
PRAGUE – Trademark Clearinghouse
Wednesday, June 27, 2012 – 11:00 to 12:00
ICANN - Prague, Czech Republic

Karen Lentz:

Bienvenidos, esta es una sesión sobre el centro de Información de Marcas, para darles una actualización del trabajo que estamos haciendo para implementar el Centro de Información de Marcas para el espacio de nuevos gTLD. Tenemos las actualizaciones de este progreso. Hubo dos actualizaciones para implementar el Centro de Información de Marcas, uno es asegurar y comprometer los proveedores de servicio para que hagan las funciones del Centro de Información de Marcas para operar la base de datos para soportar las direcciones del periodo pre registro. Ahora tenemos a nuestros socios para que trabajen sobre este tema, y también estamos desarrollando los procesos para....

La función primaria es mantener la base de datos, de los datos de marcas que han sido verificados. Estamos introduciendo un término nuevo en esta presentación, en el pasado hablamos de autenticación, que significaba la revisión de los derechos para asegurarnos de que esto existe en todas las jurisdicciones, la marca y ahora usamos el termino validación para referirnos a la revisión extra de las visiones, y estos términos a veces crean confusiones y generan preguntas, tratamos de simplificar esto, reemplazándolo por el termino verificación.

Todos los datos que entran al Centro de Información de Datos son verificados, y el otro paso es relevante, y también como ya mencione, la base de datos soporta el periodo pre registro, que es antes del lanzamiento de las registraciones de TLDs y después tenemos los

Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archive, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.

reclamos de marcas que son operativos, una vez que el registro ya está en el mercado.

Dije al principio que trabajamos con la comunidad para obtener y que nos den consejos sobre los temas para implementar estos procesos, con el centro de Información de Marcas revisamos los principios para diseñar este proceso.

El primero es que hay una sobre exposición de datos, que puedan ser los datos agregados, que puedan ser sujetos de abuso o mal uso y uno de los principios que usamos es limitar o minimizar la exposición de datos.

Otro principio es evitar un único punto de falla en el proceso de registración de nombres de dominio para que estén disponibles los nombres de dominio y minimizar el número de partes que interactúan para ganar simplicidad y eficiencia en el proceso.

Cercanía es que las partes interactúen con los que están más cerca en la cadena, y eso tiene que ver con mantener el proceso de registro de dominio tan cercano como sea posible, y no crear una ruptura creando nuevos pasos o crear más confusión sobre lo que es lo que se supone que debemos comunicar, tratamos de mantener las cadenas de comunicación existentes que están en la actualidad.

Y finalmente adoptamos que el diseño tiene que ser consistente, que sea reflejo de la guía para el solicitante, y que este dentro de la comunidad y que tenga consultas con la comunidad dentro de las discusiones, por eso mantenemos una consistencia con este punto, así que podemos continuar ahora.

Aquí vemos un cronograma del proyecto, comenzamos el otoño pasado para desarrollar los requerimientos junto con la comunidad, en paralelo al mismo tiempo trabajamos para asegurarnos un proveedor de servicios calificados. Y si vemos donde estamos ahora al final del Q2 estamos completando los requerimientos y vamos a diseñar una integración, diseñar y crear una integración, estamos en la fase de prueba abierta, que yo me voy a referir en esta sesión.

Y finalmente el objetivo es que el Centro de Información de Marcas se lance en el cuarto trimestre de este año. Y en cuanto al cronograma que ya consideramos, que logramos desde la última reunión de Costa Rica tenemos un equipo de Deloitte, IBM y Chip, que están con nosotros hoy.

Mencionamos también un proceso de seguimiento para recolectar impresiones de la comunidad, que ello comenzó hace unos años, y dimos algunas preguntas, algunas opciones, recolectamos la información, e hicimos un modelo de implementación en borrador, que esto ocurrió en abril, estamos obteniendo comentarios sobre ese borrador desde que fue publicado en abril para ser tratado en esta reunión, donde estamos ahora.

Estamos tratando de refinar los requisitos técnicos, tenemos que impulsar con esos proveedores y además desarrollar el apoyo de los registros y registradores que van a incorporar este proceso de Centro de Información de Marcas en los procesos existentes. Estamos haciendo algunas cosas, desarrollando las extensiones de EPP que van a utilizarse y también vamos a tener una lista de distribución de emails con detalles de registros para intercambio de datos, como mencione, hay una fase

de prueba, cuya primera fase comienza el próximo mes, en julio, y que va a estar lista para el otoño de este año. Ahora le doy el micrófono a Jan Corstens y su equipo, nos van a decir los procesos del centro de informe.

Jan Corstens:

Buenos días, estamos muy felices de presentar a ustedes nuestro objetivo para hoy, es al menos darle un entendimiento de donde estamos con la implementación del Centro de Información de Marcas, explicarles cómo va a funcionar, cuales son las funcionalidades, y en qué medida vamos a interactuar con un número de personas para obtener sus comentarios.

Entendemos y en los últimos días vimos que hay algunas preguntas y preocupaciones, y creo que eso es normal, ustedes no pudieron hacer ninguna pregunta hasta el momento, pero tienen también que entender que comenzamos a trabajar hace dos o tres meses, tenemos una lista de requisitos y ahora estamos comenzando a trabajar con esa lista, también necesitamos un tiempo para digerir todo esto

Donde estamos hoy, queremos introducirles y presentarles a el equipo, ustedes ven a la personas aquí en la mesa, también tenemos algunas personas en la sala, tal vez se puedan ponerse de pie para que ustedes vean cual es el equipo. Pueden a hacerle preguntas a cualquiera de los miembros del grupo.

Don Fancher:

Muchas gracias Jan, lo que Vicky y yo pensamos. Yo soy Don Fancher, vamos a tomarnos algunos minutos y les vamos a presentar algunos

procesos de alto nivel que se nos ocurrieron como vislumbramos que funcione el Centro de Información de Marcas y darle oportunidad a ustedes para informarles para que ustedes le informen a la comunidad, y que la comunidad nos comente que es lo que piensa.

Una de la primeras cosas que quiero mostrarles es el equipo que conformamos con Deloitte, IBM y con Chip, es un equipo global. Al ser un equipo global nos da la oportunidad de implementar el centro y de la forma más excelente posible.

Vamos a ir al proceso de verificación y entenderá como vamos a utilizar el equipo, y tener el equipo global. Tenemos personas que están en diferentes jurisdicciones que entienden las reglas y requerimientos de diferentes jurisdicciones sobre marcas, y tenemos procesos en este esfuerzo, podemos operar las 24 horas del día, porque tenemos equipos en diferentes partes del mundo.

Nuestro plan es tomar la información que se presenta al Centro de Información de marcas, que nos llega a través de una interface con la web, lo ponemos en una base de datos segura, y después tenemos dos equipos que revisan todo el proceso de cuatro ojos, como lo llamamos nosotros.

Tenemos la verificación primaria, a través del primer grupo que tiene nivel de acceso a todos los datos que llegan al Centro de Información con los registros de marcas. Ese equipo lo estamos desarrollando los estándares, las expectativas, capacitación, el protocolo para esos equipos, para que haya un equipo con un conjunto de fuerzas iguales. Ese equipo primario va a ver todos los datos que están en los registros, compararlos con la base de datos que tenemos sobre marcas, y para

hacer esta verificación ese equipo va a verificar que toda la información sea correcta.

Supongamos que esto pasa, un segundo equipo, o el segundo equipo de verificación va a tener acceso a los datos, va a usar esto, van a repetir esencialmente el proceso, va a pasar todos los pasos, siguiendo todos los protocolos y determinar y verificar que toda la información este correcta.

De esta manera eliminamos todos los errores, la redundancia que puedan ser muy rápidos y efectivos, nos da la seguridad de que los datos están efectivamente revisados.

Supongamos que ambos equipos van al proceso y la información es correcta, se transforma en activo, vemos que todos los registros son activos y procedimos. En nuestra experiencia, y otro punto muy importante del equipo es que ya lo hicimos antes, ya lo hicimos con otros centros de información. Pero en nuestra experiencia, 40% más de los registros cuando van al Centro de Registro de Marcas tienen inexactitudes o datos que no concuerdan, no queremos decir bueno término, tenemos la información y listo, se van.

Nuestro objetivo es trabajar con los tenedores de marcas y agentes para tener toda la información correcta dentro de los archivos. Alguno de los ejemplos por ejemplo si el domicilio es incorrecto que nos llega, relacionado con la dirección de la base de datos o el nombre de la entidad, especialmente con empresas que tienen diferentes propiedades intelectuales, y a veces entra la información incorrecta, ¿qué otras cosas Vicky viste que podemos ver?

Vicky: Otros ejemplos es que si se hace algún error ortográfico en la marca, otro es el país de protección es incorrecto, o no tienen el numero completo de registro, Esto hace difícil desarrollar la información respaldatorio, así que les permitimos a los agentes y a los tenedores de marcas a que lo corrijan.

Don Fancher: Estamos haciendo esto, es parte de lo que esperamos que ocurra y estamos hablando de algunos de los soportes de registros y usuarios, sabemos que va a pasar, es parte del proceso estos errores, y trabajamos con los tenedores de marcas y sus agentes para obtener la información apropiada.

Imaginamos que esto va a ser por email, por correo electrónico, tenemos una oportunidad si es necesario de hablar por teléfono, pero el punto es que tenemos que hacerlo lo más fácil posible para asegurarnos de que los tenedores de marca completen la información correctamente.

No le vamos a dar información que les ayude a falsificar sus datos. No le vamos a decir acá tienes un problema. Si sabemos que es un problema de dirección, las direcciones no coinciden, así que por favor corríjalo, esto es lo que le diremos. Hay un periodo limitado desde nuestra perspectiva, y ya lo vimos en algunos puntos cuando respondimos a los tenedores de marcas o agentes cuando no hay respuesta.

Tenemos un periodo de veinte días y en el momento el registro expira. No está limitado de la base de datos, el registro queda, pero si en algún

momento, el tenedor quiere reiniciar el proceso lo pueden hacer, no necesariamente tienen que re-completar todas las informaciones ni las planillas, pero como ya lo dejamos de lado y podemos reiniciar nuestro proceso propio. El honorario inicial va a tener que pagarse nuevamente porque ya pasamos el periodo.

Una de las otras cosas que quiero hablarse también esta mañana, es el apoyo del registro, para nosotros es importante trabajar con los registros, que estos sean accesibles a los registros y nuestros datos creen una interacción entre el registro y el Centro de Información de Marcas, estamos focalizados en eso para cumplirlo, y también queremos asegurarnos que los requisitos mínimos de ICANN se cumplan en este proceso de registración.

Así que estamos pensando en capacitación e integración del proceso de prueba, que Vicky les va a hablar, estamos contemplando el honorario inicial, ha habido debate sobre esto, pero es parte del proceso, un punto que es todo un día de consultoría, por lo tanto es importante que los registros, ellos entiendan que somos sólidos y que hay una comunicación sólida entre el centro de información de marcas y el registro, lo mismo aplica para los usuarios, los tenedores de derechos, o cualquier otra parte que tiene derecho o acceso, vamos a trabajar con ellos para establecer esa comunicación.

Estamos viendo una plantilla en los Estados Unidos, le hicimos preguntas frecuentes, pero esta información está disponible para los usuarios en muchos idiomas, y tendrán la oportunidad de entender que es lo que necesitan hacer y que les permita responder cualquier pregunta que puedan tener, si tienen necesidad y quieren contactarnos

vamos a hacerlo en principio a través de email, pero en algún momento podemos tener alguna conversación telefónica, esto también lo podríamos hacer, también trabajamos con otros tipos de línea de ayuda a los usuario, pero queremos asegurarnos de que le damos todo el apoyo que sea posible. Tenemos un equipo global, la gente en diferentes jurisdicciones, con idiomas disponibles en árabe, chino y también la plantilla esta disponible en esos idiomas, tenemos profesionales que puedan tener la conversación con cualquier persona en todo el mundo

Vicky Folens:

Como Karen menciona el objeto del centro de información de datos se refiere a los derechos.

Los servicios que brinda el centro de información de marcas son dos. Primero el servicio de registros y el segundo de controversias para la extensión del TLD, y como ustedes ven acá, desarrollamos un pantallazo del proceso. Una vez que el registro fue verificado y la prueba de uso se verifico se genera este dato a través del centro estos van a ir a través del centro y los agentes y tenedores de marcas van a ir a través del Centro de Información de Marcas

Los datos pre registro van ir al registro, esto no significa que va a ser el registro de nombre de dominio, ustedes como agente pueden solicitar un nombre de dominio a través de un registrador, y darle a ese registrador ese código de registro.

Una vez que el registro se le dio el nombre de dominio, lo va a checar con los datos que tienen en su archivo, si los datos coinciden con los

nombres de datos se crea el nombre de dominio y se dice que se le va dar una notificación al tenedor de marca. Si no puede hacer de ser una coincidencia con los registros que tiene el archivo en el periodo pre registro no va a haber un nombre de dominio, el nombre de dominio no va a ser creado, y el registro le va a notificar al tenedor de la marca que también es el solicitante

Tenemos el servicio de reclamo que tiene dos aspectos. Por un lado los solicitantes de dominio reciben una notificación de que una marca específica que quieren solicitar está registrada en el registro. Los titulares de marca también reciben notificación cuando un nombre de dominio está registrado, siendo que ya hay uno registrado en el registro.

Acá tenemos algo de procesos. Cuando el solicitante de dominios quiera registrar un nombre dentro de una TLD específica pasa a un registrador que verifica a ver si hay un reclamo de marca en el registro, sino lo hubiera y siendo que no hay marca que sea exacta de que el nombre de dominio solicitado, el registro lo confirma y se crea el nombre del dominio. Si hay una marca registrada en el registro que sea idéntica, se le manda una notificación al solicitante. Puede acusar recibo de que existe la marca registrada, pero si quiere registrar el nombre del dominio, o si no lo quiere hacer mas y termina el proceso.

En caso de que el solicitante del nombre de dominio quiera registrar ese nombre en particular, tiene que enviar una acuse de recibo al registro que lo confirma y crea el nombre del dominio, pero le pasa ese reconocimiento al registro quien notifica al titular o titulares de la

marca que se ha registrado un nombre de dominio específico en el registro dentro de esa extensión de TLD.

Ahora sabemos que los solicitantes de nombres de registro pueden disputar el hecho de que se haya registrado una marca en el registro, eso quiere decir un registro activo, verificado en todos sus pasos. Entonces permitimos que terceros disputen las decisiones en particular, pero hay más detalles respecto del proceso que se suministrarán a continuación

Alto Nivel de los distintos procesos y funciones del registro, por el hecho de que el registro es un tema muy complejo, con muchas partes involucradas que desean participar en el mismo hemos establecido un plan para trabajar con distintas fases de pruebas en el registro.

La primera permite que los dueños de marca y sus agentes trabajen con el registro, con asesoramiento, comentarios, para ver qué les parece este tema. La idea es realizar la primera sección en julio, a mediados, con el objetivo de que cualquier pueda ser usuario o probar el registro, pueda registrarse por correo electrónico, pero vamos a limitar la cantidad de usuarios.

Vamos a permitir que dure unas dos semanas la primera prueba, hablando con todos los usuarios individualmente, para que haya feedback constructivo, lo vamos a tener en cuenta y vamos a ver si podemos hacer los cambios necesarios en el registro adaptándolo en una segunda edición para agosto.

Esta también es para los servicios pre registro, los de reclamos, estos van a estar también ya en esta fase. Y a partir de septiembre, la función

tercera, toda la funcionalidades, la primera con modificaciones, la segunda con modificaciones y se agrega el apoyo al cliente en la última fase de la prueba, cualquier miembro de la comunidad puede acercarse brindando feedback o una devolución constructiva, saliendo en vivo en octubre según esperamos.

Jan Corstens:

Espero que explique esto ya en cierta medida como estamos planificando operar, estoy seguro que hay muchas preguntas, y trataremos de hacer lo mejor posible para responder, no sé si podremos responder todo hoy, pero haremos lo posible. Y a futuro que, han escuchado que haremos algunas pruebas, que habrá grupos de prueba identificados. Ayer durante la reunión de partes interesadas de registros de gTLD, surgió un grupo de personas que interactuaría con nosotros, y del mismo modo trabajaremos con los dueños de marcas o sus agentes, así que seguiremos el plan de tareas tal como fue identificado.

Hay diversos documentos en proceso de finalización que se publicaran y estarán abiertos para comentarios públicos, eso surgirá del sitio de ICANN, Karen ya hablo de la lista de correos que se estableció, podemos crear algo, pero el usuario sigue teniendo que aprender a usarlo, y vamos a tener secciones al respecto. Esperamos hacerlo para fines de septiembre, principios de octubre, con la idea obviamente de crear una serie de webcasts que organizaremos, también iremos seguramente visitando distintos lugares. El plan todavía no está terminado, pero la idea es trabajar mucho para estar en contacto con la comunidad, para educar y para comunicar.

Esta semana vimos que hay algunas preguntas en cuanto a los precios, probablemente sepan que hay algunas indicaciones de precios o que se han comunicado hace un mes más o menos, tienen que entender que cuando lo hicimos tampoco era claro para nosotros lo que hacía falta implementar, y el costo depende de una serie de factores, del tipo de apoyo que necesitan establecer, lo que hace falta 24 horas, la gestión necesaria 24 horas, la cantidad de idiomas necesarios, la cantidad de idiomas en la que se necesita documentación, todo esto afecta los costos.

Lo que se comunico es una hipótesis máxima y revisaremos los precios el mes que vienen y en la medida de lo posible los optimizaremos en línea con las expectativas. Sin duda la próxima semana se hablara más del tema, no está totalmente terminado y no podemos agregar demasiado. Creo que esto termina nuestra presentación

Karen Lentz:

Muchas gracias Jan. Tenemos una media hora para comentarios, preguntas. Alguien en la sala o remotos, si quieren hacer preguntas, por favor digan su nombre.

Jeffrey Neuman:

Hola soy Jeffrey Neuman de Neustar. Gracias por venir hasta acá, es maravilloso ver semejante equipo presente acá.

Un par de preguntas, no todas hace falta responderlas ahora por supuesto, pero estoy contento de escuchar de que va a haber coordinación entre los grupos, una de las cosas que le vengo pidiendo a

ICANN desde hace cuatro meses, es una cumbre técnica que es un poco distinta de lo que es la consultoría.

Esperaba que hubiera un intercambio un dialogo, entre los registros, los registradores, proveedores de servicio, para refinar el proceso en lugar de un día de consultoría, que me parece que tienen ya un modelo definitivo y van a capacitar a la gente. Creo que es un poco distinto de lo que yo preveía, espero que podamos hacer algún aporte a este sistema porque lo tenemos que integrar con nuestros sistemas, con nuestros procesos.

Entonces con esos diagramas que vimos, vemos que hay que hacer mucho trabajo por parte de registro y registradores, no solo para ustedes es una cantidad tremenda de trabajo para nosotros, y cambia la manera en que nosotros trabajamos, esto lleva mucho tiempo, y esto me lleva a que los ciclos de registro y registradores duran meses, no semanas, y ahí en el cronograma tenían un periodo de prueba que comienza en agosto, es decir ya, eso es un problema para muchos de nosotros, porque para poder hacer pruebas tenemos que desarrollar cosas. Entonces sin saber lo que tienen que implementar registros y registradores es un problema serio, probablemente queramos revisar ese cronograma para poder hacer algún aporte al menos a los prestadores de servicio.

Don Fancher:

Podría acortar su pregunta por favor.

Jeffrey Neuman:

Dos cosas más sobre extensiones EPP esto surgió en la reunión del consejo de GNSO, pero en el taller, me sorprende que esas extensiones no las registran los registros y registradores que las implementan, sino por consultores que contrata ICANN.

Para mí es un gasto de un montón de dinero, porque en esta sala hay un montón de conocimiento, no digo de Neustar solamente, hay un montón de gente que sabe mucho acá. Antes de presentar algo consúltenos, porque el proceso lleva meses y ese proceso no va a estar terminado antes del lanzamiento, así que es importante que podamos dar algo de aporte nuestro, porque los honorarios de los que hablábamos, eso es un problema para los registros. Si tenemos los pre registros pero francamente mi pregunta es, ¿el modelo de precio fijo es definitivo en lugar de un modelo transaccional?, entiendo que los precios son máximos, pero el modelo. El contrato con ICANN eso ¿es algo definitivo o tienen flexibilidad para pasar a modelo de precios diferente?, esas son mis preguntas.

Jan Corstens:

La primera pregunta creo que tienen que ver con la cumbre técnica. Ayer usted tocó ese tema y estamos abiertos a eso, se va a hacer, estamos de acuerdo, yo creo que es un poco distinto de los días de consulta que habíamos mencionado, los días de consulta tiene que estar claro que cuando empezamos a trabajar con un nuevo gTLDs vamos a necesitar el registro mucho, y otros días no. También va a haber muchos gTLDs que necesiten mucho apoyo, para poder pagar todo eso hay un precio previsto, eso es distinto de lo que mencionamos antes. No mencionamos que era igual, mencionamos que interactuaremos con el

grupo de registro, todavía no sabemos cómo pero le prometemos que lo haremos. Apenas tenga su grupo identificado avísenos y empezamos.

Don Fancher:

Eso es lo que decíamos ayer como los registros arman un grupo de trabajo que pueden traer a los proveedores de registro y vemos como lo logramos, por otro lado hay requerimientos, los tenemos en cuenta, eso es claro. Supongo y sé que hay mucho trabajo en esos requerimientos y que mucha de la gente que está en estos grupos específicos ha podido suministrar su aporte. Entonces entiendo que hay mucho en línea con lo que ya se espera, pero lo veremos

Sobre las extensiones EPP no se si ICANN quiera responder

Francisco Arias. Las extensiones de EPP, creo que ya lo hablamos en otro foro, no la idea no es que nosotros le digamos como funcionaria, sino elaborar un borrador para registro y registradores, y luego registros enfatizo, porque los nuevos registros, para que comenten y suministren aporte para poder armar un informe de especificaciones para todos. No queremos empezar desde cero y vamos a emitir esta propuesta para su debate, la idea es utilizar la lista de correos corporativas, sabemos que los procesos toman mucho tiempo, esto para utilizar la lista de correo que ya existe, con los que ya están suscritos y sumar más expertos al protocolo, no sé si me falte algo.

¿ Porque contratamos a alguien para hacer?. Nos gustaría tener participación de la comunidad, pero también queremos a alguien cuyo trabajo sea que esto suceda, por eso contratamos esta ayuda en la

elaboración de las especificaciones, pero esto es algo que esperamos se construya en conjunto

Jan Corstens:

En cuanto a pricing no creo que haya mucho para agregar, lo que quisiera mencionar, es lo que mencione ayer durante el IPC, es que no vamos a cobrar por no hacer nada, ustedes van a pagar algo y hay que hacer algo, y habrá muchos TLDs que no van a hacer el periodo pre registro, lo entendemos, pero hay un requerimiento de servicios de centro de registro de marcas y los servicios no es para el registro sino para el propietario de marcas.

Tenemos que dar la seguridad de que no están registrando algo durante el periodo de disputa, este es el caso, así que vamos a considerarlo, y como ya mencione, esto no es definitivo el principio sigue, supongamos que tenemos que hacer algo y después vamos a cobrar algo 10K, no sabemos aun.

Jeffrey Neuman:

Entonces para clarificar en su contrato con ICANN, todos nuestros contratos son visibles y se pueden comentar, todo el mundo lo puede hacer, el de ustedes no esta disponible, y este es un tema separado, el tema que tengo es el modelo está fijado en el contrato hay un monto fijo para los registros o puede cambiar según las variables, no cuanto.

Jan Corstens:

No sé, todavía tenemos que considerarlo

Michele Jourdan: Con una pregunta remota. Michele Jourdan con Rubens Kuhl. El honorario de registros, es un modelo de costos de recuperación, o si esto no sería cargado y otro que fuera cargado cuando no TLDs vayan al registrador de backend, ¿esto es del registro o no?

Jan Corstens: Es una pregunta larga. La misma respuesta vamos a considerarla cuales van a ser los costos, esto va a estar comunicado, ya tendremos mucho feedback, hay algunas cosas que recién ahora las tenemos en claro.

Don Fancher: Podría ser la primera parte de la pregunta.

Michele Jourdan: El honorario ¿es un modelo de negocios o recuperación de costo?

Don Fancher: La diferencia entre recuperación de costo, modelo de negocios, la respuesta es que estamos dando un servicio y hay costos asociados, algunos van a cubrir los costos, hay otros que cubren los gastos de las personas que tienen que hacer esos servicios como otros modelos de negocios, un enfoque de modelo de negocios que incluye esto es razonable.

Karen Lentz: ¿Hay algo más que quieran agregar? Creo que tenemos nuevos micrófonos en la parte de atrás de la sala

Alex: Tengo una pregunta. La fuente de información es la base de datos de marcas, entonces básicamente ustedes necesitan hacer un puente a esa base de datos para asegurarse que toda la información sea correcta, así que no hay ninguna autenticación ni otro proceso, ni costos asociados con estos procesos, básicamente para el cliente va a ser una solución mas económica que se registren por si solos y prueben quienes son cuando tengan un derecho. Así que ¿por qué elegir este modelo si estamos interactuando solicitando solicitantes y actuamos con base de datos?

Jan Corstens: La pregunta es porque existe un centro de información de marcas.

Alex: La pregunta es no. Debe haber un lugar a donde solicitarlo, pero este centro de información de datos, hace un puente de base de datos en jurisdicciones nacionales, porque no toman los datos de la USPTO en vez de tomar los datos de solicitantes que van a registrar las marcas, y probar que ellos son quienes dicen que son.

Don Fancher: En esencia no todas las bases de datos no están en línea, muchas lo están pero otras que no, hay algunos países y jurisdicciones donde esto no existe, estas situaciones tiene que ser una revisión física de datos, provista por el tenedor de la marca y que las personas vayan a esa oficina, para la mayoría si están en línea, pero hacer un puente

tendríamos que tener un acceso directo entre nuestro sistema y el USPTO o cualquier otro tipo de jurisdicción, esto no va a pasar, tenemos que implementar un proceso para usar esa base de datos, que sea una metodología fácil para hacer el chequeo y accedemos como puede hacerlo cualquier entidad pública, pero si entiendo correctamente es hacer un puente y bajar los datos, no creo que los gobiernos lo van a permitir,.

Alex: Creo que si lo harán porque ellos tienen que proteger sus marcas, y en cuanto a los costos, ese es un tema muy importante.

Jan Corstens: Si vamos a aceptar marcas no registradas, que no están en la base de datos, y el costo que nosotros proponemos para la marca dentro de la base de datos es un costo promedio.

Alex: Entonces.

Jan Corstens: Usted puede elegir hacer un diferente modelo de precios entre los registros que están en la base de datos y los que no lo están, esto sí es posible y estoy de acuerdo ,pero siempre hay consecuencias de cada una de las elecciones, y cada una de las elecciones de precio tiene otra forma de discriminación, en este caso nos decidimos por el costo promedio, que es lo más justo y también el menos administrativo, pero lo que vimos y observamos es donde tenemos que hacer el trabajo, si

algo es estándar, y después algo que no sea estándar, lo no estándar viene de los mercados en emergentes, significa que vamos a tener un precio más alto para África, Sudamérica y Asia y elegimos mantener un precio global único.

Alex: Si es cuestionable, pero bueno, está bien.

Karen Lentz: Bueno, una pregunta del otro lado, del otro micrófono.'

Ben: Soy Ben, soy consultor técnico de registros y mi pregunta se relaciona con el modelo de EPP. ¿Cuáles son los requisitos para estar marcas? Yo observe cuando se crea un nombre de dominio que el solicitante necesita demostrar que está registrando y esto aplica para la creación del nombre del dominio, no vi nada en la actualización del nombre de dominio, si el propio dominio cambia supongo que hay los mismos requisitos para los solicitantes que para los tendedores de marca. Puede explicar un poco como es este tema.

Karen Lentz: Soy Karen Lentz de ICANN. Los requisitos que nosotros tenemos para el modelo de marcas es registro de los nombres, dentro del periodo de 60 días y no hay nada que aborde las transacción es futuras que podrían presentarse.

Ben: Y la segunda pregunta hay algún requisito para proteger a la marca, para obtener los datos de esta base de datos, y hay protecciones para las marcas que ya están en lugar no hay contradicciones que están protegiendo a los tenedores de marcas si tenemos otros sistemas.

Karen Lentz: Si entiendo la pregunta correctamente, se refiere a las protecciones que están sobre los datos del centro de información de marcas, y el servicio es darle la notificación al registrante potencial cuando hay una coincidencia con los datos. La pregunta es ¿porque hay algunas búsquedas o servicios de búsquedas en los que las personas pueden ingresar antes de presentar la marca, la solicitud?

Una vez más, lo que estamos tratando de hacer es que este servicio fue acordado por la comunidad, las preocupaciones sobre las capacidades de búsqueda tiene que ver con lo que las personas pueden utilizar, y si hay datos que están disponibles para todo el mundo, esto puede ser abusivo o anti competencia.

Philip Sheppard: Muchas gracias. Participe en el proceso de desarrollo de TLDs y ahora soy un consultor y victima de ellos. Apoyo el concepto de Centro de Información de Marcas, y una de las cosas como proveedor de servicios es el pragmatismo y la lógica que siempre surge de nuestros procesos, y una de las cosas que no fijamos en el proceso, es los registros de marca y registros cerrados donde no hay intención de tener un TLD con excepto de nombres internos sino nombre de marcas, Jeff ya lo indico en cuanto al modelo de transacción por aprecio, pero ustedes ¿están

considerando algún modelo más pragmático ahora que tienen la posibilidad de abordarlo en vez de seguir ciegamente con algo que no tiene efectos y costos innecesarios?

Jan Corsten:

Si la pregunta está en línea con lo que pregunto Jeff anteriormente. Una vez más, no tenemos una respuesta definitiva, hay TLDs que van a usar muchas partes externas, que van a permitir muchas parte externas que registren los nombres de dominio, así que no es todo lo mismo. Esto significa que no se puede decir que todas las TLDs de marcas van a hacer lo mismo, eso sería una complejidad y esta es una de la presuntas principales que nosotros tenemos para nosotros y para ICANN si hay una posibilidad de diferenciar, no tenemos la respuesta en este momento para eso vamos a interactuar porque hay otra pregunta,

Y el principio va a ser si ustedes necesitan tener una conexión, va a haber actividades y vamos a cobrar por algunas de ellas, y lo que estamos pensando en este momento es algo como una versión de apoyo amplio y apoyo parcial. No me maten por ello, pero bueno, no tuvimos el tiempo y necesitamos el tiempo para tener algo lógico. La pregunta es si no se puede determinar porque tiene que ver con la matriz, pero cuando se determinan va mas allá de la entidad corporativa y esto necesita una declaración, así que no se va a poder hacer si ellos hacen algo diferente

Philip Sheppard:

Esta es una de las cosas que discutimos, una declaración temprana sobre el uso, la atención de uso. Si el propietario cambia la decisión,

tiene que hacer una perspectiva de negocio, tiene que venir y comenzar el proceso y esta es una opción que tendríamos considerar.

Jan Corstens: No es que no pensemos sino que no tuvimos el tiempo de solucionar este problema.

Karen Lentz: Muchas gracias, Philip. Estamos por finalizar el tiempo de la sesión, quiero recordarles que sean rápidos en las preguntas y vamos a terminar después de Werner y Michele, tenemos más preguntas en la parte de atrás, todos los que están en el micrófono pueden hablar, pero sean breves y concisos por favor, así podemos actuar con la mayoría de las personas. Michele sigue usted.

Michele Jourdan: Michele, para los participantes remotos, esto es Mark Trachtenberg. Las participantes de la prueba, ¿cómo podrán probar las funciones cuando no hay TLDs en el servicio previsto?

Vicky Folens: Los titulares y agentes van a poder hacer las pruebas, creando una cuenta, presentando información y ver si el proceso funciona. El código será un código falso que puede utilizar, pero los agentes y titulares podrán ver como es, y si quieren cambiar algo, gracias.

Caroline Perriard: Caroline Perriard de Nestlé. Tengo una pregunta sobre el uso del registro en el servicio pre lanzamiento. Si acuerdo pagar para la marca el nombre de dominio, en ese periodo y acuerdo pagar más, pero si utilizo el sistema ya pague en este punto, ¿cuál es la discusión con los registros para que no cobren tanto como están acostumbrados para el uso del periodo pre registro siendo que ahora va a estar el registro?

Karen Lentz: Para aclarar la pregunta ¿están hablando del precio?

Caroline Perriard: Si, usted dice que están en contacto con el registro, hablando como implementar el registro, y para mí también hay una implicancia que si tiene un sistema implementado que sea global, entonces el registro tiene que seguir las normas y no cobrar de pronto el mismo precio que cobraría sin el registro

Vicky Folens: En términos de precios en general el registro establece precios propios, para el registro de nombre de dominio y el servicio que ofrezca hay algunas imposiciones en el acuerdo de registro que tienen que ver con este tema, y los cambios de precios y demás que son de aplicación.

Caroline Perriard: Entonces ICANN no está presionado para reducir los precios. Si los dueños de las marcas están de acuerdo en utilizar el registro va a ser muy caro, así que esperaríamos alguna presión de ICANN, o los titulares

En primer lugar la idea del registro era para que la protección durante el registro sea menos onerosa, para que cuando se estableciera el modelo de precios, implicaba que una ya había tenido éxito, y considerar toda esta política en su totalidad. Por supuesto, como solicitamos varios con la misma tecnología en el backend apreciaríamos para el operador del registro y para cada TLD en particular, eso sería ideal, porque la mayoría de las solicitudes provienen de unos 15 operadores de registro, o sea, que sería algo para la mayoría de la gente de la comunidad.

Si pagamos por modelo, por cada modelo de verificación, si es una marca o no, quisiera ver algún cuello de botella, porque ya se hablo de cosas que dicen, bueno si quiero dejarte fuera de negocio te voy a objetar constantemente, y si tenemos un honorario de transacción por cada verificación eso sería abusivo, o sea tenemos alguna cantidad máxima de verificaciones, rogamos lo consideren.

Por otro lado, dos puntos más. No estuve en la parte de IPC, así que no se cuanto es el monto a pagar por el titular de marca para ingresar el nombre en la base de datos y cada cuanto se refresca o verifica. Y la ultima, si podemos guardar esto localmente o si hay que verificar la base de datos constantemente.

Werner Staub:

Werner Staub de CORE.El registró, es el registro último por así decirlo, si el registro es el registro seria el banco central, el registro de nombre de dominio, se influencia todo, entonces me preocupa un poco que en dos aspectos. El proceso pre registro en primer lugar, la manera de negociar los contratos, no está desarrollados las especificaciones técnicas. Así que esto debería estar lo antes posible.

Creo que los contratos asociados con las marcas, tienen que estar publicados, es de preocupación del público, no podemos tener un desarrollo tan importante fuera de la revisión del público. Lo mismo es válido respecto a la clave que escuchamos en un principio, la sobre exposición de la información, en una organización preocupada por la transparencia de responsabilidad y rendición de cuentas tenemos que estar extremadamente alarmados porque el concepto de registro que se supone que afecta a toda la actividad de nombre de dominio, tiene que ser esencialmente secreto, el secreto debería ser la excepción, tenemos que tener mucho cuidado en las implicancias del secreto, porque apenas algo es secreto, alguien tiene acceso a eso y puede aprovechar el sistema de manera ilícita, así que evitaría de ser posible la confidencialidad en ese caso.

Karen Lentz:

Gracias, no veo más comentarios. Gracias por todas las preguntas, por todos los comentarios, nos vamos a quedar por acá si alguien tienen algún comentario adicional, gracias a todos por venir.