

## DECISIÓN DEL EXPERTO

Xiaomi Inc c. M.P.G.

Caso No. DES2025-0026

### 1. Las Partes

La Demandante es Xiaomi Inc, China, representada por CSC Digital Brand Services AB, Suecia.

El Demandado es M.P.G., España, representado por Joaquín Rúa, Argentina.

### 2. El Nombre de Dominio y el Registrador

La Demanda tiene como objeto el nombre de dominio en disputa <xiaomihome.es>.

El Registro del nombre de dominio en disputa es Red.es. El Agente Registrador es GoDaddy.

### 3. Iter Procedimental

La Demanda se presentó ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (el “Centro”) el 18 de julio de 2025. El 22 de julio de 2025, el Centro envió a Red.es vía correo electrónico una solicitud de verificación registral en relación con el nombre de dominio en disputa. El 23 de julio de 2025, Red.es envió al Centro vía correo electrónico, su respuesta confirmando que el Demandado es la persona que figura como registrante, proporcionando a su vez los datos de contacto del contacto administrativo, técnico y de facturación.

El Centro verificó que la Demanda cumplía los requisitos formales del Reglamento del procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos para nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (“.ES”) (el Reglamento).

De conformidad con los artículos 7a) y 15a) del Reglamento, el Centro notificó formalmente la Demanda al Demandado, dando comienzo al procedimiento el 24 de julio de 2025. De conformidad con el artículo 16a) del Reglamento, el plazo para contestar la Demanda se fijó para el 13 de agosto de 2025. El Escrito de Contestación a la Demanda fue presentado ante el Centro el 12 de agosto de 2025.

El Centro nombró a Alejandro Touriño como Experto el día 18 de agosto de 2025, recibiendo la Declaración de Aceptación y de Imparcialidad e Independencia, en conformidad con artículo 5 del Reglamento. El Experto considera que su nombramiento se ajusta a las normas del procedimiento.

#### **4. Antecedentes de Hecho**

La Demandante es una empresa tecnológica china fundada en 2010, especializada en el diseño y fabricación de smartphones, dispositivos inteligentes y soluciones de Internet de las cosas. Se trata, a la fecha, de una de las marcas líderes a nivel mundial en electrónica de consumo.

La Demandante es titular de, entre otros, los siguientes signos distintivos contenedores del término “xiaomi” con plenos efectos en España:

- Marca de la Unión Europea número 017972921 XIAOMI en clases 18, 21, 25 y 37.
- Marca de la Unión Europea número 018107686 XIAOMI en clases 8 y 24.
- Marca de la Unión Europea número 018214857 XIAOMI en clases 5, 7, 11, 12, 26, 30, 31 y 32.
- Marca internacional número 1177611 XIAOMI en clases 9, 35, 38 y 42.
- Marca internacional número 1313041 XIAOMI en clases 7, 11 y 18.

La Demandante es asimismo titular registral de determinados nombres de dominio contenedores de la marca XIAOMI, entre otros, <xiaomi.com> desde fecha 11 de marzo de 2013.

El nombre de dominio en disputa fue creado por el Demandado en fecha 13 de enero de 2021.

#### **5. Alegaciones de las Partes**

##### **A. Demandante**

La Demandante considera que el nombre de dominio en disputa constituye un registro de carácter abusivo, todo ello por cuanto que:

- Es una compañía fundada en 2010, que cotiza en la Bolsa de Hong Kong, China desde 2018 y que se ha convertido en este tiempo en uno de los innovadores clave en el sector tecnológico global.
- Su amplia gama de productos incluye teléfonos móviles, productos del hogar inteligentes y dispositivos de estilo de vida.
- Es titular de diferentes signos marcas con efectos en España, registrados todos ellos con carácter previo a la creación por el Demandado del nombre de dominio en disputa, que incluyen la marca XIAOMI.
- La marca XIAOMI es conocida y respetada mundialmente, fruto de una considerable inversión realizada por la Demandante a lo largo de los años.
- La Demandante mantiene una fuerte presencia en Internet, comunicándose con su gran base de usuarios y promocionando sus productos mediante su página web alojada en el nombre de dominio <mi.com> y sus redes sociales.
- El nombre de dominio en disputa contiene la marca de la Demandante, XIAOMI, en su totalidad, y simplemente agrega la palabra genérica “home” (“casa” u “hogar” en inglés) después de la marca renombrada de la Demandante.
- El Demandado está utilizando el nombre de dominio en disputa para hospedar una página web en la que se intenta hacer pasar por la Demandante o un distribuidor oficial de esta, lo que demuestra que el Demandado era conocedor de las marcas de la Demandante cuando registró el nombre de dominio en disputa y que lo registró para fomentar la confusión de los consumidores.
- El Demandado no es comúnmente conocido por el nombre de dominio en disputa, ni su nombre propio (que atienden a las siglas M.P.G.) tiene parecido alguno con aquél.

- El Demandado no ha utilizado el nombre de dominio en disputa en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios. Más bien todo lo contrario, intenta aprovecharse de la fama y reputación de las marcas de la Demandante, sugiriendo a los consumidores algún tipo de vínculo o afiliación con la Demandante.

- El Demandado no es distribuidor oficial ni explica adecuadamente en su página web la carencia de relación con la Demandante. Al contrario, el uso del logotipo oficial de la Demandante y de sus colores corporativos pueden llevar a la falsa impresión de que el Demandado está autorizado a utilizar las marcas registradas de la Demandante.

Y así, de todo lo anterior, la Demandante solicita la transferencia a su favor del nombre de dominio en disputa.

## **B. Demandado**

El Demandado considera que el nombre de dominio en disputa no debe ser transferido a la Demandante, todo ello por cuanto que:

- El nombre de dominio en disputa no es idéntico o similar hasta el punto de crear confusión con las marcas de la Demandante.

- La incorporación de la marca XIAOMI en el nombre en disputa no basta para generar similitud hasta el punto de generar confusión con las marcas de la Demandante, toda vez que dicho uso se encuentra acompañado por la palabra “home”, que introduce una diferenciación conceptual relevante respecto de las referidas marcas.

- El nombre de dominio en disputa describe de forma precisa y transparente el objeto del negocio del Demandado, esto es, la reventa independiente de productos originales de la marca XIAOMI, adquiridos legítimamente a proveedores autorizados. La estructura y redacción del nombre de dominio en disputa permiten al consumidor medio percibir que se trata de un sitio orientado a un catálogo específico y no de la página institucional del fabricante, lo cual se ve reforzado por el hecho de que la web oficial de la Demandante opera en su sitio web alojado en un nombre de dominio completamente diferente, <mi.com>.

- El Demandado ha implementado medidas correctivas sustanciales a los fines de evitar cualquier confusión con la Demandante, tales como la eliminación de expresiones que puedan inducir a error, la inclusión de avisos visibles sobre su carácter de tienda independiente y la modificación de elementos gráficos para evitar similitud con los signos distintivos de la Demandante.

- El Demandado intentó comunicarse directamente con la Demandante una vez tuvo conocimiento de la existencia del presente procedimiento, con el objetivo de abordar cualquier preocupación y encontrar una solución amistosa y conciliadora sin hallar respuesta de parte de aquella.

- El Demandado tiene derechos e intereses legítimos en el nombre de dominio en disputa, pues desarrolla una actividad comercial lícita y transparente consistente en la reventa de portátiles Xiaomi adquiridos de proveedores oficiales, de forma legal y conforme a la normativa vigente.

- El Demandado no se presenta como titular de la marca XIAOMI ni pretende ostentar tal condición, sino que actúa como distribuidor independiente. Ello por cuanto ha adquirido los productos de la marca XIAOMI de proveedores oficiales, de forma legal y conforme a las normativas vigentes.

- Cualquier referencia inicial errónea a “tienda oficial” que haya existido en el pasado fue fruto de un error de redacción y traducción. No en vano, desde mucho antes de la presente disputa, en el sitio web y en la comunicación con clientes el Demandado ha aclarado expresamente que la tienda es independiente y que no existe vinculación corporativa con la Demandante.

- El nombre de dominio en disputa no fue registrado ni se utiliza de mala fe. Por el contrario, su uso ha estado guiado desde el inicio por criterios de buena fe comercial.
- El Demandado nunca ha tenido la intención de confundir a los consumidores para obtener un beneficio ilícito. Muy por el contrario, ha adoptado medidas proactivas para evitar cualquier riesgo de confusión, entre ellas, la eliminación inmediata de cualquier referencia a “tienda oficial” en los textos de la página web, la inclusión de avisos visibles y reiterados en la web y en la atención al cliente y la modificación de logotipos y elementos gráficos para evitar similitud con los signos distintivos del demandante, reforzando así la diferenciación visual con la Demandante.

Por todo lo anterior, el Demandado considera que no procede transferir el nombre de dominio a la Demandante y solicita que se desestime la Demanda.

## **6. Debate y conclusiones**

La presente Decisión se adopta sobre la base de lo dispuesto en el Reglamento, el cual se inspira en la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (la “Política UDRP”), por lo que también se toma en consideración la doctrina que en su aplicación se ha establecido.

Sobre la base del Reglamento, el Experto ha de resolver la Demanda en atención a las declaraciones y los documentos presentados por las Partes, respetando lo dispuesto en el Plan Nacional de Nombres de Dominio bajo el “.es” y en el propio Reglamento.

### **A. Identidad o similitud hasta el punto de causar confusión con otro término sobre el que la Demandante alega poseer Derechos Previos**

La primera de las circunstancias necesarias para que, de conformidad con lo establecido en el Reglamento, exista un registro de un nombre de dominio de carácter especulativo o abusivo, es que el nombre de dominio sea idéntico o similar hasta el punto de crear confusión con otro término sobre el que la Demandante alega poseer Derechos Previos.

Se requiere, por tanto, que la Demandante sea titular de Derechos Previos, entendidos estos, de conformidad con lo establecido en el Reglamento, como “1) Denominaciones de entidades válidamente registradas en España, denominaciones o indicaciones de origen, nombres comerciales, marcas registradas u otros derechos de propiedad industrial protegidos en España. 2) Nombres civiles o seudónimos notorios, que identifiquen profesionalmente, entre otros, a creadores intelectuales, políticos y figuras del espectáculo o deporte. 3) Denominaciones oficiales o generalmente reconocibles de Administraciones Públicas y organismos públicos españoles”.

En el presente procedimiento, la Demandante ha logrado acreditar, a juicio del Experto, que es titular, con anterioridad a la creación por el Demandado del nombre de dominio en disputa, de la marca XIAOMI con efectos en España, la cual cuenta con un uso relevante y notorio en el mercado. Lo anterior determina, a juicio de este Experto, la existencia de Derechos Previos de la Demandante sobre el término “XIAOMI”.

Constatada la existencia de Derechos Previos a favor de la Demandante, restaría examinar a continuación si el nombre de dominio en disputa es idéntico o similar, hasta el punto de crear confusión, con la marca XIAOMI sobre el que la Demandante ostenta Derechos Previos.

A criterio del Experto, al comparar el nombre de dominio en disputa con los referidos Derechos Previos nos encontramos con que aquel se compone de los términos “xiaomi” y “home”, mientras que la marca de la Demandante es XIAOMI, por lo que resulta evidente que el nombre de dominio en disputa es similar hasta el punto de causar confusión con la marca XIAOMI. El término “home” no puede calificarse como elemento diferenciador como apunta el Demandado en su Escrito de Contestación, pues la marca XIAOMI es reconocible en el nombre de dominio en disputa. Numerosas decisiones en

virtud del Reglamento y de la Política UDRP se han pronunciado anteriormente en sentido similar (véanse, por ejemplo, *PartyGaming IA Limited / bwin.party digital entertainment plc v. Carlos Lapuerta*, Caso OMPI No. [DES2013-0007](#); *Adam Opel AG, General Motors España S.L. v. Tecnozar Informática*, Caso OMPI No. [DES2009-0041](#); o *L'Oréal, Lancôme Parfums Et Beauté& Cie v. Jack Yang*, Caso OMPI No. [D2011-1627](#)).

De igual manera, el dominio correspondiente al código de país (“ccTLD”) España “.es”, carece de relevancia desde el punto de vista identificativo, por lo que no puede considerarse como una diferencia que pueda excluir el riesgo de confusión entre el nombre de dominio en disputa y los Derechos Previos de la Demandante, como han concluido reiteradamente numerosas decisiones adoptadas en el marco del Reglamento y de la UDRP (véase, en este sentido, la sección 1.11.1 de la Sinopsis de las opiniones de los grupos de expertos sobre determinadas cuestiones relacionadas con la Política UDRP, tercera edición (“[Sinopsis elaborada por la OMPI 3.0](#)”)).

En definitiva, no puede el Experto compartir los argumentos exhibidos por el Demandado y concluye que el nombre de dominio en disputa se revela confusamente similar a los Derechos Previos de la Demandante. Y ello debido a que entre los Derechos Previos de la Demandante y la parte relevante del nombre de dominio en disputa se aprecia una indiscutible similitud hasta el punto de causar confusión.

El Experto estima, en consecuencia, que concurre el primero de los elementos exigidos por el Reglamento.

## **B. Derechos o intereses legítimos**

La segunda de las circunstancias necesarias para que exista un registro de un nombre de dominio de carácter especulativo o abusivo es que el Demandado no tenga derechos o intereses legítimos respecto del nombre de dominio en disputa.

Así las cosas, parece imponer el Reglamento a la Demandante la acreditación de un hecho negativo, lo cual devendría en sí mismo imposible, cual *probatio diabólica*, como ya ha sido apuntado en anteriores ocasiones por los expertos en el Reglamento y la Política UDRP. Debe por ello considerarse suficiente a los efectos del Reglamento que la Demandante, con los medios de prueba que tienen a su alcance, aporte indicios que demuestren, *prima facie*, que el Demandado carece de derechos o intereses legítimos sobre el nombre de dominio en disputa (véanse, por ejemplo, *Citigroup Inc., Citibank, N.A. v. Ravi Gurnani Gurnani*, Caso OMPI No. [DES2006-0001](#); *Casino de Mallorca, S.A v. Mario Xavier Vizacaíno Galantini / (43061800)*, Caso OMPI No. [DES2009-0002](#); *Pritovisa Marketing e Serviços de Consultadoria Comercial LDA v. LoosKopiersysteme*, Caso OMPI No. [DES2009-0038](#); o *Excmo. Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna v. Reymomar Sur, S.L*, Caso OMPI No. [DES2010-0006](#)).

De este modo, una vez constatada la existencia de indicios que demuestren, *prima facie*, la ausencia de derechos o intereses legítimos por parte del Demandado sobre el nombre de dominio en disputa, le corresponde a este, en el Escrito de Contestación, demostrar la tenencia de derechos o intereses legítimos. Tan es así, que el artículo 16 del Reglamento dispone que el Escrito de Contestación deberá incluir “cualquier tipo de prueba documental sobre las que se base el escrito de contestación, en especial aquellas que acrediten que no se ha producido el registro del nombre de dominio de carácter especulativo o abusivo por parte del Demandado o que puedan desvirtuar los Derechos Previos alegados por el demandante”.

En el presente supuesto, el foco de la controversia se centra en la condición arrogada por el propio Demandado de “revendedor independiente de productos originales de la marca XIAOMI, adquiridos legítimamente a proveedores autorizados”. Sin embargo, tal y como fue afirmado por el experto encargado de dirimir en *Beckman Coulter, Inc. v. INSTRUMENTACION CIENTIFICA TECNICA, S.L. / INSTRUMENTACION CIENTIFICO TEC*, Caso OMPI No. [DES2012-0022](#), el hecho de que el Demandado se arroge el calificativo de revendedor de la Demandante no permite calificar como legítima su actuación, en la medida en que no se cumplan los requisitos fijados por la doctrina en el caso *Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc.*, Caso OMPI No. [D2001-0903](#), que viene a establecer, entre otras, la obligación del Demandado de revelar de manera clara, precisa e inmediata la relación existente con el titular de la marca.

En opinión de este Experto, el sitio web del Demandado no cumple con los requisitos exigidos por la doctrina instaurada por el caso Oki Data para que se puedan constituir derechos o intereses legítimos a favor del Demandado, de acuerdo con el razonamiento siguiente. En el caso Oki Data, el experto determinó que la incorporación de una marca ajena en un nombre de dominio puede ser objeto de registro y uso de buena fe por un tercero, siempre que se cumplan determinadas circunstancias, a saber:

- (i) que exista una oferta real de productos o servicios;
- (ii) que la referida oferta se circunscriba a aquellos productos y servicios diferenciados con la marca ajena;
- (iii) que exista una identificación clara de la vinculación contractual o conexión (o, en su caso, de su inexistencia) con el titular de la marca ajena, en un lugar bien diferenciado y prominente del sitio Web; y
- (iv) que el titular no acapare el mercado de nombres de dominio al utilizar el dominio controvertido, impidiéndole al titular de la marca ajena reflejar dicha marca en un nombre de dominio.

Véanse, en este sentido, las resoluciones OMPI siguientes: *Experian Information Solutions, Inc. v. Credit Research, Inc.*, Caso OMPI No. [D2002-0095](#). *National Association for Stock Car Auto Racing, Inc. v. Racing Connection / The Racin' Connection, Inc.*, Caso OMPI No. [D2007-1524](#). *ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. Douglas Nicoll, Differential Pressure Instruments, Inc.*, Caso OMPI No. [D2008-0936](#). *MasterCard International Incorporated v. Global Access*, Caso OMPI No. [D2008-1940](#). *Research in Motion Limited v. One Star Global LLC*, Caso OMPI No. [D2009-0227](#). *Intex Recreation Corp. v. RBT, Inc., Ira Weinstein*, Caso OMPI No. [D2010-0119](#). *Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc., The Sheraton LLC, Sheraton International Inc., Societe des Hotels Meridien, Westin Hotel Management L.P. v. Media Insight a/k/a Media Insights*, Caso OMPI No. [D2010-0211](#). *National Association of Realtors v. John Fothergill*, Caso OMPI No. [D2010-1284](#).

Pues bien, en el presente caso, el Demandado afirma que no se presenta en el mercado como titular de la marca XIAOMI, sino como distribuidor independiente, y que la estructura y redacción del nombre de dominio en disputa permiten al consumidor medio percibir que se trata de un sitio orientado a un catálogo específico y no de la página institucional del fabricante. Adicionalmente, afirma el Demandado haber implementado medidas correctivas sustanciales a los fines de evitar cualquier confusión con la Demandante, tales como la eliminación de expresiones que puedan inducir a error, la inclusión de avisos visibles sobre su carácter de tienda independiente y la modificación de elementos gráficos para evitar similitud con los signos distintivos de la Demandante.

Sin embargo, la exploración por el Experto del sitio web alojado en el nombre de dominio en disputa no permite la verificación de los requerimientos del caso Oki Data. Más bien todo lo contrario, confirman su falta de cumplimiento. Y es que el nombre de dominio en disputa redirige a otro, <xiaomibase.es>, contenedor igualmente de la marca XIAOMI de la Demandante. El sitio web allí alojado muestra múltiples referencias a la marca XIAOMI de la Demandante y una referencia apenas perceptible -por su escaso tamaño- de "worldwide reseller" de los productos de la Demandante. Tampoco el apartado "legal" ubicado en dicho sitio web recoge en lugar alguno referencia a lo afirmado por el Demandado. Por tanto, al no cumplirse -en criterio del Experto- los factores Oki Data, no puede entenderse que el Demandado ostente derechos o intereses legítimos sobre el nombre de dominio en disputa.

Adicionalmente, el Experto nota la composición del nombre de dominio en disputa. La adición del término "home" a la marca XIAOMI alude una tipología de productos de la Demandante, la de productos de electrónica para el hogar, de modo que el consumidor medio interpretará que tiene alguna relación con la Demandante.

Por ello, y habiendo sido analizadas todas las circunstancias aplicables al caso, en el presente supuesto no parece concurrir circunstancia alguna que permita, a juicio del Experto, considerar la existencia de un derecho o un interés legítimo por parte del Demandado respecto del nombre de dominio en disputa.

El Experto estima, en consecuencia, que concurre el segundo de los elementos exigidos por el Reglamento.

### **C. Registro o uso de los nombres de dominio de mala fe**

La tercera de las circunstancias necesarias para que exista un registro de un nombre de dominio de carácter especulativo o abusivo es que el nombre de dominio haya sido registrado o usado de mala fe.

A tenor de lo preceptuado por el Reglamento, la mala fe en el uso o registro del nombre de dominio en disputa ha de ser probada por la Demandante, que puede alegar para ello cuanto estime oportuno. En este sentido, el artículo 2 del Reglamento establece una serie de circunstancias, de carácter enunciativo que, en caso de que sean acreditadas, supondrán la prueba del registro o uso de un nombre de dominio de mala fe. Entre otras, y en lo que a este supuesto pueda resultar de interés, el Reglamento establece como prueba del uso o registro del nombre de dominio de mala fe el hecho de que el Demandado, al registrar el nombre de dominio en disputa, tuviese conocimiento de los Derechos previos de la Demandante.

En efecto, es opinión de numerosos expertos que uno de los factores que es tenido en cuenta a la hora de apreciar la mala fe en el registro o uso de un nombre de dominio ajeno es el conocimiento previo, por parte del Demandado, de los Derechos Previos del Demandante (véanse, por ejemplo, *Soria Natural, S.A. y Vicenc Roig Ribas*, Caso OMPI No. [D2004-0803](#) y *Iberdrola S.A. v. Astobiza Gracia, Francisco José*, Caso OMPI No. [D2003-0675](#)).

En el presente procedimiento ha quedado indubitablemente constatado que el Demandado tenía conocimiento de las marcas de la Demandante en el momento en que procedió al registro del nombre de dominio en disputa, toda vez que, como el mismo Demandado afirma, es revendedor independiente de sus productos.

Por otra parte, es difícil imaginar que el registro del nombre de dominio en disputa por parte del Demandado ha sido de buena fe cuando se ha llegado previamente a la conclusión de que aquel no ostenta un derecho o interés legítimo sobre tales nombres de dominio en disputa (véanse, por ejemplo, *Endebe Catalana, S.L. v. Ramón Ortiz Ortiz*, Caso OMPI No. [DES2006-0028](#); *Blizzard Entertainment, Inc. c. Víctor Castro*, Caso OMPI No. [DES2006-0036](#); o *Laboratorios Inibsa, S.A. v. Paco Pérez Pereira*, Caso OMPI No. [DES2008-0027](#)).

A la vista de estas circunstancias, cabe entender que el nombre de dominio en disputa fue registrado de mala fe, por razón de la notoriedad y prestigio de la marca XIAOMI, cumpliéndose de este modo el tercero de los requisitos exigidos por el Reglamento para que exista un registro abusivo o especulativo. En efecto, y de cuanto antecede, se desprende que el Demandado conocía el carácter notorio de los signos distintivos de la Demandante. Esta circunstancia sirve, de por sí, para acreditar en este caso el tercero de los elementos exigidos por el Reglamento.

Apreciada la mala fe en el registro de los nombres de dominio en disputa, no sería necesario entrar a valorar si el uso que el Demandado concede a los nombres de dominio en disputa es o no un uso de mala fe. En todo caso, en aplicación de la doctrina Oki Data, la falta de identificación como revendedor independiente del Demandado resultaría de por sí un uso contrario a la buena fe.

Por todo lo anterior, en este caso cabe cuestionar la buena fe en el registro y/o uso del nombre de dominio por parte de una persona que no ostenta un derecho o interés legítimo sobre el mismo y que ha sido incapaz de acreditar un registro y uso de buena fe sobre el nombre de dominio en disputa.

El Experto estima, en consecuencia, que concurre el tercero de los elementos exigidos por el Reglamento.

## 7. Decisión

Por las razones expuestas, en conformidad con el artículo 21 del Reglamento, el Experto ordena que el nombre de dominio <xiaomihome.es> sea transferido a la Demandante.

Alejandro Touriño  
Experto  
Fecha: 26 de agosto de 2025