Partes: Christian Patricio Leyton López

Plaza Vespucio S.A., Rep. por Porzio, Ríos y Asociados (PLAZA VESPUCIO S A)

Santiago, veinticinco de enero de dos mil nueve

VISTOS:

- 1.- OFICIO OF10846, de fecha 24 de Junio de 2009, fojas 1, por el que NIC Chile designa a la suscrita como árbitro para la resolución del conflicto por asignación del nombre de dominio **plazasinmobiliarias.cl**, suscitado entre **Christian Patricio Leyton Lopez**, RUT: 10.601.412-4, domiciliado en Victoria Subercaseaux 41 dpto. 701, Santiago, Santiago y **Plaza Vespucio S.A.**, RUT: 96.538.230-5, representada por Porzio, Ríos y Asociados, domiciliado en Av. El Golf N° 40, piso 13, 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.- Acta de fojas 13, en que consta la realización de la audiencia decretada en autos, con la sola comparecencia del segundo solicitante, por lo que no fue posible el llamado a conciliación, procediéndose derechamente a la fijación del procedimiento arbitral.
- 4.- Demanda arbitral del segundo solicitante de fojas 20 en que solicita le sea asignado el nombre de dominio, por considerar que esa parte detenta un mejor derecho al mismo, en base a los siguientes argumentos de HECHO y de DERECHO: señala que Plaza Vespucio S.A. es la empresa administradora de centros comerciales más importante de Chile. Es titular y legítimo representante de la cadena de centros comerciales Mall Plaza, que se encuentran en varias ciudades de todo Chile, contabilizando un total de 10, entre los que destacan Mall Plaza Antofagasta, Mall Plaza Vespucio, Mall Plaza Norte, Mall Plaza Oeste, Mall Plaza del Trébol y Mall Plaza Sur. Agrega que 6 de ellos se ubican en el Gran Santiago. También cuentan con un centro en Perú, en la ciudad de Trujillo, llamado Mall Aventura Plaza Trujillo.

Luego, hace una síntesis de la historia de Mall Plaza, que nace en 1990, con la construcción de Mall Plaza Vespucio, incorporándose posteriormente la cadena AutoPlaza, salas de exposiciones del Museo Nacional de Bellas Artes, centros de diversión y salas de la Sociedad Chilena del Derecho de Autor. Luego, se incorpora el Instituto Profesional Duoc UC y sucursales de Integramédica. Estima que en consecuencia Mall Plaza puede considerarse como el centro comercial más grande en Chile.

Agrega que cuenta con variadas marcas relacionadas a Mall Plaza, como "Plaza Multimedia", "Plaza Cine", "Mundomujer Mall Plaza", "Mundodeporte Mall Plaza", "Las Terrazas de Mall Plaza", etc. Así, es propietaria de de diversas solicitudes para la marca "Plaza Inmobiliaria", pues forma parte de un proceso de desarrollo de negocios a implementarse a corto plazo. Asimismo, estima importante proteger tanto la marca Mall Plaza como las relacionadas a ésta. Sostiene que las sociedades Plaza Vespucio S.A. y Plaza Oeste S.A. son sociedades relacionadas, y por una decisión estratégica todas las solicitudes de marca y/o registros de éstos queden a nombre de un solo titular. Agrega luego que además es dueño del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl.

Es así como sintetiza que plaza Vespucio S.A. creó y es titular de la marca "Mall Plaza", que es famosa y notoria, creándose bajo el alero de ésta la marca "Plaza Inmobiliaria", que forma parte de un plan de desarrollo de negocios a implementarse

Considera que la marca "Plaza Inmobiliaria" corresponde a una creación de su representado, que justifican sus derechos sobre el nombre de dominio plazasinmobiliarias.cl, lo cual se acreditaría porque tanto las solicitudes de marca como el nombre de dominio son de una fecha anterior a la solicitud del nombre de dominio presentada por el primer solicitante.

Agrega que el nombre de dominio solicitado es casi idéntico con las marcas y nombre de dominio de que es titular, pues los contiene íntegramente y sólo le adiciona las letras "s", lo que no da distintividad alguna al nombre de dominio en disputa, sino que sólo la pluraliza, sin otorgar ningún elemento conceptual, gráfico y/o fonético.

Agrega que se han cumplido con las normas de procedimiento establecidas en el Reglamento de NIC Chile para la solicitud de inscripción de nombres de dominio, en cuanto a los plazos de solicitud y el pago de la tarifa respectiva.

Estima que la solicitud de la contraria le provoca un grave daño, por cuanto el público consumidor asociará el dominio en disputa con la marca, nombre, logo e imagen corporativa de "Plaza Inmobiliaria", de propiedad del segundo solicitante, lo que generará confusión entre los consumidores y perjuicios económicos para Plaza Vespucio S.A. Como contraparte, esto constituye un gran beneficio para el asignatario de dicho nombre de dominio, por cuanto se beneficiará de la fama y buen nombre del segundo solicitante, siendo evidente que no existe ningún esfuerzo creativo, tratándose de una copia casi literal de una marca y de un nombre de dominio que tiene un titular.

Señala que el primer solicitante no tiene derechos legítimos sobre el dominio en disputa. Que antes de esta solicitud registró el nombre de dominio plazainmobiliaria.cl, como primer solicitante, a lo cual Plaza Vespucio S.A. se opuso, obteniendo el nombre de dominio, del cual es titular en la actualidad. De esto deduce que el señor Leyton conoce la marca y nombre de dominio "Plaza Inmobiliaria" del segundo solicitante, siendo la actual solicitud un intento por obtener un nombre de dominio equivalente al dominio pedido anteriormente. Considera que esto probaría la mala fe del primer solicitante.

Reitera sus argumentos en el sentido de que de otorgarse el nombre de dominio en disputa al primer solicitante habría confusión en el público consumidor, pudiendo verse perturbados los negocios de Plaza Vespucio S.A., al poder vender o arrendar el nombre de dominio en disputa y obtener valiosa información acerca de la marca del segundo solicitante, mediante el uso de sistemas de registro tales como "cookies" u otros similares, basados en el tráfico y preferencias de los usuarios de internet. Siendo así, el uso del dominio plazasinmobiliarias.cl sería contrario al principio de la buena fe y la ética mercantil. En este aspecto cita el artículo 14 inciso primero de la Reglamentación de NIC Chile.

En cuando a las argumentaciones de derecho, sostiene que es posible definir un nombre de dominio como una identificación electrónica de un sitio web en internet, pudiendo ubicarse un contenido específico en la red. Los nombres de dominio permiten usar diversos servicios asociados a internet, como páginas web, correos electrónicos, etc. Cada uno de los nombres de dominio debe ser únicos, pudiendo apuntar sólo a un servidor.

Así, debido a la importancia de internet como medio de comunicación y obtención de información, los nombres de dominio se asocian a nombres, palabras, marcas comerciales, etc. con la idea de facilitar la identificación a los internautas y como una forma de clasificar u ordenar la información a la cual se desea acceder, siendo común que se asocie de forma directa el nombre de dominio respectivo con los nombres, marcas, cosas, empresas o grupos a los cuales efectivamente se identifica esa "denominación". Dicho esto, es habitual que una empresa o marca conocida tenga un nombre de dominio en internet, como ocurriría con Plaza Vespucio, titulares de la marca "Plaza Inmobiliaria" y titulares del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl y segundo solicitante del dominio en disputa.

Esta parte agrega que si bien no existe aún una asignación del dominio, en el caso de autos se configura lo dispuesto en los artículos 20 y 22 del Reglamento de Nic Chile porque el registro del señor Leyton sobre plazasinmobiliarias.cl vulnera sus derechos en relación a la marca "Plaza Inmobiliaria" y al nombre de dominio plazainmobiliaria.cl.

Estima que no sólo se violan derechos adquiridos por terceros, sino que normas sobre abuso de publicidad y principios de competencia leal y de la ética mercantil.

Señala que el artículo 14 del Reglamento de Nic Chile busca respetar el principio de la buena fe, definido en el diccionario de la Real Academia Española como "rectitud, honradez", y en el campo del derecho como la "convicción en que se halla una persona de que hace o posee una cosa con derecho legítimo".

6.- Que para acreditar su mejor derecho la segunda solicitante rindió prueba documental consistente en: a) Copia de inscripción de registro del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl, emanado de NIC Chile, asignado a Plaza Vespucio S.A. con fecha 09.03.2009, a fojas 35; b) Copia de solicitud del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl, efectuada por el señor Christian Patricio Leyton López, con fecha 17.02.2009, de fojas 36 a 37; c) Impresión de consulta a la Base de datos de INAPI de fojas 41 a 49, que da cuenta de las siguientes solicitudes marcarias a nombre de Plaza Oeste S.A. i.- Marca Plaza Inmobiliaria, N° de solicitud 820048, de15.05.2008, publicada el día 05.09.2008, clase 36X, para distinguir servicios inmobiliarios en general, incluyendo administración, gestión, arrendamiento y corretaje de inmuebles. Información en materia de servicios y negocios inmobiliarios, información en materia de créditos hipotecarios, leasing habitacional, bienes raíces, ofertas y disponibilidad de todo tipo de inmuebles. Asesorías, consultas e informaciones, por cualquier medio, en materias inmobiliarias, del tipo palabra o denominación; ii.- Marca Plaza Inmobiliaria, Nº de solicitud 838875, de 29.09.2008, publicada el día 09.01.2009, clase 35X que incluye servicios de venta y comercialización de toda clase de productos, al por mayor y/o al detalle. Servicios de importación, exportación y representación de toda clase de productos. Organización de eventos y ferias con fines comerciales o de publicidad. Servicios de asesorías para la organización y dirección de negocios. Servicios de ayuda en la explotación o dirección de empresas comerciales. Servicios de difusión de publicidad por cualquier medio de toda clase de productos y servicios. Agencia de publicidad, servicio de propaganda o publicidad radiada y televisada. Servicios de mercadeo (marketing), incluyendo servicios de estrategias de promoción, distribución y precio de toda clase de productos y servicios; asesorías con relación a dichos servicios. Telemarketing. Promoción de bienes y servicios de terceros mediante la colocación de avisos publicitarios y la exposición promocional en sitios electrónicos accesibles por medio de redes computacionales. Servicios de promoción de bienes y servicios a través de la entrega de información a los consumidores y usuarios, de tarjetas de beneficios asociados a programas de acumulación de puntos, bonos u otras formas de cuantificar o valorizar el uso de estas tarjetas y/o descuentos promocionales, tales como premios y beneficios adicionales, comercio electrónico y servicios de compra y venta al público de todo tipo de productos por internet, correo o por medio de una comunicación interactiva de datos, mensajes, imágenes, textos y combinaciones de estos, por medios computacionales, world wide web y otras redes de bases de datos, del tipo mixta; iii.- Marca Plaza Inmobiliaria, Nº de solicitud 838876, de 29.09.2008, publicada el día 02.01.2009, de la clase 36X que incluye servicios de tarjetas de crédito y de venta. Servicios de crédito y giro de dinero a través de tarjetas. Servicios de otorgamiento de crédito y préstamos mutuos de todo tipo de recepción de depósitos de cualquier forma. Otorgamiento de créditos y préstamos y descuentos especiales, incluyendo descuentos en tiendas, empresas y servicios con quienes se haya contratado dicho servicio; pagos a plazo; administración y contratación de cuentas corrientes mercantiles; constitución, inversión y administración de capitales y fondos; corretaje, administración, información e intermediación de seguros de todo tipo; emisión de cheques de viaje. Operaciones de crédito y sistemas pre-pago. Sistemas de cobro anticipado con mecanismos de cargo a montos de crédito a medida que se genera el uso del servicio. Operaciones de crédito y financiamiento. Operaciones de prestación de servicios a libre requerimiento del acreedor, hasta completar montos o cupos prepagados. Servicios de cobranza judicial y prejudicial de deudas y alquileres. Administración de fondos de inversiones, corredores de valores y bienes, agencia de cambio, compensación y trust de inversiones, todos los servicios de una agencia inmobiliaria, leasing, compañía holding. Servicio de corretaje en general y desarrollo de negocios inmobiliarios, tales como explotación y adquisición de terrenos. Financiamiento de empresas mineras, comerciales, agrícolas, forestales y civiles. Sociedad Inmobiliaria, administración y alquiler de inmuebles. Servicios de estimación de bienes inmobiliarios y capitales. Asesoría financiera, corredores de bolsa, agente de valores, de clearing. Servicios de crédito relacionados con viajes efectuados por cualquier medio aéreo, marítimo y terrestre, del tipo mixta; iv.- Marca Plaza Inmobiliaria, N° de solicitud 838884, con fecha 29.09.2008, publicada el día 09.01.2009, de la clase 35X que incluye servicios de venta y comercialización de toda clase de productos, al por mayor y/o al detalle. Servicios de importación, exportación y representación de toda clase de productos. Organización de eventos y ferias con fines comerciales o de publicidad. Servicios de asesorías para la organización y dirección de negocios. Servicios de ayuda en la explotación o dirección de empresas comerciales. Servicios de difusión de publicidad por cualquier medio de toda clase de productos y servicios. Agencia de publicidad, servicio de propaganda o publicidad radiada y televisada. Servicios de mercadeo (marketing), incluyendo servicios de estrategias de promoción, distribución y precio de toda clase de productos y servicios; asesorías con relación a dichos servicios. Telemarketing. Promoción de bienes y servicios de terceros mediante la colocación de avisos publicitarios y la exposición promocional en sitios electrónicos accesibles por medio de redes computacionales. Servicios de promoción de bienes y servicios a través de la entrega de información a los consumidores y usuarios, de tarjetas de beneficios asociados a programas de acumulación de puntos, bonos u otras formas de cuantificar o valorizar el uso de estas tarjetas y/o descuentos promocionales, tales como premios y beneficios adicionales, comercio electrónico y servicios de compra y venta al público de todo tipo de productos por internet, correo o por medio de una comunicación interactiva de datos, mensajes, imágenes, textos y combinaciones de estos, por medios computacionales, world wide web y otras redes de bases de datos, del tipo palabra o denominación; v.- Marca Plaza Inmobiliaria, Nº de solicitud 838885, con fecha 29.09.2008, publicada el día 02.01.2009, de la clase 36X que incluye servicios de tarjetas de crédito y de venta. Servicios de crédito y giro de dinero a través de tarjetas. Servicios de otorgamiento de crédito y préstamos mutuos de todo tipo de recepción de depósitos de cualquier forma. Otorgamiento de créditos y préstamos y descuentos especiales, incluyendo descuentos en tiendas, empresas y servicios con quienes se haya contratado dicho servicio; pagos a plazo; administración y contratación de cuentas corrientes mercantiles; constitución, inversión y administración de capitales y fondos; corretaje, administración, información e intermediación de seguros de todo tipo; emisión de cheques de viaje. Operaciones de crédito y sistemas pre-pago. Sistemas de cobro anticipado con mecanismos de cargo a montos de crédito a medida que se genera el uso del servicio. Operaciones de crédito y financiamiento. Operaciones de prestación de servicios a libre requerimiento del acreedor, hasta completar montos o cupos prepagados. Servicios de cobranza judicial y prejudicial de deudas y alquileres. Administración de fondos de inversiones, corredores de valores y bienes, agencia de cambio, compensación y trust de inversiones, todos los servicios de una agencia inmobiliaria, leasing, compañía holding. Servicio de corretaje en general y desarrollo de negocios inmobiliarios, tales como explotación y adquisición de terrenos. Financiamiento de empresas mineras, comerciales, agrícolas, forestales y civiles. Sociedad Inmobiliaria, administración y alguiler de inmuebles. Servicios de estimación de bienes inmobiliarios y capitales. Asesoría financiera, corredores de bolsa, agente de valores, de clearing. Servicios de crédito relacionados con viajes efectuados por cualquier medio aéreo, marítimo y terrestre, del tipo palabra o denominación.

- 7.- Que el primer solicitante no compareció al juicio arbitral.
- 8.- Que a fojas 51 se citó a las partes a oír sentencia.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que el conflicto e autos dice relación con la determinación de cuál de las partes en disputa detenta un mejor derecho respecto del nombre de dominio plazasinmobiliarias.cl, registrado en primer lugar por don **Christian Patricio Leyton López** y como segundo solicitante **Plaza Vespucio S.A.**, único solicitante que ha comparecido en autos, pues el primer solicitante no compareció en autos, pese a haber sido emplazado en los términos previstos por el reglamento de Nic Chile, con contradijo los argumentos de la contraria ni allegó antecedentes que permitan a esta árbitro discernir respecto de si su solicitud afectará ilegítimamente los derechos de la segunda solicitante. Asimismo, se ha verificado que a la fecha de esta sentencia el dominio no ha sido activado por esa parte.

SEGUNDO: Que de su parte el segundo solicitante esgrimió derechos marcarios que le amparan respecto de la expresión "plaza" y solicitudes de registro marcario para la expresión plaza inmobiliaria. Adicionalmente esta parte ha hecho presente la trayectoria empresarial de esa parte y los derechos que le asisten como creador de la expresión mal plaza.

Que respecto del primer argumento es necesario tener presente que las solicitudes de registro de marca no otorgan derechos preferentes a quien las presentan, sino que se constituyen en una mera expectativa, para el caso que los mismos sean acogidos por la autoridad administrativa. En el caso de autos, consultadas las bases de datos del Instituto nacional de Propiedad Industrial se ha verificado que con fecha 22 de enero del año en curso se ha rechazado la solicitud de marca registro N°820048, una de las cuales ha sido esgrimida por el segundo solicitante, resolución que la autoridad administrativa basa en la falta de distintividad de la marca solicitada.

TERCERO: Que respecto de la titularidad del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl esgrimida por la segunda solicitante, si bien es efectivo que el segundo solicitante es titular de este nombre de dominio, se ha verificado por esta árbitro que el mismo no ha sido activado, lo cual resta seriedad a la solicitud formulada en estos autos, por cuanto teniendo un nombre de dominio idéntico a la marca solicitada en INAPI y que este organismo declaró no registrable, lo mantiene en desuso, afectando la convicción de esta árbitro en orden a si le asiste un interés serio en el registro del nombre de dominio de autos, que conduzca al uso natural de un signo de este tipo, cual es su usabilidad en la distintividad de personas, bienes y/o servicios en el entorno virtual.

CUARTO: Que hoy en día, el carácter mnemotécnico de los nombres de dominio los ha esgrimido en factores esenciales del funcionamiento de la Red Internet, pues atendido el grado de complejidad que ha alcanzado este medio, resultan esenciales para la localización de las personas y entes que se desenvuelven y desarrollan sus actividades cotidianas en el entorno virtual. Es en este sentido que en forma secundaria les asiste el carácter de "secondary meaning" o "distintividad sobrevenida". Sin embargo, pese a que se les ha reconocido esta relevancia, los nombres de dominio no han sido reconocidos en la legislación como identificadores sobre los que se proyecten los derechos exclusivos de los titulares de propiedad intelectual, industrial o incluso patronímico, sin perjuicio de constituir éstos elementos a los que deberemos atender, a fin de evitar usos indiscriminados o abusivos de los mismos, que puedan inducir a error a los usuarios de la Red Internet o incluso puedan causar perjuicios a quienes teniendo legítimas aspiraciones de inscribirlos a su nombre, vean afectados sus derechos por inscripciones previas.

QUINTO: Que en el evento de producirse inscripciones competitivas, el Reglamento de NIC Chile y la doctrina y jurisprudencia de Derecho nacional y Derecho Comparado han sentado las bases y principios en orden a solucionar el conflicto y definir la asignación definitiva o

consolidación del nombre de dominio. La finalidad de aplicación de estos principios es la determinación de cuál de las partes detenta un mejor derecho al nombre de dominio en disputa. Una vez aplicados estos criterios sin que la balanza se incline hacia alguno de los solicitantes en competencia, el árbitro deberá decidir conforme a su real saber y entender y conforme a la equidad, aplicando el principio "first come, first served", aforismo técnico que viene a recoger el ya conocido aforismo jurídico "prior in tempore prior in iure", que en esta materia se ve potenciado por cuanto, atendidas las condiciones técnicas del funcionamiento de la Red, "el primero que llega es el único servido". Es en este sentido que se considera que este principio representa la última ratio.

SEXTO: Que en efecto, en nuestro derecho la buena fe se presume y tratándose del primer solicitante, el interés legítimo emana de el hecho de registrar el nombre de dominio. De su parte, de los derechos marcarios emanan derechos exclusivos, pero restringidos por los principios de especialidad y territorialidad marcaria. Finalmente, tratándose de términos genéricos nuestro derecho ha considerado que no son susceptibles de registro marcario por lo que malamente podrían esgrimirse los argumentos de dilución invocados por la segunda solicitante. Máxime si el argumento central de mejor derecho del segundo solicitante es la necesidad de proteger la marca "plaza inmobiliaria", que ha sido denegado por la autoridad.

SEPTIMO: Que la circunstancia de que la segunda solicitante sea titular del nombre de dominio plazainmobiliaria.cl, sin darle el uso que naturalmente les corresponde, diluye el argumento que esta misma parte invoca, en cuanto a la necesidad de evitar la dilución de los signos de que es titular, pues es esta misma parte la que con su actitud contribuye a dicha situación, puesto que los usuarios de Internet, en su utilización, serán reconducidos a páginas vacías de contenido, en las que a lo sumo se visualiza un mensaje "dominio protegido", sin que siquiera se reconduzca al sitio web efectivamente utilizado. De esta forma, el que esa parte, pese a ser titular de distintos nombres de dominio sólo utilice efectivamente "mallplaza.cl", hacen presumir fundadamente su intención de identificarse en la Red bajo esta única denominación, la que, conforme a los criterios de distintividad secundaria, sí podrá analizarse bajo los parámetros de fama y notoriedad que han sido invocados.

OCTAVO: Que a mayor abundamiento, no siendo el nombre de dominio un signo distintivo típico, sino más bien un localizador instrumental de recursos en la Red, la ausencia de fines distintivos en su utilización como nombre de dominio inscrito, 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" u otro similar excluye de antemano la posibilidad de invocar a su respecto el derecho de marcas o nombres comerciales notoriamente conocidos o renombrados, registrados, por exigir este argumento por antonomasia, el uso de los signos invocados como distintivos de productos, servicios o actividades, aún totalmente distintos de los distinguidos por tales signos en su condición de marca registrada. Es más, si bien a utilización del nombre de dominio 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.

DECIMO: Que en cualquier caso la asignación del nombre de dominio no priva al segundo solicitante de su derecho a exigir la revocación del nombre de dominio en el caso que el primer solicitante haga un uso abusivo del mismo, con afectación a los derechos adquiridos de esa parte.

DECIMO PRIMERO: Que no obstante no existan antecedentes en autos que permitan acceder a la demanda del segundo solicitante, no se ha acreditado que la segunda solicitante haya litigado en autos temerariamente, lo que justificaría que se le condenara en costas, debiendo en consecuencia rechazarse la solicitud plateada por CTM Ltda. En su demanda arbitral.

Y visto además lo dispuesto en el Reglamento para la Administración del Registro de nombres de dominio .cl, SE RESUELVE:

Asígnese el nombre de dominio **plazasinmobiliarias.cl** al primer solicitante, **Christian Patricio Leyton Lopez**, ya individualizado en autos.

Cada parte pagará sus costas.

Notifíquese a la ausente por carta certificada y al segundo solicitante y Nic Chile por correo electrónico.

Hecho, ejecútese por Nic Chile la presente resolución.

Lorena Donoso Abarca

Arbitro

Carlos Reusser M.

Actuario

Firman como testigos de actuación:

Cristián Carril Abarca C.I. 16.209.067-4 Diego Sepúlveda Salazar 16.386.315-4

Cc. Idonoso@uchile.cl; <u>lorena.donoso@gmail.com</u>; christian.leyton@gmail.com; <u>porzio@porzio.cl</u>; <u>rcovarrubias@porzio.cl</u>; <u>avaras@porzio.cl</u>; <u>fallos@legal.nic.cl</u>; carril.cristian@gmail.com