Santiago, cinco de diciembre dos mil trece

VISTO,

Por oficio 18184 de fecha 10 de junio de 2013, el Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile -NIC Chile-, notificó al suscrito la designación como árbitro para resolver el conflicto planteado por la solicitud de asignación del nombre de dominio **<**cresso.cl**>.**

El suscrito aceptó el cargo de árbitro para el cual había sido designado y juró desempeñarlo fielmente y en el menor tiempo posible, lo cual fue debidamente notificado a las partes y a NIC-Chile por correo electrónico y por carta certificada, como consta en el expediente a fojas 4 y siguientes.

Según aparece del citado oficio, son partes en esta causa como primer solicitante Comercial Cresso S.A., RUT: 99.515.750-0, Contacto Administrativo: Maricel Ferrer, Dirección Postal: Manquehue Norte 1176, Vitacura, Santiago y como segundo solicitante Compañía de Petróleos de Chile Copec S.A., RUT: 99.520.000-7, Contacto Administrativo: Rafael Covarrubias, Dirección Postal: Cerro El Plomo 5680, piso 19, Las Condes.

Como consta a fojas 4, con fecha 10 de junio de 2013 se tuvo por constituido el Tribunal Arbitral y se citó a las partes a una audiencia para convenir las reglas de procedimiento para el día lunes 17 de junio de 2013, a las 09.30 horas en la sede del Tribunal Arbitral, bajo apercibimiento de asignar al primer solicitante el dominio en disputa en caso de inasistencia de las partes.

Con fecha 17 de junio de 2013, se llevó a cabo la referida audiencia con la presencia de Enrique Vera, en representación del primer solicitante, Juan Pablo Zamora, en representación del segundo solicitante, y del señor Juez Árbitro, no habiendo conciliación y acordándose las Bases del Procedimiento Arbitral.

A fojas 26, con fecha 18 de junio del 2013, este Tribunal Arbitral declaró abierto el período de planteamientos por el término de 10 días hábiles, venciendo en consecuencia el día martes 02 de julio de 2013.

A fojas 27, Mariela de Lourdes Ruiz Salazar, por el primer solicitante, presentó un escrito de demanda, exponiendo argumentos que se resumen en lo siguiente:

a) Que, su parte solicitó de buena fe, la inscripción del nombre de dominio cresso.cl, con el propósito de que los visitantes en Internet pudieran acceder fácilmente a su página que se especializa en la comercialización, importación y distribución al por mayor y al detalle de productos cosméticos naturales, peluquería y servicios de belleza en general;
b) Que, para ofrecer dichos servicios, con fecha 14 de Febrero de 2003 se aprobó en junta extraordinaria de accionistas los nuevos estatutos de la sociedad "Comercial Cresso S.A", antes "Sociedad de Inversiones Cresso S.A". Siendo esta conocida bajo la razón social mencionada por más de 13 años en el mercado. La expresión distintiva que identifica la empresa es "Cresso", palabra idéntica al nombre de dominio solicitado;
c) Que, por su crecimiento y expansión solicitó el dominio para captar la atención de futuros clientes que navegando por Internet pudieran encontrarse con la prestación de sus servicios. Su giro está totalmente determinado en la escritura de constitución de sociedad, lo que deja en evidencia que en ningún momento ha tenido como iniciativa confundir a los consumidores o posibles clientes que desean enterarse del ofrecimiento de sus servicios de importación, comercialización y distribución de cosméticos naturales. Al solicitar el nombre de dominio 13 años después de constituir la empresa y luego enterarse de la existencia del conflicto, expone que ha hecho uso o ha demostrado en términos claros, la preparación cabal para usar el nombre de dominio cresso.cl, por la antigüedad de la sociedad de más de una década;
d) Que, al momento de solicitar la inscripción del dominio su cliente se constituyó como el primer solicitante y por ende tuvo derecho a subir una página Web, lo cual se concretó a la brevedad. Tiene como giro principal la comercialización, dando a conocer además cuáles son sus proveedores y clientes. Lo que demuestra que las acciones que ha realizado han evidenciado un comportamiento consecuente y su interés

legítimo en el uso del nombre de dominio, con fines de propia publicidad y ser identificada por el nombre de su razón social a través del dominio cresso.cl;
e) Que, lo que dice relación con el principio de la responsabilidad exclusiva del solicitante para 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, expone que basta con revisar la página Web www.cresso.cl, de su parte, para constatar que en ella no se induce ni se puede generar confusión a los visitantes del portal, en el sitio no existe ningún tipo de elemento que haga entender a los consumidores que se trata de un servicio prestado por la contra parte;
f) Que, el artículo 22 de la Reglamentación para el funcionamiento del registro de nombres de dominio CL establece que se evidenciará que el solicitante no ha actuado de mala fe, en el caso que "el asignatario del nombre de dominio sea comúnmente conocido por ese nombre, aunque no sea titular de una marca registrada con esa denominación", si bien los nombres de dominio están relacionados con la propiedad industrial y en especial con el derecho marcario, el presente conflicto del nombre de dominio cresso.cl no es un asunto de esa naturaleza, por lo cual no se rige por sus normas. De este modo, conceptos tales como "marca registrada" no están contemplados y por tanto no deben ni pueden ser esgrimidas para presentar una solicitud competitiva y/o para denegar el nombre de dominio solicitado. Ello puesto que si bien Compañía de petróleos de Chile Copec S.A., posee como marca registrada la expresión "Cresso", ella se encuentra protegida desde el año 2011, para proteger servicios de la clase 43, especialmente servicios de restaurante, cafetería y salón de té, fuente de soda, bar, servicios de procuración de alimentos y bebidas preparadas. Por tanto, la contra parte no puede pretender tener un derecho exclusivo y excluyente sobre la expresión "Cresso", ello de acuerdo al principio de especialidad de las marcas comerciales;
g) Que, a diferencia de cualquier legislación marcaria, en este caso tampoco existen causales de irregistrabilidad en relación con nombres de dominio y además, el principio rector de este sistema es precisamente la libertad absoluta, por lo cual es posible solicitar cualquier nombre de dominio sin distinción, con la única excepción de que la reglamentación vigente prevé la posibilidad de que NIC Chile recurra a un árbitro en los casos que considere que se están vulnerando ostensiblemente los principios señalados en el artículo 14 inciso primero, esto es, las normas sobre abuso de publicidad, los principios de la competencia leal y de la ética mercantil y finalmente los derechos válidamente adquiridos por terceros;
h) Que, existe una clara identidad y relación entre el solicitante y el nombre de dominio solicitado, su representada ha sido conocida bajo esa expresión con su razón social, desde hace más de 13 años, además de hacer mención a la aplicación del principio "*first come, first served*", "Primero en el Tiempo Primero en Derecho", Aquel principio se aplica preferentemente cuando ambas partes demuestran tener intereses equivalentes sobre el ND en disputa el cual cede sólo en casos excepcionales en que el primer solicitante haya hecho una inscripción abusiva o de mala fe, lo que en la especie no se da en ninguna circunstancia;
i) Que, cita jurisprudencia en casos similares, en tal sentido: Don Guillermo Carey Claro, en arbitraje por nombre de dominio "bibendum.cl", estableció en el considerando Nº 9: "Que el sistema de clases adoptado por la legislación chilena y comparada para el registro y protección de las marcas comerciales permite la coexistencia pacífica de dos signos idénticos a nombre de distintos titulares, en la medida que éstos se encuentren registrados para distinguir coberturas que no guarda relación entre ellas, sea por la naturaleza de los productos, servicios o establecimientos a que se refieren, o sea por la utilidad que prestan dichos productos, servicios o establecimientos". Como asimismo establece en el considerando Nº 10: "El espectro de la propiedad marcaria está limitado a los productos protegidos por el registro correspondiente, por lo tanto, dado el carácter de especialidad marcaria, no se puede pretender un derecho per-se sobre una denominación en Internet por el sólo hecho de tener una marca comercial. Para que efectivamente se produzca la infracción a dicho derecho exclusivo, el nombre de dominio en cuestión debería infringir la marca comercial respecto del ámbito de protección de dicha marca, cosa que por la información acompañada y debidamente acreditada en el expediente, no se produce en la especie. Sostener lo contrario sería otorgar a un nombre de dominio derechos más extensos que aquellos otorgados por los registros marcarios";
j) Que, ha indicado por Doña Alejandra Moya Bruzzone en Sentencia de arbitraje de dominio vaza.cl, en su considerando Nº 2: "Que rige la solución de conflictos de nombres de dominio el principio "first come first server", actualización tecnológica del antiguo aforismo jurídico "prior in tempore prior in iure", siempre que las partes estén en igualdad de condiciones. El reglamento para el funcionamiento del registro de nombres

de dominio que rige estas materias establece que existe igualdad de condiciones cuando ambos solicitantes tengan interés legítimo, derechos de igual naturaleza al signo pedido y que ninguna de ellas se encuentre de mala fe. En su aplicación habrá de tenerse en cuenta que por su funcionamiento técnico el sistema de DNS no admite la supervivencia de dos nombres de dominio idénticos bajo un mismo TLD, razón que hace que en definitiva el aforismo jurídico que antes enunciáramos sea llevado a su extremo, esto es, al punto que el primero que solicita es el único servido. Siguiendo la misma idea, en el considerando Nº 7 de la misma sentencia se indica: "Que siendo el nombre de dominio una herramienta técnica de naturaleza mnemotécnica cuyo objetivo esencial es hacer posible la localización y comunicación fluida y eficiente entre los diversos computadores conectados a la red Internet, este árbitro debe velar por que no se produzca un error de comunicación entre los consumidores y público en general, al momento de buscar en la Web los servicios o productos que se buscan. En ese sentido, debe tenerse en cuenta que la similitud de dos nombres de dominios e incluso su identidad fonética, no es causal por sí misma para inducir a error, considerando que es herramienta de localización. Es relevante destacar que si en el mercado se utiliza un término igual para el mismo rubro de productos o servicios podrá ser considerado perjudicial para el público consumidor, pero en el caso que se trate de rubros diferentes no se puede aplicar el mismo criterio. Este es el criterio que se aplica incluso en materia de marcas comerciales, que justifica el uso el clasificador de Niza para proteger las marcas en las clases relevantes. Debido a lo anterior, si en derecho marcario no se considera perjudicial ni causal de debilitamiento de una marca el que se registre en clases diferentes, menos podrá serlo el hecho que el término se ocupe como nombre de dominio para servicios absolutamente distintos";
k) Que, para acreditar sus dichos, acompaña los siguientes documentos, con citación:

1. Copia legalizada de Junta extraordinaria de accionistas de sociedad de inversiones Cresso S.A., con fecha 14 de Febrero de 2003.
2. Copia legalizada de protocolización de extracto e inscripción junta general extraordinaria de accionistas de Sociedad de Inversiones Cresso S.A., con fecha 25 de Febrero de 2003.
3. Copia legalizada de escritura pública de sesión número uno de Sociedad Comercial Cresso S.A., con fecha 28 de Febrero de 2003.
4. Copia legalizada de transferencia de derechos de Sociedad Comercial Cresso S.A., con fecha 15 de Diciembre de 2011.
5. Copia simple de carta emitida por Industrias Better S.A., en la cual manifiesta ser proveedor habitual de Comercial Cresso S.A., con fecha 13 de Junio de 2013.
6. Copia simple de correo electrónico enviado por Solange Sorhaburu Carvajal de Cencosud S.A., en la cual manifiesta ser cliente por más de 7 años de Comercial Cresso S.A., con fecha 07 de Junio de 2013.
7. Copia simple de carta emitida por Disna S.A., en la cual manifiesta ser proveedor habitual de Comercial Cresso S.A. desde el año 1996, con fecha 30 de Abril de 2013.
8. Copia simple de Inscripción en registro de comercio de Sociedad Comercial Cresso S.A., con fecha 17 de Junio de 2013.
9. Copia simple de boleta de venta y servicios, N° 001781, emitida por Cresso S.A.
10. Copia simple de factura N° 19032, emitida por Cresso S.A. a Cencosud Retail S.A., con fecha 12 de Junio de 2013.
11. Copia simple de factura N° 19056, emitida por Cresso S.A.
12. Copia simple de nota de crédito N° 001196, emitida por Cresso S.A.
13. Copia simple de guía de despacho N° 000968, emitida por Cresso S.A.
14. Copia simple de inicio de actividades Comercial Cresso S.A. con fecha 01 de Enero de 2003.
15. Copia simple de Certificación de capital para publicación en diario registro de comercio de Santiago, con fecha 17 de Junio de 2013.
16. Copia simple de Resolución de Registro Cosmético N° 04964, emitido por el Ministerio de Salud, con fecha 09 de Octubre de 2009.
17. Copia simple de página web http://www.cresso.cl

Con fecha 31 de julio de 2013, este Tribunal arbitral, tuvo por presentada la demanda de asignación de nombre de dominio por el primer solicitante, y en cuanto a los documentos ofrecidos, se tuvieron por acompañados, con citación.

A fojas 83, el segundo solicitante, representado por Hernán Ríos de Marimón, presentó al Tribunal arbitral un escrito en que expone:

a) Que, COMPAÑÍA DE PETROLEOS DE CHILE COPEC S.A. es una reconocida empresa nacional con más de 75 años de historia, que hoy se erige como la principal compañía distribuidora de combustibles y lubricantes, con una participación de mercado que supera el 62% y el 40% respectivamente. Dicha compañía posee, además, el 59% de participación social en la empresa ARCO ALIMENTOS LTDA., una sociedad dedicada a la elaboración, importación y comercialización de productos alimenticios, así como también a la prestación de servicios de alimentación. Dentro del portafolio de marcas pertenecientes a dicha empresa destaca precisamente la utilización de la denominación "CRESSO", comercialmente utilizada para distinguir distintos tipos de alimentos preparados, especialmente centrados en pizzas y sándwiches refrigerados, la que poco a poco ha ido ganando un lugar importante entre los productos de su categoría. Así, COPEC que cuenta con una red de más de 620 Estaciones de Servicio de Arica a Punta Arenas, completa la oferta de combustibles con servicios de lubricación, lavado y comida a través de sus tiendas Punto y Pronto, fuera de intervenir en otras industrias del mercado, aviación, generación eléctrica, minería, pesca, transporte y ranchos, a través de servicios y productos, como son Cupón Electrónico, TCT, TAE, Taxiamigo, DEL y Storage;
b) Que, Copec, ha inscrito en Chile sus marcas cresso, 1.- Registro de marca Nº 927729, "CRESSO" (palabra o denominación), clases 29 y 30, de fecha 10 de agosto de 2011. 2.- Registro de marca Nº 919524 "CRESSO" (palabra o denominación), clase 43, de fecha 30 de mayo de 2011. Siendo la única titular de las mismas, sin otro interesado, desde hace más de 2 años, siendo una creación original de esta empresa, sinónimo de calidad y excelencia;
c) Que, los consumidores tienden a asociar un nombre de dominio con la marca comercial a la que apela, el hecho de asignarle a un tercero un nombre de dominio idéntico a una marca actualmente utilizada por su parte en el mercado, generaría una serie de errores y confusiones entre el público consumidor, privando además a sus mandantes del derecho de ofrecer y promocionar los productos denominados mediante dicho nombre en internet. Distinto sería el caso si la expresión solicitada por los Sres. CRESSO S.A. agregara un complemento denominativo adicional que permitiera evitar el riesgo de inducir al público consumidor a error o confusión respecto de la marca de COPEC, tal como lo sería, por ejemplo, la palabra "cosméticos" <cosméticoscresso.cl> o "comercial" <comercialcresso.cl>. Esto es relevante, ya que, a diferencia de lo que ocurre con las marcas comerciales, donde opera el principio de especialidad en virtud de la posibilidad de registrar marcas por clases, en materia de nombres de dominio dichos criterios no existen, pudiendo un nombre de dominio dirigir a una página web que despliegue la más variada índole de contenidos, no quedando más opción que diferenciar o especificar el campo de aplicación de un nombre de dominio respecto de otro mediante la utilización de un determinado complemento denominativo, por lo que estima que a su parte asiste un mejor derecho;
d) Que, existirá un riesgo de error, confusión y engaño para los consumidores, quienes en el entendido de dirigirse a una página web asociada a COPEC y a los productos y servicios que éste comercializa bajo la marca CRESSO, se verán en cambio dirigidos a una página web relacionada con un tercero. Habrá un perjuicio económico para su mandante, quien, por un lado, se verá impedido de utilizar el nombre de su marca en el mercado para promocionar sus productos y servicios en internet y, por el otro, verá como su marca se diluye en el mercado al ser objeto de utilización no autorizada por parte de un tercero que carece de derechos marcarios sobre ella. Un inmerecido beneficio para el asignatario de dicho nombre de dominio, quien podrá beneficiarse del buen nombre de sus representados y aprovecharse de la confusión generada entre el público consumidor para atraer visitas a su sitio web;
e) Que, un nombre de dominio es una identificación electrónica de un sitio web en Internet. A través de un nombre de dominio se puede ubicar o identificar un contenido específico dentro de la red. Permiten usar diferentes servicios asociados a Internet tales como páginas web, correos electrónicos, localizadores de información, etc. Sin embargo, cada nombre de dominio tiene que ser único en Internet y si bien un solo servidor web puede servir múltiples páginas web pertenecientes a múltiples dominios, un nombre de dominio sólo puede apuntar a un servidor. En la actualidad Internet se ha transformado en el medio

obligado de comunicación y obtención de información gracias a su eficiencia y rapidez, los nombres de dominio en la práctica se encuentran asociados a nombres, palabras, cosas, marcas comerciales, definiciones, etc. con la idea de facilitar la identificación a los mismos usuarios y a la vez como modo de clasificar u ordenar la información a la cual se pretende acceder. Es un habitual medio legítimo de distribución, difusión y prestación de servicios de una empresa o una marca conocida;
f) Que, NIC Chile ha establecido en su Reglamento las condiciones y requisitos necesarios para solicitar y/o registrar un nombre de dominio, así como la forma de solucionar los conflictos y su parte ha cumplido a cabalidad con la normativa vigente;
g) Que, el artículo 14 inciso primero de la Reglamentación de NIC Chile establece que *"será de responsabilidad exclusiva del solicitante que su inscripción no contraríe las normas vigentes sobre abusos de publicidad, los principios de la competencia leal y de la ética mercantil, como asimismo, derechos válidamente adquiridos por terceros".* En relación a las normas vigentes sobre abusos de publicidad, si bien no existe en nuestro país una consagración legal al respecto, el Código Chileno de Ética Publicitaria sirve de principal referencia para establecer parámetros en relación a esta materia. A este respecto, el artículo 4 del señalado cuerpo normativo, señala que: *"Los avisos no deben contener ninguna declaración o presentación visual que directamente o por implicación, omisión, ambigüedad o pretensión exagerada, puedan conducir al público a conclusiones erróneas, en especial con relación a: f.- Derechos de autor y derechos de propiedad industrial como patentes, marcas registradas, diseños y modelos, nombres comerciales.*Asimismo, el artículo13 del Código Chileno de Ética Publicitaria establece: *Los avisos no deberán hacer uso injustificado o peyorativo del nombre, iniciales o de signos gráficos, visuales o auditivos distintivos de cualquier firma, compañía, institución, o de la marca de un producto o servicio. Los avisos no deberán aprovecharse del "goodwill" o imagen adquirida que tiene el nombre comercial y/o símbolo de otra firma o producto, o del "goodwill" o imagen adquirida por una marca o una campaña publicitaria.*Los demandados pretenden realizar un uso indebido e injustificado de la marca "CRESSO", marca que se encuentra registrada hace más de dos años a nombre de sus representados, se encuentra actualmente en uso en el mercado nacional y es actualmente asociada a sus representados;
h) Que, el artículo 3 de la Ley Nº 20.169 que regula la competencia desleal describe en forma amplia que *"es acto de competencia desleal toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, persiga desviar clientela de un agente del mercado".* En forma más particular, el artículo 4 del mismo cuerpo legal, señala que serán considerados como actos de competencia desleal los siguientes:*"Toda conducta que aproveche indebidamente la reputación ajena, induciendo a confundir los propios bienes, servicios, actividades, signos distintivos o establecimientos con los de un tercero".* Al intentar registrar el nombre de dominio en disputa, idéntico a la marca ya registrada por sus mandantes, la demandada de autos intenta aprovecharse indebidamente de la reputación de COMPAÑÍA DE PETROLEOS DE CHILE COPEC S.A. y su marca "CRESSO", induciendo al público a confusión respecto del origen empresarial de los establecimientos, productos y/o servicios que busca distinguir, afectando en consecuencia en forma grave los intereses de sus representados, quienes, además, se verán privados del derecho de ofrecer y promocionar sus productos y su marca vía internet;
i) Que, la teoría del *first come first served*, que trae como consecuencia la asignación del nombre de dominio "por defecto" al primer solicitante, opera cuando tanto demandante como demandado actúan de buena fe y tienen legítimos intereses que serían considerados como equivalentes. A su juicio, en este caso no es aplicable el principio antes citado, por cuanto sus mandantes poseerían mejores derechos sobre la expresión en disputa. Cuentan con derechos marcarios sobre la expresión "CRESSO" desde hace más de 2 años, derechos con los que no cuentan los primeros solicitantes, y que no pueden ser desconocidos en autos. El dominio solicitado en autos es idéntico al nombre de la marca registrada por sus mandantes, careciendo los primeros solicitantes de derechos marcarios sobre dicha misma expresión u otra similar, es su mandante quien poseería mejores derechos sobre dicha expresión para promocionar y publicitar sus productos y servicios en internet;
j) Que, para acreditar sus dichos el solicitante acompaña, los siguientes documentos, con citación:

1. Registros de marca en Chile para la marca "CRESSO", de acuerdo a las siguientes especificaciones:1.- Registro de marca Nº 927729 "CRESSO" (palabra o denominación), clases 29 y 30, de fecha 10 de agosto de

2011.2.- Registro de marca Nº 919524 “CRESSO” (palabra o denominación), clase 43, de fecha 30 de mayo de 2011.
2. Papelería corporativa, envases de productos y publicidad de la marca “CRESSO”.

A fojas 100, se tuvo presente lo expuesto y por acompañados los documentos, con citación.

Con fecha 31 de julio de 2013, se declaró abierto el periodo de respuestas por el término de 5 días hábiles, venciendo en consecuencia el día miércoles 07 de agosto de 2013.

A fojas 102, el primer solicitante presenta un escrito en que expone:
a) Que, si bien el segundo solicitante es una compañía de trayectoria y con prestigio en su rubro, es conocida por el público en general al ser una sociedad distribuidora de combustibles y lubricantes;
b) Que, la empresa ARCO ALIMENTOS LTDA, es una sociedad dedicada a la elaboración, importación y comercialización de productos alimenticios, así como también a la prestación de servicios de alimentación;
c) Que, la contraria posee 2 registros marcarios cresso**,** que correctamente protegen la actividad económica que desarrollan, conforme a un clasificador internacional destinado a ello, tanto en las clases 29, 30 (que protegen productos alimenticios) y 43 (que protege justamente la prestación de servicios de alimentación), siendo su intención de protección clara;
d) Que, su cliente ofrece servicios de importación, comercialización y distribución de cosméticos naturales clasificados en la clase 3 del clasificador internacional de Niza. Por lo tanto, resulta totalmente ilógico que el público se confunda respecto a la procedencia y utilización del producto, toda vez que alguien que desee consumir un producto alimenticio tan específico como una pizza no puede por confusión terminar adquiriendo un producto de belleza variable, no apto para la ingesta, de aplicación externa y generalmente de utilización prolongada, por ejemplo. En ambos casos los públicos objetivos son distintos, al ser distintas las necesidades que los mueven a adquirir un determinado producto o servicio, por lo que está más que probado, sin ninguna duda que la adquisición por parte de su representada del dominio en disputa no dañaría la imagen de la contra parte, ni tampoco atraería público consumidor a su empresa, por lo anteriormente expuesto;
e) Que, la empresa de sus representados goza de más de diez años en el rubro descrito y un producto, presentando por lo demás un sustancial distanciamiento en sus logos distintivos. Las diferencias entre ambos logos van desde los colores utilizados, el tipo de letras, la forma, por lo cual se deduce que existe una diferencia gráfica entre ambos;
f) Que, si consultamos por el registro histórico que ha tenido el dominio cresso.cl en Nic Chile, podemos darnos cuenta que Compañía de Petróleos de Chile Copec S.A, nunca solicitó, ni fue propietario del dominio en cuestión, lo que demuestra el poco interés que significa para dicha empresa la expresión en conflicto. Además según el mismo registro se indica que la expresión “Cresso” no posee ningún titular antes, su representada es la primera solicitante del dominio en cuestión en nuestro país;
g) Que, la contraria posee el dominio arcoalimentos.cl, a través del cual publicita sus diferentes productos alimenticios;
h) Que, al buscar la expresión en el buscador de Google es posible deducir que no existe ningún tipo de información que relacione a la palabra en conflicto al segundo solicitante, es más la única forma que aparezca el único anuncio acompañado por la contraria en el navegador es buscando por la expresión “pizza cresso”. Para que recién sea dirigido a la página arcoalimentos.cl, que es como ya se menciona la que sirve de publicidad para sus productos. Para ello alega antigüedad, siendo que Comercializadora Cresso S.A. como empresa se constituye mucho tiempo antes que la existencia del producto en conflicto;
i) Que, es posible deducir que de asignársele el nombre en disputa al segundo solicitante, dicho sitio carecería de contenido, desvalorizando la institución, tal como lo indica la juez árbitro Lorena Donoso, expresando: “Es más, no siendo el nombre de dominio un signo distintivo típico, sino más bien un localizador derivado de la mecánica con que opera la Red, constituyéndose sólo en este aspecto en un signo distintivo atípico e instrumental, la simple inscripción de ellos, sin que se les de un uso efectivo, derivada de que en su utilización conduzcan a páginas Web vacías de contenido o con contenidos carentes de relación alguna con el dominio propiamente tal, tales como simples mensajes de bienvenida, paisajes, fotografías, etc., o incluso el mensaje "signo protegido" debilita la posibilidad de invocar a su respecto el derecho de

marcas o nombres comerciales o cualquier otra cualidad identificadora, por exigir este argumento por antonomasia, el uso de los signos invocados como distintivos de productos, servicios o actividades". Distinta es la situación de su representada que hace uso directo del nombre para publicitar, identificar y gestionar los productos relacionados a ella en la página;
j) Que, si bien a utilización del ND inscrito no es un requisito para su mantención, la mera inscripción y acumulación de nombres de dominio sin ser utilizados, desnaturaliza esta institución, pudiendo constituirse con el tiempo en una práctica que entorpezca el desarrollo de la red Internet, más aún si consideramos el carácter único y exclusivo que el funcionamiento de la red exige respecto de cada cadena de caracteres alfanuméricos utilizada como nombre de dominio;
k) Que, su representada en ningún caso ha querido aprovecharse del prestigio del segundo solicitante, tan sólo se ha amparado en sus legítimas pretensiones por dar a conocer sus productos que no guardan ninguna relación con la contra parte, diferente sería el caso en que ambas empresas tuviesen giros iguales, o productos al menos similares, en que sí se justificaría argumentar confusión, pero en este caso es imposible el error en los consumidores, al tratarse de servicios totalmente distintos. Por el principio de especialidad de las marcas comerciales se permite que convivan marcas idénticas para productos o servicios distintos, siempre que estos sean lo suficientemente diferentes como para que no se suscite el riesgo de confusión respecto del origen empresarial de los mismos, por lo que de ninguna forma el segundo solicitante puede pretender detentar un derecho exclusivo y excluyente sobre la expresión "Cresso";

A fojas 108, el tribunal, tuvo presente lo expuesto.

A fojas 109, el segundo solicitante presentó un escrito en que expone lo siguiente:
a) Que, la aplicación del principio "*first come first served*" opera única y exclusivamente en el caso de que ambos solicitantes se encuentren en igualdad de condiciones y en este caso, sólo uno de ellos es titular de registros marcarios exactamente coincidentes con el nombre de dominio en disputa;
b) Que, en vista de lo señalado, una solicitud para un nombre de dominio que coincide plenamente con la marca registrada por un tercero, claramente vulneraría los supuestos contemplados en el artículo 14 del reglamento de NIC Chile, esto es, el respecto a los derechos previa y legítimamente adquiridos por terceros, en este caso, los derechos de COPEC S.A. sobre la denominación "CRESSO" en virtud de sus registros marcarios y del uso de dicha expresión en el mercado;
c) Que, de acuerdo al orden público económico, los consumidores deben poder distinguir adecuadamente la procedencia empresarial de los productos y servicios que se le ofrecen en el mercado. A juicio de esta parte, y buscando dar cumplimiento efectivo a lo que establece el orden público económico, existe una asociación determinada entre su representada y la expresión "CRESSO", atendidos los dos registros marcarios que posee bajo su nombre y el uso efectivo que realiza respecto de dicha expresión en el mercado;
d) Que, en virtud derechos marcarios previamente adquiridos por COPEC S.A. cree que cuando se alega que un nombre de dominio coincide con el elemento central de un nombre comercial para efectos de burlar la prohibición de vulnerar derechos previamente adquiridos por terceros o, peor aún, fundar un mejor derecho que el marcario para su asignación, o fundar una supuesta igualdad de condiciones, es necesario atenerse a la literalidad de la norma que se establece como excepción a la mala fe del solicitante, la que no sólo exige una mera coincidencia entre el nombre de dominio y el nombre comercial, sino que más bien exige que el solicitante sea "reconocido" mediante ella, condición que estima no ha sido acreditada en autos;
e) Que, las boletas y facturas, además de las declaraciones de algunos de sus proveedores, corresponden a documentos que no acreditan el "reconocimiento" del público por cuanto constituyen documentos que corresponden a un uso interno o directo con sus proveedores, sin involucrar al público consumidor;
f) Que, el sitio web de la contraparte www.naturalezayvida.cl (anterior al nombre de dominio en disputa), podemos notar como es ésta la denominación que se utiliza para comercializar sus distintos productos (junto a "Corpore Sano" y "Vinoni") y no la expresión "CRESSO", a pesar de ser el elemento principal de su razón social. Tanto es así, que en la sección "Quiénes somos" de dicho sitio web, nunca se menciona la expresión "CRESSO", lo que lleva a pensar que los primeros solicitantes no son "reconocidos" por dicho nombre en el mercado. Por el contrario, esta parte ha demostrado la utilización de la expresión tanto en los productos que comercializa como en sus marcas registradas, teniendo por lo mismo, una posición privilegiada respecto del primer solicitante;

g) Que, si bien Compañía de Petróleos de Chile COPEC S.A. posee como marca registrada la expresión 'Cresso', ella se encuentra registrada para proteger servicios de la clase 43, especialmente servicios de restaurante, cafetería y salón de té (…). Por lo tanto la contraparte no puede pretender tener un derecho exclusivo y excluyente sobre la expresión 'Cresso', ello de acuerdo al principio de especialidad de las marcas comerciales."A juicio de esta parte, dicha premisa también es errónea por cuanto si bien es cierto que nombres de dominio y propiedad industrial o más específicamente, marcas, están intrínsecamente ligados, ambos campos no son regidos por las mismas reglas. No existiendo en materia de nombres de dominio un principio como el de la especialidad marcaria regente en materia de marcas, por no existir un registro de nombres de dominio por clases, la única forma de diferenciar adecuadamente una denominación respecto de otra o de impedir que una denominación solicitada como nombre de dominio vulnere a otra sobre la cual un tercero posee derechos legítimos y previamente adquiridos, es mediante la correcta elección de palabras o denominaciones que permitan distinguir claramente a la una de la otra;
h) Que, atendido que la expresión solicitada como nombre de dominio es idéntica a la marca registrada por su mandante, sin agregar complemento denominativo adicional alguno que evite inducir al público consumidor al error de creer que será dirigido a un sitio web relacionado al producto ofrecido en el mercado bajo el mismo nombre, tal como lo sería, por ejemplo, <comercialcresso.cl> o <cosmeticoscresso.cl>, creemos que es a su representado a quien le asistiría un mejor derecho para la asignación del nombre de dominio <cresso.cl> a secas. De lo contrario, no sólo se está haciendo caso omiso de sus derechos marcarios previa y válidamente adquiridos, sino que, además, se estaría favoreciendo la dilución de su marca;

A fojas 113, el Tribunal tuvo presente lo expuesto.

A fojas 114, este Tribunal resolvió citar a las partes a oír sentencia.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que, el artículo 13 de la REGLAMENTACIÓN PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL REGISTRO DE NOMBRES DEL DOMINIO.CL -Reglamento NIC-CHILE- faculta a cualquier interesado cuyos derechos estime afectados a presentar una solicitud competitiva de idéntico nombre de dominio, con lo cual se genera un conflicto que debe necesariamente resolverse por medio de un arbitraje. Lo anterior, sin perjuicio que las partes logren un avenimiento o que haya desistimientos de por medio. Así, corresponde a un segundo solicitante o a los titulares de cuantas solicitudes competitivas hayan sido presentadas, acreditar un mejor derecho para ostentar la titularidad del nombre de dominio en disputa.
SEGUNDO: Que**,** en relación con lo principal, y atendido lo expuesto en la parte expositiva anterior, los argumentos esgrimidos y antecedentes acompañados permiten a este juez árbitro sostener que ambas partes están de buena fe, y no existe infracción a las normas que para estos efectos se contemplan en el Reglamento. En tal sentido, desvirtuando los argumentos del segundo solicitante, el solo hecho que el dominio en conflicto contenga la palabra o denominación "*cresso*" como componente, en ningún caso permite sostener que se trata de una solicitante de mala fe, más todavía cuando se trata de una expresión genérica, con una sola s, era el nombre del rey de Lidia, célebre por sus riquezas y hoy en día en especial en Argentina alude a un hombre rico, verificado e el Diccionario de la Lengua Española, además alude a apellidos, restaurantes, jardines, etc. y en el conocido buscador google, aparece con una serie de referencias a distintos rubros en más de 41.400 resultados, lo que supone muchas opciones y usos, para los más diversos productos y servicios, verificado en uso de las facultades de oficio del Tribunal. Su significación es genérica, sin que exista un signo distintivo propio u original que la acompañe o que importe una creación intelectual de uno u otro solicitante. El signo resultante, no es exclusivo ni excluyente, no identifica productos específicos que únicamente uno de ellos comercialice, sino que se asocia tanto en el lenguaje como en el mercado con un sustantivo que alude a un sitio o actividad de muchas personas o empresas que pueden dedicarse a diferentes rubros, en diferentes países o zonas geográficas de un mismo país. Que, además, en materias de nombres de dominio, se ha desarrollado un principio resumido en la expresión inglesa *"first come, first served",* que significa que a falta de mala fe del primer solicitante o de un mejor derecho de un segundo solicitante, el derecho al dominio por parte del primer solicitante debe prevalecer.

TERCERO: Que la buena fe se presume en base a que constituye un principio general del derecho. Así lo ha establecido el Código Civil suizo, al declararlo solemnemente en su artículo 2º, aplicable a todas las relaciones jurídicas: "Cada uno obrará según la buena fe en el ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones. El abuso manifiesto de un derecho carece de protección legal". Un precepto similar se halla hoy en el artículo 7º del Código Civil español, luego del Decreto Nº 1836, de 1947, que sancionó el Nuevo Título Preliminar de ese Código. Prescribe el artículo 7º apartado 1: "Los derechos deberán ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe". En igual sentido, los recientes artículos 6º y 7º del Código Civil de Québec, del año 1994. Tratándose de un principio general del derecho heredado de los romanos, como tantos otros, que se proyecta en las más variadas disciplinas jurídicas. Así, por ejemplo, sirve de asidero al principio de la probidad procesal, coarta el campo de los negocios, la competencia desleal; sustenta la inadmisibilidad de la pretensión incoherente con el hecho o conducta anterior, *venire contra factum proprium non valet*, e incluso se manifiesta en el Derecho Tributario (LÓPEZ SANTA MARÍA, Jorge, Los Contratos, parte general, t. II, 4ª ed. Editorial Jurídica de Chile, Santiago de Chile, 2005. p 397). En el caso presente, no se ha acreditado hecho alguno, en relación al nombre del dominio "cresso.cl", que denote mala fe de parte del primer solicitante, mala fe que por lo expresado debe quedar acreditada fehacientemente en el proceso a través de hechos positivos y determinantes; por lo que este argumento se desechará, restando analizar la situación relativa al mejor derecho de las partes.

CUARTO: Que, la marca "cresso" se encuentra inscrita por el segundo solicitante y está registrada dentro de sus marcas comerciales, como palabra o denominación, en varias clases de productos y servicios, en Chile, pero referidos al rubro de comida, restaurantes y cafeterías. El conflicto principal de este caso radica en que la marca está registrada en varias clases que corresponden a productos y servicios, y pudiera pensarse que el primer solicitante con su requerimiento abarca el ámbito de protección relativo a la actividad del segundo solicitante, pero ello no es así, pues como se verá el ámbito de protección de la marca es para "productos" y "servicios" de varias clases, en Chile y la marca no es utilizada por la solicitante para las mismas clases, la actividad realizada por el primer solicitante y para la cual también pide esta marca, corresponde a servicios de productos de belleza y su comercialización, no solicitados por el segundo, servicios que además coinciden con el objeto social del primer solicitante y el nombre está incluido en su razón social, lo que justifica aún más su pretensión. Por lo que el argumento de que el ámbito de protección de la marca inscrita abarca la actividad de primer solicitante se desechará. Por tanto, asignar el nombre de dominio al segundo solicitante basado en la semejanza a su marca comercial cresso que contempla protección para productos y servicios específicos, constituiría implícitamente otorgar una suerte de exclusividad o mejor derecho al segundo solicitante, respecto de cualquier expresión a que se refieran o incluyan la expresión "cresso", tanto para marcas o logos o etiquetas fundado únicamente en la posible confusión con su marca o posible confusión semántica, fundado en el hecho de desarrollar una actividad comercial, determinada, con preferencia a otras actividades comerciales de otros rubros, lo que importa una interpretación demasiado extensa del derecho de propiedad sobre una marca comercial, etiqueta o zona, extendiendo el ámbito de protección a muchas más áreas que las que el sistema marcario desea proteger, el clasificador marcario distingue entre productos y servicios y realiza un listado alfabético de los mismos, con lo que claramente se busca establecer que aún cuando tengan la misma clase, el servicio y producto no es igual, así el ámbito de protección se restringe.

QUINTO: Que, lo anterior resulta consistente con los principios de competencia leal y de la ética mercantil considerando que la expresión "cresso" está constituida por una palabra genérica, por lo que mal puede el segundo solicitante en este conflicto pretender un mejor derecho sobre la misma argumentando además la existencia de registros marcarios a su favor, sobre expresiones similares en el extranjero, cuando justamente en la propiedad marcaria existe la posibilidad de que una misma expresión sea asignada a diversos solicitantes, producto de la actividad o giro que realizan o realizarán, inclusive de acuerdo al área de protección solicitada, no hablemos ya cuando las expresiones son distintas o contienen elementos diferenciadores, como es el caso, permitiendo así que un mismo término sea utilizado como marca para diversas clases de productos, logrando así el ejercicio de la libre competencia. Lo contrario implicaría otorgar una suerte de derecho ilimitado al concepto marcario, lo que obviamente no es lo querido por el legislador al establecer criterios de diferenciación por categorías y clases de productos y servicios, lo que limita su ejercicio. Diferente sería el caso de que se pretendiera utilizar la misma expresión, para actividades que justamente entran al mismo ámbito de protección de dicha marca, cuestión que en estos autos no se ha

acreditado. En caso de ocurrir que se extendiera el dominio a áreas de la protección de las marcas del segundo, se daría origen a una posible indemnización por eventuales perjuicios, fuera de las posibilidades de la revocación, que contempla el reglamento.

SEXTO: Que, así las cosas, el primer solicitante además de haber solicitado el nombre de dominio de buena fe y con anterioridad al segundo, ha acreditado tener un interés particular legítimo en el mismo, de consistencia y armonía con las actividades comerciales que pretende emprender, como ha quedado acreditado en autos. El mismo Inapi, dentro de las publicaciones que efectúa para que el público pueda informarse expone las diferencias entre los productos y servicios y las particularidades de cada uno, que hace que la clasificación varíe según el caso. Dentro del proyecto del primer solicitante, existen antecedentes que permiten suponer que este solicitante no se dedica ni pretende dedicarse a las actividades del segundo. Por lo que los hechos que dan origen al interés que pretende proteger el primer solicitante provienen de su proyecto empresarial el que está dirigido a diferentes consumidores, por esta razón el primer solicitante ha incluido en su solicitud de dominio para facilitar la identificación comercial de sus clientes, los signos en cuestión, ambos solicitantes, se dedican a rubros diferentes.

SEPTIMO: Que, más aún, el nombre de dominio solicitado es coincidente con su razón social Comercial Cresso S.A., con la que funciona desde hace más de 10 años, lo que constituye un fuerte indicio de mejor derecho para el mismo, pues el nombre importa un atributo de la personalidad por el cual una empresa es conocida en el mercado y por los consumidores, justamente el objetivo buscado con las marcas y los nombres de dominio: constituir una expresión en el mercado virtual que conecte al proveedor con el consumidor final, tal y como ha expuesto el segundo solicitante, por lo que la identificación entre dominio y proveedor, se produciría en mayor medida entre este solicitante, por lo que su público, natural y obvio no tendrá confusión; los consumidores de Copec que busquen comer pizas y comidas preparadas difícilmente serán desviados o sufrirán confusión con productos de belleza o cosmética.

OCTAVO: Que, finalmente, si no se ha logrado acreditar el perjuicio a intereses jurídicos del segundo solicitante debe prevalecer el criterio de preferencia temporal, es decir, el primero en pedir debe ser atendido. La segunda solicitante, realiza sus actividades comerciales a través de otro dominio en Internet y si necesitare crear otro, puede utilizar la expresión unida a algún elemento diferenciador del primero, por lo que de igual forma podrá seguir realizando su actividad comercial, sin daño alguno.

NOVENO: Que, como ha explicado este juez árbitro con anterioridad, la preferencia temporal es el primer criterio adoptado para la asignación de bienes y derechos, incluso desde de antes del nacimiento del Derecho como ciencia siendo sistematizado, por primera vez, en el Derecho Romano resumido en el aforismo *"Qui prior est tempore, potior est iure"*, (Iglesias-Redondo, Juan. Diccionario de definiciones y reglas de Derecho romano. Edición Bilingüe, Ed. Mc Graw Hill, 2001, Madrid, p. 165), que significa, que aquel que primero, reclama o solicita, un determinado bien o derecho, debe ser el titular de su dominio o uso. De este modo podemos afirmar que la preferencia temporal es *"aquel (principio) en cuya virtud el acto registral que primeramente ingresa al Registro…, se antepone con preferencia excluyente o superioridad de rango, a cualquier otro acto registrable que, siéndole incompatible o perjudicial, no hubiere aún ingresado en el registro o lo hubiese sido con posterioridad, aunque dicho acto fuese de fecha anterior"* (Espasa. 1998: 795). Este principio está basado en la idea de exclusividad en la titularidad de derecho que se pretende inscribir, la que debe ser asegurada mediante la inscripción. Como puede apreciarse tal principio, deriva de la lógica más estricta, propia de todo sistema jurídico y tanto su origen como su formulación no son exclusivos del sistema anglosajón, como pudiera parecer del uso de la expresión *first come first served*, ni tampoco es un principio que se vincule exclusivamente a la propiedad intelectual, sino como se ha explicado corresponde a un criterio lógico y general (no único) para la asignación de bienes y derechos, que se explica porque al primero en reclamar un bien debe asignárselo, a excepción que exista otro titular con mejor derecho, tal como reconoce desde mucho antes el Derecho Europeo Continental. El ordenamiento jurídico chileno contempla tal principio en varias disposiciones de orden registral, siendo la más importante de ella la contenida en el Reglamento del Conservador de Bienes Raíces, que señala en su artículo 17, que la inscripción en el respectivo Registro, valdrá desde la fecha de la anotación en el repertorio.

DECIMO: Que, aun cuando este juez árbitro y la doctrina nacional ha sostenido reiteradamente en sentencias anteriores que en materia de registros de nombres de dominio, la regla general del principio de "*first come, first served*" no resulta ser una regla absoluta, en este caso concreto se considera aplicable, por las siguientes razones: a) Por que el principio referido se ampara en la buena fe que existe por parte de los

solicitantes de nombres de dominio, de modo tal que corresponde generalmente aplicar el mismo cuando las partes en conflicto no respaldan sus derechos, o bien acreditan derechos o intereses de similar valor; y b) Que en este caso, ha quedado suficientemente acreditado por medios de prueba suficientes, que la solicitud de la parte de Comercial Cresso S.A., tiene un respaldo claro y objetivo, confirmatorio de la buena fe de su solicitud, por lo que corresponde aplicar el referido principio.

DECIMO PRIMERO: Que no obstante la sola aplicación del principio de "*first come, first served*" resulta ser suficiente para asignar el nombre de dominio al primer solicitante, según las razones ya expuestas, este juez árbitro también se inclina a preferir a quién efectivamente ha acreditado el legítimo uso del mismo, por una conducta empresarial consistente y acreditada, lo que en la doctrina del Derecho Civil se denomina, en materia de voluntad: conducta concluyente. Unido a la circunstancia que el segundo solicitante es titular de otros dominios, a través de los que puede desarrollar perfectamente su actividad comercial, la que al ser claramente diferenciada de la del primero, no se producirá la confusión de consumidores y la pérdida de éstos y la supuesta dilución marcaria.

DECIMO SEGUNDO: Que, la protección referida en el sistema de propiedad intelectual, del que forma parte este proceso, en cuanto emana del derecho marcario, tiene su sustento en que la legislación de esta rama del derecho tiene como finalidad el evitar conflictos en el tráfico comercial por potenciales confusiones sobre el origen de bienes y servicios, y de otro lado, la certeza jurídica del posicionamiento de esos signos distintivos en el mercado. Así, el razonamiento referido implica precisar que el uso exclusivo y excluyente de un signo o marca en el ámbito económico conlleva consecuencias de carácter positivo, esto es, que el titular está facultado para usar, gozar y disponer de la misma y, de otra parte, el derecho de esa persona, natural o jurídica, de prohibir que terceros utilicen o saquen provecho de su creación intelectual, cuestión esta última que aparece de especial relevancia en este proceso. Basado en lo anterior no se ha acreditado por parte del segundo solicitante cómo o de qué forma el primero de ellos habría incurrido en conductas que produzcan confusión y dilución marcaria, ni las supuestas confusiones o errores en el mercado respecto de la procedencia empresarial de los productos o servicios que pretenda distinguir el primer solicitante con el concepto "cresso.cl", como tampoco la pretendida identificación automática de los usuarios de sus productos. A su vez, es un hecho evidente en estos autos que el segundo solicitante, no se dedica a las actividades del primero, ni viceversa. Ambos solicitantes se dedican a rubros, suficientemente diferenciados y ninguno ha acreditado que el otro pretenda ingresar al ámbito comercial del contrario. Considerar que la protección marcaria podría aplicarse a toda actividad comercial o rubro, por simple semejanza, implicaría acabar con toda posibilidad de libre competencia y desarrollo comercial, lo que atenta incluso contra la misma clasificación comercial de las marcas en diferentes clases, justamente para evitar situaciones como la de autos, en que la naturaleza de los servicios productos o establecimientos, resultan diversas.

DECIMO TERCERO: Que, con lo expuesto en los considerandos anteriores, este Tribunal ha formado convicción de que el primer solicitante, además de haber efectuado en forma primera el requerimiento, lo ha efectuado en base a una conducta comercial consistente y a una necesidad comercial propia de su rubro, en identificación comercial con productos respecto de los que realmente prestará el servicio que ofrece, lo que unido a la ausencia de actos que puedan significar una obstrucción a una libre y leal competencia; inclinan la recta razón y sana crítica a favor de este.

DECIMO CUARTO: Que, finalmente, debe tenerse en cuenta que nuestra Corte Suprema ha reconocido reiteradamente la amplia libertad para fallar de los árbitros arbitradores, tal como se expresa en el considerando 8°, -REVISTA DE DERECHO Y JURISPRUDENCIA, TOMO XCIV (1997), Nº 2 (MAYO AGOSTO), SECCIÓN 2- Recurso de Queja denegado en contra de Portales Coya, Mónica:*"…el árbitro arbitrador está llamado a fallar conforme a la prudencia y equidad, pudiendo incluso fallar en contra de ley expresa, la errada calificación jurídica de un plazo, si existiere, no es suficiente para acoger un recurso de queja en contra de la sentencia dictada por un juez árbitro arbitrador. Para que ello ocurra es menester que la sentencia sea inmoral, dolosa, manifiestamente inicua, absurda, contradictoria, ininteligible, o imposible de cumplir".* En este sentido, en el caso *sub lite*, han sido las máximas de la prudencia y la equidad, el mérito del proceso, así como el cumplimiento irrestricto del derecho sustantivo y las reglas que han regido el procedimiento los elementos que este Tribunal ha tenido en cuenta al resolver.

RESUELVO:

1. En mérito de lo señalado en la parte considerativa, de conformidad a lo establecido en el Anexo 1 sobre Procedimiento de Mediación y Arbitraje del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL, lo dispuesto en los artículos 222 y siguientes del Código Orgánico de Tribunales, artículos 636 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, conforme a prudencia y equidad, aplicando el principio de mejor derecho, asignar el nombre de dominio "cresso.cl", al primer solicitante Comercial Cresso S.A., RUT: 99.515.750-0, sin costas, por haber tenido las partes motivos plausibles para litigar.

2. Determínense los honorarios arbitrales en la suma pagada por el segundo solicitante, antes de la Audiencia de Conciliación y Fijación de las Bases del Procedimiento y, por los cuales se ha emitido la correspondiente boleta de honorarios profesionales.

3. Comuníquese a NIC-Chile por correo electrónico firmado electrónicamente para su inmediato cumplimiento.

4. Notifíquese a los solicitantes por correo electrónico.

5. Practicadas las notificaciones, devuélvanse los autos a NIC Chile para su archivo.

ROL 18184/NIC

Resolvió don RUPERTO ANDRÉS PINOCHET OLAVE, Juez Árbitro del Sistema de Resolución de Conflictos NIC-Chile.

Autorizan las testigos PAOLA DE LA PAZ CIFUENTES MUÑOZ, cédula 12.360.114-9 y CAROLINA BERNARDITA MONTECINOS BRAVO, cédula de identidad 12.108.502-K.