**Ref. sentencia conflicto demujeres.cl**

Partes: Proyecto 2009 (MOCARQUER Y SAUD SOCIEDAD DE PROFESIONALES LIMITADA)
CONSORCIO PERIODISTICO DE CHILE SA COPESA

Santiago, diez de septiembre de dos mil diez,

Vistos,

1.- Oficio OF10598, de fecha 12 de Mayo de 2010, de fojas 1, de Nic Chile por el que se designa a la suscrita como árbitro para la resolución del conflicto por asignación del nombre de dominio **demujeres.cl** suscitado entre PROYECTO 2009 (MOCARQUER Y SAUD SOCIEDAD DE PROFESIONALES LIMITADA), RUT: 76.481.990-K, representada por Paulina Mocarquer, domiciliada en Nevería 5050, Las Condes, Santiago y CONSORCIO PERIODISTICO DE CHILE SA COPESA, RUT: 91.408.000-2, representada por ANDRES MELOSSI JIMENEZ, de BEUCHAT, BARROS & PFENNIGER, domiciliado en EUROPA No 2035 PROVIDENCIA, SANTIAGO, cuyas representaciones han sido acreditadas suficientemente en autos.

2.- Aceptación del encargo, juramento de rigor y citación a las partes a la audiencia de estilo de fojas 3 y su notificación a las partes de fojas 3 vta. y a Nic Chile de fojas 4.

3.- Acta de audiencia realizada, de fojas 15, en que no lográndose el acuerdo de las partes se procede derechamente a la fijación de la pauta de procedimiento arbitral.-

4.- Presentación del segundo solicitante de fojas 17, en que solicita le sea asignado derechamente el dominio de autos, en base a los siguientes argumentos de Hecho y de Derecho: Sostiene que su representada es una reputada persona jurídica la cual en la actualidad es una de las principales empresas periodísticas del país. Sus publicaciones gozan de un amplio nivel de aceptación de parte de los consumidores quienes normalmente acceden a las mismas no sólo en formato papel sino también virtualmente, a través de Internet. Sostiene además que esa parte es titular de diversas marcas, las que se encuentran posicionadas en los mercados relevantes, a través de publicaciones tales como La Tercera, La Cuarta, la Revista Que Pasa, entre otras. Detalla que en relación al conflicto de autos, es titular de las marcas De mujer a Mujer, Registro N° 622.989, distintiva de los productos de la clase 16, además del nombre de dominio demujeramujer.cl y demujer.cl, antecedentes que estima dejan en evidencia el interés que representa para esa parte contar con el registro de nombres de dominio que se disputa en autos.
Sostiene que a nadie es extraña la afamada marca de mujer a mujer que es un suplemento de su mandante, que circula junto al diario de circulación nacional La tercera y que tiene como público objetivo a las mujeres, para artículos relacionados con sus intereses más particulares, tales como temas de moda, de cosmética y otros relacionados con dichos temas.
Estima que de estos antecedentes se desprende un interés y derecho preeminente de su representada sobre la expresión DE MUJER, pues es una supresión de ciertos elementos de una marca previa, lo cual se suma a que estos derechos colisionan con los intereses de la primera solicitante, en orden a generar un sitio web para publicar artículos relativos a la mujer, espacio ya cubierto por la publicación previa de esa parte. Siendo así, estima que además de la similitud de los términos, ambas partes buscan atacar el mismo nicho de consumidores, con lo cual la asignación del dominio a la contraria vulneraría los derechos de esa parte.
En cuanto al Derecho, sostiene que el objetivo del presente litigio es demostrar el mejor derecho que puede detentar uno u otro agente empresarial. Al respecto sostiene que la jurisprudencia arbitral ha aceptado el criterio según el cual deben primar los intereses de aquella parte que tuviere constituidos derechos amparados por la Constitución y las leyes, como es el caso de autos, invocando al respecto lo considerado y resuelto por el árbitro Sr. Patricio De la Barra, en el Conflicto Silueta.cl. Además invoca lo establecido en el Art. 14 del Reglamento para la administración del Registro de Nombres de Dominio .cl, los artículos 4 y 13 del código de ética publicitaria, los cuales considera infringidos en el caso de autos en tanto que la expresión

de mujer se encuentra en el acervo patrimonial de su mandante, por lo que sería absolutamente lógico que una expresión similar termine vulnerando sus marcas e induciendo a error a los usuarios de la red. Al respecto sostiene que las búsquedas en los buscadores por la expresión DE MUJER la información que primero aparece se refiere a la expresión DE MUJER A MUJER, lo que a su juicio evidencia los problemas de confusión que la asignación del dominio a un tercero generaría.
Invoca además los principios de la competencia leal y ética mercantil que surgen a partir del Convenio de París y Convención de Viena, establecidas para mantener un respeto a los valores superiores que se deben los diversos agentes de los mercados.
Invoca además a favor de la pretensión de su mandante que tiene derechos previos válidamente adquiridos. Al respecto sostiene que la Constitución Política de la República se erige en torno a la protección de los derechos de propiedad de los diversos ciudadanos del Estado, por lo que en caso alguno se puede afectar los derechos válidamente adquiridos por sus habitantes, entre los que destacan los derechos adquiridos por su mandante.
Sostiene además que los criterios estructurados en torno a este tipo de conflictos consideran entre los factores para asignar un dominio los derechos de los titulares de los nombres de dominio, en especial los derechos marcarios y que el solicitante esté efectivamente prestando servicios al alero del signo pedido a cuyo respecto hace presente que COPESA es un agente mercantil que desarrolla un nivel de actividad comercial altamente conocido a nivel nacional, siendo éste un hecho notorio, fácilmente constatable. Adicionalmente esta empresa tiene una clara conexión entre los servicios que ofrece, incluso a través de su página web. Adicionalmente, señala que al caso de autos se aplica plenamente lo dispuesto en el artículo 3 letra e) según el cual debe considerarse "la relación del uso del signo en Internet con un derecho sobre este signo en el Estado miembro, indicando: i.- Si el uso está respaldado por ese derecho; ii.- cuando el derecho pertenezca a otro, si el uso redundaría en un aprovechamiento indebido del carácter distintivo o de la reputaciónb del signo objeto de ese derecho o lo menoscabaría injustificadamente.

5.- Adicionalmente, en sus contra argumentaciones de fojas 183, esta parte sostiene que la contraria señala expresamente que el objetivo del nombre de dominio es crear un portal a través del cual se publicarán temas relacionados con la mujer. De hecho se señalan una serie de participaciones en programas dirigidos a las mujeres tendientes a alojar un portal de interacción dirigido a las mujeres "suministrando conectividad e interacción temática de género". Estima que estas argumentaciones dan mayor fuerza a las alegaciones de esa parte en tanto que estos propósitos colisionan con los de su mandante pues ambos apuntan al mismo segmento de público relevante, con un mismo tipo de información. Siendo así, considera que en el caso de autos debe darse aplicación al artículo 14 del Reglamento de Nic Chile y en dicho sentido es su mandante quien detenta derechos válidamente adquiridos, los cuales son de índole superior a los de la contraria, además de haber sido adquiridos de manera previa a los de la contraria y por tanto estima que se debe asignar el dominio a esa parte.
De su parte, en escrito de observaciones a la prueba de fojas 186, esta parte sostiene que de las evidencias acompañadas queda de manifiesto que su mandante detenta un derecho superior en torno al nombre de dominio en disputa por los derechos que tiene sobre las expresiones demujer.cl, demujeramujer.cl y la marca registrada de mujer a mujer, por lo que la asignación del dominio a la contraria sería una afrenta a las normas y principios que rigen en el registro de nombres de dominio .cl. Agrega que es su empresa la que se ha encargado de posicionar la expresión de mujer a mujer en el mercado nacional. Considera que estas dos circunstancias acreditan su mejor derecho.
Respecto de los argumentos de la contraria, en orden a que su proyecto consiste en generar una oferta de servicios de información dirigidos a las mujeres hace que el mismo sea coincidente de manera absoluta con las marcas de su representado haciendo colisionar los derechos de las partes, donde estima que su parte tiene un mejor derecho.

6.- Que la segunda solicitante, para acreditar su mejor derecho rindió prueba documental consistente en: a) print de consulta a la base de datos de Nic Chile en que consta la titularidad del dominio demujer.cl a nombre de Copesa S.A., de fojas 22; b) print de consulta a la base de datos de Nic Chile en que consta la

titularidad del dominio demujeramujer.cl a nombre de Copesa S.A., de fojas 23; c) Copia de certificado de registro de marca de mujer a mujer, registro N° 622989 de fojas 24, para la clase 16; d) Búsqueda en Google para la expresión demujer, que arroja diversos resultados, no necesariamente asociados a COPESA, de fojas 25.

7.- Que de su parte la primera solicitante presenta sus argumentos de mejor derecho a fojas 30. Sostiene que esa parte es la primera solicitante, que ha pagado los montos correspondientes al arancel de Nic Chile, lo que hacen aplicable a su favor el principio first come first served. Agrega que su representada tiene interés serio y real en el dominio en disputa. En efecto, sostiene que www.demujeres.cl aloja un portal dirigido a la mujer actual, moderna, ejecutiva, teniendo características de portal con contenido, interacción y generador de diversas redes que interactúan entre sí. Es un espacio que permite comunicarse, dar opinión, informarse, recibir beneficios, actualizarse y perfeccionarse en diversas áreas con un enfoque de género, desarrollado a partir de una iniciativa gestada en 2009.
Agrega que la denominación elegida tiene su fundamento en el mercado objetivo al que se dirige, todo ello respaldado por el principio marcario de la especialidad.
EL portal se inicia con una alianza estratégica entre su titular y radio galaxia On Line, medio de comunicaciones masivo, de innegable trayectoria, que también compartía en uno de sus programas el espíritu de comunidad femenina que inspira este proyecto. Considera que estas circunstancias dan cuenta del uso efectivo del dominio, actualmente en pleno desarrollo y funcionamiento, que cuenta con 20 panelistas que participan activamente en el contenido del portal, aportando columnas de distinta naturaleza, entre las que se encuentran Carolina Urrutia en la temática vivencias, Carlos Saldivia en temas internacionales, Adriana Molano, emprendimiento, Pilar reyes en grafología, Verónica Anguita en Boética, Verónica Fuenzalida en psicología y muchos otros profesionales de alto prestigio cuyos antecedentes constan en el plan de negocios elaborado. Asimismo, agrega que el portal tiene secciones de beneficios, tienda, redes, cursos y talleres, magazine interactivo, radio galaxia.
Sostiene que el portal tiene una base de datos segmentada de más de 21000 mujeres que voluntariamente se han registrado en el portal, de las cuales sean obtenido datos personales y una alta fidelidad de su público objetivo claramente identificado y que demuestran un alto interés por los contenidos del portal y en los beneficios que a través del mismo se les ofrecen, tales como la posibilidad de participar en charlas y talleres con valores preferenciales y también gratuitos, además de una tienda virtual (banner in home), sección destinada a promover productos y servicios y una zona de intercambio y oportunidades.
Señala que las actividades del portal no son sólo comerciales sino además sociales, con la tratativa de temas culturales, sociales, psicológicos y de ayuda para la mujer actual, entre las que destacan la sección de empleabilidad y consejos de tendencia, sexualidad, familia, belleza, salud integral y terapias.
Señala que el portal se ha ganado un sitial como portal líder en el desarrollo integral de la mujer y único en su propuesta de crear una nueva imagen de ésta, líder en actividades on line y off line, con éxito en sus actividades y eventos a nivel comercial y de calidad de contenidos. Líder de opinión en temas de mujeres y un medio de comunicación moderna e innovador con un posicionamiento claro y evidente en el target ya descrito, ganando un espacio preferencial en el mercado femenino a partir de la distribución mensual de un boletín electrónico y de un newsletter quincenal informando noticias, oportunidades, concursos, etc.
Agrega que a través del portal ha promocionado y realizado numerosos eventos masivos tales como el efectuado el 26 de enero de 2010 titulado " el desarrollo espiritual de las mujeres" que se llevó a cabo en el Salón del Hotel Rant a Home y la charla "rejuvenece tu rostro" efectuada el 27 de enero de 2010 en Santa Magdalena 82, Providencia. Asimismo, el portal cuenta con carro de compras, módulo Joomla o otras presenciales como La Casona, El monto, Omega en cosmética, servicios de apoyo al emprendimiento a través de asesorías, etc.
Asimismo, señala que ha elaborado importantes publicaciones que se han distribuido entre sus asociadas a través del portal tales como "cómo cuidar a tu madre con alzhaimer" "el humo del tabaco nos ahoga y enferma" "convención internacional de los derechos de la infancia",, "la mujer y su mundo laboral", "trabajo en equipo", "crear e innovar", "competencias del empresario", "la mentalidad emprendedora", "mitos de un emprendedor, "divorcio, una larga historia", "maltrato psicológico", etc., todas con comentarios de socias.

Sostiene que además esa parte ha realizado campañas de marketing destinadas a captar mercados con la empresa posicionamiento.cl y con la implementación de acciones específicas y concretas de posicionamiento con merchandising a través de pendones, folletería, tarjetas de visita y papelería. Además ha implemenetado sistemas de foros y contacto directo de los socios y visitantes con los columnistas y panelistas del portal que les hace estar en contacto directo con los mismos, quienes normalmente realizan comentarios a los artículos que se publican en sus páginas. Asimismo el portal tiene una posición de opinión a través de interesantes entrevistas puestas en valor en el dominio, entre las que destaca la entrevista a Olga Pizarro, directora de Desarrollo de la Facultad de Economía de la Universidad del Desarrollo, Ivonne Martin, experta en maquillaje, María Angélica Blanco, Cristóbal Jodorowsky, escrito, Lidia Heller, escritora y muchos otros colaboradores como agencia publicitaria Jointwo, Maketing viral, neuromarketing y sistop.
Agrega que esa parte ha desarrollado un intenso estudio de su mercado y sector industrial el que le ha permitido definir que corresponde al ciberespacio internet, que alcanza no sólo a las mujeres socias sino también a sus familias, parejas, emprendimiento y negocios, Este contacto a través del portal genera acciones comerciales estratégicas sobre un mercado objetivo de su exclusiva propiedad, que ha construido gracias a la gestiónd e 3 años de su representada, quien ha destinado recursos humanos y materiales a la generación en instalación de este proyecto en el ciberespacio, posicionándose y diferenciándose precisamente por la interacción de sus asociadas y visitantes.
Señala que el portal está actualmente en plena operación, cuenta con un alto tráfico, con más de 6077 visitas, según la medición google analytics, lo que le ha permitido desarrollar alianzas estratégicas y obtener sponsors que permitirán en el corto plazo el desarrollo de todos los objetivos propuestos en su plan de negocios. Asimismo, señala que ha generado condiciones de acceso y uso del portal, demostrando con ello la seriedad de su portal, con un estatuto regulador preciso y eficiente, que contiene políticas de privacidad, términos de uso, normas de pago y uso de la plataforma. Asimismo, señala que el portal registra actividad comercial concreta con ofertas de productos DELL, IAMCE, Clínica los Dominicos, Herbalife, Hammersley, Optica Design, Estética urbana, todo campo, purna yoga, escuela advaita, radio galaxia, etc..
Considera que de lo expuesto se colige que la adquisición del dominio es un elemento central de su emprendimiento, que tuvo por único objetivo el levantamiento de un Portal de Características de mercado definidas, con un claro sentido de la especialidad, en el cual su representada tiene intereses personales, patrimoniales, culturales y de negocio que resultan evidentes.
Agrega que un criterio de asignación del nombre de dominio es la notoriedad del signo pedido, en virtud del cual el titular de un nombre de dominio debe corresponder a aquel que le ha conferido al mismo fama, notoriedad y prestigio a nivel nacional y/o internacional. Al respecto sostiene que su representada es una reconocida esteticista y especialista en salud corporal a nivel nacional e internacional desarrollando su actividad hace más de 15 años y cuyo punto de culminación está representado por el desarrollo de un portal dedicado a la mujer de amplio alcance, de lo que colige que existe una relación directa, inmediata y real entre el rubro de su representada y el dominio solicitado, que no es más que una forma de expresar el taget básico y especializado al que se encuentra dirigido.
Considera que estos antecedentes demuestran la buena fe y justo motivo que ha tenido su representada de posicionar la denominación demujeres a través del levantamiento de un portal web destinado a difundir y capturar mercado en distintos rubros asociados a la mujer, sin que sea posible sostener que haya habido especulación en el registro de dominio correspondiente.
A ello suma que su representada iniciará la tramitación de la marca demujeres en el INAPI, ratificando con ello la real explotación de la denominación y sus consiguientes intereses reales y serios sobre el mismo, además de sus implicancias en cuanto a la relación entre las marcas y los nombres de dominio, reconocidas en la doctrina y jurisprudencia nacional e internacional, reflejadas en la UDRP y en la doctrina, entre los que cita al Dr. Carbajo Gascón, según el cual los nombres de dominio sólo adquieren protección como signo distintivo (derecho de exclusiva) si se registra como marca, momento en el que dejará de ser simplemente un nombre de dominio (el cual por el momento no goza de un reconocimiento jurídico expreso, sino sólo técnico, función que obviamente no abandona) para convertirse en una marca de servicios a los ojos de la ley, marca que podría exhibirse también fuera de la red, en publicidad en los propios productos ofertados a través de Internet.

Considera que privar a su representada del nombre de dominio registrado en condición y tiempo prioritario vulneraría los principios del orden público económico que debe premiar a los agentes económicos que desarrollan actividades económicas y de servicio, efectivas y reales, dentro del marco de la competencia leal y la ética mercantil. Haciendo presente que la difusión de la actividad que ha desarrollado su representada se efectúa a través del levantamiento de páginas web, circunstancia por la cual la concesión del registro a la segunda solicitante le provocaría daño efectivo, patrimonial y productivo, derivada de una evidente confusión que se generaría en el mercado en especial considerando las ya innumerables acciones de marketing y posicionamiento de mercado efectuadas a través de www.demujeres.cl, respecto de la cual ha efectuado un trabajo de posicionamiento efectivo y marketing, además de infringir los principios y normas de asignación de nombres de dominio.

8.- Que esta misma parte, en sus contra argumentaciones de fojas 151 sostiene que los argumentos de la contraria sólo ratifican lo expuesto por su representada en su calidad de primera solicitante. Agrega que su mejor derecho deriva en primer lugar de la aplicación del principio first come first served, además de que se ha acreditado en autos su interés legítimo y serio sobre el dominio en disputa, el cual está siendo usado de manera efectiva y legítima por el primer solicitante.
En cuanto a los argumentos de la contraria, sostiene que se trata de la principal empresa periodística, sostiene que ello no le otorga derechos excluyentes respecto de los demás actores del mercado. Asimismo, señala que el portal demujeres.cl que explota su representado es mucho más amplio que el espectro periodístico, pues a través de él realiza actividades sociales, culturales y comerciales específicas.
Adicionalmente, respecto del argumento de titularidad sobre los dominios esgrimidos por la contraria, hace presente que ninguno de ellos se encuentra activo, soportando páginas web u otros contenidos, de lo cual resulta que esa parte no hace una explotación efectiva de los mismos, afectando su percepción del interés que pudiera caberle en los mismos.
En base a estos argumentos y la reiteración de los esgrimidos en su escrito de alegaciones de mejor derecho, solicita se le asigne el dominio en disputa, lo cual es reafirmado a través de presentación de fojas 157, en la etapa de observaciones a la prueba rendida en autos.

9.- Que la primera solicitante rindió prueba documental consistente en: a) copia del plan de negocios del portal www.demujeres.cl de fojas 42; b) descripción del sitio www.demujeres.cl, de fojas 59; c) Copia de términos de uso y condiciones del portal, de fojas 72; d) Copia de la línea editorial de http://www.demujeres.cl, de fojas 75; e) Copia de Carta de servicios de publicidad de http://www.demujeres.cl, de fojas 78; f) copia de formulario de registro del portal de fojas 79; g) copia de portada de inicio del portal de fojas 80; h) Copia de pantalla del portal en que aparecen sus columnistas y autores, de fojas 83; i) Copia de la portada de la tienda del portal, con la oferta de computadores DELL, de fojas 86; j) Copia de pantalla de beneficios, en que constan las empresas en alianza estratégica con el portal, de fojas 88 a 90; k) Copia del artículo “como cuidar a tu madre con Alheimer” entre otros, y los comentarios recibidos de las socias, de fojas 93 a 133; l) Copia de entrevista a Mónica Guevara, directora de desarrollo de la Facultad de Economía de la Universidad del Desarrollo y otros, de fojas 134 a 148; m) Copia de acuerdo suscrito entre vampiro digital y demujeres.cl sobre venta publicidad on line, de fojas 160; n) descripción del sitio web de fojas 161; o) Plan de marketing de fojas 165 a 182

10.- Que a fojas 189 se citó a las partes a oír sentencia.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que las partes de autos se encuentran contestes en que el conflicto que se ventila en estos autos dice relación con la determinación de cuál de las partes tiene un mejor derecho al nombre de dominio demujeres.cl en disputa. A dichos efectos, las partes han rendido sus pruebas, las cuales dan cuenta, de una parte, de la titularidad del segundo solicitante respecto de la marca “de mujer a mujer” para la clase 16 y de

la existencia de un emprendimiento ligado a la expresión “demujeres” a partir de la elaboración, puesta en marca y explotación de un sitio web de información dirigido a mujeres.

SEGUNDO: Que la titularidad marcaria de la expresión “de mujer a mujer” implica la protección a este conjunto y no a la palabra mujer individualmente considerada, la cual no podría gozar de esta protección, por tratarse de un término genérico. En este sentido, habrá de tenerse presente que si bien la protección marcaria otorga derechos de propiedad sobre el signo pedido, tratándose de genéricos, su uso podrá ser empleado en la construcción de nuevos signos, los cuales podrán asimismo gozar de protección.

TERCERO: Que respecto de las posibilidades de confusión del signo “de mujer a mujer” con el nombre de dominio “demujeres.cl”, especialmente por usarse ambos para distinguir publicaciones destinadas a difundir información a las mujeres, analizado el sitio web de la primera solicitante, se desprende que están haciendo uso del mismo de buena fe, sin ningún indicio que permita sostener su intención de propender a la confusión en los consumidores, que permitiría acoger esta argumentación Adicionalmente, consultada la base de datos del Instituto de Propiedad Industrial se advierte que existen múltiples registros que contienen la expresión mujer o mujeres, asociados a distintos comercios enfocados a este grupo objetivo, incluidos los servicios informativos los cuales conviven con los signos del segundo solicitante.

CUARTO: Que en cuanto a la notoriedad del signo “de mujer a mujer”, si bien este signo goza de reconocimiento a nivel nacional, no puede sostenerse que la notoriedad genere un monopolio sobre la expresión “mujer” o “mujeres” a favor del segundo solicitante, por lo que no podrá acogerse esta argumentación de la segunda solicitante.

QUINTO: Que el reglamento de Nic Chile y la doctrina internacional han elaborado una serie de criterios para la resolución de los conflictos de nombres de dominio, entre los cuales se encuentra el principio first come first served, adaptación a esta materia del aforismo jurídico prior in tempore prior in iure, según el cual ante dos solicitantes de buena fe y en igualdad de derechos el árbitro arbitrador deberá asignar e dominio al primer solicitante. Al no alcanzar la protección marcaria al signo demujeres.cl, y habiéndose acreditado la buena fe del primer solicitante, ambas partes quedan efectivamente en igualdad de condiciones, debiendo en consecuencia aplicarse este principio al caso de autos.

SEXTO: Que en cuanto a que el no uso de los nombres de dominio “demujer.cl” o “demujeramujer.cl” por parte del segundo solicitante puede ser un indicio de falta de interés legítimo por parte de esta parte respecto del nombre de dominio en disputa, al haber invocado esta misma parte su titularidad de estos nombres de dominio para acreditar su mejor derecho queda demostrado su interés por mantener la titularidad de los mismos, sin embargo, de acuerdo a los antecedentes de autos este interés lo hace consistir en dar protección a la marca “de mujer a mujer” que invoca, no así para utilizarla en la creación de un servicio de información y/o de otra naturaleza que conduzca a alojar en ellos páginas web, no obstante no consta en autos si se utilizan para la prestación de otros servicios y/o funcionalidades de Internet, por lo que no cabe a esta árbitro pronunciarse sobre si su utilización actual es legítima o no.

SEPTIMO: Que en todo caso, la asignación del dominio al primer solicitante deja en pie la posibilidad del segundo solicitante de solicitar su revocación, en el caso de configurarse las hipótesis contenidas en el Reglamento para la administración del Registro de Nombres de Dominio .cl.

OCTAVO: Que estando ambas partes de buena fe y con justo motivo para litigar habrá de resolverse que cada parte pague sus costas.

Y visto además lo dispuesto en el Reglamento para la administración del Registro de Nombres de Dominio .cl., se RESUELVE:

Que se rechaza las alegaciones de mejor derecho del segundo solicitante. Asígnese el dominio demujeres.cl en el primer solicitante PROYECTO 2009 (MOCARQUER Y SAUD SOCIEDAD DE PROFESIONALES LIMITADA), ya individualizada en autos.
Cada parte pagará sus costas.
Notifíquese a las partes y a Nic Chile de la presente resolución, hecho, ejecútese por Nic Chile.

Resolvió.

Lorena Donoso Abarca
Arbitro

Cristian Carril Abarca
Actuario

Sentencia dictada ante los testigos de actuación

Carlos Reusser Monsálvez

C.I. 12.734.407-8

Diego Sepúlveda Salazar

16.386.315-4

Lorena Donoso A.

Firmado digitalmente por Lorena Donoso A.
Nombre de reconocimiento (DN): cn=Lorena Donoso A., o, ou=Arbitro Nic, email=lorena.donoso@gmail.com, c=CL
Fecha: 2010.09.14 09:20:41 -04'00'

Cc. lorena.donoso@gmail.com; contacto@imagenativa.com, dominios@telematica.net, javier.munoz@telematica.net, paly.moc@gmail.com, paulina.mocarquer@hotmail.com; acaviedes@copesa.cl, dominios@bbp.cl, dominios@copesa.cl; fallos@legal.nic.cl