Ref. sentencia conflicto estufastoyotomi.cl

Partes: ZAGGLUL COZMAR VERDUGO
COMERCIAL E IMPORTADORA BBR S.A., Representada por Alessandri & Compañía Ltda. (COMERCIAL E IMPORTADORA BBR S.A.)

Santiago, uno de marzo de dos mil diez,

Vistos:

1.- OFICIO OF11392, de fecha 30 de septiembre de 2009, de fojas 1, por el que NIC Chile designa a la suscrita como árbitro para la resolución del conflicto por asignación del nombre de dominio **estufastoyotomi.cl** suscitado entre **ZAGGLUL COZMAR VERDUGO**, RUT: 07.987.601-1, domiciliado en Escritor Jorge Inostroza 79, Maipú, Santiago y **COMERCIAL E IMPORTADORA BBR S.A.**, RUT: 76.471.320-6, representada por Alessandri & Compañía Ltda., domiciliada en El Regidor 66, piso 10, Las Condes, Santiago.

2.- Aceptación del arbitraje, juramento de rigor y citación a una audiencia de conciliación y/o fijación del procedimiento de fojas 4 y su correspondiente notificación de fojas 4 vuelta.

3.- Personería, patrocinio y poder presentado por el segundo solicitante, que consta de fojas 5 a 6.

4.- Acta de fojas 8, en que consta realización de la audiencia decretada en autos, con la sola comparecencia del representante de la segunda solicitante, por lo que no fue posible el llamado a conciliación, procediéndose derechamente a la fijación del procedimiento arbitral.

5.- Alegación de mejor derecho del primer solicitante de fojas 9 en que solicita le sea asignado el nombre de dominio en disputa en base a los siguientes argumentos hecho y de derecho: Sostiene que en julio de 2009 inscribió en nic.cl el dominio estufastoyotomi.cl para crear un sitio web donde promocionar las actividades principales de su empresa, las cuales dicen relación con servicio técnico de estufas a convección y repuestos de varias marcas, para acceder fácilmente a sus clientes. Esta página está enlazada con la página oficial de la empresa del primer solicitante: zcozmar.cl. Recibió un mail el día 8 de julio de 2009 señalando que el dominio pedido sería activado en las próximas 24 horas.
Luego señala que su empresa tiene por giro la fabricación y distribución de artículos electrodomésticos y servicio técnico, dedicándose a esto desde 1980. Distribuye repuestos para estufas a nivel nacional, y como Cozmar e Hijos exporta a todo el mundo, siendo el sustento económico de la familia. Son una empresa unipersonal que tributa en primera categoría del Impuesto a la Renta.
Actualmente, el primer solicitante se dedica al servicio técnico de estufas a convección para distintas marcas y modelos, incluyendo "Toyotomi", desde hace 8 años. Venden mechas, estufas a convección y repuestos para estufas de diversas marcas, ofreciendo servicio técnico a estufas japonesas de convección y radiantes.
Agrega que hace 3 años que venden estufas a convección en Chile, incluyendo sus repuestos, servicios y mechas para estufas de diversas marcas y modelos.
Cuenta con una clientela de unas 1.500 personas, atendiendo durante marzo a agosto unos 15 clientes diarios, bajando a 2 clientes diarios, de comunas como Lo Barnechea, Las Condes, Providencia, Vitacura, Colina (Chicureo), Lampa, Talagante, Maipú y Estación Central.
Sobre las consecuencias del conflicto de autos, se refiere al artículo 22 del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL, que dice que "será causal de revocación de un nombre de dominio el que su inscripción sea abusiva, o que ella haya sido realizada de mala fe". Sobre esto, el primer solicitante señala que el que una inscripción se haya efectuada con abuso implica una actuación comercial prohibida, efectuada para perjudicar a empresas o a los consumidores, aprovechándose de una situación ventajosa; y que el haber actuado de mala fe implica haber inscrito

en dominio .cl por medios ilegítimos o por fraude. Así, la inscripción del dominio de autos no ha sido efectuada de ninguna de estas dos formas, por cuanto se cumplió con la normativa existente y con el ánimo de ejercer el giro de la empresa, cual es la venta y reparación de estufas a convección.
Estima que no concurre en autos la primera causal de registro abusivo del Reglamento de Nic Chile porque el segundo solicitante tiene derechos sobre el nombre "Toyotomi", según el registro N° 621713 del INAPI, pero no sobre el nombre estufastoyotomi.cl, no configurándose la causal señalada. El nombre sobre el cual tiene derechos el segundo solicitante no es idéntico al dominio en disputa ni tampoco la sociedad reclamante "Comercial e Importadora BBR S.A." es conocida de esa forma.

Asimismo, señala que no concurre la segunda causal porque tiene un interés legítimo sobre el dominio, por cuanto lo inscribió cumpliendo la normativa vigente, buscando potenciar tanto la venta como servicio técnico de estufas a convección de diversas marcas, siendo una de ellas la marca Toyotomi.
Lo mismo estima respecto de la tercera causal, porque el dominio fue inscrito cumpliendo la ley, por medios electrónicos y con el solo interés de acrecentar el negocio, aumentar su clientela, obtener mayores ganancias y posicionarse en el mercado, ejerciendo el derecho a desarrollar una actividad económica legítima. Esto se traduce en un interés meramente comercial exento de mala fe.
Adicionalmente, considera que su registro no ha sido de mala fe, porque nunca ha deseado perjudicar al segundo solicitante Comercial e Importadora BBR S.A., que tiene como objeto la importación, exportación, comercialización, distribución, compra, venta de toda clase de productos, mercaderías, bienes de capital o equipos, y de sus partes, accesorios o repuestos, por cuenta propia o ajena: la representación de empresas nacionales o extranjeras" según extracto de constitución de la sociedad, publicado en el Diario Oficial de 24 de febrero de 2006. Este objeto social no dice relación directa con el objeto social del primer solicitante, por cuanto este es servicio técnico y venta de estufas a convección, por lo que no es posible que exista en el primer solicitante una intención de perturbar o afectar su negocio.
Respecto de la causal "Que usando el nombre de dominio, el asignatario de éste, haya intentado atraer con fines de lucro a usuarios de Internet a su sitio web o a cualquier otro lugar en línea, creando confusión con la marca del reclamante" sostiene que el único fin de lucro que ha existido al inscribir el dominio estufastoyotomi.cl ha sido atraer clientes para prestarles servicio técnico a estufas a convección, o bien realizar venta de dichas estufas, pero no crear confusión con la marca "Toyotomi". De hecho, el dominio en disputa podrá potenciar el negocio del segundo solicitante.
Para probar que el actuar del primer solicitante siempre ha sido de buena fe, señala que desde 1980 trabaja en el rubro, primero como Cozmar e Hijos, y ahora como una empresa unipersonal, con una clientela de 1.500 personas, siendo conocido en el mercado, gracias a su experiencia y servicio prestado, como prestador de servicio técnico y venta de mechas y estufas radiantes y a convección. Esto queda demostrado por las copias simples de las boletas de ventas y servicios que se acompañan.
Reitera la idea que desea incrementar las ganancias de su negocio, dar a conocer sus servicios y aumentar su clientela. No busca una ganancia por el nombre en sí, para luego venderlo o arrendarlo, ni tampoco desea confundir a los consumidores, sino que quiere que estos tengan claridad acerca de su actividad, y que la ejerce de forma transparente y responsable.
Concluye su exposición solicitando que se mantenga el dominio en su poder, no dando lugar a la alegación del segundo solicitante.

6.- Para acreditar sus alegaciones el primer solicitante rindió prueba documental, de fojas 14 a 37 consistente en: a) Copia de Cartola Tributaria del Contribuyente, Rut N° 7987601-1, nombre Zagglul Cozmar Verdugo, actividad fabricación de aparatos de distribución y control, obras menores construcción (contratistas, albañiles, carpinteros), venta al por mayor de otros productos N.C.P.; b) Copia del formulario 22 del Servicio de Impuestos Internos, Impuesto Anual a la Renta, año 2009; c) Copias del formulario 29 del Servicio de Impuestos Internos, Pago IVA, correspondientes a los meses marzo a septiembre de 2009; d) Copias de facturas N° 13065, 13083, 13277, 13315, 13727 y 13744, con operaciones relacionadas con el giro de la empresa del primer solicitante; e) Copias de boletas de ventas y servicios N° 128, 182, 286, 324, 743, 1418, 1461 y 2084, con operaciones de venta de

productos y servicios relacionados con el giro de la empresa del primer solicitante; f) print de la página web zcozmar.cl, en que aparece una de las estufas ofrecidas por el primer solicitante.

7.- Demanda arbitral por asignación de nombre de dominio, a fojas 39, presentada por el segundo solicitante, en que solicita le sea asignado el nombre de dominio en disputa en base a los siguientes argumentos de HECHO y de DERECHO. Sostiene que tiene un mejor derecho sobre el dominio de autos, por cuanto el nombre de dominio solicitado incluye la expresión por la cual los productos del segundo solicitante son distinguidos en el comercio, siendo una marca comercial de propiedad del Comercial e Importadora BBR S.A.
Señala que Comercial e Importadora BBR S.A., fundada por Bob Andrés Borowicsz Kralemann, es una empresa legalmente constituida según las leyes chilenas en 2006, empresa que es la representante exclusiva de la marca Toyotomi en Chile. Desde 1995 que el señor Borowicsz comenzó a importar esta marca a Chile de manera informal, para hacerlo como representante desde 2003. Debido a la crisis del gas natural, y a la visión y esfuerzo del segundo solicitante, la marca Toyotomi se ha posicionado en el mercado chileno, gozando de fama y notoriedad en Chile. Así, cualquier estufa a kerosene es conocida como "Toyotomi", independiente de cual sea su fabricante.
Esta marca nació en 1952, siendo líder en Japón, y desarrollando nuevas tecnologías relativas a productos a parafina y eléctricos. Tiene presencia en 10 países, incluidos Estados Unidos y parte de Europa.
En nuestro país, las estufas Toyotomi son vendidas en todo Chile a través de Falabella y Homecenter, ambas empresas líderes en sus mercados. Las ventas han llegado a las 60.000 unidades en lo que va del año, todo esto gracias a años de esfuerzo y trabajo de Comercial e Importadora BBR S.A.
Sostiene que el producto vendido por esa parte son estufas de la marca Toyotomi. Siendo así, la frase "estufas Toyotomi" es prácticamente inseparable, y se usa a diario en el mercado, sea a través de la publicidad o por la manera en que se reconocen estos productos. Agrega que esa parte tiene derechos preexistentes sobre la expresión estufastoyotomi.cl porque es titular de un registro y de dos solicitudes de registro ante el INAPI, las cuales ya superaron con éxito todos los exámenes jurídicos, restando sólo la acreditación del pago de derechos fiscales, trámite meramente administrativo.
Respecto del Derecho, señala que tanto en el Derecho Comparado, en la normativa interna vigente y en la jurisprudencia se ha sostenido que existente hay una relación clara e íntima entre nombres de dominio y marcas comerciales, por cuanto ambos comparten múltiples características comunes, al poseer un rol identificador y distintivo de los diversos bienes y servicios que se ofrecen a través de internet. Por esto es que al resolver sobre un nombre de dominio debe considerarse la titularidad de los registros marcarios que existen respecto a un signo distintivo que se encuentra íntegramente contenido en el dominio solicitado.
Invoca en este sentido la Política Uniforme de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (ICANN), cuyos principios habrían sido recogidos en los artículos 20, 21 y 22 del Reglamento NIC Chile, los cuales se verían vulnerados si se asignara el dominio a la contraria.
Estima que el núcleo del dominio en disputa es la expresión "Toyotomi", no así la palabra "estufa". La primera distinguirá al dominio en el mercado, pues estufa es genérica, y hace alusión al producto que se vende por medio del dominio de Internet. De su parte, estima que estufastoyotomi.cl hace alusión directa y explícita a los productos que el segundo solicitante vende por medio de las marcas antes citadas. Siendo así, tanto los usuarios de internet como el público consumidor en general incurrirían en error pues pensarán que acceden al sitio web en que se comercializan los productos cuya representación es exclusiva de BBR S.A., mientras en realidad estarán accediendo al sitio web de un competidor, lo que está ocurriendo mientras se desarrolla el conflicto de autos, atendido que el primer solicitante, en su derecho de usar el nombre de dominio, mantiene alojado un sitio web por el cual se ofrecen idénticos productos y servicios que los ofrecidos por el segundo solicitante en su sitio toyotomi.cl. Así, por medio de un nombre de dominio que contiene en su composición la marca Toyotomi se están comercializando estufas de kerosene de una diversa marca y ofreciendo el arriendo de estos equipos a los consumidores, siendo estos mismos rubros que los explotados por BBR S.A.

Agrega que los nombres de dominio permiten identificar en internet a personas u organizaciones de forma fácil, sencilla, eficaz y eficiente. Así, los usuarios de internet que conocen e identifican a una determinada organización, empresa o persona mediante una designación determinada poseen la legítima expectativa de hallar en internet a dicha organización, persona o empresa. Hay una asociación cognitiva entre un nombre de dominio y la designación que individualiza a una persona, organización o empresa, existiendo una especie de fe pública en que el nombre de dominio de un sujeto determinado tendrá correspondencia con el nombre o actividad que lo individualiza y distingue en el mercado. De ahí la importancia de una correcta asignación de un nombre de dominio, lo que se manifiesta en la práctica en la creación de reglamentos de atribución que permitan la mayor transparencia, justicia y equidad en internet. Este último es uno de los canales a través del cual Comercial e Importadora BBR S.A. desarrolla y difunde sus actividades en cumplimiento de sus objetivos. De otorgarse el dominio al primer solicitante se estaría violentando la normativa vigente y se avalaría una práctica que busca confundir a los consumidores.
Alude luego al artículo 22 del Reglamento de Nic Chile, en el sentido que BBR S.A. cuenta con marcas registradas y solicitudes en trámite que han sido aceptadas como registro por la autoridad competente para la expresión "Toyotomi", componente esencial del dominio pedido. El sustantivo "estufas" denomina el producto ofrecido por ambos solicitantes, haciendo engañosamente similar a la marca registrada por el segundo solicitante, razones por las cuales se tiene configurado este requisito.

Agrega que el señor Cozmar no tiene derecho alguno sobre el dominio, por cuanto no tiene marcas registradas que pueda invocar ni es conocido en el mercado por ese nombre.
"Que el nombre de dominio haya sido inscrito y se utilice de mala fe": Este punto se demuestra por cuanto se configura la causal impuesta en el artículo 22, inciso tercero, letra d: "Que usando el nombre de dominio, el asignatario de éste, haya intentado atraer con fines de lucro a usuarios de Internet a su sitio web o a cualquier otro lugar en línea, creando confusión con la marca del reclamante". Señala que tiene tres solicitudes de dominio en conflicto con el primer solicitante: estufastoyotomi.cl, serviciotecnicotoyotomi.cl y toyotomichile.cl. En las tres existe un elemento común: la palabra "Toyotomi", respecto de la cual BBR S.A. tiene mejores derechos. De lo anterior es posible concluir que el rubro para el cual se usarían estos dominios (y actualmente están siendo usados) es el mismo protegido por las marca comercial de que es titular el segundo solicitante. Por esto, no queda sino concluir que el primer solicitante está haciendo uso de su nombre de dominio con el objeto de "atraer con fines de lucro" a los usuarios de internet, "creando confusión en el mercado", configurándose así la causal citada.
Agrega que si bien el principio que funda la asignación de nombres de dominio en el criterio "First come, First Served", esta regla no es absoluta, por cuanto existen mecanismos de resolución de conflictos para la asignación de nombres de dominio, que se aplican cuando el referido principio no puede aplicarse. Al respecto invoca el artículo 14 del Reglamento para el Funcionamiento del Registro de Nombres de Dominio CL, en tanto impone limitaciones a este principio al radicar en el solicitante la responsabilidad de verificar que el dominio solicitado no afecta los derechos de terceros. Considera que solicitar un dominio compuesto por dos vocablos, uno de los cuales individualiza los productos ofrecidos por la competencia, y otro que compone la marca del competidor para ofrecer productos propios de una marca diferente, se está incurriendo en una práctica de competencia desleal y de la ética mercantil, constituyendo un aprovechamiento abusivo del buen nombre del segundo solicitante.
Concluye su presentación señalando que de otorgarse el dominio al primer solicitante se estarían contrariando las ideas y principios que inspiraron la existencia de un reglamento como el de NIC Chile, por cuanto debe permitirse la correcta identificación de los sujetos que participan en internet, alcanzando la confianza óptima del público usuario, permitiéndoles encontrar en los diferentes sitios de internet a los sujetos que desean encontrar.

8.- Que para acreditar su mejor derecho el segundo solicitante presentó prueba documental consistente en: a) copias de registros marcarios emanados del INAPI, de fojas 44 a 48, correspondientes a los siguientes registros marcarios: i.- Marca Toyotomi, palabra o denominación, N° de solicitud

538160, de fecha 03.08.2001, registro N° 621713, de 25.07.2007, clase 11C que incluye todos los productos de la clase; ii.- Marca Toyotomi, N° de solicitud 851709, de 14.01.2009, y de registro 865883, de 10.11.2009, clase 4X,que incluye combustibles, parafinas, gasolinas; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo, del tipo palabra o denominación; iii.- Marca Toyotomi, N° de solicitud 851710, de fecha 14.01.2009, y registro N° 865898, de 10.11.2009 clase 21X que incluye utensilios y recipientes para el menaje; bidón, del tipo palabra o denominación; b) Resultados de búsqueda en google.cl del término "estufas toyotomi", que obran a fojas 49 y 50; c) A fojas 51 y 52 consta print de la página estufastoyotomi.cl, que da cuenta de la intención del primer solicitante de atraer clientela a su sitio web; d) De fojas 53 a 55 constan fotografías de un vehículo con la palabra "Toyotomi", un local "Toyotomi" y muebles usados en grandes tiendas con la leyenda "Toyotomi"; e) De fojas 56 a 78 constan catálogos y publicaciones efectuadas por la marca Toyotomi en diarios como La Tercera, El Mercurio y Falabella, además de la inclusión en autos de un catálogo promocional Toyotomi.

9.- El primer solicitante, a fojas 80, evacúa traslado. Señala que da por reproducidos en forma completa e íntegra lo señalado en su primera presentación. Agrega que el segundo solicitante señaló que actualmente es el representante en Chile de la marca Toyotomi, siendo uno de sus rubros la venta de estufas de dicha marca, por lo que la frase "estufas Toyotomi", sería prácticamente inseparable y distinguiría los productos que comercializa. El primer solicitante no pone en duda que su contraparte sea el representante exclusivo de Toyotomi, pero no puede afirmar que el hecho que a dicha marca se le pueda anteponer la palabra "estufa", de carácter genérico y común, distinga o diferencie los productos que ella comercializa.
Señala que Comercial e Importadora BBR S.A. manifestó tener un registro marcario y dos solicitudes en trámite, lo que haría que al resolverse la titularidad del nombre de dominio se debería considerar la titularidad de los registros marcarios existentes. El que dos solicitudes estén en trámite no da ningún derecho, por cuanto la inscripción del registro no se encuentra perfecta. Por esto, cabe hablar de la existencia de sólo un registro, que pertenece a la clase 11, esto es "aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de cocción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias". El rubro del primer solicitante es mucho más amplio que el del segundo solicitante. Además de vender estufas, presta servicio técnico, lo que la marca "Toyotomi" no distingue por sí sola. Por esto, el nombre estufastoyotomi.cl es más amplio que la sola marca "Toyotomi", no compartiendo ni un rol identificador ni distintivo. Señala al respecto que el segundo solicitante tiene derechos sobre el nombre "Toyotomi", según registro N° 621713 del INAPI, pero no sobre estufastoyotomi.cl, por lo que no se configura esta causal.
Considera que no es efectiva la posible confusión a los consumidores y atentado al bien común de los mismos, por cuanto es de toda lógica y legalidad que el nombre de dominio estufastoyotomi.cl por cuanto es el primer solicitante, y no ocasiona confusión a los consumidores. Señala que habrá un beneficio porque aumentará el número de oferentes de estufas a convección, entre ellas de la marca Toyotomi, teniendo acceso fácil, directo y con conocimiento del servicio técnico que el primer solicitante brinda. Considera asimismo que su actuar no ha sido abusivo, por cuanto cumplió con la normativa existente y con el ánimo de comercializar en su giro, como es la venta y reparación de estufas a convección.
Agrega que tiene un interés legítimo en el dominio, porque lo inscribió siguiendo la legislación correspondiente, con la intención de potenciar su actividad comercial.

Solicita tener por evacuado el traslado conferido.

10.- El segundo solicitante, a fojas 84, presenta escrito que el tribunal tuvo presente. Sostiene que el primer solicitante acreditó de manera suficiente que el giro de su negocio consiste en la fábrica y distribución de artículos electrodomésticos y de servicio técnico, con lo cual no hace más que reconocer que es competidor directo del segundo solicitante. Así, se dedica al rubro para el cual BBR tiene un privilegio marcario sobre el nombre Toyotomi.

Agrega que para que no haya mala fe no es suficiente que se haya registrado el dominio siguiendo el procedimiento establecido en el Reglamento de Nic Chile porque se trata de un procedimiento es único, independiente de la buena o mala fe de los solicitantes. Para remediar estos casos se ha establecido, en el mismo Reglamento, un sistema de resolución de conflictos. Considera que la inscripción del primer solicitante es abusiva porque cuanto Toyotomi es una marca registrada por su competidor directo, por lo que no queda sino concluir que la intención de éste al inscribir un nombre como el de autos es el de atraer engañosamente a los consumidores hacia los productos y servicios ofrecidos por el primer solicitante bajo la ilusión de estar en presencia de los servicios y productos ofrecidos por su máximo competidor. Este tipo de maquinación fraudulenta se llama en derecho mala fe, siendo recogido por el Reglamento citado y el ordenamiento jurídico en su conjunto.
Considera que en sus dichos el primer solicitante reconoce que a través del uso del nombre de dominio en disputa busca acrecentar su negocio, aumentar su clientela y obtener mayores ganancias y posicionarse aún más en el mercado, ejerciendo su derecho a desarrollar una actividad económica legítima. De estos dichos y de los documentos acompañados por el primer solicitante no queda sino concluir que éste es un competidor directo de BBR, y que sin ser conocido por el nombre Toyotomi lo ha inscrito, en perjuicio del prestigio del segundo solicitante, sus derechos de propiedad industrial del público consumidor, así como de la competencia leal y la ética mercantil.

11.- Que a fojas 87 se citó a las partes a oír sentencia.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que para la resolución de los conflictos por asignación de nombres de dominio se ha establecido un sistema de arbitraje basado en las normas de los arbitradores, debiendo escuchar a las partes, analizar sus argumentaciones y pruebas, fallando de acuerdo a lo que la recta razón le impongan, de acuerdo a su real saber y entender.
En el caso de autos, ha correspondido analizar cual de las partes en conflicto detenta un mejor derecho a la expresión estufastoyotomi.cl, para lo cual ha debido apreciar la documental rendida en autos y las argumentaciones de las parte, en cuanto constituyen confesión de las intenciones tenidas al momento de registrar y usar el nombre de dominio.

SEGUNDO: Que el segundo solicitante basa su solicitud en la titularidad de la marca toyotomi registrada y vigente en chile. Asimismo, considera que la expresión estufa, si bien es indisoluble respecto de esta marca, no le agrega mayor distintividad. De su parte el primer solicitante basa su defensa en el hecho de haber registrado primero el nombre de dominio y tener un interés que estima legitimo al mismo, consistente en su ánimo de atraer público consumidor a su página web e incrementar su negocio.

TERCERO: Que uno de los principios básicos de la ética mercantil consiste en el uso de adecuado de los signos distintivos, de manera tal que no se afecten los derechos legítimamente constituidos. Menos aún se ha legitimado en nuestro ordenamiento jurídico, el uso de marcas de terceros con la finalidad de atraer clientes a la competencia. En el caso de autos, analizado el sitio web de la primera solicitante, aparece que comercializa estufas de una marca diferente de la que corresponde a la marca protegida de contrario. Lo cual, sumado a los dichos del primer solicitante, permiten configurar la causal de registro abusivo contenida en el Reglamento de Nic Chile.

CUARTO: Que en cuanto a las demás solicitudes de marca aludidas por la segunda solicitante, esta árbitro ha verificado que han sido concedidas con fecha 11 de noviembre de 2009 por lo que también se encuentran vigentes a la época de esta sentencia. De su parte, el primer solicitante no ha acreditado tener derechos a la expresión estufastoyotomi, diferentes de ser una empresa del sector de las estufas, lo cual resulta del todo insuficiente como para aplicar en principio first come first served al caso de autos.

QUINTO: Que los nombres de dominio constituyen localizadores de los recursos publicados por las personas en Internet. Este medio, para gozar de la confianza necesaria para funcionar adecuadamente, exige que las personas se identifiquen en ella de manera correcta y adecuada. Ello porque en este medio se busca construir la confianza respecto de que quienes se identifican en el mundo analógico de una cierta manera, utilizarán nombres similares en su presencia en el ciberespacio. Siendo así, uno de los antecedentes a considerar en la resolución de conflictos por asignación de nombres de dominio es si alguna de las partes se identifica de manera cierta y efectiva en el mundo analógico a través del nombre de dominio solicitado y/o alguna cadena de caracteres análoga. En el caso de autos, el concepto estufastoyotomi claramente evoca a las estufas de esa marca, ampliamente conocidas en su actuación en el mercado de la calefacción.

SEXTO: Que en consecuencia, habrá de acogerse la demanda del segundo solicitante, consolidando bajo su titularidad el nombre de dominio en disputa, rechazándose la solicitud de registro del primer solicitante.

Y Visto además lo dispuesto en el Reglamento para la Administración del Registro de Nombres de Dominio .cl, se resuelve:

Se acoge la demanda del segundo solicitante, asignando el nombre de dominio estufastoyotomi.cl en el segundo solicitante COMERCIAL E IMPORTADORA BBR S.A., ya individualizado en autos.
Condénase en costas al primer solicitante.

Resolvió

Lorena Donoso A.
Arbitro

Carlos Reusser Monsálvez
Actuario

Sentencia dictada ante los testigos de actuación:

Cristián Carril Abarca
C.I. 16.209.067-4

Diego Sepúlveda Salazar
16.386.315-4

CC.: lorena.donoso@gmail.com; zcozmar@zcozmar.cl; npespinosap@yahoo.com; dominios@alessandri.cl; dominiosalessandri@tecnolex.cl; jia@jia.cl; adawson@alessandri.cl; fallos@legal.nic.cl