

CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS
19 DE SEPTIEMBRE DE 2011

1. PROPÓSITO DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

- 1.1. El Centro de Información de Marcas es un repositorio central para almacenar, validar y difundir información relativa a los derechos de los titulares de marcas. La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) celebrará un contrato entre iguales con un prestador o prestadores de servicios, adjudicando el derecho de servir como Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas, es decir, para aceptar, validar y facilitar la transmisión de información relativa a ciertas marcas registradas.
- 1.2. Se solicitará que el Centro de Información de Marcas separe sus dos funciones principales: (i) la autenticación o validación de las marcas incluidas en el Centro de Información y (ii) servir como una base de datos para proporcionar información a los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) para respaldar los Servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas que se brindan antes del lanzamiento. El hecho de si el mismo proveedor podría prestar servicio de ambas funciones o bien si resultaría más apropiado contar con dos proveedores será determinado en el proceso propuesto. .
- 1.3. El Registro sólo se conectará con una base de datos centralizada para obtener la información que necesita para realizar sus Servicios de Período de Lanzamiento o Reclamo de Marcas, independientemente de los detalles del contrato(s) existente entre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas y la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).
- 1.4. El Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas puede prestar servicios auxiliares, siempre y cuando dichos servicios y cualquier dato utilizados para estos servicios se mantengan separados de la base de datos del Centro de Información.
- 1.5. El Centro de Información de Marcas será simplemente un repositorio de información validada y un difusor de la información a una cantidad limitada de beneficiarios. Sus funciones serán realizadas de conformidad con un estatuto limitado y no tendrá ninguna facultad discrecional además de aquellas establecidas en el estatuto con respecto a la autenticación y validación. El administrador(es) del Centro de Información de Marcas no puede crear políticas. Antes de realizarse cambios en las funciones del Centro de Información de Marcas, los mismos serán evaluados mediante el modelo de participación pública de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).

- 1.6. La inclusión en el Centro de Información de Marcas no constituye prueba de ningún derecho, ni crea ningún derecho legal sobre la marca. La falta de registro de una marca en el Centro de Información de Marcas no será percibida como falta de vigilancia por parte de los titulares de marcas registradas ni como una renuncia a ningún derecho, ni tampoco ninguna influencia negativa derivará de ello.

2. PROVEEDOR(ES) DE SERVICIO

- 2.1. La selección del Proveedor(es) de Servicio del Centro de Información de Marcas estará sujeta a criterios predeterminados, aunque las consideraciones de mayor peso deberán ser la capacidad de almacenar, autenticar, validar y difundir los datos al más alto nivel de estabilidad técnica y de seguridad, sin que haya interferencia con la integridad o la puntualidad del proceso de registración o de las operaciones del registro.
- 2.2. Funciones: Autenticación/Validación; Administración de Base de Datos. Los comentarios públicos han sugerido que la mejor manera de proteger la integridad de los datos y de evitar preocupaciones que se plantearan respecto a una única fuente proveedora de servicios, sería la de separar las funciones de administración de la base de datos y de autenticación/validación de datos.
 - 2.2.1. Una entidad autenticará las registraciones, asegurando que califican como marcas de palabra registradas, o son marcas de palabra validadas por tribunal de justicia o marcas de palabra que están protegidas por estatuto o tratado. También se solicitará a esta entidad que asegure que se provea una prueba de uso de marcas, que puede ser demostrado presentando una declaración firmada y una muestra de uso actual.
 - 2.2.2. La segunda entidad mantendrá la base de datos y proveerá los Servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas (debajo descriptos).
- 2.3. Se utilizará el criterio para establecer un balance entre la efectividad, seguridad y otros factores importantes, al determinar si la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) celebrará contrato con una o con dos entidades: una para autenticar y validar, y otra para administrar, a fin de preservar la integridad de los datos.
- 2.4. Relación Contractual.

- 2.4.1. El Centro de Información de Marcas estará separado y ser independiente de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN). Funcionará sobre la base de las necesidades del mercado y cobrar las tarifas correspondientes a aquellos que utilicen sus servicios. La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) puede coordinar o especificar las interfaces utilizadas por los registros y registradores, y proporcionar una cierta función de supervisión o aseguramiento de la calidad para garantizar que los objetivos de protección de derechos sean cumplidos adecuadamente.
 - 2.4.2. Los proveedores del servicio del Centro de Información de Marcas (autenticador/validador y administrador) serán seleccionados mediante un proceso abierto y transparente para asegurar bajos costos y un servicio confiable y consistente para todos quienes utilicen sus servicios.
 - 2.4.3. El Proveedor(es) de Servicios que proporcione la autenticación de las marcas presentadas en el Centro de Información se adherirá a rigurosas normas y requisitos que se especificarán en un acuerdo contractual con la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).
 - 2.4.4. El contrato deberá incluir requisitos para el nivel de servicio, disponibilidad del servicio al cliente (con el objetivo de siete días por semana, 24 horas al día, 365 días al año), requisitos de custodia de datos y requisitos de igualdad de acceso para todas las personas y entidades a quienes se les requiera acceder a la base de datos del Centro de Información de Marcas.
 - 2.4.5. En la medida de lo posible, el contrato también debe incluir una indemnización por parte de Proveedor de Servicios ante errores tales como falsos positivos otorgados a participantes como Registros, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN), Registrantes y Registradores.
- 2.5. Requisitos del Proveedor de Servicio. El Proveedor(es) de Servicios del Centro de Información de Marcas debe utilizar proveedores regionales de servicios de autenticación de marcas (ya sea directamente o a través de subcontratistas) para tomar ventaja de expertos locales, quienes conocen los matices de las marcas en cuestión. Ejemplos de criterios de desempeño específicos del contrato para la adjudicación de servicios y establecimiento del nivel de dichos servicios, son:
- 2.5.1. ofrecer accesibilidad las veinticuatro (24) horas, los siete (7) días de la semana (administrador de base de datos);
 - 2.5.2. utilizar sistemas que sean técnicamente fiables y seguros (administrador de base de datos);

- 2.5.3. utilizar sistemas mundialmente accesibles y ampliables, de manera que múltiples marcas de múltiples fuentes en múltiples idiomas puedan tener cabida y ser catalogadas en forma efectiva (administrador de base de datos y validador);
- 2.5.4. aceptar presentaciones de todo el mundo: el punto de entrada para que los titulares de marcas presenten sus datos en la base de datos del Centro de Información podrían ser entidades regionales o una entidad;
- 2.5.5. permitir múltiples idiomas, con detalles de implementación precisos a ser determinados;
- 2.5.6. brindar acceso a los Registrantes para verificar e investigar los Anuncios de Reclamo de Marcas;
- 2.5.7. contar con experiencia relevante en la administración de bases de datos o validación, así como accesibilidad y conocimiento de las diversas leyes de marcas pertinentes (administrador de base de datos y el validador); y
- 2.5.8. garantizar a través de requisitos de desempeño, incluidos aquellos que impliquen la interfaz con los registros y registradores, que ni las operaciones del registro ni las operaciones del registrador se verán obstaculizadas (administrador de base de datos).

3. CRITERIOS DE INCLUSIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

- 3.1. El titular de la marca presentará ante una entidad: una única entidad de entrada facilitará el acceso a toda la base de datos del centro de Información. Si se utilizan puntos de entrada regionales, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) publicará una página web de información que describa cómo localizar los puntos de entrada regionales. Independientemente del punto de entrada al Centro de Información, los procedimientos de autenticación establecidos serán uniformes.
- 3.2. Las normas para su inclusión en el Centro de Información son:
 - 3.2.1. Marcas de palabra registradas a nivel nacional o regional de todas las jurisdicciones.
 - 3.2.2. Toda marca de palabra que ha sido validada a través de un tribunal de justicia u otro procedimiento judicial.
 - 3.2.3. Toda marca de palabra protegida por un estatuto o tratado en efecto al momento que la marca sea enviada al Centro de Información para su inclusión.
 - 3.2.4. Otras marcas que constituyen propiedad intelectual,

- 3.2.5. Las protecciones provistas para las registraciones de marcas registradas no se extienden a solicitudes de registraciones, marcas dentro de cualquier período de oposición o marcas registradas que fueran sujetas procesos exitosos de invalidación, cancelación o rectificación.
- 3.3. El tipo de datos que respalde una entrada para una marca de palabra registrada al Centro de Información debe incluir una copia del registro de la marca o información pertinente de la propiedad/titularidad, incluyendo el requisito de número(s) de registro, la jurisdicción donde se expidió la correspondiente registración y el nombre del titular del registro de la marca en cuestión.
- 3.4. Los datos que respalden la entrada de una marca de palabra judicialmente validada al Centro de Información deben incluir los documentos del tribunal, debidamente expedidos por el Tribunal de Justicia, que acrediten la validación de una marca de palabra determinada.
- 3.5. Los datos que respalden la entrada al Centro de Información de aquellas marcas de palabra protegidas por un estatuto o tratado vigente al momento de la presentación de la marca al Centro de Información para su inclusión, deben incluir una copia de la sección pertinente de tal estatuto o tratado y evidencia de su fecha de entrada en vigor.
- 3.6. Los datos que respalden la entrada al Centro de Información de marcas que constituyen propiedad intelectual de tipos otros que los establecidos en las secciones 3.2.1-3.2.3 arriba serán determinados por el operador del registro y el Centro de Información en base a los servicios que cualquier operador de registro dado elija proveer.
- 3.7. Las registraciones que incluyan extensiones de primer nivel como "icann.org" o ".icann" como la marca de palabra no serán permitidas en el Centro de Información de Marcas, independientemente de donde se haya realizado la registración de la marca, o donde haya sido de otro modo validada o protegida (por ejemplo, si existiese una marca llamada "icann.org" o ".icann" ninguna será permitida en la base de datos del Centro de Información de Marcas).
- 3.8. Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas deberán presentar una declaración, declaración jurada o exposición similar realizada ante un oficial público estableciendo que la información proporcionada es fidedigna y vigente y que no se ha suministrado para un propósito indebido. También se solicitará al titular de la marca avalar que mantendrá actualizada la información proporcionada al Centro de Información de Marcas, de modo que si

durante el tiempo que la marca esté incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas la registración de la marca es cancelada o transferida a otra entidad, o en el caso de que el titular de una marca validada por tribunal de justicia o por el Centro de Información abandone el uso de la misma, el titular de la marca tiene la obligación de notificarlo al Centro de Información de Marcas. El faltar a mantener la información actualizada derivará en sanciones. Más aún, se anticipa que habrá un proceso por el cual las registraciones puedan ser eliminadas de la base de datos del Centro de Información de Marcas, si se descubre que las marcas han sido adquiridas por medio de fraude o si los datos son imprecisos.

- 3.9. Como resguardo adicional, los datos deberán ser renovados periódicamente por cualquier titular de la marca que desee permanecer en el Centro de Información de Marcas. La presentación electrónica facilitará este proceso y minimizará el costo asociado con esta renovación. El motivo de la validación periódica es racionalizar la eficiencia del Centro de Información de Marcas y la información que los operadores del registro necesitarán procesar, así como limitar las marcas en conflicto a las marcas que están en uso.

4. USO DE LOS DATOS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

- 4.1. Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas, tendrán que dar su consentimiento para el uso de su información por parte de dicho Centro de Información. Sin embargo, dicho consentimiento únicamente se extenderá al uso en relación con el propósito declarado del Centro de Información de Marcas para los servicios de Lanzamiento o Reclamos de Marcas. La razón de establecer tal disposición es actualmente impedir que el Centro de Información de Marcas utilice los datos de alguna otra manera sin permiso. No debe haber ningún impedimento sobre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas o sobre otros terceros proveedores de servicios para prestar servicios auxiliares sobre una base no exclusiva.
- 4.2. A fin de no crear una ventaja competitiva, los datos del Centro de Información de Marcas deberán ser otorgados a los competidores interesados en prestar servicios auxiliares, en la igualdad de condiciones no discriminatorias y en términos comercialmente razonables si los titulares de la marca están de acuerdo. En consecuencia, al titular de la marca registrada se le ofrecerán dos opciones de licencia: (a) una licencia para utilizar sus datos para todas las funciones requeridas del Centro de Información de Marcas, sin el uso permitido de tales datos para los servicios auxiliares —ya sean brindados por el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas

o por cualquier otra entidad—; o (b) la licencia para utilizar sus datos para los elementos obligatorios del Centro de Información de Marcas y para cualquier uso auxiliar y razonable relacionado con la protección de las marcas en los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD), los cuales incluirían una licencia para permitir que el Centro de Información autorice el uso y los datos del Centro de Información de Marcas a los competidores que también ofrezcan servicios auxiliares. Los detalles específicos de la implementación aún han de ser determinados y todos los términos y condiciones relacionados con la prestación de tales servicios serán incluidos en el contrato celebrado entre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas y la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) y estarán sujetos a la revisión por parte de ésta última.

- 4.3. El acceso por parte de un registrante potencial para verificar e investigar los Anuncios de Reclamo de Marcas no se considerará un servicio auxiliar y se proporcionará sin costo alguno para el Registrante. El uso indebido de los datos por parte de los proveedores de servicios constituirá motivo suficiente para la inmediata finalización de su contrato.

5. DIRECTRICES PARA LA AUTENTICACIÓN Y VALIDACIÓN DE DATOS

- 5.1. Una de las funciones centrales para la inclusión en el Centro de Información de Marcas será la de validar que los datos cumplan con ciertos criterios mínimos. Para tal fin se sugieren los siguientes criterios mínimos de validación:
 - 5.1.1. Una lista aceptable de fuentes de autenticación para los datos; es decir, los sitios web de oficinas de patentes y marcas en todo el mundo, los proveedores de terceros que puedan obtener información de diversas oficinas de marcas;
 - 5.1.2. Nombre, dirección e información de contacto del solicitante que sea precisa, esté actualizada y coincida con la del titular registral de las marcas comerciales listadas;
 - 5.1.3. Provisión de información de contacto electrónico que sea precisa;
 - 5.1.4. Los números de registro y países que coincidan con la información de la base de datos de la oficina respectiva para ese número de registro;
- 5.2. Para la validación de marcas realizada por el Centro de Información de Marcas, sobre aquellas marcas protegidas a través de un tribunal de justicia, estatuto o tratado, el titular de la marca deberá brindar evidencia del uso de la marca en relación con el

ofrecimiento de buena fe para la venta de bienes o servicios, en forma previa a la solicitud de inclusión en el Centro de Información de Marcas. La evidencia aceptable de uso será una declaración firmada y una muestra única de uso actual, que puede constituir en: etiquetas, envases, publicidad, folletos o volantes y vistas de pantalla, u otros objetos que demuestren el uso actual de la marca.

6. MECANISMOS OBLIGATORIOS DE PROTECCIÓN DE DERECHOS

Todos los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) deberán utilizar el Centro de Información de Marcas para respaldar sus Mecanismos de Protección de Derechos (RPM). Estos RPMs, como mínimo deberán consistir en un Servicio de Reclamo de Marcas y un proceso De Lanzamiento.

6.1. Servicio de Reclamo de Marcas.

6.1.1. Los Operadores de Registros de Nuevos Dominios de Alto Nivel genéricos (gTLD) deben proveer servicios de Reclamos de Marcas durante un período inicial de lanzamiento para las marcas en el Centro de Información de Marcas. Este período de lanzamiento debe suceder al menos durante los primeros 60 días que la registración está abierta para registraciones generales.

6.1.2. El Servicio de Reclamo de marcas pretende brindar una notificación clara al registrante potencial sobre el alcance de los derechos del titular de marca, a fin de minimizar el efecto intimidatorio sobre los registrantes (Anuncio de Reclamos de Marca). Adjunto se encuentra un formulario que describe los elementos requeridos. Una declaración específica del registrante potencial en la cual declara que: (i) el registrante potencial reconoce haber sido notificado respecto a que la marca(s) solicitada ya está incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas; (ii) el registrante potencial han recibido y entendido el aviso de notificación; (iii) que al buen entender del Registrante, la registración y uso del nombre de dominio solicitado no infringirá los derechos de marca que le son informados mediante la notificación.

6.1.3. El Anuncio de Reclamo de Marcas debe proporcionar al registrante potencial acceso a la información de la Base de Datos del Centro de Información de Marcas mencionada en el Anuncio de Reclamo de Marcas, a fin de mejorar el entendimiento de los derechos de marca que están siendo reclamados por el titular de la marca registrada. Estos enlaces (u otras fuentes) se proporcionarán en tiempo real y sin costo alguno para el registrante potencial. Preferiblemente,

el Anuncio de Reclamo de marcas debe ser brindado en el idioma utilizado para el resto de la interacción con el registrador o el registro, pero se anticipa que al menos se realizará en el idioma más adecuado de los establecidos por las Naciones Unidas (según lo especificado por el registrante o el registro/registrador) .

- 6.1.4. Si el nombre de dominio está registrado en el Centro de Información, el registrador (nuevamente a través de una interfaz con el Centro de Información de Marcas) notificará rápidamente al titular(es) de la marca acerca de la registración luego de que la misma sea realizada.
- 6.1.5. La Base de Datos del Centro de Información de Marcas estará estructurada para informar a los registros cuando los registrantes intenten registrar nombres de dominio que se consideran "Coincidencias Idénticas" a una marca en el Centro de Información. Una "Coincidencia Idéntica" significa que el nombre de dominio consiste en el elemento de texto completo e idéntico al de la marca validada. En este sentido se considerarán: (a) los espacios contenidos dentro de una marca que se sustituyan por guiones (y viceversa) o sean omitidos; (b) sólo ciertos caracteres especiales contenidos dentro de una marca que se detallan con palabras apropiadas para describirlo (@ y &); (c) la puntuación o caracteres especiales contenidos en una marca que no se puedan utilizar en un dominio de segundo nivel, ya sea porque son (i) omitidos o (ii) reemplazados por espacios, guiones o subrayados y aún son considerados como una coincidencia idéntica; y (d) ningún plural y ninguna "marca contenida" calificará para su inclusión.

6.2. El Servicio de Registración en Período de Lanzamiento

- 6.2.1. Los servicios de registración del Período de Lanzamiento deben ser ofrecidos por un mínimo de 30 días durante la fase de pre lanzamiento y se debe dar notificación a todos los titulares de marcas registradas en el Centro de Información si alguien estuviera buscando una registración de lanzamiento. Esta notificación será provista a los titulares de marcas en el Centro de Información que son una Coincidencia Exacta con el nombre a ser registrado durante el Lanzamiento.
- 6.2.2. Proceso de Registración en Período de Lanzamiento. Para un servicio de período de lanzamiento, deberá como mínimo requisito cumplir con los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs), la verificación de los datos

en la base de datos del Centro de Información de Marcas y que incorpore una Política de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SDRP).

- 6.2.3. Los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs) incluyen: (i) propiedad de una marca (que satisfaga los criterios establecidos en la sección 7.2 abajo; (ii) los requisitos de elegibilidad opcionales del registro son: clase internacional de bienes o servicios objeto de registro; (iii) la representación que toda la información proporcionada es verdadera y correcta, y (iv) los datos suficientes para documentar los derechos sobre la marca.
- 6.2.4. La Política propuesta de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SRDP) debe permitir los cuestionamientos al menos sobre la base de los siguientes cuatro motivos: (i) al momento en que el nombre de dominio cuestionado fue registrado, el registrante no era dueño de un registro de marca de vigencia nacional (o regional) o la marca registrada no había sido validada por una corte o protegida por un estatuto o tratado; (ii) el nombre de dominio no es idéntico a la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento; (iii) el registro de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no tiene vigencia nacional (o regional) o la marca registrada no había sido validada por una corte o protegida por un estatuto o tratado; y (iv) la registración de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento, no se emitió en o antes de la fecha efectiva del Acuerdo de Registro y no se solicitó durante o antes de que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) hubiese anunciado las solicitudes recibidas.
- 6.2.5. El Centro de Información de Marcas mantendrá los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs), validará y autenticará las marcas registradas, según corresponda, y escuchará cuestionamientos.

7. PROTECCIÓN PARA MARCAS EN EL CENTRO DE INFORMACIÓN

El alcance de marcas registradas que debe ser respetado por los registros al proveer servicios de Reclamos de Marcas es más amplio que el que debe respetar por los registros en los servicios de Lanzamiento.

- 7.1. Para los servicios de Reclamos de Marcas – Los Registros deben reconocer y respetar todas las marcas de palabra que han sido o son: (i) registradas nacional o

regionalmente; (ii) validadas por una corte; o (iii) específicamente protegidas por un estatuto o tratado en efecto al momento que la marca es presentada al Centro de Información para inclusión. No se requiere demostración de uso.

- 7.2. Para los servicios de Lanzamiento - Los Registros deben reconocer y respetar todas las marcas de palabra: (i) registradas nacional o regionalmente para las cuales se ha enviado prueba de uso (que puede ser una declaración y una muestra única de uso actual) y ha sido validada por una corte; o (ii) validadas por una corte; o (iii) específicamente protegidas por un estatuto o tratado en efecto en o antes del 26 de junio del 2008.

8. COSTOS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

Los costos deben ser completamente cubiertos por las partes que utilizan los servicios. Los titulares de marcas pagarán para registrarse en el Centro de Información y los registros pagarán por los servicios de Reclamos de Marcas y Lanzamiento. Los registradores y otros que se beneficien de los servicios del Centro de Información pagarán al Centro de Información directamente.

NOTIFICACIÓN DE MARCA REGISTRADA

[En inglés y en el idioma del acuerdo de registración]

Usted ha recibido esta Notificación/Aviso de Marca Registrada es porque ha solicitado un nombre de dominio que coincide con al menos un registro de marcas presentadas en el Centro de Información de Marcas.

Usted puede o no tener derecho a registrar el nombre de dominio en función de su uso previsto y si es el mismo o coincide significativamente con las marcas que figuran a continuación. ***Sus derechos para registrar este nombre de dominio pueden o no estar protegidos como un uso no comercial o "uso justo" por las leyes de su país. [en negrita y cursiva o todo en mayúsculas]***

Por favor, lea cuidadosamente la información de marcas a continuación, incluyendo las marcas registradas, jurisdicciones y bienes y servicio para los cuales las marcas han sido registradas. Por favor tenga en cuenta que no todas las jurisdicciones examinan exhaustivamente las marcas registradas, por lo cual alguna información de marcas que se presenta a continuación puede existir en un registro nacional o regional que no lleve a cabo una revisión a fondo o evaluación substantiva de los derechos de marca antes de la registración. ***Si usted tiene preguntas, puede que desee consultar a un abogado o experto legal sobre marcas y la propiedad intelectual para recibir orientación.***

En caso de continuar con esta registración, usted declara que ha recibido y entendido esta notificación/aviso y que, en la medida de sus conocimientos, su registración y uso del nombre de dominio solicitado no infringe los derechos de las marcas que se enumeran a continuación. Las siguientes [número] marcas están listadas en el Centro de Información de Marcas:

1. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca: Contacto del Registrador de la Marca:

[con enlaces a las registraciones de marcas registradas listadas en el Centro de Información de Marcas]

2. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca:

Contacto del Registrador de la Marca:

*****[con enlaces a las registraciones de marcas registradas listadas en el Centro de Información de Marcas]

X. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca: Contacto del Registrador de la Marca: