construmarket.cl

Santiago, 4 de Octubre de 2013.-

VISTOS:

I. PARTE EXPOSITIVA.

I.1.- Compromiso.

Que con fecha 11 de Marzo de 2013, fue entregada al Juez Arbitro la carpeta Oficio NIC OF17593, denominada "Arbitraje dominio construmarket.cl", en la cual, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8 del "Anexo 1 sobre Procedimiento de Mediación y Arbitraje" del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL, se comunicó al suscrito su designación como Arbitro Arbitrador para resolver el conflicto surgido en relación con la inscripción del referido nombre de dominio. Dicha designación también fue notificada al Juez Árbitro vía e-mail con esa misma fecha. Lo anterior consta de fs. 1 a 4 del expediente arbitral.

Que por carta de fecha 13 de Marzo de 2013 dirigida a NIC Chile, atención doña Margarita Valdés Cortés, directora legal y comercial de NIC Chile, el suscrito manifestó su disposición y aceptación del cargo de Arbitro Arbitrador, y juró desempeñarlo con la debida fidelidad y en el menor tiempo posible. Asimismo, y por medio de dicha carta el Juez Arbitro citó a las partes a una audiencia de conciliación y fijación de procedimiento para el día Viernes 22 de Marzo del año 2013, a las 17:15 horas, en calle Agustinas Nº 1.291, piso 3, Oficina C, Comuna de Santiago, Región Metropolitana. La citada carta y resolución rola a fs.5 del expediente arbitral, y los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por carta certificada de la misma a las partes, rolan de fs. 7 a fs. 8 de estos autos arbitrales.

I.2.- Partes de este juicio arbitral.

Son partes en este proceso arbitral: CONSTRUMARKET LTDA. (ULISES ANDRES HASEN ASENCIO), cédula nacional de identidad número N° 15.541.899-0, domiciliado en Avnda. 11 de Septiembre 1881, oficina 1910, comuna de Providencia. Teléfono: 2337005. ciudad de Santiago, e-mail: contacto.construmarket@gmail.com; contacto@contrumarket.cl ulises.hasen@gmail.com quien para efectos de este procedimiento tiene el carácter de demandado y CONSTRUMART S.A. rep. por Silva & Cia, rol único tributario Nº 96.511.460-2, domiciliado en Las Américas Nº 777-707, comuna de Cerrillos, ciudad de Santiago, Teléfono: 562-4387000, e-mail: mail@nameaction.com; nic@silva.cl; quien para efectos de este procedimiento tiene el carácter de demandante.

I.3.- Comparendo de conciliación y fijación de procedimiento.

Con fecha 22 de Marzo del año 2013, siendo las 17:30 horas, se llevó a efecto el comparendo de conciliación decretado en estos autos arbitrales, con la asistencia del primer solicitante Construmarket Ltda. representada por Ulises Hasen Asencio, del segundo solicitante Construmart S.A. representado por León Weinstock Mendelevicz, de Silva & Cía., y del Juez Árbitro don Felipe Barros Tocornal. En dicho comparendo, se acordó el procedimiento al cual se sujetaría el juicio arbitral. Se efectuó llamado a conciliación, la que no se produce. Asimismo, se tuvo por notificadas expresamente a las partes de todas las resoluciones dictadas en el expediente hasta la fecha del referido comparendo de conciliación. La citada acta de comparendo rola de fs. 9 a fs.14 del expediente arbitral.

I.4.- Período de discusión.

- **I.4.1.-** <u>Demanda</u>: De fs. 18 a fs. 22 de estos autos arbitrales se encuentra la demanda que Construmarket S.A., a través de su apoderada Gonzalo Sánchez Serrano, presentó en contra de Construmarket Limitada, con el objeto que la asignación del nombre de dominio "**construmarket.cl**", recaiga en su favor, conforme a los argumentos en que se funda la demanda, y que dice relación, entre otros, con los siguientes antecedentes de hecho, disposiciones del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio.CL y normas de derecho:
- La actora expone que Construmart S.A. nace el año 1997 producto de la fusión de tres importantes empresas que lideraban el mercado de la construcción: Chicharro S.A., Comercial Corbella Ltda. y Comercial Eguiguren S.A, mencionando que debido a los avances del mercado, la demandante se ha enfocado en el desarrollo de la especialización, desarrollando una estrategia de negocios que le permite cubrir las necesidades de diferentes tipos de clientes, desde grandes empresas constructoras, medianas, contratistas, especialistas, maestros y personas con proyectos de construcción, creando una red de ferreterías asociadas y unificadas en imagen, reconocidas por su servicio y cercanía: Ferrexperto, que en la actualidad ya cuenta con 64 asociados, cuyo principal objetivo de esta red es potenciar el negocio de ferreterías locales a lo largo de todo Chile, dotándolas con un formato moderno y con precios altamente competitivos. Agrega la actora que también posee una operación de distribución en Lima, Perú.
- Indica la demandante que protegió como marcas comerciales de acuerdo a la ley Nº 19.039, la expresión "CONSTRUMART". Asimismo, menciona la demandante que tiene registrado el nombre de dominio CONSTRUMART.CL, mediante el cual se posiciona en el mundo de Internet, hecho que resulta público y notorio.

- Menciona la demandante que el nombre de dominio de autos es casi idéntico a la marca registrada de la actora, agregando que es titular de la marca registrada "construmart" para la clase 35 correspondiendo su cobertura a los servicios de marketing, esto es coincidente, con los servicios prestados por el primer solicitante, por lo que de asignarse el nombre de dominio de autos a éste último, provocará confusión en el mercado sobre la procedencia comercial del servicio, y al leerlo el consumidor, clientes o potenciales clientes lo relacionarán de inmediato con mi la marca de la demandante. Señala la actora, que todo lo anterior constituye un mejor derecho previo al conflicto, además del uso legítimo y posicionamiento.
- Luego de explicar qué se debe entender por un nombre de dominio, la demandante explica que dada la función que éstos cumplen, este caso debe ser evaluado más allá del principio FIRST COME FIRST SERVED, correspondiendo generalmente aplicar el mismo cuando las partes en conflicto no respaldan sus derechos, o bien acreditan derechos o intereses de similar valor, caso que no ocurre en autos puesto que el primer solicitante no ha demostrado derecho alguno sobre el dominio, debiendo analizarse el presente conflicto a la luz de los principios generales del derecho y de la tesis del "mejor derecho".
- A continuación, y luego de citar como aplicables los artículos 14, 22 del reglamento NIC CHILE, la demandante concluye señalando que interés legítimo, marcas y dominios registrados, presencia comercial, trayectoria y posicionamientos comerciales consolidados, son los elementos que perfilan a la actora como titular de "un mejor derecho" para optar al dominio en cuestión.
- **I.4.2.-** <u>Traslado demanda</u>: A fs. 49 de autos figura la resolución que provee el escrito de demanda, y por la cual se confirió traslado a la demandada por el término de diez días hábiles y se tuvo por acompañados los documentos con citación de la contraria. El comprobante de notificación a las partes por correo electrónico de dicha resolución rola a fs. 50 de autos.
- **I.4.3.-** Contestación de la demanda: De fojas 51 a fojas 55 de estos autos arbitrales se encuentra el escrito a través del cual Ulises Andres Hasen Asencio, en representación de Empresa Publicitaria Construmarket Limitada, formula sus defensas y descargos en contra de la demanda presentada en estos autos por la actora, con el objeto que la asignación del nombre de dominio "construmarket.cl" recaiga en su favor, conforme a los argumentos en que se funda su escrito y que dice relación, entre otros, con los siguientes antecedentes de hecho, disposiciones del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio.CL y normas de derecho:
- Señala el demandado que durante el año 2011, se creó la Empresa Publicitaria Construmarket Limitada, con la única finalidad de entregar productos, trabajo y servicios publicitarios a empresas privadas o públicas que necesiten de los servicios de asesoría y producción de marketing, la cual nace del producto de un estudio de mercados y consumidores donde se detectaron necesidades y debilidades del negocio publicitario, siendo esas necesidades las que mueven a Construmarket y representan el 100% de la demanda de Impresión Digital, Offset Digital y Sustratos de Instalación de toda la empresa.

- El demandado agrega que tiene oficina y taller de producción en 2 comunas de Santiago de Chile, contando con alrededor de 15 colaboradores externos e internos tanto en las áreas de producción como en administración, siendo una microempresa pujante y emprendedora.
- Luego, el demandado expone que el nombre "Constru-market" obedece a 2 conceptos que son el pilar de la empresa "constructor de Marketing", conceptos que no tienen ninguna relación con la contraparte y obedecen a la esencia de la organización que es la elaboración de marca, no siendo el negocio de la empresa la venta de materiales de construcción.
- A continuación, el demandado señala que la asociación de las marcas por parte de los consumidores se genera de acuerdo al servicio y/o rubro entregado y no a las palabras como lo sostiene la contraparte, señalando como caso similar el de "Homecenter Sodimac Líderes en materiales de construcción".
- Expone el demandado algunos ejemplos de empresas publicitarias que existen en Chile, las cuales representan conceptos muy distintos hacia los consumidores y dejan sin validez jurídica la tesis de la contraparte: www.construmarca.cl; www.construmarca.cl; www.construmarido.cl; www.construmarido.cl; www.construmarido.cl; www.construmarido.cl; www.construmarido.cl; www.globalmarjet.cl; www.globalmarjet.cl; www.globalmarjet.cl; www.construmarket.cl; www.construmarket.cl; www.construmarket.cl; www.construmarket.cl; www.construmarket.cl; www.construmarket.cl; www.satelitemarket.cl; www.
- Señala el demandado que muchos nombres y dominios que son parecidos entre si al igual que construmarket, la diferencia es el producto entregado y la comunicación al mercado, mencionando que los clientes de construmarket nunca han asociado ambas marcas ya que los servicios prestados por ambas empresas son totalmente diferentes entre si tanto en búsquedas por necesidad como en plataformas de comunicación, agregando que es totalmente inadecuado comparar la publicidad direccionada que ha realizado Construmart al mundo de la construcción, tanto en diarios como televisión con una empresa de marketing que no tiene publicidad en los medios, situación sin lógica e invita a buscar un error o confusión en algo que no existe.
- El demandado indica que cuando alguien digita la palabra "construcción" o "materiales" en buscadores por Internet, lo direcciona de inmediato a Homecenter-Easy-Construmart, siendo completamente imposible que se genere algún error o confusión de nombre o perfil ya que el sistema así lo ha definido. En el caso opuesto, si una persona digita "marketing o publicidad", es en ese punto, donde Construmarket.cl podría aparecer y competir con otras empresas de la misma línea, argumento que desvanece completamente la tesis de confusión de marcas por Internet señaladas por la contraparte.
- Agrega el demandado que ha posicionado su negocio con su marca tanto en documentos tributarios, documentos publicitarios, marchandising interno, imagen corporativa, vestuario, branding, regalos a clientes, rotulación de vehículos, tiempo, etc., todo esto con el nombre de "Constru-market Publicidad".

I.4.4.- Resolución. Por resolución de fecha 13 de Junio de 2013 y que rola a fs. 72 de autos, se proveyó el escrito de la demandada, teniéndose por contestada la demanda. Los certificados de la empresa de correos que acreditan la notificación por correo certificado de dicha resolución a las partes, rolan a fs.74 y 75 de autos.

I.5.- Prueba

- **I.5.1.-** <u>Interlocutoria de Prueba</u>: Esta resolución dictada con fecha 13 de Junio de 2013, recibió la causa a prueba por el término de ocho días hábiles, y fijó como hecho sustancial, pertinente y controvertido el siguiente: Efectividad de tener el actor mejor derecho para ser titular del nombre de dominio "**construmarket.cl**".- La interlocutoria de prueba fue notificada a las partes por correo certificado según comprobantes que rolan a fs. 74 y a fs. 75 de autos.
- **I.5.2.-** Prueba documental: Parte demandante.- La parte demandante acompañó, con citación, en su demanda, los siguientes documentos: 1º Documento denominado "Reporte de Marcas Comerciales", a nombre del Titular "Construmart S.A.", de fecha 20 de Marzo de 2013, en relación con las siguientes marcas comerciales: i) marca "AL SERVICIO DE TU HOGAR FERREXPERTO CONSTRUMART", para las clases 35; 2, 6, 7, 8, 16 v 19; 2, 6, 7, 8, 16 v 19; 35, registros Números 957954, 944501, 957955, 944502, respectivamente; ii) marca CLUB AHORRO CONSTRUMART, para las clases 16; 36, registros números 998624; 998626, respectivamente; iii) marca CLUB MAESTROS FERREXPERTO CONSTRUMART, para la clase 35, registro número 904329; iv) marca COMPRA EXPRESS CONSTRUMART, para las clases, 35; 39; y 1 a la 34; registros números 713795; 713794; y 713793, respectivamente; v) marca CONSTRUMART, para las clases 1 a la 34; 1 a la 34; 1 a la 34; 39; 16; 35; 19; 1 a la 34; 19; 35; 39; 1 a la 34; 1 a la 34; 1 a la 34; 2; 6; 19; 20; 2,6,19,20; 2; 6; 7; 8; 11; 16; 19; 20; 21; 24; y 35; registros números 848633; 849146; 849145; 822939; 876624; 879321; 876623; 984943; 950629; 950632; 950631; 980828; 984947; 984945; 965735; 965737; 965733; 965739; 965731; 976503; 976505; 976507; 976509; 976511; 976513; 976515; 976517; 976519; 976521; 97652, respectivamente; vi) marca CONSTRUMART COLORMART, para la clase 2, registro número 873062; vii) marca CONSTRUMART MEGA CENTRO CONSTRUCTOR, para las clases 16; 35; 36; 37 y 1 a la 34; registros números 682637; 682638; 682639; 682640; y 682641, respectivamente; viii) marca CONSTRUMART SELLAMART, para la clase 16, registro número 950627; ix) marca CONSTRUMART, LIDER AL SERVICIO DE LA CONSTRUCCION, para las clases 35; 37; y 1 a la 34; registros números 676106; 676105; y 676104; x) marca FERREXPERTO CONSTRUMART, para las clases 35; 2, 6, 7, 8, 16, 19; registros números 815920 y 815921, respectivamente; xiii) marca ISIDORA CONSTRUMART, para las clases 1 a la 34; 39; 37; 16; 19; 35; 1 a la 34; y 1 a la 34; registros números 950623: 950624; 950625; 950626; 950628; 984937: respectivamente: xiv) marca RETIRO EXPRESS CONSTRUMART, para la clase 39. registro número 676098; 2º Impresiones simples de la página web www.construmart.cl; 3º Impresión de la página web de Nic Chile en relación a la titularidad del nombre de dominio construmart.cl; 4º Fotocopia del periódico "La Cuarta", del día Miércoles 28 de Marzo de 2012, con noticia publicada bajo el título "Haga de su casa un palacio"; 5º Fotografías con avisos y documentos publicitarios; 6º Impresión del periódico "La

Cuarta" con noticias publicadas bajo los títulos "Team de Maestras dejó felices a clientes de Construmart" y "Construmart ya está en Arica con su nueva tienda de retail".

- **I.5.3.-** Prueba documental: Parte demandada.- La parte demandada acompañó con citación, los siguientes documentos: 1º Impresión de la página web www.construmarket.cl; 2º Impresión simple de documento denominado "Construmarket, Ingeniería Publicitaria, Nuestro Portafolio".
- **I.6.-** Observaciones a la prueba: Ninguna de las partes formuló observaciones a la prueba.

I.7.- Medidas para mejor resolver y citación para oír sentencia.

Por resolución de fecha 26 de Julio del año 2013, y atendido que se encontraba vencido el plazo para formular observaciones a la prueba rendida en estos autos, se citó a las partes para oír sentencia. La referida resolución rola a fs. 76 del expediente arbitral. El tribunal no decretó medidas para mejor resolver. El comprobante que acredita la notificación por correo electrónico de dicha resolución a las partes rola a fs. 77 de autos.

II. PARTE CONSIDERATIVA

PRIMERO: Que atendida la naturaleza del conflicto de autos, esto es, por pluralidad de solicitudes y no por revocación, este juicio arbitral ha tenido por objeto, determinar el mejor derecho que tendrían los solicitantes (partes) para ser titulares del nombre de dominio "construmarket.cl".

SEGUNDO: Que en este proceso arbitral, CONSTRUMARKET LTDA. (ULISES ANDRES HASEN ASENCIO), tiene el carácter de demandado y CONSTRUMART S.A. rep. por Silva & Cia, tiene el carácter de demandante. Que consecuentemente con lo anterior, ha correspondido a la demandante probar su mejor derecho para ser titular del nombre de dominio en disputa, y a la parte demandada desvirtuar lo anterior o probar que sus derechos son de mayor jerarquía que los de su contraparte.

TERCERO: Que el actor ha esgrimido en su demanda, como fundamentos esenciales de la misma, entre otros, que: 1º Construmart S.A. nace el año 1997 producto de la fusión de tres importantes empresas que lideraban el mercado de la construcción: Chicharro S.A., Comercial Corbella Ltda. y Comercial Eguiguren S.A, mencionando que debido a los avances del mercado, la demandante se ha enfocado en el desarrollo de la especialización, desarrollando una estrategia de negocios que le permite cubrir las necesidades de diferentes tipos de clientes, desde grandes empresas constructoras, medianas, contratistas, especialistas, maestros y personas con proyectos de construcción, creando una red de ferreterías asociadas y unificadas en imagen, reconocidas por su servicio y cercanía: Ferrexperto, que en la actualidad ya cuenta con 64 asociados, cuyo principal objetivo de esta red es potenciar el negocio de ferreterías locales a lo largo de todo Chile, dotándolas con un formato moderno y con precios altamente competitivos. Agrega la actora que también posee una operación de

distribución en Lima, Perú; 2º Protegió como marcas comerciales de acuerdo a la ley Nº 19.039, la expresión "CONSTRUMART". Asimismo, menciona la demandante que tiene registrado el nombre de dominio CONSTRUMART.CL, mediante el cual se posiciona en el mundo de Internet, hecho que resulta público y notorio; 3º El nombre de dominio de autos es casi idéntico a la marca registrada de la actora, agregando que es titular de la marca registrada "construmart" para la clase 35 correspondiendo su cobertura a los servicios de marketing, esto es coincidente, con los servicios prestados por el primer solicitante, por lo que de asignarse el nombre de dominio de autos a éste último, provocará confusión en el mercado sobre la procedencia comercial del servicio, y al leerlo el consumidor, clientes o potenciales clientes lo relacionarán de inmediato con mi la marca de la demandante. Señala la actora, que todo lo anterior constituye un mejor derecho previo al conflicto, además del uso legítimo y posicionamiento; 4º Dada la función que éstos cumplen, este caso debe ser evaluado más allá del principio FIRST COME FIRST SERVED, correspondiendo generalmente aplicar el mismo cuando las partes en conflicto no respaldan sus derechos, o bien acreditan derechos o intereses de similar valor, caso que no ocurre en autos puesto que el primer solicitante no ha demostrado derecho alguno sobre el dominio, debiendo analizarse el presente conflicto a la luz de los principios generales del derecho y de la tesis del "mejor derecho".

CUARTO: Que la parte demandada ha señalado como sus argumentos esenciales para ser titular del nombre de dominio en disputa, entre otros, los siguientes: 1º Durante el año 2011, se creó la Empresa Publicitaria Construmarket Limitada, con la única finalidad de entregar productos, trabajo y servicios publicitarios a empresas privadas o públicas que necesiten de los servicios de asesoría y producción de marketing, la cual nace del producto de un estudio de mercados y consumidores donde se detectaron necesidades y debilidades del negocio publicitario, siendo esas necesidades las que mueven a Construmarket y representan el 100% de la demanda de Impresión Digital, Offset Digital y Sustratos de Instalación de toda la empresa; 2º Tiene oficina y taller de producción en 2 comunas de Santiago de Chile, contando con alrededor de 15 colaboradores externos e internos tanto en las áreas de producción como en administración, siendo una microempresa pujante y emprendedora; 3º El nombre "Constru-market" obedece a 2 conceptos que son el pilar de la empresa "constructor de Marketing", conceptos que no tienen ninguna relación con la contraparte y obedecen a la esencia de la organización que es la elaboración de marca, no siendo el negocio de la empresa la venta de materiales de construcción; 4º La asociación de las marcas por parte de los consumidores se genera de acuerdo al servicio y/o rubro entregado y no a las palabras como lo sostiene la contraparte, señalando como caso similar el de "Homecenter Sodimac Líderes en materiales de construcción"; 5º Algunos ejemplos de empresas publicitarias que existen en Chile, las cuales representan conceptos muy distintos hacia los consumidores y dejan sin validez jurídica la tesis de la contraparte: www.construmarca.cl; www.construmarcia.cl; www.construmartes.cl; www.construmarido.cl; www.construmancha.cl; www.construmalo.cl; www.netmarket.cl; www.globalmarjet.cl; www.satelitemarket.cl; www.felsmarket.cl; www.conmarket.cl; 60 Muchos nombres y dominios que son parecidos entre si al igual que construmarket, la diferencia es el producto entregado y la comunicación al mercado, mencionando que los clientes de construmarket nunca han asociado ambas marcas ya que los servicios prestados por ambas empresas son totalmente diferentes entre si tanto en búsquedas por necesidad como en plataformas de comunicación, agregando que es totalmente

inadecuado comparar la publicidad direccionada que ha realizado Construmart al mundo de la construcción, tanto en diarios como televisión con una empresa de marketing que no tiene publicidad en los medios, situación sin lógica e invita a buscar un error o confusión en algo que no existe; **7º** Cuando alguien digita la palabra "construcción" o "materiales" en buscadores por Internet, lo direcciona de inmediato a Homecenter-Easy-Construmart, siendo completamente imposible que se genere algún error o confusión de nombre o perfil ya que el sistema así lo ha definido. En el caso opuesto, si una persona digita "marketing o publicidad", es en ese punto, donde Construmarket.cl podría aparecer y competir con otras empresas de la misma línea, argumento que desvanece completamente la tesis de confusión de marcas por Internet señaladas por la contraparte; **8º** Ha posicionado su negocio con su marca tanto en documentos tributarios, documentos publicitarios, marchandising interno, imagen corporativa, vestuario, branding, regalos a clientes, rotulación de vehículos, tiempo, etc., todo esto con el nombre de "Constru-market Publicidad".

QUINTO: Que la parte demandante acompañó documentos probatorios en estos autos, no objetados por la contraria, según se detallan en el punto I.5.2 de la parte expositiva de este fallo, que debidamente ponderados, acreditan a juicio de este sentenciador: i) que el actor es titular en Chile de la marca comercial "Construmart" para las clases 1 a 35 y 39, las cuales incluye, entre otras, materiales de construcción y servicios de publicidad y propaganda, y de otras marcas comerciales que incluyen tal expresión, las cuales son similares con la expresión solicitada como nombre de dominio; ii) que la actora es titular del nombre de dominio "construmart.cl"; iii) que la actora efectivamente desarrolla en Chile una actividad comercial bajo la expresión "Construmart", la cual es similar a la expresión solicitada como nombre de dominio en estos autos.

SEXTO: Que la parte demandada acompañó documentos probatorios en estos autos, no objetados por la contraria, según se detallan en el punto I.5.3 de la parte expositiva de este fallo, que debidamente ponderados, acreditan a juicio de este sentenciador que el demandado desarrolla efectivamente una actividad comercial en el ámbito de la publicidad y el marketing bajo la expresión "Construmarket", la cual es idéntica a la expresión solicitada como nombre de dominio.

SEPTIMO: Que por otra parte, la Reglamentación para el funcionamiento del Registro de Nombres del Dominio .CL dispone expresamente en su cláusula Décimo Cuarta que: "14. Será de responsabilidad exclusiva del solicitante que su inscripción no contraríe las normas vigentes sobre abuso de publicidad, los principios de la competencia leal y de la ética mercantil, como asimismo, derechos válidamente adquiridos por terceros.". Que a la luz de la probanza rendida en autos, este Sentenciador puede sostener que la solicitud de inscripción del nombre de dominio en disputa por parte de la demandada, podría contravenir derechos válidamente adquiridos por el actor.

OCTAVO: Que en estos autos, el actor acreditó tener un legítimo interés en el uso del nombre de dominio controvertido, toda vez que es titular de la marca comercial "CONSTRUMART" en diversas clases entre las que destacan las clases 19 y 35, relativa a materiales de construcción y servicios de publicidad y propaganda, por una parte, y por otra, ha demostrado que efectivamente desarrolla en Chile una actividad comercial bajo dicha expresión, la cual es casi idéntica al nombre de dominio objeto de

autos, correspondiéndole por ende a la demandada probar que sus derechos o intereses son de igual o mayor jerarquía que los de su contraparte. Por su parte, la demandada acreditó en estos autos que desarrolla una actividad comercial en el área de la publicidad y el marketing, bajo la expresión "Construmarket" la cual es idéntica a la expresión solicitada como nombre de dominio en estos autos, por lo cual, a juicio de este sentenciador, demuestra un interés en el nombre de dominio de autos pero no un derecho equivalente o superior al del actor.

NOVENO: Que atendido lo expuesto, y en especial, el hecho que el nombre de dominio de autos es casi idéntico a la marca comercial registrada por la actora para la clase 35, "servicios de publicidad y marketing" y que el interés de la demandada es precisamente usar el nombre de dominio en conflicto para desarrollar servicios de publicidad y marketing, este Sentenciador debe necesariamente concluir que es la actora la que tiene un mejor derecho para ser titular del nombre de dominio en conflicto, al encontrarse amparado este derecho en una marca comercial casi idéntica al mismo.

III. PARTE RESOLUTIVA

Que de acuerdo con lo expuesto en las partes expositiva y considerativa precedentes, lo que disponen los artículos 222 y siguientes del Código Orgánico de Tribunales, los artículos 636 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, el Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio .CL de NIC Chile y su Anexo I, los principios de prudencia y equidad, y las disposiciones de nuestro ordenamiento jurídico, SE RESUELVE:

- 1.- Asígnese el nombre de dominio "construmarket.cl" a **CONSTRUMART S.A. rep. por Silva & Cia,** rol único tributario Nº 96.511.460-2;
- 2.- Que en uso de las facultades propias del Juez Arbitro, se estima pertinente no condenar a la parte demandada en costas, y en cuanto a las del arbitraje, serán pagadas conforme a los acuerdos ya adoptados sobre el particular y;
- 3.- Notifíquese esta sentencia definitiva a las partes por correo certificado y electrónico y remítase el expediente a NIC Chile.

Sentencia pronunciada por el Juez Arbitro Arbitrador don Felipe Barros Tocornal.

La presente resolución es autorizada por los testigos doña Joanna Rojas Negrete, cédula nacional de identidad N $^{\rm o}$ 13.771.745-k y don Diego Vera Santa María, cédula nacional de identidad N $^{\rm o}$ 9.977.367-7, ambos domiciliados en calle Agustinas N $^{\rm o}$ 1291, piso 3, oficina C, Santiago.

Joanna Rojas Negrete

Diego Vera Santa María