropiadas se puede cambiar un nombre de dominio constantemente o incluso usurparlo, por lo que se debería promover en las determinadas áreas estudios e investigaciones que puedan brindar seguridad a los usuarios del Internet y en un primer caso de los nombres de dominio.

6.- Finalmente cabe señalar, que a pesar de que el nombre de dominio es un factor importante del Internet, el mismo no es un recurso aislado y que si su registro causa controversias al afectar ciertos derechos, también lo es que el Internet no solo cuenta con este elemento, sino que esta el contenido de la página *web* que pueda albergar, el cual ya es otro tema, sin embargo se considera que todo depende de la ecuación que se le de a los usuarios, y de los esfuerzos para hacer a esta herramienta segura para evitar cualquier problema que pudiera presentarse.

ANEXO I

POLÍTICAS GENERALES DE NOMBRES DE DOMINIO

Políticas en vigor a partir del 2 de octubre de 2006

ANTECEDENTES

El Registro de Nombres de Dominio bajo el ccTLD .MX, es administrado por el Centro de Servicios de Información y Registro en Internet, NIC México, del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey por delegación de [IANA](#) (Internet Assigned Numbers Authority) e [ICANN](#) (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), de acuerdo a los principios contenidos en el documento [RFC 1591](#).

En noviembre de 2003, el INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY formaliza su relación previa con NETWORK INFORMATION CENTER MÉXICO, S.C. (en adelante NIC México) para llevar a cabo las funciones relacionadas con la administración y registro de los nombres de dominio bajo el ccTLD .MX.

DISPOSICIONES GENERALES

El solicitante de un nombre de dominio en NIC México manifiesta que conoce y acepta las Políticas, procedimientos, reglamentos y anexos con relación al servicio de Nombres de Dominio, incluyendo su registro, modificación, suspensión, cancelación y disputas de nombres de dominio.

Cualquier modificación o actualización a estas Políticas serán publicadas con un aviso de al menos 15 días naturales inmediatos anteriores a la fecha de su entrada en vigor, en la página del NIC México: www.nic.mx, con objeto de que el titular manifieste lo que a sus intereses convenga. Transcurrido este plazo sin que el titular haya manifestado lo conducente a los cambios y modificaciones, tendrán plena validez y efectos legales, y serán considerados obligatorios para las partes.

DEFINICIONES

Nombre de Dominio

Representa un identificador común a un grupo de computadoras o equipos conectados a la red. Son una forma simple de dirección de Internet diseñados para permitir a los usuarios localizar de una manera fácil sitios en Internet.

DNS

Siglas utilizadas para referirse al [Domain Name](#) System (Sistema de Nombres de Dominio) y/o al [Domain Name](#) Server (Servidor de Nombres de Dominio) de manera indistinta. Domain Name System es el sistema informático distribuido que establece para todo el Internet las correspondencias (resoluciones) entre nombres de dominio y direcciones de IP. El Domain Name Server se refiere a el o los equipos de cómputo que forman parte del Domain Name System y que albergan la información y procesos para el establecimiento de las correspondencias (resoluciones) entre Nombres de Dominio y Direcciones IP para una o varias redes que se conectan a Internet.

ccTLD

Siglas utilizadas para designar a los nombres de dominio de primer nivel, conocidos como códigos territoriales (Country Code Top Level Domain). Dichas siglas se refieren a la clasificación en el sistema de nombres de dominio (DNS), representado por un sufijo de dos letras, asignado conforme a los códigos estándar de ISO3166-1 para la representación de nombres de países o territorios.

Solicitante

Cualquier persona física o moral que inicia la solicitud de un nombre de dominio a su nombre o por encargo de un tercero.

Contactos

Responsables para un nombre de dominio en particular, existen tres tipos de contacto para cada nombre de dominio: administrativo, técnico y de pago. Cada contacto tendrá asignado un identificador llamado NIC-ID, el cual podrá registrar en: <http://www.nic.mx/es/contacto.registro>.

Contacto Administrativo

Representante de la Organización y responsable del uso del nombre de dominio. Usuario del nombre de dominio.

Contacto Técnico

Responsable del servicio de DNS en el cual se encuentra alojado el nombre de dominio.

Contacto de Pago

Responsable para recibir notificaciones de pago y realizar los pagos correspondientes.

Días

Los términos y periodos establecidos en días se entenderán como naturales, salvo que se especifiquen como hábiles para determinada sección.

Titulares del Nombre de Dominio

Contacto Administrativo y Contacto Técnico del nombre de dominio.

Organización

Persona física o moral que solicite el registro de un nombre de dominio.

Autoridad

Cualquier persona revestida de poder, facultades y/o jurisdicción suficiente para ejercer la función de mando, encaminada a lograr el cumplimiento de asuntos relacionados con estas políticas, procedimientos y sus modificaciones o reemplazos, así como cualquier grupo de expertos, árbitro, organismo o panes arbitral ante quienes las partes se hubiesen sometido atendiendo a las políticas y procedimientos aquí descritos.

WHOIS

Sistema de Base de Datos utilizado para la consulta de nombres de dominio y sus datos principales, el cual puede ser consultado públicamente a través de la página de NIC México. Mecanismo para comprobar y verificar la titularidad de un nombre de dominio.

DATOS PRINCIPALES

Datos proporcionados por el solicitante en el proceso de registro del nombre de dominio: Nombre del Dominio; Nombre, Dirección y ORG-ID de la Organización; Nombre, Teléfono, Correo Electrónico y NIC-ID de los Contactos Administrativo, Técnico y de Pago del nombre de dominio; Nombre o Dirección IP de cada uno de los servidores de nombres del dominio.

IP

Internet Protocol. Nomenclatura utilizada para asignar a los equipos de cómputo una dirección numérica.

I. De los Nombres de Dominio

- a. Un nombre de dominio bajo .MX deberá tener las siguientes características:
 - i. La longitud total del nombre dominio, sin incluir los caracteres de la clasificación (ver Anexo A, [Tabla de Clasificaciones bajo .MX.](#)) no deberá exceder los 63 caracteres.
 - ii. Los caracteres válidos son números, letras del alfabeto inglés y el guión (-).
 - iii. Los nombres de dominio no deberán comenzar o terminar con el guión (-) ni llevar dos guiones (--) seguidos.
- b. Un nombre de dominio no es una página WEB.
- c. Un nombre de dominio no es un correo electrónico.

II. Del Registro de Nombres de Dominio

- a. Por la aceptación que NIC México haga de una solicitud del registro de un nombre de dominio se reconoce el derecho de los titulares al uso, goce y disfrute del nombre de dominio, sin que por lo anterior se entienda la transmisión y/o cesión de los derechos de propiedad del mismo.
- b. Por el hecho de solicitar el registro de uno o más nombres de dominio bajo la terminación .MX, se entiende que los titulares conocen y aceptan:
 - i. El compromiso expreso de acatar y regirse por las Políticas Generales de Nombres de Dominio, la Política de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio para .MX (LDRP), el **Reglamento** de la política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (el "**Reglamento**") y los anexos, sin reservas de ninguna especie;
 - ii. Que las declaraciones que han efectuado en el procedimiento para el registro del o de los nombre(s) de dominio son ciertas, exactas y completas, así mismo acepta la obligación de actualizar dicha información, con el fin de garantizar que siga siendo en todo momento correcta y exacta durante el período de registro y/o uso del nombre de dominio o;
 - iii. Que el incumplimiento del inciso anterior es motivo para la aplicación del punto VI.a.iii y iv y VI.b.v;
 - iv. Que al momento de registrar un Contacto (NIC-ID) y contraseña ante NIC México asumen la responsabilidad de mantener la confidencialidad de esta última, por lo que serán responsables por el uso que se haga de su NIC-ID y contraseña.
 - v. Que son mayores de edad y están en pleno uso y goce de su capacidad de ejercicio.

- vi. Que NIC México simplemente está administrando el espacio de nombres de dominio bajo .MX, y que por tanto, cualquier consecuencia derivada del registro y/o uso de nombres de dominio que constituya o pudiera constituir violaciones a la legislación aplicable, es responsabilidad exclusiva de los titulares del nombre de dominio;
- vii. Que a su leal saber y entender, ni el registro del o de los nombre(s) de dominio ni la manera en que ha de usarse violan directa o indirectamente derechos de un tercero;
- viii. Que no registran el o los nombres de dominio con fines ilícitos;
- ix. Que no adquieren derechos de marcas registradas y que es responsabilidad del titular del nombre de dominio asegurarse que no está violando ningún derecho sobre un signo distintivo tales como: marca registrada, avisos comerciales, así como reservas de derechos, o cualquier otro derecho de propiedad intelectual o industrial y en general el ordenamiento jurídico nacional e internacional aplicable en la materia;
- x. Que son total y absolutamente responsables por la utilización del nombre del dominio y en tal uso, se hacen responsables no sólo de sus propios actos sino de los de sus dependientes, agentes, familiares o terceros. Así mismo se compromete a dejar a salvo a NIC-México de cualquier acción derivada del uso y/o registro del nombre de dominio;
- xi. Que autorizan a que los datos principales, proporcionados en el procedimiento de registro del o de los nombres de dominio, así como fechas relacionadas con el registro y modificaciones al o a los nombres de dominio, aparezcan en la base de datos WHOIS o bien que se publiquen, transmitan, reproduzcan, divulguen y comuniquen públicamente por NIC México;
- xii. Que cualquier dato o información proporcionado por el solicitante, por los contactos o bien cualquier información generada en los registros de NIC México relacionada con los nombres de dominio pueda ser enviada a la Autoridad que así lo solicite;
- xiii. Someterse a la Política de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio para .MX (LDRP), y al **Reglamento**. Asimismo, aceptan cualquier resolución derivada de éstas o de los procedimientos establecidos en las Políticas Generales de Nombres de Dominio, no reservándose acción ni derecho que ejercitar en contra de NIC México; el proveedor de servicios de solución de controversias en cuestión, el grupo de expertos ni cualquiera de los integrantes de este grupo;
- xiv. El correo electrónico como único medio de comunicación oficial con NIC México. En casos donde el intercambio de documentos físicos sea necesario, se empleará un servicio de mensajería en donde quede constancia de las fechas de envío y entregas;
- xv. Que las presentes políticas podrán ser modificadas o reemplazadas escuchando los comentarios y opiniones enviados por el Comité Consultivo Externo, quedando vigentes dentro de al menos 15 días posteriores a la publicación de la propuesta de modificaciones en la pagina de NIC México (www.nic.mx) . Una vez transcurrido el plazo anterior, los titulares de nombres de dominio quedarán obligados sin que NIC México esté obligado a realizar ningún otro tipo de publicación o aviso.
- xvi. Que cualquier modificación o actualización a las Políticas de un nombre de dominio serán publicadas con un aviso de al menos 15 días anteriores a la fecha de su entrada en vigor, en la página del NIC México:

<http://www.nic.mx>, con objeto de que el titular manifieste lo que a sus intereses convenga. Transcurrido este plazo sin que el titular haya manifestado lo conducente, los cambios y modificaciones tendrán plena validez y efectos legales, serán considerados obligatorios para las partes.

- xvii. Que toda la comunicación será en idioma español; sin embargo NIC México podrá contestar mensajes originalmente escritos en un idioma distinto al español de considerarlo así necesario.

III. De las Solicitudes de Registro de Nombres de Dominio

a. Requisitos

- i. El solicitante podrá proporcionar el nombre y la dirección IP del servicio de DNS para el o los nombres de dominio solicitados.
- ii. Cuando se proporcione la dirección de IP del servicio de DNS, ésta deberá regresar una respuesta autoritativa a las consultas sobre el nombre de dominio en cuestión.
- iii. Es requisito indispensable proporcionar los datos que NIC México solicite de los tres contactos (administrativo, técnico y de pago) al solicitar un nombre de dominio.
- iv. El solicitante deberá proporcionar los datos de la organización que solicita o encomienda el registro del nombre de dominio.
- v. Algunas clasificaciones de nombres de dominio podrán tener requisitos adicionales, ver [III.c](#).
- vi. Si una solicitud de nombre de dominio no cumple con los requisitos aquí descritos, la solicitud de nombre de dominio no será aceptada y no habrá otra responsabilidad de NIC México hacia esta solicitud salvo la de proporcionar información relacionada con la negativa del registro, debiendo el solicitante realizar otra solicitud con los requisitos necesarios para que NIC México la pueda atender.
- vii. Todas las solicitudes de registro deberán ser enviadas a través de la página de NIC México (<http://www.nic.mx>) o mecanismos alternos que NIC México establezca para beneficio de los clientes.
- viii. NIC México se reserva el derecho de no procesar las solicitudes recibidas por algún medio diferente a los aquí descritos.
- ix. Al solicitar el registro de un nombre de dominio en .MX, sin proporcionar al menos un DNS o sin haber pagado la(s) cuota(s), cargos adicionales, recargos, comisiones o cualquier otra cantidad adeudada, se entenderá que dicho nombre de dominio no podrá ser resuelto por los DNS de NIC México.

b. Procedimiento

- i. Las solicitudes de registro recibidas por NIC México se procesarán (tramitarán) en el orden en que se reciban según la clasificación (Anexo A), aplicando las políticas descritas en el documento [RFC 1591](#) en lo relacionado con el orden de atención a las solicitudes.
- ii. No se admitirán a tramitación solicitudes para nombres de dominio que ya se encuentren previamente inscritos en el Registro de Nombres de Dominio .MX.
- iii. Para cada solicitud de registro recibida, NIC México enviará de vuelta por correo electrónico un comprobante de recepción de la solicitud, lo cual no indica que ésta será aceptada. NIC México no se hace responsable si la cuenta de correo indicada no está funcionando.

- iv. Previo cumplimiento de los requisitos correspondientes, y dentro de las 24 horas hábiles siguientes a la solicitud del nombre de dominio, NIC México notificará por correo electrónico, al contacto administrativo y/o solicitante sobre el registro del nombre de dominio.
- c. **Clasificaciones**
- i. Los nombres de dominio bajo el ccTLD .MX se podrán registrar si se cumplen con los requisitos señalados en el Anexo A, [Tabla de Clasificaciones de .MX](#).
 - ii. No hay registro de nombres de dominio directamente bajo **.MX**, por lo tanto las solicitudes para estos nombres de dominio no serán aceptadas. Esta clasificación se utilizó hasta marzo de 1997 para los nombres de dominio de instituciones educativas y similares, ahora se utiliza el **EDU.MX**. Los nombres de dominio que ya están registrados bajo .MX no se verán afectados.
 - iii. Estas clasificaciones pueden aumentar, previo aviso de NIC México a través de su página WEB.
- d. **Obligaciones de los Contactos del Nombre de Dominio**
- i. Los contactos para cada nombre de dominio deberán mantener sus datos constantemente actualizados, ya que es de suma importancia que estén al tanto de cualquier información relativa a los nombres de dominio, incluyendo notificaciones de pago. Así mismo se comprometen a acatar lo establecido en el II.b.ii y iii.
 - ii. Los titulares del nombre de dominio son responsables por el uso del mismo y de los subdominios que a su vez deleguen, así como de los servicios que presten a sus clientes y/o usuarios.
 - iii. Los contactos administrativo y técnico son los únicos autorizados a realizar cambios a los datos del nombre de dominio y serán considerados los **Titulares del nombre de dominio**. El contacto de pago es el responsable de atender las notificaciones de pago, avisos de eliminación por falta de pago y será el único que podrá solicitar el cambio de status de SUSPENDIDO FINAL, la intención de pago y/o pago el mismo.

IV. De los Pagos de cuotas para los Nombres de Dominio

a. Cuotas

- i. NIC México aplicará las cuotas descritas en el ANEXO B, [TABLA DE CUOTAS](#). En esta tabla incluyen las siguientes columnas:
 - 1. CUOTAS,
 - 2. CANTIDAD A PAGAR,
 - 3. PERIODO DE COBERTURA,
 - 4. NOMBRES DE DOMINIO REQUERIDOS A SALDAR CUOTA,
 - 5. PERIODO DE GRACIA PARA EL PAGO.
- ii. Existen diferentes tipos de cuotas, como se muestra en la columna "CUOTAS".
- iii. El monto a cubrir esta dado por la columna "CANTIDAD A PAGAR".
- iv. El nombre de dominio estará cubierto durante el tiempo descrito en la columna "PERIODO DE COBERTURA", de acuerdo a estas Políticas.
- v. El nombre de dominio deberá cubrir la cuota que corresponda según lo indicado en la columna "NOMBRES DE DOMINIO REQUERIDOS A SALDAR CUOTA".

- vi. El pago de la cuota deberá realizarse dentro del tiempo especificado en la columna "PERIODO PARA REALIZAR EL PAGO". Se entiende que se ha efectuado el pago en el momento en que NIC México reciba constancia de la institución bancaria correspondiente.
- vii. Para procesar sus pagos es necesario que realice la intención de pago descrita en [IV.c.i](#)
- viii. De no recibir la intención de pago dentro del tiempo especificado en la columna "PERIODO PARA REALIZAR EL PAGO", NIC México podrá suspender de la base de datos el nombre de dominio según lo descrito en [VI.a](#).
- ix. NIC México anunciará en su página WEB cualquier cambio en las cuotas de nombres de dominio. La aplicación de dichos cambios no tiene carácter retroactivo.

b. Avisos de Cobro

- i. NIC México podrá enviar un primer aviso de cobro 30 días antes de la fecha límite de pago, vía correo electrónico, al contacto de pago para cada nombre de dominio.
- ii. NIC México podrá enviar un segundo aviso de cobro 15 días antes de la fecha límite de pago, vía correo electrónico, al contacto de pago para cada nombre de dominio, a menos que reciba y procese la intención de pago.
- iii. NIC México podrá enviar un último aviso de cobro el día anterior a la fecha límite de pago, vía correo electrónico, a los contactos técnico, administrativo y de pago de cada nombre de dominio, a menos que reciba y procese la intención de pago.
- iv. NIC México no está obligado a notificar a los contactos por ningún otro medio diferente al correo electrónico.

c. Pagos e Intenciones de Pago

- i. Para que la intención de pago se realice, registre y proceda deberá realizarse en la página de NIC México (<http://www.nic.mx>). Cuando el nombre de dominio tenga el status de SUSPENDIDO FINAL, se hará un cargo adicional de acuerdo a lo descrito en el Anexo D y el nombre de dominio será reactivado una vez que se haya realizado el pago correspondiente.
- ii. Las intenciones de pago tienen una vigencia según se indica en el Anexo C, [Tabla de Métodos de Pago](#). Es responsabilidad del contacto de pago realizar el pago inmediatamente después de generada la intención de pago, con el fin de evitar el vencimiento de la misma. Los pagos recibidos relacionados con intenciones de pago vencidas no se acreditarán.
- iii. El pago deberá efectuarse en el equivalente en pesos mexicanos según el tipo de cambio al momento de realizar la intención de pago según se indica en el Anexo C, [Tabla de Métodos de Pago](#):
- iv. NIC México no procesará aquellas intenciones de pago que no sigan el procedimiento indicado del Anexo C, [Tabla de Métodos de Pago](#), o no respeten la fecha de vencimiento de las intenciones de pago.
- v. De la misma forma, no se procesarán aquellas intenciones de pago que sean insuficientes para cubrir las cuotas determinadas. Estos pagos no modificarán el PERIODO PARA REALIZAR EL PAGO.
- vi. Los pagos realizados no son reembolsables ni transferibles.
- vii. En caso de cheques devueltos por el banco o de cargos a tarjetas de crédito que no procedan, las intenciones de pago respectivas serán canceladas, siendo responsabilidad del contacto de pago enviar nuevas

intenciones de pago, y cubrir los recargos por comisiones generadas por estas situaciones.

- viii. En caso de cargos a tarjetas de crédito que el cliente reclame o desconozca, las intenciones de pago respectivas serán canceladas, siendo responsabilidad del contacto de pago enviar nuevas intenciones de pago.

d. Facturas

- i. En caso de que el contacto de pago solicite facturas por los pagos realizados, estas serán:
 - 1. Enviadas exclusivamente a la dirección que el solicitante indique en la intención de pago, después de que el pago se haya efectuado y registrado. Ver ANEXO C, [Tabla de Métodos de Pago](#). No se aceptarán Apartados Postales en la dirección de envío.
 - 2. Puestas a disposición en las instalaciones de NIC México a la persona señalada en la intención de pago. Dicha factura sólo se entregará previa identificación con documento oficial (Credencial IFE o Pasaporte).
- ii. Es responsabilidad exclusiva del contacto de pago proporcionar en tiempo y forma los datos necesarios para emitir la factura correspondiente. Los datos deberán proporcionarse única y exclusivamente al realizar la intención de pago, y será responsabilidad exclusiva del contacto de pago enviar la información correcta y completa.
- iii. En caso de no recibir la información en el tiempo y forma señalados, el contacto de pago desliga de cualquier tipo de responsabilidad a NIC México, en relación a la emisión de la factura y el incumplimiento de las obligaciones del contacto de pago.

e. Formas de Pago

- i. Las formas de pago aceptadas por NIC México están descritas en el Anexo C, Tabla de [Métodos de Pago](#).
- ii. NIC México no aceptará ninguna otra forma de pago que no esté definida en el Anexo C, Tabla de [Métodos de Pago](#).
- iii. NIC México se reserva el derecho de suspender temporalmente o eliminar alguna forma de pago descrita en el ANEXO C, indicándolo dicha condición en la página de Internet de NIC México (www.nic.mx), por lo que solamente se procesarán las intenciones de pago anteriores a la publicación de esta circunstancia.

V. De las Modificaciones de Nombres de Dominio

- a. Las modificaciones son cualquier cambio o actualización a los datos de un Nombre de Dominio.
- b. Los titulares (contactos técnico y administrativo) del nombre de dominio son los únicos autorizados para realizar las modificaciones en el nombre de dominio.
- c. Las modificaciones que pueden realizarse al nombre de dominio son:
 - i. Cambio de Organización
 - ii. Cambio de Contactos:
 - 1. Administrativo,
 - 2. Técnico, y
 - 3. De Pago
 - iii. Agregar, eliminar o modificar Servidores de Nombres (DNS)
- d. Bajo ninguna circunstancia se podrá modificar el nombre de un Nombre de Dominio.

- e. Si la modificación incluye un nuevo Servidor de Nombres (DNS) para el nombre de dominio, este DNS deberá responder autoritativamente para el nombre de dominio al momento de la solicitud de modificación, de lo contrario no se aceptará dicha solicitud.
- f. Para realizar cualquier modificación a la información relacionada con el nombre de dominio, los titulares deberán seguir el siguiente procedimiento:
 - i. Para realizar una modificación se requiere llenar la solicitud que se encuentra en la [página de modificaciones](#) de NIC México.
 - ii. NIC México enviará un correo electrónico a los titulares (contactos técnico y administrativo) con el fin de que autoricen las modificaciones solicitadas. NIC México no se hace responsable en caso de que las cuentas de correo de los titulares del nombre de dominio no funcionen.
 - iii. Si 10 días después de haber recibido la solicitud de modificación de un nombre de dominio, alguno de los titulares no respondiera, la modificación se realizará de acuerdo a las instrucciones del contacto que si haya respondido, ya que es obligación de ambos es responder a los comunicados de NIC México sobre sus nombres de dominio.
 - iv. Si 10 días después de haber realizado la solicitud de modificación de un nombre de dominio, ninguno de los titulares respondiera, la solicitud de modificación se cancelará.
 - v. La confirmación de las modificaciones realizadas, o en su defecto, el rechazo de la solicitud y sus causas, serán enviadas al solicitante vía correo electrónico.
 - vi. NIC México no procesará las solicitudes recibidas por algún medio diferente a la página WEB.

VI. De las Suspensiones y Eliminaciones de Nombres de Dominio

- a. Por suspensión se entiende la inhabilitación del nombre de dominio para ser resuelto por los DNS de Internet y la incapacidad de que un tercero lo pueda solicitar y/o registrar. Un nombre de dominio podrá tener un estatus de suspensión inicial, suspensión final y suspensión por autoridad externa. Un nombre de dominio podrá ser suspendido:
 - i. Por no realizar el pago de alguna cuota dentro del PERIODO PARA REALIZAR EL PAGO definido. El tiempo de suspensión del nombre de dominio será de 15 días a partir del vencimiento del PERIODO PARA REALIZAR EL PAGO, siendo ésta la suspensión inicial, y sólo el contacto de pago podrá reactivarlo dentro de estos 15 días si realiza el pago de la(s) cuota(s) pendiente(s).
 - ii. Por no realizar el pago de alguna CUOTA, a más tardar 15 días después de haberse suspendido inicialmente, siendo ésta la suspensión final. El tiempo adicional de suspensión podrá ser hasta de 15 días, y únicamente el contacto de pago, podrá reactivarlo dentro de este periodo, realizando el pago de la(s) cuota(s) pendiente(s).
 - iii. En caso de cumplirse alguna de las condiciones se suspenderá por autoridad externa siguientes:
 - 1. Proporcionar información incorrecta, falsa o inexacta en la solicitud del nombre de dominio, o en la información mantenida en la base de datos WHOIS;
 - 2. No actualizar la información descrita en el II.b.ii y III.d.i .

3. Uso de un nombre de dominio con fines distintos a lo dispuesto en la columna de "Propósito" o incumplimiento de alguno de los requisitos señalados en el Anexo A, [Tabla de Clasificaciones](#).
- iv. Si se cumpliera alguno de los supuestos anteriores, la suspensión del nombre de dominio podrá efectuarse de acuerdo al procedimiento que se describe a continuación:
1. NIC México podrá iniciar el procedimiento de falsedad de datos cuando de *motu proprio* o por aviso de algún tercero se enterase que un nombre de dominio se encuentra en alguna de las condiciones descritas en [VI.a.iii](#)
 2. Cuando estos supuestos se hicieran del conocimiento de NIC México por parte de algún tercero, éste deberá avisar a NIC México por correo electrónico de la falta que se haya detectado con relación a uno o varios nombres de dominio, y contará con 5 días naturales siguientes a la fecha del aviso para hacer llegar a NIC México, por [mensajería](#), las pruebas físicas y/o documentos disponibles que así lo demuestren.
 3. NIC México al recibir o contar con las pruebas pertinentes, dentro de los 15 días siguientes a la fecha de recepción u obtención de las pruebas podrá investigar y confirmar la veracidad de estas.
 4. Si se confirma la falta, NIC México, dentro de los 5 días siguientes a la fecha en que se determinó la falta, contactará a los titulares, quienes tendrán un plazo de 10 días para que NIC México reciba, por mensajería, comprobantes que la justifiquen.
 5. Dependiendo del objeto (Contacto, Organización, DNS, etcétera) en el que recaiga el procedimiento de falsedad de datos, se podrá suspender uno o todos los nombres de dominio relacionados con dicho objeto.
 6. El tiempo de suspensión será de hasta 15 días en los que los titulares no podrán reactivarlo o solicitarlo.
 7. De no recibir documentación que justifique esta falta dentro del plazo establecido, NIC México podrá proceder con la eliminación, de acuerdo con el punto VI.bvi..
- v. Por resolución emitida por alguna autoridad.
- b. Por eliminación se entiende la inhabilitación del nombre de dominio para ser resuelto por los DNS de Internet, pero encontrándose éste disponible para solicitarse por un tercero.

Un nombre de dominio podrá ser eliminado:

- i. A solicitud de los titulares del nombre de dominio
 1. Dicha solicitud deberán realizarla los titulares por medio de la página WEB de NIC México. Para que los titulares puedan enviar dicha solicitud, el nombre de dominio no deberá tener adeudos pendientes.
 2. NIC México enviará correo electrónico a los titulares con el fin de que estos autoricen las eliminaciones solicitadas.
 3. Si 10 días después de haber realizado la solicitud de eliminación de un nombre de dominio, aún no respondieran ambos titulares, la solicitud de eliminación se cancelará.

4. La confirmación de que las eliminaciones han sido realizadas, o en su defecto, el rechazo de la solicitud y sus causas, serán enviadas al solicitante vía correo electrónico.
 5. NIC México no procesará las solicitudes recibidas por algún medio diferente a la página WEB.
- ii. Por resolución emitida por alguna autoridad.
 - iii. Al finalizar el periodo de suspensión final.
 - iv. Para el nombre de dominio en que se haya proporcionado al menos un servidor de DNS, por no mantener un servicio de resolución (DNS respondiendo autoritativamente) para el mismo. En este caso, se mandará un aviso mediante correo electrónico al contacto técnico, en donde se otorgará un plazo de 10 días para cumplir con este requisito, de lo contrario se podrá proceder con la eliminación del nombre de dominio.
 - v. No responder a los comunicados del NIC México. Cuando sea necesario establecer comunicación con los titulares y alguno de ellos no respondiera, el nombre de dominio podrá eliminarse en 10 días posteriores al comunicado o no recibir documentación de acuerdo a lo establecido en el punto VI.a.iv.
 - vi. Cuando el solicitante y/o titular(es) del o los nombres de dominio incumpla cualquiera de los puntos establecidos en las presentes Políticas.

VII. De las Disputas de Nombres de Dominio

a. Por Titularidad

- i. Si hubiera disputa entre los responsables del nombre de dominio y/o un tercero sobre la titularidad del nombre de dominio (a excepción de las relativas a Marcas Registradas que se comentan en el punto [VII.b](#) de estas políticas), quien busca la titularidad del nombre de dominio deberá solicitar el inicio de la Disputa por Titularidad enviando un correo electrónico a disputas@nic.mx de NIC México.
- ii. NIC México iniciará el procedimiento cuando solicite por correo electrónico a ambas partes (Titulares actuales y a quien inicia la disputa) documentos que prueben su titularidad, los cuales se limitan a:
 1. Copia certificada de Facturas del proveedor en donde se especifique el nombre de dominio en cuestión.
 2. Copia simple de la factura de NIC México. Esta prueba no se aceptara en los supuestos del punto IV.c.viii.
 3. Copia certificada de contratos o acuerdos celebrados entre las partes en donde se especifique el nombre del dominio.
 4. En caso de no haber solicitado una factura, copia certificada del comprobante del depósito bancario (con cualquiera de las instituciones mostradas en el anexo C) con número de referencia del nombre de dominio.
 5. Esta documentación deberá recibirse vía [correo postal](#) a NIC México dentro de los próximos 15 días.
- iii. NIC México resolverá la titularidad a nombre de quien posea un mejor derecho sobre el nombre de dominio en base a los documentos recibidos.
- iv. NIC México se reserva el derecho de no resolver la disputa cuando considere que el caso rebasa sus facultades; o no se compruebe un mejor derecho por parte del solicitante

b. De Propiedad Intelectual

- i. Por marca registrada de productos o servicios, avisos comerciales registrados, denominaciones de origen, reservas de derechos;
- ii. Para la resolución de cualquier controversia derivada de alguna violación a derechos de propiedad intelectual serán aplicables la Política de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio para .MX (LDRP) y el **Reglamento**.
- iii. Los proveedores designados para resolución de disputa se encuentran en http://www.nic.mx/nic-html/Políticas_LDRP.htm#panelistas

ANEXO A.

TABLA DE CLASIFICACIONES BAJO .MX*

| Clasificación | Reservada para: | Requisitos |
|---------------|--|---|
| NET.MX | <ul style="list-style-type: none"> a) Proveedor de Servicios de Internet; b) Proveedor de servicios de valor agregado; c) Proveedor de servicios de red inalámbrica; d) Prestador de servicios de transmisión de datos; e) Prestador de servicios especiales de telecomunicaciones <p>NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.</p> | <ul style="list-style-type: none"> I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. Enviar una copia de registro ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones como proveedor de los servicios antes mencionados. III. Proporcionar información de los servicios que ofrecen, comprobantes del nombre oficial del ISP. <p>Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal.</p> |
| ORG.MX | <ul style="list-style-type: none"> a) Organizaciones legalmente constituidas en México sin fines de lucro; b) Sociedades y Asociaciones Civiles constituidas legalmente en México; c) Personas Físicas establecidas en México, que acrediten el uso del nombre de dominio sin fines de lucro; d) Organismos Internacionales sin fines de lucro establecidos en México; e) Organismos No Gubernamentales constituidas en México; f) Embajadas y consulados de países extranjeros establecidos en el territorio nacional Mexicano; | <ul style="list-style-type: none"> I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. NIC México podrá solicitar a los titulares del nombre de dominio cualquier documentación que considere necesaria para verificar el cumplimiento pleno de las presentes Políticas. III.- Copia de una identificación oficial de la persona que firme la carta. <p>En caso de que NIC México solicite alguna documentación las personas morales, deberán enviar documento que compruebe la calidad señalada en la columna anterior y en caso de las personas físicas, enviar una carta señalando que las actividades que realizan son primordialmente actividades sin fines de lucro.</p> |

| | | |
|----------------------|---|--|
| | <p>g) Partidos Políticos y asociaciones de carácter político; h) Asociaciones religiosas; i) Instituciones dedicadas a la educación de personas con capacidades diferentes; j) Instituciones de beneficencia privada; k) Fideicomisos de carácter privado. NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.</p> | <p>El envío de los documentos deberá realizarse en un plazo menor a 10 días vía correo postal.</p> |
| <p>EDU.MX</p> | <p>a) Instituciones de Educación que cuenten con un registro ante al SEP o se encuentren incorporadas a alguna Universidad reconocida por el Estado Mexicano; b) Escuelas de Capacitación Laboral o Educación técnica acreditadas por alguna Oficina competente del Gobierno Mexicano; c) Instituciones dedicadas a la Educación preescolar que cuenten con un registro ante al (sic) SEP o se encuentren incorporadas a alguna Universidad reconocida por el Estado Mexicano; d) Instituciones dedicadas a la investigación que cuenten con el registro ante el CONACYT. NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.</p> | <p>I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. Enviar copia del Registro ante la SEP o copia del periódico o diario oficial que lo acredite de acuerdo al caso específico; o en su caso, copia del registro ante el CONACYT. III. Enviar una carta membreteada de la institución que la solicita, la cual será la única autorizada para utilizar el nombre de dominio. IV.- Copia de una identificación oficial de la persona que firme la carta. Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal. NOTA: La entidad que registre el nombre de dominio será la única autorizada para realizar modificaciones en el mismo.</p> |
| <p>GOB.MX</p> | <p>a) Gobierno Federal, Estatal y Municipal, Secretarías y Dependencias, Programas Gubernamentales, Organismos centralizados, descentralizados, desconcentrados, autónomos y Organismos paraestatales de la Administración Pública del Gobierno Mexicano;</p> | <p>I. El solicitante deberá cumplir con los requisitos dispuestos en el punto III.a. II. Carta con membrete de la entidad del Gobierno Mexicano que solicite el registro, firmada por un representante legal. III. Copia de una identificación oficial del representante legal que firme la carta.</p> |

| | | |
|---------------|---|---|
| | <p>b) Empresas Estatales y paraestatales del Gobierno Mexicano;</p> <p>c) Embajadas de México;</p> <p>d) Fideicomisos de carácter público.</p> <p>NOTA: Cualquier otra organización no incluida en la presente columna no podrá ser registrada bajo ésta categoría.</p> | <p>Posteriormente, en un plazo menor a 10 días, NIC México deberá recibir los documentos originales vía correo postal.</p> <p>NOTA: La entidad que registre el nombre de dominio será la única autorizada para realizar modificaciones en el mismo.</p> <p>La Organización relacionada con un nombre de dominio con terminación .gob.mx no podrá ser modificada salvo que se publique de forma oficial en el Diario Oficial de la Federación o Gaceta del Estado según corresponda.</p> |
| COM.MX | Cualquier persona física o moral que lo solicite. | Solamente los requisitos dispuestos en III.a |

*Estas clasificaciones podrán aumentar según se define en las Políticas para la creación de nombres de dominio de segundo nivel bajo .MX.

ANEXO B. TABLA DE CUOTAS ¹

El registro de nombres de dominio en .edu.mx y .gob.mx no requieren saldar cuota de registro o mantenimiento.

En las cuotas de registro y de mantenimiento y a consideración de NIC México, podrá aplicar algún descuento.

ANEXO C.

TABLA DE MÉTODOS DE PAGO ²

ANEXO D.

TABLA DE CARGOS EXTRAS DE REACTIVACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO EN SUSPENSIÓN FINAL

| Cuota por Reactivación | Proporción de la cuota de reactivación | Definición |
|---|--|---|
| Registro | 50% de la cuota de registro correspondiente a un año. | Solamente los nombres de dominio recién registrados bajo .COM.MX, .NET.MX y ORG.MX. |
| Mantenimiento | 50% de la cuota de mantenimiento correspondiente a un año. | Aquellos nombres de dominio para los que expiró el PERIODO DE COBERTURA de la Cuota de Mantenimiento. |
| Nombres de dominio registrados sin DNS's o en mantenimiento sin | 10% de la cuota de registro o mantenimiento correspondiente a un | Aquellos nombres de dominio sin DNS's y para los cuales expiró el PERIODO DE COBERTURA de la |

¹ Las cuotas están disponibles en la página de Internet de NIC México, en <http://www.nic.mx>

² Disponible en la página de NIC México en <http://www.nic.mx>

| DNS's | año. | Cuota de Registro o de alguna Cuota de Mantenimiento |
|-------|------|--|
|-------|------|--|

ANEXO E.

ACCESIBILIDAD DE LA PÁGINA DE NIC MÉXICO

1. NIC MÉXICO mantendrá una página en Internet y realizará su máximo esfuerzo para que esta página pueda ser vista desde cualquier navegador utilizado por sus clientes. Sin embargo, es probable que algunas versiones de navegadores puedan tener problemas con algunas secciones de nuestra página. Con el fin de evitar estos inconvenientes, se recomienda utilizar alguna de las versiones de navegadores mencionadas en:

<http://www.nic.mx/es/navegadores>

2. Asimismo, NIC México podrá colocar versiones de su página en Internet, en idiomas diferentes al español, sólo como referencia para sus clientes. Estas páginas podrán incluso tener funcionalidad, sin embargo la única versión aplicable a políticas, términos de uso, advertencias, avisos y demás información relacionada con las actividades que realiza NIC México será la versión en español.

ANEXO F

INFORMACIÓN ADICIONAL

La información adicional y de contacto sobre NIC México se encuentra en: <http://www.nic.mx/es/Contactenos>

ANEXO II

POLÍTICA DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA DE NOMBRES DE DOMINIO PARA .MX (LDRP)

1. Procedimiento de solución de controversias

a. Controversias aplicables.

Todas las personas que estimen afectados sus derechos (promovente) y que deseen solicitar la cancelación del registro o transmisión de la titularidad del registro de un nombre de dominio en .MX, aceptan someterse a la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) y al reglamento respectivo, ante un proveedor de servicios de solución de controversias, autorizado por NIC-México, conformado por un grupo independiente e imparcial de expertos, en los siguientes casos:

- i. el nombre de dominio es idéntico o semejante en grado de confusión con respecto a una marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos sobre la que el promovente tiene derechos; y
- ii. el titular no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio; y
- iii. el nombre de dominio ha sido registrado o se utiliza de mala fe.

b. Pruebas del registro o utilización de mala fe. Las circunstancias siguientes, entre otras, constituirán la prueba del registro o utilización de mala fe de un nombre de dominio:

- i. Circunstancias que indiquen que se ha registrado o adquirido el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de vender, alquilar o ceder de otra manera el registro del nombre de dominio al promovente que es el titular de la marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos a un competidor del promovente, por un valor cierto que supera los costos diversos documentados que están relacionados directamente con el nombre de dominio; o
- ii. se ha registrado el nombre de dominio a fin de impedir que el titular de la marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos refleje su denominación en un nombre de dominio correspondiente, siempre y cuando el titular haya desarrollado una conducta de esa índole; o
- iii. se ha registrado el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de perturbar la actividad comercial de un competidor; o
- iv. se ha utilizado el nombre de dominio de manera intencionada con el fin de atraer, con ánimo de lucro, usuarios de Internet a un sitio Web o a cualquier otro sitio en línea, creando la posibilidad de que exista confusión con la denominación del promovente en cuanto a la fuente, patrocinio, afiliación o promoción del sitio Web o del sitio en línea o de un producto o servicio o bien jurídicamente tutelado por alguna reserva de derechos que figure en el sitio Web o en el sitio en línea.

c. Se demostrarán derechos y legítimos intereses sobre el nombre de dominio cuando se presenten cualquiera de las circunstancias que de manera enunciativa mas no limitativa se presentan a continuación:

- i. antes de haber recibido cualquier aviso de la controversia, se ha utilizado el nombre de dominio, o se han efectuado preparativos demostrables para su utilización, o un nombre correspondiente al nombre de dominio en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios o bien jurídicamente tutelado por alguna reserva de derechos;
- ii. el titular (en calidad de particular, empresa u otra organización) ha sido conocido comúnmente por el nombre de dominio, aun cuando no haya adquirido derechos de marcas de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos; o
- iii. se hace un uso legítimo y leal o no comercial del nombre de dominio, sin intención de desviar a los consumidores de manera equívoca o de empañar el buen nombre de la marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos en cuestión con ánimo de lucro.

d. Inicio del procedimiento. Los requisitos para el inicio y el procedimiento de la política LDRP, así como para la selección de un grupo administrativo de expertos, están establecidos en el Reglamento del procedimiento de solución de controversias relativo al registro abusivo de nombres de dominio en .MX (el "Reglamento") y en el Reglamento Adicional del proveedor, en su caso. El promovente seleccionará el proveedor de entre los autorizados por NIC-México, transmitiendo dicho promovente su solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio directamente a dicho proveedor.

e. Transferencia de titularidad durante una controversia. El titular no podrá transferir la titularidad del nombre de dominio durante un procedimiento de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) pendiente, iniciado de conformidad con esta política; NIC México se reserva el derecho de cancelar cualquier transferencia de titularidad de un nombre de dominio que infrinja lo establecido en el presente apartado.

f. Tasas y honorarios. Todas las tasas y honorarios relacionados con cualquier controversia ante un grupo administrativo de expertos se pagarán según lo establecido por cada proveedor.

g. Efectos Los efectos disponibles para el promovente de conformidad con cualquier procedimiento ante un grupo administrativo de expertos se limitarán a:

- i. Solicitar la cancelación del registro del nombre de dominio; o
- ii. Solicitar la transmisión al promovente de la titularidad del nombre de dominio.

h. Resoluciones El titular de un nombre de dominio en .MX y el promovente aceptan acatar las resoluciones de cualquier grupo de expertos expresamente señalado por NIC-México como proveedor de servicios en resolución de controversias de nombre de dominio en .MX así como la ejecución que de la resolución dictada por este grupo haga NIC-México.

i. Participación de NIC-México en la solución de controversias. El titular y el promovente aceptan y conocen que NIC-México no participa ni participará en la administración o realización de ningún procedimiento ante un grupo de expertos. Además, el titular y el promovente aceptan y conocen que NIC-México no será responsable de ninguna resolución dictada por un grupo administrativo de expertos si no actúa de conformidad con su autoridad, o consecuencias de la aplicación de las mismas

j. Notificación y publicación. El proveedor notificará en idioma español a NIC-México cualquier resolución adoptada por un grupo de expertos respecto de un nombre de dominio. Todas las resoluciones adoptadas en virtud de la presente Política aplicable a las controversias se publicarán en la página de NIC México <http://www.nic.mx> Internet, excepto cuando un grupo de expertos determine, haciendo uso de sus facultades exclusivas, que no ha de publicarse la resolución.

k. Aviso. El promovente, notificará inmediatamente por escrito (dirección postal de NIC-México y al correo electrónico: legal@nic.mx)a NIC-México cualquier procedimiento, iniciado respecto de un nombre de dominio en .MX.

2. Modificaciones de la Política.

a. Cualquier modificación o actualización a las Políticas de registro de un nombre de dominio serán publicadas con un aviso de 15 días naturales inmediatos anteriores a la fecha de su entrada en vigor, en la página del NIC-México: <http://www.nic.mx> , con objeto de que el titular manifieste lo que a sus intereses convenga. Transcurrido este plazo sin que el titular haya manifestado lo conducente, los cambios y modificaciones tendrán plena validez y efectos legales, serán considerados obligatorios para las partes

b. Salvo que se haya presentado una solicitud de resolución de controversia con anterioridad a la entrada en vigor de la(s) nueva(s) versión(es) de esta Política, en cuyo caso se aplicará la versión de la Política que estaba en vigor en el momento de presentación de la solicitud de resolución de controversia, la(s) nueva(s) versión(es) de la Política vinculará(n) al titular del dominio en cualquier controversia en materia de registros de nombres de dominio en .MX, independientemente de que los hechos generadores de la controversia hayan surgido con anterioridad a la fecha de entrada en vigor del cambio, en dicha fecha o con posterioridad a la misma.

ANEXO A

Proveedor de servicios de solución de controversias.

NIC-México señala que cuentan con su autorización como proveedores de servicios de solución de controversias:

- Centro de Mediación y Arbitraje de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
 - Sitio en Internet (<http://arbiter.wipo.int/domains/index-es.html>).
 - Costos (<http://arbiter.wipo.int/domains/fees/index-es.html>)

Es la Intención de NIC-México seleccionar a otros proveedores de servicios de solución de controversias en el futuro.

ANEXO III

Reglamento de la política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (el "Reglamento")

La Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) se regirá por el presente Reglamento, así como por el Reglamento Adicional del proveedor que administre el procedimiento, tal y como figure en su sitio web.

I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Definiciones

En el presente Reglamento se entenderá por:

Grupo de expertos: Al grupo de personas doctas en la materia y nombrado por un proveedor para resolver una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

Promovente: A la parte que presente una solicitud de resolución de controversia sobre nombres de dominio de conformidad con la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP).

Jurisdicción: A la ubicación de la oficina principal de NIC-México.

Política aplicable: Las Políticas Generales de NIC-México, Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) así como principios y normas relacionados con controversias en materia de nombres de dominio.

Nombre de dominio: Representa un identificador común a un grupo de computadoras o equipos conectados a la red. Es una forma simple de dirección de Internet diseñado para permitir a los usuarios localizar de manera fácil sitios en Internet. A un nombre de dominio registrado ante NIC-México.

Miembro del grupo de expertos: A la persona nombrada por el proveedor para formar parte del grupo de expertos.

Parte: Al promovente o el titular .

Ley aplicable: La ley que se encuentre en vigor en los Estados Unidos Mexicanos al momento de presentación de la solicitud de resolución de controversia, y que resulte aplicable al caso.

Proveedor: Al proveedor de servicios de resolución de controversias que cuente con la autorización de NIC-México para administrar controversias en materia de nombres de dominio en el dominio de nivel superior .MX.

Acuerdo de registro: La aceptación y conocimiento de las Políticas Generales de NIC-México por el titular de un nombre de dominio registrado en el dominio de nivel superior .MX.

Titular: El titular de un nombre de dominio y contra quien se ha presentado una solicitud de cancelación del registro o transmisión de la titularidad de un nombre de dominio en .MX

Reglamento Adicional: El reglamento adoptado por el proveedor que administra un procedimiento que complementa el presente reglamento. El reglamento adicional será compatible con la política aplicable o el presente reglamento y abarcará cuestiones como las limitaciones y directrices en materia de palabras y de páginas, la forma de comunicación con el proveedor y la forma de presentación de las portadas.

Artículo 2 Comunicaciones

- A. Cuando se transmita una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio al titular, será responsabilidad del proveedor emplear los medios razonablemente disponibles que se estimen necesarios para lograr que se notifique efectivamente al titular. Se cumplirá este requisito cuando:
 - i. Se envíe la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio a todas las direcciones de correo o de telefacsímil que figuren en los datos de registro del nombre de dominio en la base de datos "Whois" de NIC-México correspondientes al(los) titular(es) del nombre de dominio registrado, es decir, al contacto técnico y al contacto administrativo y;
 - ii. Se envíe la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio (incluidos los anexos, en la medida en que estén disponibles, en formato electrónico) por correo electrónico a:
 - 1. Las direcciones de correo electrónico para los contactos técnico y administrativo;
 - 2. La cuenta de correo electrónico del administrador del sistema de correo para este nombre de dominio, usualmente la cuenta "postmaster" bajo el nombre de dominio objeto de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio , esto sólo en caso de que las cuentas de correo electrónico mencionadas en el punto anterior, presentaran algún problema;
 - iii. El envío de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio a cualquier dirección que el promovente haya notificado al proveedor en calidad de preferente y, en la medida en que sea posible, a las demás direcciones suministradas por el promovente al proveedor en virtud del artículo 3.B.v .
- B. A reserva de lo establecido en el artículo 2.A, cualquier comunicación escrita al promovente o al titular prevista en el presente Reglamento se efectuará por los medios preferidos declarados por el promovente o el titular, respectivamente (véanse los artículo 3.B.iii y 5.B.iii), o cuando no exista dicha declaración:
 - i. mediante transmisión de telecopia o telefacsímil, con confirmación de la transmisión; o

- ii. por correo ordinario o urgente, franqueo pagado y acuse de recibo con notificación; o
 - iii. electrónicamente por medio de Internet, siempre y cuando se disponga del registro de su transmisión.
- C. Cualquier comunicación al proveedor o al grupo de expertos se efectuará en el modo y manera (incluido el número de copias) establecidos en el Reglamento Adicional del proveedor.
- D. Las comunicaciones se efectuarán en el idioma prescrito en el artículo 13.A y 13.B. Cuando sea posible, las comunicaciones por correo electrónico deberán enviarse en lenguaje común.
- E. Cualquier parte podrá actualizar los datos para ponerse en contacto con ella notificándolo al proveedor y a NIC-México.
- F. A reserva de lo previsto en el presente Reglamento o de la resolución de un grupo de expertos, se considerará que se han efectuado las comunicaciones previstas en el presente Reglamento:
- i. Si se han transmitido mediante telecopia o telefacsímil, en la fecha que figura en la confirmación de la transmisión; o
 - ii. Si se han transmitido por correo ordinario o urgente, en la fecha marcada en el resguardo; o
 - iii. Si se han transmitido por medio de Internet/correo electrónico, en la fecha en que se haya transmitido la comunicación, siempre y cuando la fecha de transmisión sea verificable.
- G. A reserva de lo previsto en el presente Reglamento, todos los plazos calculados en virtud del presente Reglamento a partir del momento en que se efectúa una comunicación comenzarán a contar a partir de la fecha más temprana en que se estime que se ha efectuado la comunicación de conformidad con el artículo 2.F.
- H. Se enviará copia de cualquier comunicación efectuada:
- i. Por un grupo de expertos a cualquier parte, al proveedor y a la otra parte;
 - ii. Por el proveedor a cualquier parte, a la otra parte; y
 - iii. Por una parte, a la otra parte, al grupo de expertos y al proveedor, según sea el caso.
- I. Será responsabilidad de quien envíe la comunicación conservar el registro del hecho y de las circunstancias del envío, que deberá estar disponible para su inspección por las partes interesadas y a los fines de información.
- J. En caso de que una parte que envía una comunicación, reciba la notificación de que ésta no se ha recibido, la parte notificará inmediatamente al grupo de expertos (o, si todavía no se ha nombrado un grupo de expertos, al proveedor) las circunstancias de la notificación. Otros procedimientos relativos a la comunicación y cualquier respuesta se efectuarán con arreglo a lo establecido por el grupo de expertos (o el proveedor).

II. INICIO DEL PROCEDIMIENTO

Solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

Artículo 3

- A. Toda persona o entidad podrá iniciar un procedimiento de solución de controversias presentando una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio al proveedor con autorización de NIC-México (como se aprecia en el ANEXO A de la Política de Solución de Controversias en materia de nombres de dominio para .mx) de conformidad con las Políticas Generales de NIC-México, Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) y el presente Reglamento.
- B. **La solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** se presentará en una copia impresa y (excepto en la medida en que no esté disponible en el caso de los anexos) en forma electrónica y en ella se deberá:
- i. Solicitar que se someta dicha solicitud a un grupo de expertos para su resolución de conformidad con **la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP)** y el presente Reglamento;
 - ii. Proporcionar los nombres, la dirección postal y de correo electrónico, y los números de teléfono y de telefacsímil del titular y del promovente, así como de cualquier representante del promovente;
 - iii. Especificar la forma preferida para efectuar las comunicaciones dirigidas al promovente en la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (incluida la persona con la que haya que ponerse en contacto, el medio y la información relativa a la dirección) para el A) material estrictamente electrónico y B) material en el que se incluyan copias impresas;
 - iv. Designar si el promovente opta por que la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) sea resuelta por un grupo de expertos compuesto de un único miembro o de tres miembros y, en caso de que el promovente opte por un grupo de expertos compuesto de tres miembros, proporcionar los nombres de tres candidatos que puedan actuar en calidad de miembros del grupo de expertos y los datos para ponerse en contacto con ellos (estos candidatos podrán seleccionarse a partir de cualquier lista de expertos de cualquier proveedor con autorización de NIC-México);
 - v. Proporcionar el nombre del titular del nombre de dominio y toda la información (incluida cualquier dirección postal y de correo electrónico, así como los números de teléfono y telefacsímil) conocida por el promovente sobre la manera de ponerse en contacto con el titular o cualquier representante del titular, incluida la información que se base en relaciones anteriores a la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio que permita establecer contacto con los mismos, lo suficientemente detallada para permitir que el proveedor envíe la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio tal y como se describe en el artículo 2.A;
 - vi. Especificar el nombre o nombres de dominio objeto de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio;
 - vii. Especificar la marca o marcas de productos o de servicios registradas, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos en la que se base la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** y, respecto de cada marca registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos, describiendo los productos o servicios o bien jurídicamente tutelado, si los hubiere, con los que se utilizan (el promovente también podrá describir por separado otros productos y servicios con los que, en el momento en que se presenta la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio**, tiene intención de utilizar dichas denominaciones en el futuro);

- viii. Describir, de conformidad con la **Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP)** , los motivos sobre los que se basa la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio; incluidos en particular:
1. La manera en que el nombre o nombres de dominio son idénticos o parecidos hasta el punto de crear confusión respecto a una marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos sobre la que el promovente tiene derechos; y
 2. Los motivos por los que debería considerarse que el titular no tiene derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio; o nombres de dominio objeto de la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** ; o
 3. Los motivos por los que debería considerarse que el nombre o nombres de dominio han sido registrados y utilizados de mala fe.
 4. (En la descripción se deberán examinar, en cuanto a los elementos 2) y 3) cualquier aspecto de los artículo 4.B y 4.C de la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP). La descripción deberá satisfacer cualquier límite de palabras o de páginas establecida en el Reglamento Adicional del proveedor);
- ix. Especificar, de conformidad con la política, los efectos que se pretenden obtener;
- x. Notificar cualquier procedimiento que se haya comenzado o terminado en relación con el nombre o nombres de dominio objeto de la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio**;
- xi. Declarar que ha sido enviada o transmitida al titular del nombre de dominio, de conformidad con el artículo 2.B, una copia de la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio**, junto con la portada, tal y como prescribe el Reglamento Adicional del proveedor;
- xii. Declarar que el promovente se someterá a cualquier efecto de la resolución que se tome de acuerdo con la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX y política aplicable sobre la cancelación del registro o transmisión de la titularidad del nombre de dominio;
- xiii. Concluir con la declaración señalada a continuación, seguida de la firma del promovente o su representante autorizado:

"El promovente acepta que la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** que plantea y lo que solicita en relación con el registro del nombre de dominio afectara únicamente al titular del nombre de dominio y exime de los mismos a: a) el proveedor de solución de controversias y a los miembros del grupo de expertos, excepto en caso de infracción deliberada; b) a NIC-México, así como a sus directores, representantes, empleados y agentes. El promovente certifica y asegura que la información contenida en la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** es completa y exacta, que la presente **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** no se presenta con ningún motivo inadecuado, como el de crear obstáculos, que las afirmaciones efectuadas se fundamentan en el presente reglamento, tal y como existe actualmente o en medida que pueda extenderse mediante un argumento razonable y de buena fe"

- xiv. Adjuntar todo tipo de pruebas, incluida una copia del acuerdo de registro y de la **Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para**

- .MX (LDRP)** , sobre las que se base la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, junto con una enumeración de esos documentos;
- xv. La **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** podrá abarcar más de un nombre de dominio, siempre y cuando los nombres de dominio hayan sido registrados por el mismo titular.
 - xvi. La **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** se remitirá al proveedor de conformidad con el artículo 2.).

Notificaciones efectuadas por el proveedor tras la presentación de la Solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio

Artículo 4

- A. El proveedor examinará la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio a fin de determinar si cumple las disposiciones de la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP) y del presente Reglamento y, en caso afirmativo, remitirá la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio (junto con la portada explicativa prescrita por el Reglamento Adicional del proveedor) al titular, en la manera prescrita por el artículo 2.A, en un plazo de tres (3) días naturales a partir de la recepción de las tasas que el promovente ha de pagar de conformidad con el artículo 22.
- B. Si el proveedor determina que la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio no cumple con los requisitos señalados en este reglamento, notificará inmediatamente al promovente y al titular dichos incumplimientos. El promovente tendrá cinco (5) días naturales para subsanar cualquier incumplimiento, tras lo que se considerará retirada la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio, sin perjuicio de que el promovente someta una solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio distinta.
- C. La fecha de comienzo del procedimiento de la política resolución de controversia relativa a nombres de dominio será la fecha en la que el proveedor completa sus responsabilidades en virtud del artículo 2.A en relación con el envío de **la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** al titular.
- D. El proveedor notificará al titular, promovente y a NIC-México la fecha de inicio del procedimiento de la política.

Escrito de contestación

Artículo 5

- A. En un plazo de veinte (20) días a partir de la fecha de inicio del procedimiento de la política de resolución de controversias, el titular someterá al proveedor un escrito de contestación.
- B. El escrito de contestación se presentará en copia impresa y (excepto en la medida en que no esté disponible en el caso de los anexos) en forma electrónica y en él se deberá:
 - i. Responder específicamente a las declaraciones y alegaciones que figuran en la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** e incluir todas las razones por las que el titular del nombre de dominio debe

- conservar el registro y utilización del nombre de dominio objeto de la controversia (esta parte del escrito de contestación deberá satisfacer cualquier limitación de palabras o de páginas establecida en el Reglamento Adicional del proveedor);
- ii. Proporcionar el nombre, la dirección postal y de correo electrónico, y los números de teléfono y de telefacsímil del titular del nombre de dominio, así como de cualquier representante autorizado para actuar en representación del titular en el procedimiento;
 - iii. Especificar la forma preferida para efectuar las comunicaciones dirigidas al titular en el procedimiento (incluida la persona con la que haya que ponerse en contacto, el medio y la información relativa a la dirección) para cada tipo de: A) material estrictamente electrónico y B) material en el que se incluyan copias impresas;
 - iv. si el promovente ha optado en la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** por un grupo de expertos compuesto de un único miembro (véase el artículo 3.B.iv), declarar si el titular opta en cambio por que la controversia sea resuelta por un grupo de expertos compuesto de tres miembros;
 - v. Si el promovente o el titular optan por un grupo de expertos compuesto de tres miembros, proporcionar los nombres de tres candidatos que puedan actuar en calidad de miembros del grupo de expertos y las datos para ponerse en contacto con los mismos (estos candidatos podrán seleccionarse a partir de cualquier lista de expertos de cualquier proveedor con la autorización de NIC-México);
 - vi. Identificar cualquier procedimiento que se haya comenzado o terminado en relación con cualquiera de los nombres de dominio objeto de la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio**;
 - vii. Declarar que ha sido enviada o transmitida al promovente una copia del escrito de contestación, de conformidad con el artículo 2.B; y
 - viii. Concluir con la declaración señalada a continuación, seguida de la firma del titular o su representante autorizado:

"El titular certifica y asegura que la información que figura en el presente escrito de contestación es, a su leal saber y entender, completa y exacta, que el presente escrito de contestación no se presenta con ningún motivo inadecuado, como el de crear obstáculos, y que las afirmaciones efectuadas en el presente escrito de contestación están garantizadas por el presente Reglamento y la legislación aplicable, tal y como existe actualmente o en la medida en que puede extenderse mediante un argumento razonable y de buena fe."; y

- ix. Adjuntar todo tipo de pruebas documentales sobre las que se base el escrito de contestación, junto con una enumeración de esos documentos.
- C. Si el promovente ha optado por que la controversia sea resuelta por un grupo de expertos compuesto de un único miembro y el titular opta por un grupo de expertos compuesto de tres miembros, el titular estará obligado a pagar la mitad de la tasa aplicable a grupos de expertos compuestos de tres miembros según lo establecido en el Reglamento Adicional del proveedor. El pago se efectuará junto con el envío del escrito de contestación al proveedor. En caso de que no se efectúe el pago exigido, un grupo de expertos compuesto de un único miembro resolverá la controversia.
 - D. A petición del titular, el proveedor podrá, en casos excepcionales, ampliar el período de presentación del escrito de contestación. El período podrá ampliarse asimismo mediante estipulación escrita de las partes, siempre y cuando el proveedor la apruebe.

- E. Si el titular no presenta un escrito de contestación, siempre y cuando no existan circunstancias excepcionales, el grupo de expertos resolverá la controversia basándose en la **solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** .

Eximente de responsabilidad

Artículo 6

Salvo en caso de negligencia, ni NIC-México, ni el proveedor, ni un miembro de un grupo de expertos serán responsables ante ninguna parte por todo acto u omisión en relación con cualquier procedimiento en virtud del presente Reglamento.

Modificaciones

Artículo 7

La versión del presente Reglamento que esté en vigor en el momento de la presentación de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio se aplicará al procedimiento iniciado de ese modo. Cualquier modificación o actualización al reglamento será publicada con un aviso de 15 días en la página del NIC-México: <http://www.nic.mx> , con objeto de que el titular manifieste lo que a sus intereses convenga, transcurrido este plazo sin que el titular haya manifestado lo conducente, los cambios y modificaciones serán considerados como aceptados y obligatorios para las partes.

III. EL GRUPO DE EXPERTOS

Nombramiento del grupo de expertos

Artículo 8

- A. El proveedor mantendrá y publicará una lista de miembros del grupo de expertos y sus antecedentes profesionales, que estará a disposición del público.
- B. Si el titular y el promovente no han optado por un grupo de expertos compuesto de tres miembros (artículo 3.B.iv y 5.B.iv), el proveedor nombrará, en un plazo de cinco (5) días naturales a partir de la recepción del escrito de contestación o una vez transcurrido el período otorgado para su presentación, un único miembro del grupo de expertos de entre su lista de expertos. Los honorarios de este grupo de expertos compuesto de un único miembro serán pagados en su totalidad por el promovente.
- C. Si el promovente o el titular optan por que la controversia sea resuelta por un grupo de expertos compuesto de tres miembros, el proveedor nombrará tres expertos que formarán parte del grupo de expertos de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 8.E . Los honorarios del grupo de expertos compuesto de tres miembros serán pagados en su totalidad por el promovente, excepto cuando el titular haya optado por que el grupo de expertos esté compuesto de tres miembros, en cuyo caso las tasas aplicables serán compartidas de manera equitativa por las partes.
- D. Salvo que ya haya optado por un grupo de expertos compuesto por tres miembros, el promovente someterá al proveedor, en un plazo de cinco (5) días naturales a partir de la comunicación de un escrito de contestación en el que el titular opta por un grupo de expertos compuesto por tres miembros, los nombres de tres candidatos que puedan actuar en calidad de miembros del grupo de expertos, y los datos que permitan establecer contacto con los mismos.

- E. En caso de que el promovente o el titular opten por un grupo de expertos compuesto por tres miembros, el proveedor procurará nombrar un miembro del grupo de expertos a partir de las listas de candidatos proporcionadas por el promovente y el titular. En caso de que el proveedor no pueda efectuar el nombramiento de un miembro del grupo de expertos en condiciones habituales a partir de la lista de candidatos de cualquiera de las partes, efectuará dicho nombramiento a partir de su lista de expertos. El tercer miembro del grupo de expertos será nombrado por el proveedor a partir de una lista de cinco candidatos presentada por el proveedor a las partes, y el proveedor seleccionará uno de esos cinco candidatos de manera tal que se guarde un equilibrio razonable entre las preferencias de ambas partes, tal y como podrán señalar al proveedor en un plazo de cinco (5) días naturales a partir del envío por el proveedor a las partes de la lista de cinco candidatos.
- F. Una vez que se hayan nombrado todos los miembros del grupo de expertos, el proveedor notificará a las partes los miembros del grupo de expertos que hayan sido nombrados y la fecha límite en la que, sin que existan circunstancias excepcionales, el grupo de expertos remitirá al proveedor la resolución que haya tomado.

Imparcialidad e independencia

Artículo 9

Todo miembro del grupo de expertos será imparcial e independiente, y antes de aceptar su nombramiento habrá comunicado al proveedor y a las partes toda circunstancia que pueda sembrar una duda justificable sobre la imparcialidad o la independencia de dicho miembro, o habrá confirmado por escrito que no existen tales circunstancias. Si en algún momento del procedimiento surgen nuevas circunstancias que puedan sembrar una duda justificable sobre la imparcialidad o la independencia del miembro del grupo de expertos, ese miembro comunicará inmediatamente dichas circunstancias al proveedor. En dicho caso, el proveedor estará habilitado para nombrar un miembro sustituto del grupo de expertos.

Comunicación entre las partes y el grupo de expertos

Artículo 10

Ninguna parte ni nadie que la represente podrán mantener comunicaciones unilaterales con el grupo de expertos. Todas las comunicaciones entre una parte y el grupo de expertos o el proveedor se efectuarán a un administrador nombrado por el proveedor en la forma prescrita en el Reglamento Adicional del proveedor.

IV. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

Transmisión del expediente al grupo de expertos

Artículo 11

El proveedor transmitirá el expediente al grupo de expertos en cuanto sea nombrado el miembro del grupo de expertos, en el caso de un grupo de expertos compuesto de un solo miembro, o en cuanto sea nombrado el último miembro del grupo, en el caso de un grupo de expertos compuesto de tres miembros.

Facultades generales del grupo de expertos

Artículo 12

- A. El grupo de expertos llevará a cabo el procedimiento de solución de controversias en la forma que estime apropiada de conformidad con la Política aplicable de solución de controversias (LDRP) y el presente Reglamento.
- B. En todos los casos, el grupo de expertos se asegurará que las partes sean tratadas con igualdad y de que a cada parte se le ofrezca una oportunidad justa para exponer su caso.
- C. El grupo de expertos se asegurará que el procedimiento de solución de controversias se efectúe con la debida prontitud. A petición de una parte o por iniciativa propia, podrá ampliar en casos excepcionales un plazo fijado por el presente Reglamento o por el grupo de expertos.
- D. El grupo de expertos determinará la admisibilidad, pertinencia, importancia relativa y peso de las pruebas.
- E. El grupo de expertos decidirá sobre la petición de una parte que solicite la acumulación de múltiples controversias en materia de nombres de dominio de conformidad con la Política aplicable y el presente Reglamento.

Idioma de los procedimientos

Artículo 13

- A. A menos que las partes decidan lo contrario, el idioma del procedimiento será el español, a reserva de la facultad del grupo de expertos de tomar otra resolución, teniendo en cuenta las circunstancias del procedimiento.
- B. El grupo de expertos podrá exigir que los documentos presentados en idiomas distintos del idioma del procedimiento de solución de controversias vayan acompañados de una traducción total o parcial al idioma del procedimiento de solución de controversias.

Otras declaraciones

Artículo 14

Además de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio y del escrito de contestación, el grupo de expertos, haciendo uso de sus facultades, podrá permitir o exigir otras declaraciones de las partes.

Vistas

Artículo 15

No se llevarán a cabo vistas (incluidas las vistas por teleconferencia, videoconferencia y conferencia vía Internet), a menos que el grupo de expertos determine, haciendo uso de sus facultades exclusivas y de manera excepcional, que es necesario llevar a cabo una vista para resolver la controversia.

Incumplimiento

Artículo 16

- A. En caso de que un titular, sin que existan circunstancias excepcionales, no presente su escrito de contestación de conformidad con el presente Reglamento, el grupo de expertos adoptará una resolución con respecto a la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

- B. El grupo de expertos también adoptará una resolución con respecto a la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio en caso de que una parte, sin que existan circunstancias excepcionales, no respete alguno de los plazos establecidos por el presente Reglamento o por el grupo de expertos.
- C. Si una parte, sin que existan circunstancias excepcionales, incumple alguna disposición o exigencia del presente Reglamento o alguna petición del grupo de expertos, este último sacará las conclusiones que considere apropiadas.

Cierre del procedimiento

Artículo 17

Cuando sea razonablemente posible y siempre y cuando le conste que todas las partes han tenido una oportunidad justa y equitativa de exponer su caso, el grupo de expertos declarará el cierre del procedimiento de resolución de controversias a más tardar diez (10) días después de la fecha de su nombramiento.

Renuncia

Artículo 18

Se estimará que una parte ha renunciado a su derecho de reclamación cuando sepa o debiera haber sabido que no se ha cumplido alguna disposición o exigencia en virtud del presente Reglamento, o alguna instrucción del grupo de expertos, y que pese a ello proceda sin presentar con diligencia una reclamación respecto de dicho incumplimiento.

V. RESOLUCIONES

Política aplicable

Artículo 19

El grupo de expertos resolverá la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio de conformidad con la Política aplicable, el presente Reglamento, así como las normas y principios de derecho que considere aplicables.

Forma y notificación de las resoluciones

Artículo 20

- A. La resolución se transmitirá al proveedor, cuando sea razonablemente posible, en un plazo de siete (7) días a partir del cierre del procedimiento de resolución de controversias.
- B. En la resolución figurará la fecha en la que se haya efectuado, las razones sobre las que se haya basado y estará firmada en forma digital o escrita. El grupo de expertos podrá consultar al proveedor respecto de cuestiones de forma relativas a la resolución.
- C. En cuanto sea posible, una vez que el grupo de expertos haya transmitido la resolución al proveedor, éste la comunicará a cada parte y a los registradores y a NIC-México para que se lleve a cabo su ejecución.
- D. Salvo que el grupo de expertos determine lo contrario, el proveedor publicará la resolución en un sitio Web accesible por el público.

Retirada de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio por acuerdo entre las partes u otros motivos de terminación

Artículo 21

- A. Si las partes llegan a un acuerdo antes de que se adopte la decisión del grupo de expertos, éste último terminará el procedimiento de solución de controversias, previa petición conjunta de las partes, inscribirá el acuerdo en forma de decisión acordada, que será firmada por el grupo de expertos y por las partes. El grupo de expertos no estará obligado a dar los motivos de dicha resolución.
- B. Si la continuación del procedimiento es innecesaria o imposible por cualquier motivo no mencionado en el párrafo a) antes de que se adopte la resolución del grupo de expertos, éste último estará facultado para dictar una resolución que ponga fin al procedimiento de solución de controversias, a menos que una parte presente motivos justificados (a la perspectiva del grupo de expertos) de objeción dentro de un plazo determinado por el grupo de expertos.

VI. TASAS Y HONORARIOS

Tasas

Artículo 22

- A. La solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio estará sujeta al pago por parte del promovente al proveedor de una tasa administrativa fija de conformidad con las tasas publicadas por el proveedor que esté en vigor en el momento de la presentación de la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio (véanse las referencias cada uno de los proveedores de solución de controversias que se muestran en el Anexo A de la **Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX**).
- B. La tasa estará compuesta por:
 - i. La tasa del proveedor, que no podrá ser reembolsada; y
 - ii. Una tasa pagadera al grupo de expertos que no podrá ser reembolsada después del nombramiento de dicho grupo.
- C. El proveedor no tomará medida alguna respecto de las solicitudes de resolución de controversia relativa a nombres de dominios hasta que haya recibido la tasa A).
- D. Si el proveedor no ha recibido la tasa administrativa en el plazo de siete (7) días a partir de la recepción de **la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio** , enviará un recordatorio de pago al promovente.

En caso de que el proveedor no haya recibido aún el pago de la tasa administrativa en el plazo de siete (7) días a partir del envío de dicho recordatorio, se considerará que se ha retirado la solicitud de resolución de controversia relativa a nombres de dominio.

ANEXO IV

REGLAMENTO ADICIONAL DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL RELATIVO A LA POLÍTICA UNIFORME DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA DE NOMBRES DE DOMINIO (EL "REGLAMENTO ADICIONAL") (EN VIGOR A PARTIR DEL 1 DE DICIEMBRE DE 1999)³

1. Alcance

a) **Vinculación al reglamento.** El presente Reglamento Adicional se interpretará y utilizará en relación con el Reglamento de la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio ([word](#) o [pdf](#)), aprobado por la Corporación de Asignación de Nombres y Números de Internet (ICANN) el 24 de octubre de 1999 (el "Reglamento").

b) **Versión del Reglamento Adicional.** La versión del presente Reglamento Adicional en vigor a partir de la fecha de presentación de la demanda se aplicará al procedimiento administrativo iniciado de esa manera.

2. Definiciones

Cualquier término definido en el Reglamento tendrá el mismo significado en el presente Reglamento Adicional.

3. Comunicaciones

a) **Modalidades.** A reserva de lo dispuesto en los párrafos 3.b) y 5.b) del Reglamento, salvo que se haya convenido previamente de otra manera con el Centro, cualquier presentación de escritos que pueda o deba efectuarse al Centro o a un grupo administrativo de expertos con arreglo al presente Reglamento, podrá efectuarse:

i) mediante transmisión de telefacsimil, con confirmación de la transmisión;

ii) por correo electrónico, utilizando la dirección designada expresamente por el Centro; o

iii) en caso de que ambas partes estén de acuerdo, mediante el sistema de presentación de demandas y administración del procedimiento establecido por el Centro y basado en Internet.

b) **Dirección de correo electrónico.** A los fines de cualquier comunicación enviada al Centro por correo electrónico, incluidas las previstas en los párrafos 3.b) y 5.b) del Reglamento, deberá utilizarse la siguiente dirección: domain.disputes@wipo.int.

c) **Copias.** Cuando una parte efectúe una presentación de un escrito al Centro, deberá presentar cuatro (4) copias que acompañen al original.

d) **Archivo.** El Centro mantendrá un archivo de todas las comunicaciones recibidas o que sean obligatorias en virtud del Reglamento.

4. Presentación de la demanda

³ Todos los anexos a los que hace referencia este reglamento, se encuentran disponibles en la página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual <http://www.OMPI.org>

a) **Portada de transmisión de la demanda.** De conformidad con el párrafo 3.b) xii) del Reglamento, el demandante estará obligado a enviar o transmitir su demanda junto con la portada de transmisión de la demanda prevista en el [Anexo A](#) del presente Reglamento que aparece publicada en el sitio Web del Centro. En caso de que esté disponible, el demandante utilizará la versión que figura en el mismo idioma o idiomas que los del acuerdo o acuerdos de registro relativos al nombre o nombres de dominio objeto de la demanda.

b) **Notificación al registrador.** El demandante suministrará una copia de la demanda al registrador o registradores interesados al mismo tiempo que presenta la demanda al Centro.

c) **Instrucciones relativas a la notificación de la demanda.** De conformidad con el párrafo 4.a) del Reglamento, el Centro remitirá la demanda al demandado, junto con las instrucciones establecidas en el [Anexo B](#) del presente Reglamento que aparecen publicadas en el sitio Web del Centro.

5. Examen del cumplimiento de las formalidades

a) **Notificación de defectos.** El Centro examinará la demanda en un plazo de cinco (5) días naturales a partir de la recepción de la demanda a fin de determinar si cumple los requisitos formales de la Política, el Reglamento y el Reglamento Adicional, y notificará al demandante y al demandado cualquier defecto en la demanda.

b) **Retirada.** Si el demandante no subsana los defectos observados por el Centro en el plazo previsto en el párrafo 4 del Reglamento (es decir, cinco (5) días naturales), el Centro notificará al demandante, al demandado y al registrador o registradores interesados que se considera retirada la demanda.

c) **Reembolso de las tasas.** Salvo que el demandante confirme su intención de volver a presentar una demanda al Centro después de que se haya considerado retirada, el Centro reembolsará al demandante la tasa pagada con arreglo al párrafo 19 del Reglamento, una vez descontada la cantidad correspondiente a la tasa de tramitación, tal y como se estipula en el [Anexo D](#).

6. Nombramiento del administrador del procedimiento

a) **Notificación.** El Centro informará a las partes del nombre del miembro del personal del Centro que será el administrador del procedimiento, así como las señas para ponerse en contacto con él; esta persona se responsabilizará de todas las cuestiones administrativas relacionadas con la controversia y con las comunicaciones que se efectúen al grupo administrativo de expertos.

b) **Responsabilidad.** El administrador del procedimiento podrá proporcionar asistencia administrativa al grupo administrativo de expertos o a un miembro del grupo, pero no estará facultado para resolver cuestiones de fondo relacionadas con la controversia.

7. Procedimiento para el nombramiento de los miembros del grupo de expertos

a) **Candidatos de las partes.** Cuando se solicite a una parte que remita los nombres de tres (3) candidatos a fin de que el Centro considere su nombramiento en calidad de miembros del grupo de expertos (es decir, de conformidad con los párrafos 3.b) iv), 5.b) v) y 6.d) del Reglamento), esa parte proporcionará, por orden de preferencia, los nombres

de tres candidatos y las señas para ponerse en contacto con ellos. Al nombrar un miembro del grupo de expertos, el Centro respetará el orden de preferencia indicado por las partes, siempre y cuando esto sea factible.

b) Presidente del grupo de expertos

i. El tercer miembro del grupo de expertos nombrado de conformidad con el párrafo 6.e) del Reglamento será el Presidente del grupo de expertos.

ii. Cuando, en virtud del párrafo 6.e) del Reglamento, una parte no indique al Centro ningún orden de preferencia en relación con el Presidente del grupo de expertos, el Centro no obstante nombrará un Presidente.

iii. Sin perjuicio del procedimiento previsto en el párrafo 6.e) del Reglamento, las partes podrán convenir conjuntamente en la identidad del Presidente del grupo de expertos, en cuyo caso notificarán por escrito al Centro dicho acuerdo a más tardar en el plazo de cinco (5) días naturales contados a partir de la recepción de la lista de candidatos prevista en el párrafo 6.e).

c) Incumplimiento del demandado

Cuando el demandado no envíe el escrito de contestación o no efectúe el pago previsto en el párrafo 5.c) del Reglamento antes del plazo determinado por el Centro, este último pasará a nombrar el grupo administrativo de expertos de la manera siguiente:

i. si el demandante ha optado por un grupo administrativo de expertos compuesto de un único miembro, el Centro nombrará ese miembro a partir de la lista de expertos publicada por el Centro;

ii. si el demandante ha optado por un grupo administrativo de expertos compuesto de tres miembros, el Centro nombrará, siempre que sea factible, un miembro del grupo de expertos de entre los nombres presentados por el demandante, y el segundo miembro y el Presidente a partir de la lista de expertos publicada por el Centro.

8. Declaración

De conformidad con el párrafo 7 del Reglamento, antes de su nombramiento en calidad de miembro del grupo de expertos, un candidato estará obligado a remitir al Centro una Declaración de independencia e imparcialidad utilizando el formulario que figura en el [Anexo C](#) del presente Reglamento Adicional y que está publicado en el sitio Web del Centro.

9. Tasas

En el [Anexo D](#) del presente Reglamento Adicional figuran las tasas aplicables al procedimiento administrativo, que están publicadas en el sitio Web del Centro.

10. Límite de palabras

a) El límite de palabras en virtud del párrafo 3.b) ix) del Reglamento será de 5.000 palabras.

b) El límite de palabras en virtud del párrafo 5.b) i) del Reglamento será de 5.000 palabras.

c) A los fines del párrafo 15.e) del Reglamento, no habrá límite de palabras.

11. Modificaciones

Sin perjuicio de lo establecido en la Política y el Reglamento, el Centro podrá modificar el presente Reglamento Adicional haciendo uso de sus facultades exclusivas.

12. Exoneración de la responsabilidad

Salvo en el caso de infracción deliberada, ni el grupo administrativo de expertos, ni la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ni el Centro serán responsables ante una parte, un registrador interesado o la ICANN de cualquier acto u omisión en relación con el procedimiento administrativo.

BIBLIOGRAFIA

1. AZLOR, Sergio, *La importancia de Google y Posicionamiento en Buscadores*, página consultada el 6 de febrero de 2006, disponible en Internet en <http://neominds.com.mx/boletín-de-prensa-optimización-web/05-09-10-1a-importancia-de-google-y-posicionamiento-en-buscadores.html>
2. CARBAJO CASCÓN, Fernando, *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en Internet*, Navarra, Aranzadi Editorial, 1999,
3. *Diccionario de la Lengua Española*, 22ª ed., t. 6, España, Espasa, 2002.
4. *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed., febrero 2006, Versión electrónica [en línea]. (consulta el 10 de febrero de 2006). Disponible en Internet <http://www.rae.es>
5. *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed., España, Espasa, 2002, t. 7, p.
6. FERNANDEZ-NOVOA, Carlos, *Derecho de marcas*, Madrid, Editorial Montecorvo, S.A., 1990
7. GARCÍA VIDAL, Ángel, *Derecho de marcas e Internet*, Valencia, Tirant Lo Blanch, 2002
8. GONZÁLEZ LÓPEZ, Oscar Rodrigo, *Internet para la empresa*, España, Anaya Multimedia, 2003
9. HERVÁS ANTONIO, Jorge *et al.*, *Internet para principiantes*, España, Universidad Politécnica de Valencia, 1996
10. MARTÍNEZ MEDRANO, Gabriel A. y SOUCASSE, Gabriela M. *Derecho de marcas*, Buenos Aires, Ediciones La Rocca, 2000
11. NAVA NEGRETE, Justo, *Derecho de las marcas*, México, Porrúa, 1985
12. OTAMENDI, Jorge, *Derecho de marcas*, 2ª ed., Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1995
13. PABLO Vibes, Federico, *El nombre de dominio de Internet*, Buenos Aires, La Ley, 2003
14. PERRY, Paul J., *Los Secretos Del World Wide Web (World Wide Web Secrets)*, trad. de Jorge Rodríguez Vega, Madrid, Anaya multimedia, 1996

15. RODRÍGUEZ BALSA, Alejandro *et al.*, *.com probado. Experiencias de empresas exitosas de Internet en México*, México, Grupo Editorial Patria, 2002
16. RANGEL MEDINA, David, *Derecho intelectual*, México, UNAM/McGraw-Hill, 1998
17. _____, *Tratado de Derecho Marcario*, México, Editorial Libros de México, 1960
18. SERRANO, MIGALLÓN, Fernando, *Nueva Ley Federal del Derecho de Autor* Porrúa, México, 1998
19. STEWART, James Michael, *La Biblia de Intranet*, trad. de Gonzálo Madruga Jiménez Pérez, Madrid, Anaya Multimedia, 1997
20. TORRES CORONAS, Teresa, *La valoración de las marcas*, Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 2002

HEMEROGRAFIA

21. *Dommo*, noticias del día martes 16 de mayo de 2006, consultada 18 de mayo de 2006, Disponible en Internet <http://www.dommo.net>
22. GARAY ROBLES, Oscar, *¿Qué es el DNS?*, Boletín de Política Informática, México, No. 1, 2003
23. HUERTA, Eduardo, *Atacan hackers a clientes de Banamex Citigroup*, Milenio Diario, México, 10 de enero de 2006
24. LYNCH, Daniel C. *et al.*, *Una breve historia de Internet*, Revista Novatita, febrero 1998, [en línea] (consultada 2 de julio de 2005), <http://.ati.es/DOCS/internet/histint/>.
25. MAESTRE RODRÍGUEZ, Javier A., *Planteamiento de la problemática jurídica de los nombres de dominio: Comentario a la sentencia dictada en el caso "PANAVISION"*. [en línea] (consultada el 2 de enero de 2005), Disponible en Internet <http://www.dominuiis.com/boletines/doctrinal/problematika.html>

26. QUIRARTE, Antonio, *Entrevista a Oscar Robles, Director General de Nic-México*, 16 de mayo de 2001, disponible en Internet en http://suempresa.com/deinteres/oscar_robles.html.
27. ROMÁN PINEDA, Romina, *Intermediarios Condusef pide regular dominios de internet(sic)*, 17 de abril de 2006, disponible en Internet, <http://www.eluniversal.com.mx>

LEGISLACIÓN Y OTRAS NORMAS

28. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Resolución 2226/2000 Reglas para la Registración de Nombres de Dominio Internet en la República Argentina, disponible en Internet <http://www.nic.ar>
29. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, *Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet bajo el Código de país correspondiente a España (.es)*, España, Boletín Oficial del Estado, 31 de mayo de 2005, p. 1872, disponible en Internet, <http://red.es>
30. *Orden PRE/1641/2005, de 31 de mayo, por la que se modifica la Orden PRE/2440/2003, de 29 de agosto, por la que se desarrolla la regulación de la tasa por asignación del recurso limitado de nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (.es)*, disponible en Internet en <http://www.red.es>
31. *Políticas Generales de Nombres de Dominio*
32. *Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”.*
33. *Reglamento de la Política de Solución de Controversias en Materia de Nombres de Dominio para “.mx”*
34. *Ley de la Propiedad Industrial.*
35. *Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial..*
36. *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*
37. *Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC)*
38. *Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial*

CRITERIOS JUDICIALES

39. "TRATADOS INTERNACIONALES. SE UBICAN JERÁRQUICAMENTE POR ENCIMA DE LAS LEYES FEDERALES Y EN UN SEGUNDO PLANO RESPECTO DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL", Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Semanario Judicial de la Federación, Novena Época, Tomo X, noviembre de 1999, p. 46.
40. "MARCAS, SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSION. AUN CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PERTENEZCAN A DISTINTAS CLASES O GENEROS", Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XV-I, Febrero de 1995, Tesis I.3º.A.584ª, p. 226.
41. "MARCA NOTORIA. NOCION Y PROTECCION DE LA. NO SE REQUIERE QUE SE ENCUENTRA REGISTRADA EN EL PAÍS", Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Tomo 193-198, sexta parte, 1985, p. 109.
42. "*RECURSO DE REVISIÓN PREVISTO EN LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO. DEBE AGOTARSE ANTES DE ACUDIR AL JUICIO DE GARANTÍAS CUANDO SE IMPUGNE UNA RESOLUCIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (DECRETOS DE REFORMAS DEL 19 DE ABRIL Y 30 DE MAYO DE DOS MIL)*", Tribunales Colegiados de Circuito, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XIX, Novena Época, abril de 2004, p. 1359.

OTROS DOCUMENTOS

43. GRAHAM, James, *Congreso Internacional: Información, tecnología y derecho: nuevos retos para Latinoamérica*, Octubre de 2004. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, octubre de 2004, apuntes tomados por Gerardo Merino López.

44. Lista de ccTLD, disponible en la página web de IANA, <http://www.iana.org/ipaddress/ip-addresses.htm>
45. Estadísticas de NIC MÉXICO, página web, disponible en Internet <http://www.nic.mx>
46. SENADO DE LA REPÚBLICA, Legislatura LIX, Iniciativas de Ciudadanos Senadores, Gaceta No. 159, Año 3, Segundo Periodo Ordinario, 22 de marzo de 2006, disponible en <http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/?sesion=2006/03/22/1&documento=23>
47. Estadísticas sobre usuarios de Internet en el mundo, Información. (consultada el 14 de febrero de 2006). Disponible en Internet <http://global-reach.biz/globstats/refs.php3>