

DECISIÓN DEL GRUPO DE EXPERTOS

GET WEIRD, LLC. c. UMAR FAROOQ

Caso No. DMX2026-0025

1. Las Partes

La Promovente es GET WEIRD, LLC., Estados Unidos de América (“Estados Unidos”) representada por Ibarra del Paso Gallego, México.

El Titular es UMAR FAROOQ, Pakistán.

2. El Nombre de Dominio y el Registrador

La Solicitud tiene como objeto el nombre de dominio en disputa <antisocialsocialclub.mx>.

El Registro del nombre de dominio en disputa es Registry .MX (una división de NIC México) (“Registry .MX”). El Agente Registrador del nombre de dominio en disputa es NETIM.

3. Iter Procedimental

La Solicitud se presentó ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (el “Centro”) el 17 de junio de 2026. El 17 de junio de 2026, el Centro envió a Registry .MX por correo electrónico una solicitud de verificación registral en relación con el nombre de dominio en disputa. El 17 de junio de 2026, Registry .MX envió al Centro, por correo electrónico, su respuesta confirmando que el Titular es la persona que figura como registrante, proporcionando a su vez los datos de contacto administrativo, técnico y de facturación.

El Centro verificó que la Solicitud cumplía los requisitos formales de la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para “.MX” (la “Política” o “LDRP”), el Reglamento de la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para “.MX” (el “Reglamento”), y el Reglamento Adicional del Centro relativo a la Política de solución de controversias en materia de nombres de dominio para “.MX” (el “Reglamento Adicional”).

De conformidad con el artículo 4 del Reglamento, el Centro notificó formalmente la Solicitud al Titular, dando comienzo al procedimiento el 23 de junio de 2026. De conformidad con el artículo 5 del Reglamento, el plazo para contestar la Solicitud se fijó para el 13 de julio de 2026. El Titular no contestó la Solicitud. Por consiguiente, el Centro notificó al Titular su falta de personación y ausencia de contestación a la Solicitud el 16 de julio de 2026.

El Centro nombró a Reynaldo Urtiaga Escobar como miembro único del Grupo de Expertos el día 27 de julio de 2026, previa recepción de su Declaración de Aceptación y de Imparcialidad e Independencia, en conformidad con el artículo 9 del Reglamento. El Experto considera que su nombramiento se ajusta a las normas del procedimiento.

El procedimiento se tramita en español al surtir aplicación la regla general prevista en el artículo 13.A del Reglamento:

“A menos que las partes decidan lo contrario, el idioma del procedimiento será el español, a reserva de la facultad del grupo de expertos de tomar otra resolución, teniendo en cuenta las circunstancias del procedimiento.”

En el caso concreto, la Solicitud se presentó en español y el Experto no aprecia circunstancias especiales que lo hagan determinar un idioma del procedimiento distinto del español.

Luego de examinar las constancias del expediente, el Experto está satisfecho de que tanto la Promovente como el Titular tuvieron una oportunidad justa y equitativa de exponer su caso.

4. Antecedentes de Hecho

La Promovente es una empresa estadounidense que comercializa ropa urbana (“streetwear” en inglés) bajo la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB tanto dentro como fuera de los Estados Unidos a través de su tienda en línea “www.antisocialsocialclub.com”.

La Promovente es titular, inter alia, de las siguientes marcas internacionales registradas con arreglo al Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas:

Marca	País/Territorio	No. de registro	Fecha de registro	Clase de productos o servicios ¹
ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB	Australia, Unión Europea, India, Japón, México, Nueva Zelanda, la Federación Rusa, Singapur	1299501 ²	15 de abril de 2016	25
ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB y Diseño	Emiratos Árabes Unidos, Australia, Suiza, Unión Europea, Indonesia, Israel, Japón, República de Corea, México, Nueva Zelanda, Omán, Filipinas, la Federación Rusa, Singapur, Tailandia, Türkiye, y Viet Nam	1488391 ³	1 de julio de 2019	9, 18, 25 y 35
ANTI SOCIAL	Australia, Brasil, Canadá, Unión Europea, Reino Unido, Indonesia, República de Corea, México, Nueva Zelanda, Filipinas, la Federación Rusa, Singapur, Tailandia, y Türkiye	1583568 ⁴	24 de febrero de 2021	25

¹ Conforme al Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (1957).

² Con base en la solicitud de marca estadounidense No. 86707078.

³ Con base en las solicitudes de marca estadounidenses Nos. 87823038, 88034998, 87823054 y 88035016.

⁴ Con base en la solicitud de marca estadounidense No. 88891165.

ASSC	Australia, Oficina de Propiedad Intelectual de Benelux, Suiza, la República Popular China, República Checa, Alemania, Egipto, Unión Europea, Francia, Reino Unido, Indonesia, Israel, India, Islandia, Italia, Japón, Cambodia, República de Corea, México, Nueva Zelanda, Filipinas, Polonia, Portugal, la Federación Rusa, Singapur, Tailandia, Türkiye, y Viet Nam	1399615 ⁵	30 de enero de 2018	25
------	---	----------------------	---------------------	----

El Titular registró el nombre de dominio en disputa el 4 de noviembre de 2025. El nombre de dominio en disputa hospeda un sitio web que se hace pasar por la tienda en línea para México de la Promovente.

5. Alegaciones de las Partes

A. Promovente

La Promovente alega que:

- i. Posee derechos marcarios válidos y vigentes sobre la denominación ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB por virtud de sus registros mexicanos, estadounidenses, e internacionales;
- ii. Las marcas de la Promovente han sido utilizadas de manera continua y extensa para distinguir prendas de vestir, accesorios y artículos de moda comprendidos en las clases 9, 18, 25 y 35 del nomenclador internacional;
- iii. Particularmente, la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB identifica una reconocida línea de prendas de vestir y accesorios, incluyendo camisetas, sudaderas, gorros y demás artículos relacionados;
- iv. La Promovente comercializa sus productos a través de su sitio web hospedado en “www.antisocialsocialclub.com”, así como mediante distribuidores autorizados y plataformas de comercio electrónico reconocidas internacionalmente, circunstancia que ha permitido que las marcas de la Promovente hayan adquirido notoriedad y reconocimiento entre los consumidores de productos de moda;
- v. El nombre de dominio en disputa reproduce íntegramente el elemento distintivo y dominante de la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB;
- vi. La incorporación total de una marca registrada dentro de un nombre de dominio constituye, por sí sola, un indicio suficiente de semejanza en grado de confusión, como ocurre con el nombre de dominio en disputa que incorpora la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB de la Promovente;
- vii. La adición del dominio de nivel superior de código de país (“ccTLD”) “.mx”, al tratarse de un término geográfico, refuerza la impresión de que el portal del Titular corresponde a una versión local del sitio web oficial de la Promovente;
- viii. El sitio web asociado al nombre de dominio en disputa reproduce las marcas de la Promovente y exhibe imágenes correspondientes a productos y diseños identificados con dichas marcas, creando la falsa apariencia de un canal oficial de comercialización de los productos de la Promovente;

⁵ Con base en la solicitud de marca estadounidense No. 87723412.

- ix. La Promovente no ha otorgado autorización, licencia ni permiso alguno al Titular para registrar, utilizar o explotar las marcas ANTI SOCIAL, ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB o ASSC en un nombre de dominio o de cualquier otra forma;
- x. La Promovente no mantiene relación con el Titular que pudiera justificar el uso de las marcas de la Promovente en el nombre de dominio en disputa ni en el sitio web asociado a este;
- xi. El Titular no ha sido conocido comúnmente por los nombres Anti Social, Anti Social Social Club o Assc;
- xii. La naturaleza misma del nombre de dominio en disputa excluye cualquier posibilidad razonable de que este haya sido seleccionado por su significado descriptivo o genérico ya que reproduce una denominación distintiva asociada exclusivamente a la Promovente y a sus productos;
- xiii. Tampoco puede considerarse que el Titular está realizando un uso legítimo, leal o no comercial del nombre de dominio en disputa puesto que el sitio web respectivo ofrece productos identificados con las marcas de la Promovente y utiliza dichas marcas para atraer usuarios de Internet;
- xiv. La conducta del Titular tiene como propósito desviar a los consumidores que buscan a la Promovente y sus productos legítimos, para generar tráfico hacia su propio sitio web y obtener un beneficio comercial a costa de la reputación asociada a las marcas de la Promovente;
- xv. Las circunstancias de este caso hacen evidente que el Titular tenía conocimiento de las marcas de la Promovente al momento de registrar el nombre de dominio en disputa;
- xvi. El sitio web alojado en el nombre de dominio en disputa reproduce las marcas ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB y ASSC de la Promovente y muestra imágenes de los productos comercializados por la Promovente, lo que confirma la mala fe de Titular;
- xvii. Además, el sitio web del Titular incluye la expresión “Get Weird”, que es parte de la denominación social de la Promovente, corroborando que el Titular conocía perfectamente la identidad comercial de la Promovente y buscó reforzar la apariencia de autenticidad de su sitio web;
- xviii. Estas circunstancias, en su conjunto, demuestran que el Titular registró y utiliza el nombre de dominio en disputa con pleno conocimiento de los derechos de la Promovente y con el propósito deliberado de atraer usuarios de Internet, creando una falsa impresión de autorización, y obteniendo con ello un beneficio comercial indebido.

B. Titular

El Titular no contestó la Solicitud.

6. Debate y conclusiones

A. Preliminar

En vista de que la Política se asemeja en gran medida a la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (la “Política UDRP”), el Experto considera apropiado referirse a las decisiones pronunciadas conforme a la Política UDRP y a 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 3.1](#)”).

B. General

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 1.a) de la Política, para prevalecer en su acción de transferencia, la Promovente tiene la carga de la prueba respecto de los tres requisitos siguientes:

- i. El nombre de dominio en disputa es idéntico o similar en grado de confusión con respecto a una marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos sobre la que tiene derechos la Promovente;
- ii. El Titular no tiene derechos o intereses legítimos en relación con el nombre de dominio en disputa;
- iii. El nombre de dominio en disputa ha sido registrado o se utiliza de mala fe.

El Experto se avoca enseguida a examinar si estos requisitos se cumplen en el caso concreto.

C. Identidad o similitud en grado de confusión

La cuestión principal en este apartado se reduce a determinar si la marca de productos o servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos de la Promovente es reconocible en la porción alfanumérica que conforma el nombre de dominio en disputa.

Entre los registros marcarios que fundan la Solicitud se encuentran los registros internacionales de la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB (Nos. 1299501 y 1488391).

Los derechos de marca de la Promovente al amparo de sus registros internacionales Nos. 1299501 y 1488391 preexisten a la fecha de presentación de la Solicitud. Ver sección 1.1.3 de la [Sinopsis elaborada por la OMPI 3.1](#).

Los registros internacionales Nos. 1299501 y 1488391 se encuentran vigentes y surten plenos efectos en los países y territorios designados por la Promovente conforme al Protocolo por el que se rige el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas ("el Protocolo de Madrid").⁶

Visto lo anterior, el Experto observa que la denominación "antisocialsocialclub" del nombre de dominio en disputa coincide letra por letra con la marca internacional registrada ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB de la Promovente, lo que actualiza el supuesto de identidad a que se refiere el requisito en estudio.

El ccTLD ".mx" es irrelevante para efectos de la comparación del nombre de dominio en disputa con las marcas internacionales registradas de la Promovente. Ver sección 1.11.1 de la [Sinopsis elaborada por la OMPI 3.1](#).

En consecuencia, el Experto determina que el nombre de dominio en disputa <antisocialsocialclub.mx> del Titular es idéntico a las marcas internacionales registradas ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB de la Promovente.

El primer umbral del artículo 1.a) de la Política se estima superado.

D. Derechos o intereses legítimos

El artículo 1.c) de la Política contempla de forma no exhaustiva las siguientes hipótesis demostrativas de derechos e intereses legítimos sobre un nombre dominio:

- i. "antes de haber recibido cualquier aviso de la controversia, se ha utilizado el nombre de dominio, o se han efectuado preparativos demostrables para su utilización, o un nombre correspondiente al nombre de dominio en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios o bien jurídicamente tutelado por alguna reserva de derechos;

⁶ En términos del artículo 4 del Protocolo de Madrid, la protección que confiere un registro internacional de marca es la misma que tendría tal marca de haber sido registrada localmente.

ii. el titular (en calidad de particular, empresa u otra organización) ha sido conocido comúnmente por el nombre de dominio, aun cuando no haya adquirido derechos de marcas de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos; o

iii. se hace un uso legítimo y leal o no comercial del nombre de dominio, sin intención de desviar a los consumidores de manera equívoca o de empañar el buen nombre de la marca de productos o de servicios registrada, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos en cuestión con ánimo de lucro.”

El Experto hace constar que, a la fecha de esta Decisión, el nombre de dominio en disputa continúa alojando un sitio web que se ostenta falsamente como tienda en línea para México de prendas de vestir supuestamente auténticas de la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB.

Este uso del nombre de dominio en disputa no es de buena fe en términos de la Política porque hace creer a los consumidores radicados en México que el sitio web del Titular es una tienda en línea de la Promovente, lo cual es falso, y que las supuestas prendas de vestir que allí se promocionan con descuento son distribuidas por la Promovente o con su autorización, lo cual también es falso.

La Política no reconoce derechos o intereses legítimos al titular de un nombre de dominio que lo utiliza con fines de engaño y defraudación. Ver sección 2.13.1 de la [Sinopsis elaborada por la OMPI 3.1](#).

Por lo anterior, el Experto resuelve que el Titular carece de derechos e intereses legítimos sobre el nombre de dominio en disputa, colmándose así el segundo requisito del artículo 1.a) de la Política.

E. Registro o uso de mala fe

El artículo 1.b) de la Política establece de manera enunciativa, mas no limitativa, diversos supuestos de mala fe en el registro o uso de un nombre de dominio en disputa:

i. “circunstancias que indiquen que se ha registrado o adquirido el nombre de dominio fundamentalmente con el fin de vender, alquilar o ceder de otra manera el registro del nombre de dominio al promovente, que es el titular de un registro de marca de productos o servicios, un aviso comercial, titular de la autorización de uso de una denominación de origen o titular de derechos de un título reservado o a un competidor del promovente, por un valor cierto que supera los costos diversos documentados que están relacionados directamente con el registro del nombre de dominio; o

ii. el nombre de dominio se ha registrado a fin de impedir que el titular del registro de la marca de productos o servicios, aviso comercial registrado, denominación de origen o reserva de derechos refleje su marca, aviso comercial, denominación de origen o título en un nombre de dominio correspondiente, siempre y cuando el titular haya desarrollado una conducta de esa índole; o

iii. el nombre de dominio se ha registrado fundamentalmente con el fin de perturbar la actividad comercial de un competidor; o

iv. el nombre de dominio se ha utilizado con la intención de atraer usuarios de Internet a un sitio Web o a cualquier otro sitio conectado en línea, con ánimo de lucro, creando la posibilidad de asociación entre el nombre de dominio y la denominación del promovente, con relación a algún patrocinio, afiliación o la promoción del sitio Web, o de un producto o servicio, o una publicación o difusión periódica identificada por un título reservado, que se aprecie en el sitio Web.”

Por principio de cuentas, el Experto hace notar que, a diferencia de la Política UDRP, la Política únicamente exige acreditar que el nombre de dominio en disputa haya sido registrado de mala fe o bien se utilice de mala fe para tener por satisfecho el tercer requisito de su artículo 1.a).

En términos generales, la mala fe se produce cuando el titular toma ventaja indebida o abusa de la marca del promovente. Ver sección 3.1 de la [Sinopsis elaborada por la OMPI 3.1](#).

El Experto toma nota de que ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB es una marca distintiva, registrada internacionalmente, que goza de reconocimiento entre los consumidores de ropa urbana (“streetwear” en inglés) y ropa de moda (“hypewear” en inglés), cuyos productos son comercializados en la tienda en línea de la Promovente y en plataformas de comercio electrónico (“marketplaces” en inglés) especializadas en moda.

De las pruebas que exhibe la Promovente se desprende que el Titular explota la marca ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB de la Promovente, sin consentimiento de esta, dentro de una tienda en línea apócrifa, para promocionar supuestos productos auténticos de la Promovente, con precios de descuento, a consumidores radicados en México.

En opinión del Experto, el sitio web del Titular se hace pasar por la tienda en línea para México de la Promovente. Así, por ejemplo, el sitio web del Titular indica:

“AntiSocialSocialClub.mx – El punto oficial para la auténtica ropa urbana ASSC en México”.

Los precios rebajados de los supuestos productos auténticos de la Promovente están denominados en pesos mexicanos y se indica un domicilio en Tijuana, Baja California, México.

El Experto observa también que el sitio web del Titular imita la apariencia, imagen comercial y el diseño (“look and feel” en inglés) de la tienda oficial en línea de la Promovente, así como el logotipo de ANTI SOCIAL SOCIAL CLUB que es objeto de la marca internacional (No. 1488391) de la Promovente.

Todos estos elementos, en su conjunto, configuran mala fe para efectos de la Política. Ver *Z&V c. Grace Little y Sara Hahn*, Caso OMPI No. DMX2025-0038 (la explotación de los nombres de dominio <zadigandvoltairemexico.com.mx> y <zadigetvoltaire.com.mx> a través de una tienda en línea fraudulenta, operada supuestamente por la promovente, revela la intención de las titulares de aprovecharse ilícitamente del posicionamiento y la reputación que posee la marca ZADIG & VOLTAIRE a escala global).

En suma, la conducta del Titular actualiza plenamente la hipótesis de mala fe prevista en el inciso iv) del artículo 1.b) de la Política.

Con lo anterior queda demostrado que el Titular registró de mala fe y ha venido usando de mala fe el nombre de dominio en disputa.

El Experto tiene por satisfecho el tercer requisito del artículo 1.a) de la Política.

7. Decisión

Por las razones expuestas, en conformidad con los artículos 1 de la Política y 19 y 20 del Reglamento, el Experto ordena que el nombre de dominio en disputa <antisocialsocialclub.mx> sea transferido a la Promovente.

/Reynaldo Urtiaga Escobar/

Reynaldo Urtiaga Escobar

Experto único

Fecha: 19 de agosto de 2026