Ref. sentencia conflicto portaljumbo.cl

Partes: JAVIER SOTOMAYOR COLL
CENCOSUD S.A. REP. SARGENT & KRAHN, (CENCOSUD S A)

Santiago, nueve de agosto de dos mil diez,

VISTOS:

1.- OFICIO OF12157, de fecha 19 de Abril de 2010, fojas 1, NIC Chile por el que se designa a la suscrita como árbitro para la resolución del conflicto por asignación del nombre de dominio **portaljumbo.cl,** suscitado entre **JAVIER SOTOMAYOR COLL**, RUT: 15.960.579-5, domiciliado en Santa Rosa 1015, Santiago, Santiago y **CENCOSUD S.A.**, RUT: 93.834.000-5, representada por doña Paula Benavides, de SARGENT & KRAHN, domiciliada en Av. Andrés Bello 2711, Piso 19, 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 vta.

3.- Patrocinio, poder, delegación de poder, mandato y fotocopia de patente de abogado presentados por el segundo solicitante, que constan de fojas 5 a 19.

4.- Acta de fojas 20, en que consta la realización de la audiencia decretada en autos, con la sola comparecencia del representante del segundo 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 segundo solicitante de fojas 23 en que solicita le sea asignado el nombre de dominio en disputa en base a los siguientes argumentos hecho y de derecho: Hace una síntesis de la historia de Cencosud S.A., en que expone que es una de las compañías más grandes del país, la cual se especializa en el desarrollo, comercialización y administración de grandes centros comerciales, combinando el sentido de servicio con el respeto por la comunidad. Así, siendo líder en la industria del retail, Cencosud S.A. tiene presencia en los negocios de supermercados, hipermercados, homecenters y centros comerciales. Agrega que genera directamente más de 13.000 puestos de trabajo, e indirectamente más de 10.000 empleos, con más de 1 millón de metros cuadrados construidos y 58 millones de visitas anuales a sus supermercados, centros comerciales y homecenters.
Señala que la compañía fue creada por su presidente y principal accionista, señor Horst Paulmann Kemna, quien se inició en el negocio de los supermercados a finales de la década de los cincuenta; destinada a incursionar en un nuevo formato de supermercado, ofreciendo en un solo lugar la mayor variedad de productos, de la más alta calidad y el mejor servicio. Así, en 1976 creó el primer hipermercado de Chile "Jumbo", de 7 mil metros cuadrados, en Avenida Kennedy en Santiago.
Agrega que luego del éxito obtenido, la compañía emprendió el desarrollo de una nueva área de negocios: la edificación y administración de centros comerciales y su internacionalización. En este sentido, señala que en la década de los '90 la compañía se expandió y abrió el Alto Las Condes, el más moderno del país, con más de 110.000 metros cuadrados arrendables.
Respecto a Jumbo y los Centros Comerciales Los Portales, agrega que Cencosud S.A. cuenta con 23 tiendas Jumbo en Chile, ofreciendo un variado surtido de productos, que incluye alimentos,

abarrotes y una amplia gama de artículos no comestibles, como vestuario, elementos para el hogar y electrodomésticos.
Considerando el volumen de ventas, Jumbo es uno de los principales participantes del negocio de supermercados en Chile, con un sólido y claro posicionamiento comercial en el segmento al que está dirigido, lo que le ha permitido mantener en el tiempo márgenes de venta positivos y superiores al promedio de la industria. Así, luego del éxito con la comercialización de los Hipermercados Jumbo, Cencosud S.A. emprendió el desarrollo de un nuevo negocio en el área de la edificación y administración de los Centros Comerciales (Malls), inaugurando en 1982 el primero de ellos en Argentina, Jumbo Centro Comercial. Continuando con la expansión de este rubro, en dicho país, se construye el primero de muchos centros comerciales de la línea Portal, "El Portal Escobar", en Buenos Aires. También se construye "El Portal de la Patagonia" en Neuquén y "El Portal de Los Andes", en Mendoza. En Chile, de su parte el negocio de los centros comerciales se inició en 1993 con la inauguración de Alto Las Condes en Santiago. En regiones, entre 2000 y 2001 se construyó "El Portal Rancagua" en la VI región. En 2002 se inauguró "El Portal de la Reina" en la comuna del mismo nombre en Santiago.
Considera que en consecuencia el crecimiento sostenido de su empresa no ha sido fortuito, por cuanto Cencosud S.A. ha liderado el rubro de los centros comerciales, siendo los más visitados en Chile y Argentina, preferencia que se explica por la entrega de una amplia variedad de productos y servicios, la comercialización de las mejores marcas del mercado y la presencia de las principales tiendas por departamento, como también por su ubicación, acceso expedito, junto con la oferta gastronómica y de entretenimiento en todos sus centros comerciales. Con la apertura del "Portal Temuco" en 2004 y el inicio de la construcción del "Portal Chillán" en la VII región, "El Portal Valparaíso" en la V región y "El Portal Antofagasta" en la II región, Cencosud se logró consolidar en regiones. En Santiago, su presencia aumenta al inaugurarse "El Portal La Dehesa".
En cuanto a sus registros marcarios, señala que cuenta con numerosas marcas como parte de su estrategia para llegar a diferentes sectores del mercado y proteger sus inversiones, las cuales se encuentran registradas ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, dentro de los cuales se hayan una familia de registros marcarios para la expresión "Jumbo" y otros que se estructuran en base a las expresiones "Portal" o "Portal de" seguida del nombre de una ciudad, comuna o lugar determinado en el cual se encuentra emplazado el respectivo centro comercial. De todos estos registros, el segundo solicitante señala que es titular de una gran familia de marcas comerciales para la expresión "Jumbo" y de muchas otras que se estructuran en base a dicha expresión. Por otra, agrega que es dueña de la gran familia de marcas para las expresiones "Portal" y "Portal de", seguida del lugar geográfico en el cual se encuentra emplazado el centro comercial respectivo. Estas marcas tienen como objeto distinguir e identificar al segundo solicitante en el mercado, de modo que el público usuario y consumidor las asocie fácilmente con alguno de los diversos centros comerciales y supermercados de Cencosud S.A.
Agrega además que cuenta con la titularidad de varios nombres de dominio relacionados, señalando que es reconocida y lógica la actitud de los usuarios de Internet de ingresar a los sitios mediante nombres que les son familiares. En el caso de autos, un usuario asociará inmediatamente el nombre de dominio portaljumbo.cl a una página web relacionada con los centros comerciales "Portal" de los cuales es propietario el segundo solicitante y/o con los hipermercados "Jumbo". En este sentido, señala que es titular de una familia de nombres de dominio que se estructuran sobre las expresiones "Jumbo", "Portal" y "Portal de, seguida del nombre de la ciudad, comuna o lugar en que se encuentra emplazado el centro comercial respectivo.
En cuanto a la vinculación existente entre el nombre de dominio portaljumbo.cl y el segundo solicitante, explica que Cencosud S.A. ha creado y desarrollado los hipermercados "Jumbo" y una

serie de centros comerciales que son reconocidos entre el público por el término “Portal” y “Portal de” seguido por el nombre de la localidad en que se ubique. Así, hay un creciente número de centros comerciales identificados por la expresión “Portal” que se han constituido en verdaderos hitos urbanos y puntos de encuentro entre los habitantes de las comunas en que éstos se sitúan, como son “Portal La Dehesa” y “Portal Temuco”. En cada uno de estos centros comerciales “Portal” se emplaza además una tienda “Jumbo”.

Para proteger el activo que representan las marcas y nombres de dominio que identifican los centros comerciales y el hipermercado, los que han significado cuantiosas inversiones y años de estudios para su construcción, el segundo solicitante se ha preocupado por registrar dichas marcas y nombres de dominio ante el INAPI y NIC Chile respectivamente. Sostiene que los dos elementos que integran el nombre de dominio se encuentran registrados como marca comercial por Cencosud S.A., por lo que la asignación del dominio al primer solicitante vulneraría los derechos del segundo solicitante en un doble sentido, por cuanto no sólo contiene la expresión “Portal”, integrante de una serie de marcas registradas, sino que además agrega la expresión “Jumbo”, famosa marca del segundo solicitante, correspondiente a uno de los hipermercados más conocidos y exitosos en Chile y el extranjero; hechos que demuestran que la intención flagrante del primer solicitante de contravenir los derechos de esta parte, haciendo un uso ilegítimo de dos de sus marcas comerciales más relevantes y notorias.

Agrega que en Internet y en el mercado el segundo solicitante se identifica con los centros comerciales “Portal” y los hipermercados “Jumbo”, contando con registros marcarios y dominios que corresponden a cada una de estas expresiones. Siendo así, el dominio en litigio portaljumbo.cl aparece como una simple y lógica extensión de sus dominios y marcas, lo que lleva naturalmente a que los usuarios de Internet al enfrentarse al dominio portaljumbo.cl lo identifiquen natural e inevitablemente a Cencosud S.A., causando un grave perjuicio al segundo solicitante su asignación a un tercero. Agrega al respecto que en algunas localidades el centro comercial del segundo solicitante es conocido y nombrado como “Portal Jumbo”, por cuanto cada portal cuenta con un centro comercial “Portal”, hay además un supermercado “Jumbo”. De estos antecedentes se desprendería que el nombre de dominio portaljumbo.cl debe asignarse a esa parte debido al mejor derecho que tiene.

En cuanto al DERECHO, sostiene que los “nombres de dominio” que se usan en Internet operan es una “dirección electrónica” o bien una “denominación” por medio de la cual un usuario de Internet es conocido y se identifica en esa red, para así poder usar los diversos servicios que dicho medio de comunicación ofrece, tales como páginas web, correo electrónico, conversaciones instantáneas, etc., además, el concepto de nombre de dominio lleva implícita la idea de poder identificar a cada usuario de Internet de forma que se identifique cada marca y que haya una correspondencia con la entidad a la cual representa. Si esto no fuese así, el concepto de la red mundial Internet carecería de sentido, transformándose en un instrumento confuso, caótico y de escaso valor comercial.

Señala que existen diversos criterios para resolver conflictos de asignación de nombres de dominio, como son el criterio de la titularidad sobre marcas comerciales y su relación con los nombres de dominio, según el cual debido al radical aumento de usuarios de Internet se han sucedido conflictos cuyo escenario ya no es el mundo real, sino el virtual que constituye Internet. Por esto es que el derecho ha debido abocarse al estudio de dichos conflictos y las subsecuentes propuestas de resolución de los mismos. Tanto en Derecho Comparado como la uniforme jurisprudencia en Chile en los últimos años, han efectuado una inmediata y lógica relación entre los nombres de dominio y las marcas comerciales. En este sentido, los nombres de dominio comparten propósitos y características de tal naturaleza con las marcas comerciales, que es posible sostener que los nombres de dominio, además de la función técnica que cumplen, tienen

un rol fundamental como identificadores del origen de los diversos bienes o servicios que se ofrecen vía Internet, facilitando el comercio e intentando evitar que los usuarios caigan en errores o confusión con respecto a ellos, constituyendo un medio de publicidad a través del cual se informa a los consumidores acerca de los productos y servicios, fortaleciéndose así la marca. Según lo señalado, la resolución de conflictos por asignación de nombres de dominio debe ser resuelta, entre otros criterios, en atención a la titularidad de registros marcarios para el signo pedido como nombre de dominio.

Considera que la protección a su familia de registros marcarios y de nombres de dominio para las denominaciones "Jumbo", "Portal" y "Portal de" seguido de la localidad en que se ubique el centro comercial es respaldada por la Política Uniforme de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio desarrollada por la ICANN, que señala en su título preliminar que se va a considerar como fundamento para iniciar un procedimiento de disputa de nombre de dominio si el nombre de dominio es confusamente similar a una marca comercial respecto de la cual el demandante tenga derechos. Similar criterio sigue el Informe Final de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, así como las Opiniones del Panel OMPI sobre Ciertas Preguntas Relacionadas con el UDRP, que señalan que en el procedimiento de revocación de un nombre de dominio se deben considerar circunstancias como que el dominio sea idéntico o engañosamente similar a una marca comercial, que el titular del dominio no tenga derechos o intereses legítimos sobre él o cuando se ha registrado un dominio de mala fe. En nuestro país, estos criterios también han sido recogidos por los artículos 20, 21 y 22 del Reglamento de NIC-Chile

En el caso autos, los elementos del nombre de dominio en conflicto son idénticos a marcas comerciales del segundo solicitante. Por una parte, la expresión "Portal" es el elemento distintivo de una familia de marcas a las que se les agrega el nombre de la comuna o lugar geográfico en que se encuentra emplazado el centro comercial. Por su parte, la expresión "Jumbo" es marca registrada del segundo solicitante, que goza de fama y notoriedad en el mercado nacional e internacional, por lo que señala que don Javier Sotomayor no ha introducido ningún elemento nuevo que permita desvincular las marcas del segundo solicitante con el dominio en litigio, sino por el contrario, aumenta el grado de confusión.

Además, debe tenerse presente que en el caso de autos, de asignarse el nombre de dominio al primer solicitante, se estaría produciendo una dilución de las reconocidas marcas "Jumbo" y de las que contienen el signo "Portal" de Cencosud S.A., lo que causaría confusión entre los usuarios de Internet y el público consumidor que ingrese a portaljumbo.cl con el fin de informarse sobre los servicios y productos que ofrece el segundo solicitante en los centros comerciales y supermercados que construye a lo largo de Chile. De ahí que el criterio que reconoce la relación existente entre nombres de dominio y marcas comerciales es universalmente aceptado, por lo que corresponde su aplicación a la resolución del conflicto suscitado en autos. Esto es relevante dado que el segundo solicitante es titular de una familia de registros marcarios para la expresión "Portal", virtualmente idénticos al nombre de dominio en disputa, sin perjuicio que la marca "Jumbo" por si sola se encuentra íntegramente comprendida en el nombre de dominio de autos.

Otro criterio aplicable es el de la creación intelectual del signo pedido, respecto del cual el segundo solicitante señala que es de toda lógica y justicia que quien ha creado una denominación como Jumbo, Portal y Portal de, pueda ampararla y protegerla de terceros que se pretendan aprovechar de ella, toda vez que pese a las cuantiosas sumas invertidas en infraestructura, personal y otra serie de bienes tangibles, el nombre de los centros comerciales y supermercados es uno de los activos más importantes de Cencosud S.A., los cuales identifican los hipermercados y centros comerciales, que son visitados por millones de personas cada año, por lo que su nombre y fama resultan evidentes considerando la expansión que han experimentado.

Según el Criterio de la Notoriedad del Signo Pedido, el titular de un nombre de dominio debe ser la parte que les ha conferido fama, notoriedad y prestigio, criterio que indica que cuando una marca alcanza dichos caracteres su campo de protección debe ampliarse para evitar confusiones en el mercado y un aprovechamiento de ella por parte de terceros, lo que se apoya en lo establecido en el Convenio de París. Al seguir este criterio es posible concluir que el mejor derecho recae en el segundo solicitante, toda vez que los signos "Portal" y "Jumbo" fueron creados por el segundo solicitante para distinguir centros comerciales e hipermercados respectivamente. Por esto corresponde aplicar este principio a la resolución del conflicto suscitado en autos.

Estima que asimismo le ampara lo dispuesto en el Convenio de París, publicado en el Diario Oficial de 30.09.1991, especialmente su artículo 6 bis, que implica que las marcas famosas y notorias, como "Jumbo", "Portal" y "Portal de" deben protegerse especialmente por los países miembros de la Unión, por cuanto la explotación no autorizada deriva en la dilución del poder distintivo intrínseco de dichas marcas, y también en el aprovechamiento de una notoriedad ajena para promocionar productos y servicios que no han contribuido a la creación de dicha notoriedad, con los consecuentes perjuicios que ello acarrea al titular de la marca famosa y notoria. Habría una asociación del nombre de dominio con Cencosud S.A..

Asimismo, invoca el artículo 10 BIS del mismo convenio, según el cual debe prohibirse cualquier acto que sea capaz de causar confusión entre el público consumidor, siendo más que evidente que el nombre de dominio solicitado llevará a inevitable confusión entre los consumidores.

Además invoca como criterio el interés legítimo, real y efectivo sobre el nombre de dominio en disputa por cuanto Cencosud S.A. ha invertido grandes recursos en la implementación de los hipermercados "Jumbo" y de los "Portales". Así, ha participado en el proceso de construcción de centros comerciales y supermercados en distintas ciudades y comunas de Chile, derivando en una inversión de varias decenas de millones de dólares.

Agrega el criterio de la identidad, a través del cual se establece que corresponderá asignar el nombre de dominio en conflicto a la persona o entidad cuya marca, nombre u otro derecho o interés pertinente sea idéntico o muy similar al mismo, fundado en la titularidad de registros marcarios para la expresión "Jumbo" y de una familia de registros marcarios compuesta por la denominación "Portal" y "Portal de", lo que confundirá a los usuarios. Este criterio ha sido acogido por la jurisprudencia nacional, en fallo de 21.05.2006 por el nombre de dominio viñasdelmaipo.cl, que señaló que "el criterio de la identidad señala que el nombre de dominio en disputa se debe asignar a quien tenga una más estrecha relación con el mismo".

Invoca además el criterio del uso efectivo en Internet, por cuanto el término "Portal Jumbo" se usa real y efectivamente en Internet asociado al segundo solicitante. Acompaña impresiones de diversos sitios web en que se usan las expresiones "Jumbo", "Portal Jumbo" y "Portal La Dehesa".

En cuanto a la mala fe del demandado, señala que es claro que el señor Javier Sotomayor Coll ha actuado con manifiesta mala fe con el único fin de perjudicar al segundo solicitante y obtener un beneficio económico improcedente e ilegítimo. No hay argumentos por medio de los cuales pueda probarse una relación o vínculo legítimo por parte del primer solicitante sobre el dominio portaljumbo.cl. A fin de reforzar esto, con fecha 03.03.2010, por correo electrónico, en una conducta de manifiesta mala fe y que no resiste análisis, el primer solicitante propuso que "relativo al dominio de Internet portaljumbo.cl mi representado me ha expresado su deseo de desistir de su solicitud, así también de su dominio ya inscrito portaljumbo.com bajo las siguientes condiciones: 1. Que la contraparte desista al derecho de oposición del dominio jumboairplane.cl, 2. Pago de 30UF por conceptos de venta del dominio portaljumbo.com y renuncia al dominio portaljumbo.cl. Atento a vuestros comentarios. Favor confirmar recepción de este e-mail. Javier Sotomayor".

Sostiene al respecto que el Reglamento de NIC Chile da algunas directrices sobre las sanciones a las inscripciones de dominio efectuadas de mala fe en su artículo 22. Así, si bien se trata de una norma regulada a propósito de la revocación de nombres de dominio, lo cierto es que el principio de la buena fe es un principio transversal a todo nuestro derecho y respecto del cual el sistema registral de nombres de dominio no está exento, por lo que dicha directriz es plenamente aplicable en autos. En este sentido, señala que al parecer el único interés del primer solicitante es lucrar a través del mismo mediante su venta a quienes realmente tienen un interés legítimo en el uso del mismo, Cencosud S.A. El ánimo de lucrar del primer solicitante manifestado en el correo señalado denota su intención de obtener un beneficio económico que no le corresponde, ante lo cual se debe tener especial consideración que la demandada tiene conocimiento total de los valores de los arbitrajes y el sistema registral de dominios. Así, el primer solicitante intenta vender el nombre de dominio en un valor 2000% más caro que el precio de su solicitud. Estas conductas no afectan sólo al segundo solicitante, sino que a los usuarios de Internet y el sistema registral de NIC Chile. Por esto es que de otorgarse el dominio al primer solicitante se sentaría un mal precedente, por cuanto es un principio general del ordenamiento jurídico chileno el que nadie puede aprovecharse de su propio dolo. Por esto, y atendida la mala fe del primer solicitante y los antecedentes existentes, es que el segundo pide expresamente que de condene en costas a don Javier Sotomayor Coll.

Concluye que los argumentos dados, la titularidad de numerosos registros marcarios en Chile, la fama y notoriedad de estas, la vinculación de esa marca con los servicios que presta Cencosud S.A., así como la titularidad de numerosos nombres de dominio afines, demuestran un mejor derecho para la obtención del nombre de dominio en disputa.

El hecho de que hayan dos solicitudes válidamente presentadas y que han cumplido a cabalidad lo dispuesto en el Reglamento de NIC Chile es que debe abocarse a los criterios y políticas de solución de conflictos de asignación de nombres de dominio, los que concluyen necesariamente en el mejor derecho del segundo solicitante sobre el signo en disputa. Asimismo, señala que los nombres de dominios contribuirán al desarrollo de Internet en la medida que constituyan el fiel reflejo de cada uno de los usuarios de Internet, y en el caso de autos, la asignación del dominio portaljumbo.cl al primer solicitante constituiría una causal de error y confusión en el público usuario y consumidor, efecto que no se condice con el espíritu de la normativa marcaria vigente, los criterios propugnados por ICANN, la OMPI, la Reglamentación de NIC Chile y los Tratados Internacionales sobre derechos de propiedad industrial y competencia desleal ratificados por Chile. Las evidentes ventajas y favorables proyecciones del comercio electrónico en lo sucesivo, obligan a concluir que la asignación del dominio de autos sea fundamental para los intereses del segundo solicitante.

En l petitorio solicita se le asigne el dominio portaljumbo.cl con expresa condena en costas al primer solicitante.

6.- Que para acreditar su mejor derecho el segundo solicitante presentó prueba documental consistente en: a) Impresiones obtenidas del INAPI de los registros marcarios que se detallan a continuación, de fojas 37 a 115: i.- Marca JUMBO, Solicitud 832299, de 07.08.2008, Registro N° 841738, de 07.07.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas

naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicería murales que no sean de materias textiles en la región metropolitana; de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, del tipo palabra o denominación; ii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 691256, de 16.06.2005, Registro N° 736524 de 19.10.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, 19C, del tipo mixta; iii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 691221, de 16.06.2005, Registro N° 736525

de 19.10.2005, de la clase 35C que incluye servicios de propaganda o de publicidad radiada y televisada; publicidad impresa; publicidad por correo directo; agencia de publicidad, difusión de anuncios publicitarios. Abono a periódicos para terceros. Alquiler de carteleras y de paneles de anuncio de publicidad y de material publicitario; modelos publicitarios; relaciones públicas; organización de exposiciones con fines comerciales o publicitarios. Servicios de marketing directo; de consultoría en marketing. Servicios de promoción de bienes y servicios a través de la entrega de información a los consumidores y usuarios de tarjetas de beneficios asociadas a programas de acumulación de puntos, bonos u otras formas de cuantificar o valorizar el uso de estas tarjetas y/o descuentos promocionales. Compilación y sistematización de datos en un computador central; servicios de compra y venta de productos y artículos a través de Internet; elaboración de estados de cuenta; verificación de cuentas, ventas en pública subasta; distribución de muestras directamente o por correo; distribución de prospectos, directamente o por correo. Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros, de productos diversos (con excepción de su transporte), del tipo palabra o denominación; iv.- Marca JUMBO, N° de solicitud 536518, de 24.07.2001, Registro N° 611127, de 29.11.2001, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, 19C, del tipo palabra o denominación; v.- Marca JUMBO, N° de solicitud 551652, de 04.12.2001, Registro N° 624444, de 13.03.2002, que incluye establecimiento comercial de compra y venta de toda clase de productos, de las clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, del tipo mixta; vi.- Marca JUMBO, N° de solicitud 675945, de 08.02.2005, Registro N° 726802, de 03.06.2005, clase 11C que incluye todos los productos de la clase, de la clase 31C que incluye todos los productos de la clase, con excepción de semillas, del tipo palabra o denominación; vii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 518709, de 22.02.2001 Registro N° 599588, de 16.07.2001, de la clase 29C, del tipo palabra o denominación; viii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 536517, de 24.07.2001, Registro N° 611159, de 29.11.2001, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, 19C, del tipo palabra o denominación; ix.- Marca JUMBO, N° de solicitud 562868, de 27.03.2002, Registro N° 633443, de 20.06.2002, clase 39C que incluye servicios de distribución de toda clase de productos y artículos, del tipo mixta; x.- Marca JUMBO, N° de solicitud 578526, de 21.08.2002, Registro N° 648044, de 08.11.2002, clase 35C que incluye servicios de importación, exportación y representación de toda clase de artículos y productos, del tipo palabra o denominación; xi.- Marca JUMBO, N° de solicitud 658864, de 03.09.2004, Registro N° 728712, , de 05.07.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 628584, de 19.11.2003, Registro N° 759702, de 01.06.2006, clase 32C que incluye todos los productos comprendidos en la clase, del tipo palabra o denominación; xiii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 825686, de 23.06.2008, de 07.07.2008, Registro N° 838809, de la clase 35C que incluye servicios de importación y exportación de artefactos eléctricos y toda clase de productos alimenticios, del tipo palabra o denominación; xiv.- Marca JUMBO, N° de solicitud 667377, de 25.11.2004, Registro N° 722074 de 04.04.2005, de la clase 19C, del tipo palabra o denominación; xv.- Marca JUMBO, N° de solicitud 667249, de 24.11.2004, Registro N° 724390 de 29.04.2005, de las clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xvi.- Marca PORTAL CHICUREO, N° de solicitud 773244, de 11.05.2007, Registro N° 828320, de 24.09.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices,

lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baules y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicería murales que no sean de materias textiles en la región metropolitana; de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en

la región metropolitana, del tipo mixta; xvii.- Marca PORTAL LA DEHESA, N° de solicitud 730054, de 19.05.2006, Registro N° 767290, de 14.09.2006, de la clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto apartos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones,

corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos, del tipo mixta; xviii.- Marca PORTAL LA DEHESA, N° de solicitud 667995, de 30.11.2004, Registro N° 722085, de 04.04.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo mixta; xix.- Marca PORTAL LA REINA, N° de solicitud 667996, de 30.11.2004, Registro N° 722086, de 04.04.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo mixta; xx.- Marca PORTAL LA REINA, N° de solicitud 730051, de 19.05.2006, Registro N° 773312, , de 28.11.2006, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que

incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la región metropolitana, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la región metropolitana, del tipo mixta; xxi.- Marca PORTAL ÑUÑOA, N° de solicitud 744523, de 15.09.2006, Registro N° 782945, , de 23.03.2007, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y

venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la región metropolitana, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la región metropolitana, de la clase 30C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo, en la región metropolitana, de la clase 31C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos agrícolas, del tipo mixta; xxii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 693471, de 30.06.2005, Registro N° 760955, de 23.06.2006, clase 43C que incluye servicios de bar, restaurant, fuente de soda, salón de té y en general servicios de procuración de alimentos o bebidas preparados para el consumo, del tipo palabra o denominación; xxiii.- Marca JUMBO, N° de solicitud 693469, de 30.06.2005, Registro N° 754889, , de 29.06.2006, clase 43C que incluye servicios de bar, restaurant, fuente de soda, salón de té y en general servicios de procuración de alimentos o bebidas preparados para el consumo, del tipo palabra o denominación; xxiv.- Marca EL PORTAL DE LA DEHESA, N° de solicitud 534425, de 09.07.2001, Registro N° 697181, de 09.07.2004, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, 19C, del tipo palabra o denominación; xxv.- Marca EL PORTAL DE LA REINA, N° de solicitud 553336, de 21.12.2001, Registro N° 630290, de 16.05.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xxvi.- Marca EL PORTAL DE PROVIDENCIA, N° de solicitud 534427, de 09.07.2001, Registro N° 621664, de 07.02.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xvii.- Marca PORTAL CHILLÁN, N° de solicitud 647144, de 14.05.2004, Registro N° 708788, de 15.11.2004, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xviii.- Marca PORTAL EL LLANO, N° de solicitud 730055, de 19.05.2006, de 14.09.2006, Registro N° 767291, de la clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las

tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baules y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la región metropolitana, del tipo mixta; xxix.- Marca PORTAL EL LLANO, N° de solicitud 647142, de 14.05.2004, de 15.11.2004, Registro N° 708789, de las clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C,

10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xxx.- Marca PORTAL LA ARAUCANÍA, N° de solicitud 647145, de 14.05.2004, Registro N° 729211, de 13.07.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xxxi.- Marca PORTAL QUILICURA, N° de solicitud 727551, de 27.04.2006, Registro N° 773306, de 28.11.2006, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de

vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapiderías murales que no sean de materias textiles, en la región metropolitana, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la región metropolitana, en la región metropolitana, mixta; xxxii.- Marca PORTAL RANCAGUA, N° de solicitud 667997, de 30.11.2004, Registro N° 722087, de 04.04.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo mixta; xxxiii.- Marca PORTAL TEMUCO, N° de solicitud 659992, de 14.09.2004, Registro N° 714917, de 13.01.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo mixta; xxxiv.- Marca PORTAL TEMUCO, N° de solicitud 658182, de 27.08.2004, Registro N° 712908, de 27.12.2004, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xxxv.- Marca PORTAL VALPARAISO, N° de solicitud 647143, de 14.05.2004, Registro N° 729209, de 13.07.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xxxvi.- Marca PORTAL VIÑA, N° de solicitud 730056, de 19.05.2006, de 14.09.2006, Registro N° 767292, de la clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la quinta región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la quinta región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la quinta región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la quinta región; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la quinta región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones

transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la quinta región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la quinta región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la quinta región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la quinta región; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la quinta región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la quinta región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la quinta región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la quinta región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materias textiles, en la quinta región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases, del tipo mixta; xxxvii.- Marca PORTAL VIÑA, N° de solicitud 672335, de 07.01.2005, Registro N° 730012 de 26.07.2005, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo mixta; xxxviii.- Marca RINCON PORTAL EL LLANO, N° de solicitud 693470, de 30.06.2005, Registro N° 760956, de 23.06.2006, clase 43C que incluye servicios de bar, restaurant, fuente de soda, salón de té y en general servicios de procuración de alimentos o bebidas preparados para el consumo, del tipo palabra o denominación; xxxix.- Marca RINCON PORTAL RANCAGUA, N° de solicitud 693468, de 30.06.2005, Registro N° 760950, de 23.06.2006, clase 43C que incluye servicios de bar, restaurant, fuente de soda, salón de té y en general servicios de procuración de alimentos o bebidas preparados para el consumo, del tipo palabra o denominación; xl.- Marca RINCON PORTAL VIÑA, N° de solicitud 693467, de 30.06.2005, Registro N° 760949 de 23.06.2006, clase 43C que incluye servicios de bar, restaurant, fuente de soda, salón de té y en general servicios de procuración de alimentos o bebidas preparados para el consumo, del tipo palabra o denominación; xli.- Marca EL PORTAL DE ANTOFAGASTA, N° de solicitud 553333, de 21.12.2001, Registro N° 636137, de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlii.- Marca EL PORTAL DE FLORIDA, N° de solicitud 534429, de 09.07.2001, de 07.02.2002, Registro N° 621666, de las clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xliii.- Marca EL PORTAL DE IQUIQUE, N° de solicitud 553334, de 21.12.2001, Registro N° 636138, de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xliv.- Marca EL PORTAL DE LA COSTANERA, N° de solicitud 534428, de 09.07.2001, Registro N° 621665, de 07.02.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlv.- Marca EL PORTAL DE PUERTO MONTT, N° de solicitud 553335, de 21.12.2001, Registro N° 636139, de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlvi.- Marca EL PORTAL DE

RANCAGUA, N° de solicitud 553332, de 21.12.2001, Registro N° 636136 de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlvii.- Marca EL PORTAL DE TEMUCO, N° de solicitud 554426, de 09.07.2001, Registro N° 621663, de 07.02.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlviii.- Marca EL PORTAL DE VIÑA, N° de solicitud 553337, de 21.12.2001, Registro N° 636140, de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; xlix.- Marca EL PORTAL DE RANCAGUA, N° de solicitud 553332, de 21.12.2001, Registro N° 636136, de 15.07.2002, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, del tipo palabra o denominación; l.- Marca EL PORTAL DE VIÑA DEL MAR, N° de solicitud 534424, de 09.07.2001, Registro N° 774406, de 13.12.2006, clases 1C, 2C, 3C, 4C, 5C, 6C, 7C, 8C, 9C, 10C, 11C, 12C, 13C, 14C, 15C, 16C, 17C, 18C, palabra o denominación; li.- Marca PORTAL ANTOFAGASTA, N° de solicitud 773247, de 11.05.2007, Registro N° 811367, de 18.03.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la segunda región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la segunda región; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la segunda región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la segunda región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la segunda región; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la segunda región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la segunda región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la segunda región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio

de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la segunda región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la segunda región; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la segunda región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la segunda región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la segunda región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la segunda región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la segunda región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la segunda región, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la segunda región, del tipo mixta; lii.- Marca PORTAL BELLOTO, N° de solicitud 773246, de 11.05.2007, Registro N° 836678 de 16.12.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la quinta región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la quinta región; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la quinta región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la quinta región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la quinta región; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la quinta región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la quinta región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la

compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la quinta región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la quinta región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la quinta región; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la quinta región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la quinta región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la quinta región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la quinta región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la quinta región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la quinta región, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la quinta región, del tipo mixta; liii.- Marca PORTAL LA SERENA, N° de solicitud 739331, de 07.08.2006, Registro N° 803250, de 10.12.2007, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la IV región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la IV región; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la IV región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la IV región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la IV región; de la

clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la IV región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la IV región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la IV región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la IV región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la IV región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la IV región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la IV región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la IV región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la IV región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la IV región, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la IV región, del tipo mixta; liv.- Marca PORTAL MACUL, N° de solicitud 739333, de 07.08.2006, Registro N° 821416 de 08.07.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas;

pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana, del tipo mixta; lv.- Marca PORTAL OSORNO, N° de solicitud 773245, de 11.05.2007, Registro N° 806587, de 22.01.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la décima región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la décima región; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la décima región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de

escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la décima región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la décima región; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la décima región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la décima región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la décima región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la décima región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la décima metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la décima región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la décima región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la décima región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la décima región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la décima región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la décima región, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, del tipo mixta; lvi.- Marca PORTAL LAS CONDES, N° de solicitud 820626, de 20.05.2008, Registro N° 836864, de 18.12.2008, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para

blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicería murales que no sean de materias textiles en la región metropolitana; lvii.- Marca PORTAL QUILLOTA, N° de solicitud 792667, de 19.10.2007, de 04.06.2008, Registro N° 818599, de la clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la V región; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes;

resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la V región; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la V región; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la V región; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la V región; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la IV región; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la V región; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la V región; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la V región; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la V región; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la V región; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la V región; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la V región; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la V región; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la V región, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la IV región, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, del tipo palabra o denominación; lviii.- Marca PORTAL VITACURA, N° de solicitud 773248, de 11.05.2007, de 28.11.2008, Registro N° 835112, de la clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la

agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto apartos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baules y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicería murales que no sean de materias textiles en la región metropolitana, del tipo mixta; lix.- Marca

PORTAL VITACURA, N° de solicitud 805302, de 29.01.2008, Registro N° 827883, de 22.09.2008, clase 35C que incluye servicios de propaganda o de publicidad radiada y televisada; publicidad impresa; publicidad por correo directo; agencia de publicidad, difusión de anuncios publicitarios. Abono a periódicos para terceros. Alquiler de carteleras y de paneles de anuncio de publicidad y de material publicitario; modelos publicitarios; relaciones públicas; organización de exposiciones con fines comerciales o publicitarios. Servicios de marketing directo; de consultoría en marketing. Servicios de promoción de bienes y servicios a través de la entrega de información a los consumidores y usuarios de tarjetas de beneficios asociadas a programas de acumulación de puntos, bonos u otras formas de cuantificar o valorizar el uso de estas tarjetas y/o descuentos promocionales. Compilación y sistematización de datos en un computador central; servicios de compra y venta de productos y artículos a través de Internet; elaboración de estados de cuenta; verificación de cuentas, ventas en pública subasta; distribución de muestras directamente o por correo; distribución de prospectos, directamente o por correo, del tipo palabra o denominación; lx.- Marca PORTAL BIO BIO, N° de solicitud 812109, de 19.03.2008, Registro N° 866291 de 13.11.2009, clase 1C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase 16C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19C, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la

fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana; de la clase 27C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de alfombras, felpudos, esteras, linóleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materiales textiles, en la región metropolitana, de la clase 28C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de navidad en la región metropolitana, de la clase 29C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles en la región metropolitana, de la clase 30C que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de café, té, cacao, azúcar, del tipo palabra o denominación; lxi.- Marca PORTAL VITACURA, N° de solicitud 805412, de 30.01.2008, Registro N° 822891, de 25.07.2008, clase 36C que incluye servicios financieros y monetarios, en particular servicios de fondos mutuos, de inversiones, de crédito de emisión y uso de tarjetas de crédito y débito, de emisión de cheques de viaje; servicios de pagos a plazo; de préstamos sobre deudas; servicios fiduciarios; de corredores de valores y bienes; de agencias y casas de cambio; de operaciones de cambio y de moneda; de depósito de cajas fuertes; servicios de clearing, de leasing, de financiamiento de leasing-compra, de cooperativas, de créditos, de agencia de crédito; agencias de cobro de deudas; servicios de agencia de aduana; servicios de trust de inversiones de las compañías holding y de inversión de fondos; servicios de administración de fondos de pensiones, servicios de instituciones bancarias, de ahorro y compañías de seguros; corretaje de seguros; servicios en relación con los seguros que no sean los propios de una compañía de seguros, tales como, servicios prestados por agentes o corredores que se ocupan de seguros, servicios prestados a los aseguradores y a los asegurados y los servicios de suscripción de seguros, del tipo palabra o denominación; lxii.- Marca PORTAL MAIPÚ, N° de solicitud 739332, de 07.08.2006, de la clase 1X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de productos químicos destinados la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria en la región metropolitana; de la clase 2X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de colores, barnices, lacas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas en la región metropolitana; de la clase 3X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos en la región metropolitana; de la clase

16X, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de papel, cartón y artículos de materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos), materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; cliches en la región metropolitana; de la clase 17X, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos en la región metropolitana; de la clase 18X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas; sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería en la región metropolitana; de la clase 19X, que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos en la región metropolitana; de la clase 20X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas en la región metropolitana; de la clase 21X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de utensilios y recipientes para el menaje y la cocina que no sean de metales preciosos ni chapados; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de los cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases en la región metropolitana; de la clase 22X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto en la región metropolitana; de la clase 23X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de hilos para uso textil en la región metropolitana; de la clase 24X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases, ropa de cama y de mesa en la región metropolitana; de la clase 25X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de vestuario, calzados, sombrerería en la región metropolitana; de la clase 26X que incluye establecimiento comercial para la compra y venta de puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales en la región metropolitana, del tipo mixta. b) De fojas 116 a 154 incluye impresiones de certificados de la página nic.cl de la titularidad de los siguientes nombres de dominio: i.- jumbo.cl con fecha de inscripción 2009.11.23; ii.- jumbofertas.cl con fecha de inscripción 2010.03.18; iii.- jumbofestival.cl, registrado el 22 de mayo de 2010; iv.- jumbointernet.cl, registrado el 23 de noviembre de 2009; v.- jumbomas.cl, registrado el 23 de noviembre de 2009; vi.- jumbonavidad.cl, registrado el 28 de diciembre de 2009; vii.- jumboprecios.cl, registrado el 21 de octubre de 2009; viii.- jumbopack.cl, registrado el 20 de julio de 2009; ix.- jumboweb.cl registrado el 26 de abril de 2010; x.- jumbotaxis.cl, registrado el 21 de octubre de 2009; xi.- jumbovirtual.cl registrado el 05 de junio de 2009; xii.- jumboscool.cl registrado el 11 de mayo de 2009; xiii.- jumbokrea.cl registrado el 16 de abril de 2009; xiv.- jumboexpress.cl registrado el 05 de abril de 2010; xv.- jumbocel.cl registrado el 31 de octubre de 2009; xvi.- ecojumbo.cl registrado el 18 de junio de 2008; xvii.- cobranzajumbo.cl registrado el 28 de octubre de 2009; xviii.- catalogojumbo.cl registrado el 28 de julio de 2009; xix.- alojumbo.cl registrado el 20 de noviembre de 2009; xx.- elportaldechicureo.cl, registrado el 01 de diciembre de

2008; xxi.- portaldechillan.cl, registrado el 2008.06.25; xxii.- portalconcepcion.cl, registrado el 2009.10.04; xxiii.- portalvinadelmar.cl, registrado el 2009. 03.13; xxiv.- portalarica.cl, registrado el 2008.10.19; xxv.- portalcalama.cl, registrado el 2009.06.26; xxvi.- portalvalparaiso.cl, registrado el 2010.04.19; xxvii.- portaltemuco.cl, registrado el 2008.09.25; xxviii.- portalrancagua.cl, registrado el 2010.04.26; xxix.- portaliquique.cl, registrado el 2008.08.07; xxx.- portalcopiapo.cl, registrado el 2009.03.13; xxxi.- portalchillan.cl, registrado el 2010.04.26; xxxii.- portalatamaca.cl, registrado el 2008.09.25; xxxiii.- mallportaltemuco.cl, registrado el 2009.05.02; xxxiv.- portallareina.cl, registrado el 2010.03.21; xxxv.- portalladehesa.cl, registrado el 2009.11.23; xxxvi.- portallascondes.cl, registrado el 2008.11.11; xxxvii.- portalvitacura.cl, registrado el 2010.05.20; xxxviii.- portalprovidencia.cl, registrado el 2010.05.20. c) De fojas 155 a 184 acompaña impresiones de los siguientes sitios web: i.- jumbo.cl y jumbo.com.ar, en que se muestra información del segundo solicitante y del uso que le da a sus marcas; ii.- impresión de sitio web que titula "Exposición de maquetas coloniales a escala en Portal Jumbo"; iii.- resultados de búsqueda de la frase "portal jumbo" en google.cl; iv.- impresiones de los sitios web portaltemuco.cl y portalladehesa.cl, en que consta información acerca del funcionamiento del centro comercial, su ubicación, entre otros datos; v.- impresiones de varias noticias del sitio web del diario "El Mercurio", que se detallan a continuación: la primera se titula "Cencosud lidera ranking de ventas en América Latina y Falabella se ubica en el quinto lugar", publicada el 12.01.2010; la segunda se titula "Cencosud invertirá US$1.900 millones a 2014 y elevaría 50% su área arrendable"; vi.- impresión de sitio web titulada "Así será el nuevo centro comercial de Cencosud en Chicureo", en que se muestran imágenes del plano del futuro centro comercial y una imagen virtual del mismo. d) correo electrónico de Javier Sotomayor a José Ignacio, respecto del nombre de dominio portaljumbo.cl y ofrecimiento de un posible acuerdo en los términos explicitados por el segundo solicitante en su presentación.

7.- A fojas 188 el segundo solicitante solicita se tenga presente las siguientes consideraciones: hace hincapié en la falta de interés del primer solicitante, por cuanto habiendo vencido el plazo conferido para presentar las demandas de mejor derecho, sólo Cencosud S.A. lo ha hecho. Sin perjuicio de esto, el segundo solicitante señala que el criterio "First Come, First Served", en base al cual el primer solicitante pudo haber fundado su demanda no es absoluto, e incluso cada vez con más fuerza, tanto la doctrina como la jurisprudencia se inclinan a usarlo como un criterio de ultima ratio, aplicándolo sólo cuando ninguna de las partes demuestra tener un mejor derecho sobre el dominio de que se trate. Agrega que el segundo solicitante sí presentó sus argumentos que dan cuenta del mejor derecho que le asiste.
De lo contrario, señala que no se entendería lo establecido en el artículo 10 del Reglamento de NIC Chile, que establece un plazo de 30 días para que "eventuales interesados tomen conocimiento y, si se estimaren afectados, puedan presentar sus propias solicitudes para ese nombre de dominio". Esto se ve corroborado por el artículo 14 del Reglamento que señala que "Será de responsabilidad exclusiva del solicitante que su inscripción no contraríe las normas vigentes sobre…" sin distinguir si esa obligación corresponde al primer o al segundo solicitante.
Cita lo referido en la sentencia por asignación del nombre de dominio todochile.cl, que una vez que se genera el conflicto de asignación de nombres de dominio los solicitantes se deben encontrar en una situación de igualdad, y sobre esa base se debe analizar cuál de las partes tiene un mejor derecho sobre el nombre de dominio en conflicto. Considerando lo anteriormente señalado en relación al principio First come, First served y la no argumentación del primer solicitante sobre su interés en el dominio portaljumbo.cl, se puede concluir que la asignación del dominio en disputa debe recaer en el segundo solicitante quien ha aportado argumentos a favor de su posición.

Reitera que el citado principio, tanto en doctrina como en la jurisprudencia nacional ha sido reconocido como de ultima ratio, esto es, se emplea cuando no sea posible aplicar otro criterio de asignación sobre un nombre de dominio en litigio; criterio que debe utilizarse cuando las partes se encuentran en un plano de igualdad en cuanto a los derechos que cada una posee sobre un determinado nombre de dominio, por lo que ante la imposibilidad de determinar a cual parte debe asignarse el dominio en definitiva, se opta por asignar el nombre a la parte que primero lo pidió, cosa que no ocurre en autos, debido a que el mejor derecho se encuentra debidamente acreditado con la documentación acompañada en la demanda del Cencosud S.A.

Quien tiene un interés legítimo sobre el nombre de dominio es el segundo solicitante.

Agrega que existe un legítimo interés del segundo solicitante sobre portaljumbo.cl, insistiendo que está acreditado el mejor derecho del segundo solicitante, lo cual se ve en la demanda presentada en tiempo y forma, en que queda claro que cuenta con una gran cantidad de registros marcarios en Chile y en el extranjero para las expresiones “Jumbo” y “Portal”, marcas que se encuentran en el dominio en litigio, lo que provocará confusión, por cuanto asumirán que el dominio portaljumbo.cl es una extensión de los dominios y marcas de Cencosud S.A.

Creerán que en este dominio existe información sobre los centros comerciales del segundo solicitante, o que cuenta con la autorización de uso de la referida parte. Así, la expresión “Portal” unida al término “Jumbo” no hace sino sugerir que dicho nombre de dominio se refiere a un centro comercial de la misma línea del segundo solicitante, o bien a un portal en Internet con información relativa a los mismos. Como se acreditó en la demanda, en ciertas zonas de Chile el centro comercial del segundo solicitante es conocido y nombrado como “Portal Jumbo”, por cuanto en cada centro comercial “Portal” hay además un supermercado “Jumbo”.

Por esto es que el dominio será asociado a Cencosud S.A. y no al primer solicitante.

Debe tenerse presente que el nombre de dominio portaljumbo.cl reproduce íntegramente la famosa marca “Jumbo” y le agrega “Portal”, que es el elemento distintivo de una familia de registros marcarios del segundo solicitante, expresiones que se identifican los famosos centros comerciales “Portal” del segundo solicitante y el reconocido hipermercado Jumbo. Todo esto demuestra que el segundo solicitante tiene un interés real, concreto y legítimo sobre el dominio.

Agrega que existe vinculación entre el dominio y Cencosud S.A., citando jurisprudencia que apoya su tesis, por cuanto reitera lo señalado en la sentencia de arbitraje sobre el dominio promain.cl, en que se concluyó que “no habiendo acreditado el Primer Solicitante ningún vínculo con el nombre de dominio litigioso, no obstante haber tenido la oportunidad para ello, mal podría este sentenciador preferir su solicitud en desmedro de la solicitud del Segundo Solicitante, parte que sí ha acreditado oportunamente ser titular de derechos marcarios preexistentes sobre un signo que coincide en lo esencial con el referido nombre de dominio en disputa”.

El segundo solicitante señala que como se desprende del citado fallo, la titularidad de marcas comerciales que correspondan a la esencia y parte distintiva de un determinado nombre de dominio en disputa es un criterio que debiese considerarse con el fin de determinar cuál de las partes en un procedimiento de asignación de dominio tiene un mejor derecho sobre el mismo.

Reitera la fama de sus marcas “Jumbo” y “Portal”. Esto acarrea varias consecuencias, tal como se reconoció en la sentencia arbitral recaída sobre el dominio easyservice.cl de 2 de junio de 2010: “Que, la calidad de renombrada de una marca conlleva una serie de consecuencias, entre ellas, quizás la principal, la presunción de que cualquier persona de una cultura mediana no puede sino saber que tales marcas o nombres son de titularidad ajena, y que, alrededor de ellas existen cuantiosas inversiones que las hacen atractivas desde el punto de vista de los intereses comerciales y económicos”.

En cuanto a la mala fe del primer solicitante, menciona que la absoluta inactividad de esa parte debe ser analizada en forma conjunta con la conducta por ella desplegada desde la solicitud del

nombre de dominio. Señala que el primero tiene la intención de sacar provecho de la fama y notoriedad alcanzada por marcas ampliamente reconocidas en el mercado al pedir un nombre de dominio que contiene el elemento distintivo de una familia de registros marcarios del segundo solicitante ("Portal") y que incluye la marca "Jumbo".
Reitera y cita nuevamente el correo electrónico enviado por el primer solicitante con fecha 3 de marzo de 2010, en que se incurre en una conducta de manifiesta mala fe y que no resiste mayor análisis. Transcribe textualmente el correo electrónico citado en la demanda. Señala que estos antecedentes demuestran una mala fe evidente, y cree que deben sancionarse con la condena en costas a quienes usan el sistema registral de nombres de dominio para lucrar a costa de quienes tienen un legítimo interés sobre un nombre de dominio, por lo que pide expresamente que se condene en costas al primer solicitante.
Finaliza su presentación señalando que se encuentra acreditado que el segundo solicitante es quien goza de un mejor derecho sobre el dominio portaljumbo.cl

8.- Que el primer solicitante no compareció al juicio arbitral.

9.- Que a fojas 191 pasaron los autos para fallo.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que el primer solicitante, pese a haber sido emplazado en autos, no compareció en autos, no presentó pruebas en favor de su mejor derecho ni objetó las de la contraria, ni contra argumentó los fundamentos esgrimidos por el segundo solicitante. Asimismo, no ha activado el dominio, aun teniendo las atribuciones para hacerlo de acuerdo a las normas del reglamento para la administración del Registro de nombres de dominio .cl.

SEGUNDO: Que el conflicto de estos autos dice relación con la necesidad de decidir a cuál de las partes en competencia tiene un mejor derecho para la asignación den nombre de dominio portaljumbo.cl. La segunda solicitante Cencosud S.A., funda su pretensión en que la cadena de caracteres que corresponde al nombre de dominio es idéntica a sus denominaciones comerciales "portal" y "jumbo" sobre los cuales tiene derechos marcarios, además de su interés legítimo, acreditado a través del uso de estas expresiones en sus actividades comerciales. En apoyo a sus argumentos acompañó prueba documental analizada en la expositiva de este fallo, la que no fue objetada de contrario y de los que se deduce que esta parte actúa en el mercado de los centros comerciales con la expresión portal y en el de supermercados bajo la denominación jumbo. Asimismo, acreditó que en el llamado entorno virtual se desenvuelve con las mismas expresiones, para lo cual cuenta con diversos registros de nombres de dominio.

TERCERO: Que aun cuando los nombres de dominio no cuentan con regulación específica en Chile, han sido reconocidos a nivel doctrinario y jurisprudencial, sus cualidades como localizadores de recursos informativos disponibles en Internet los ha constituido en un elemento importante en las estrategias de posicionamiento de los agentes de la sociedad de la información, y por tanto el derecho ha debido hacerse cargo de los conflictos que puedan surgir en relación a su registro y mantención, para cuyos efectos se han elaborado criterios en base a los cuales deben estos conflictos resolverse, los cuales no pueden ser ajenos a los principios tradicionales del derecho ni a las normas de orden público económico ni de responsabilidad, entre otras.

CUARTO: Que Internet es un espacio de interacción universal, que gracias a los aportes de sus miembros se ha constituido en la base de conocimientos más grande que ha podido concebirse, el repositorio de información más importante y un espacio de interacción democrática horizontal y abierto a toda la comunidad, entre muchas otras aplicaciones a que Internet ha dado lugar. Sin embargo, para que este medio no se desvirtúe es necesario preservarlo de posibles atentados a la buena fe, que podrían representar las inscripciones abusivas o que causen perjuicios ilegítimos a terceros, titulares de derechos protegidos por el ordenamiento jurídico general. En el caso de autos, el segundo solicitante invoca los derechos marcarios que le asisten, los cuales tienen resguardo a nivel constitucional.

QUINTO: Que en consecuencia la aplicación a un caso concreto del principio "first come first served", como una actualización del antiguo aforismo jurídico "*prior in tempore prior in iure*" supone que los solicitantes en competencia se encuentran en igualdad de condiciones y derechos, lo que deberá ser analizado por el árbitro, investido como arbitrador, conforme a su real saber y entender. Sin embargo, en aquellos casos que se acrediten circunstancias que rompan el equilibrio entre las partes, derivadas de un mejor derecho del segundo solicitante o la mala fe del primero, no podrá aplicarse el principio en comento, debiendo restablecerse el equilibrio jurídico social y asimismo coadyuvar a la usabilidad legítima del nombre de dominio.

SEXTO: Que en el caso de autos, el nombre de dominio colisiona con Derechos subjetivos válidamente adquiridos por terceros, en concreto, con la identidad comercial del segundo solicitante, idéntica al nombre de dominio en disputa, en base a lo cual puede sostenerse el mejor derecho de esta parte al mismo. Ello sumado a la inactividad del primer solicitante en el uso del dominio y en este juicio arbitral llevan a deducir a esta árbitro su falta de interés legítimo.

SEPTIMO: Que el artículo 22 del Reglamento de Nic Chile dispone que: "La concurrencia de alguna de las siguientes circunstancias, sin que su enunciación sea taxativa, servirá para evidenciar y demostrar la mala fe del asignatario del dominio objetado… "Que existan circunstancias que indiquen que se ha inscrito el nombre de dominio con el propósito principal de venderlo, arrendarlo u otra forma de transferir la inscripción del nombre de dominio al reclamante o a su competencia, por un valor excesivo por sobre los costos directos relativos a su inscripción, siendo el reclamante el propietario de la marca registrada del bien o servicio", circunstancia que acredita con correo electrónico que dirige a esta parte la contraria, que ya se analizó en la expositiva de este fallo, no objetado de contrario.

OCTAVO: Que una de las prácticas más repudiadas para la configuración de una identidad digital en un Estado de Derecho es el registro de nombres de dominio para su posterior venta a los legítimos aspirantes a ser identificados a través de ellos en el entorno virtual, por cuanto además de distorsionar la institución, falta a la buena fe que debe inspirar en las relaciones sociales. Esto es más evidente tratándose de signos que se corresponden con la denominación en el mundo físico de actores de mercado, sin perjuicio de ser aplicable a todas las áreas de desarrollo social, pues no es posible que bajo la sola premisa del principio firts come first served, se ampare un comercio ilícito de nombres de dominio. Siendo así, habrá de acogerse la demanda del segundo solicitante en todas sus partes, asignándosele el nombre de dominio en disputa y asimismo acogiendo la condena en costas a la primera solicitante.

Con lo considerado y teniendo presente además lo dispuesto en el Reglamento de funcionamiento de NIC Chile,

SE RESUELVE:

Asígnese el nombre de dominio "**portaljumbo.cl**" al segundo solicitante **CENCOSUD S.A.**, ya individualizada en autos. Condénase en costas al primer solicitante.

Notifíquese a las partes y a Nic Chile por carta certificada. Hecho, ejecútese por Nic Chile esta sentencia.

Resolvió

Lorena Donoso Abarca

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; fallos@legal.nic.cl; javier@sotomayor.cl; ctecnico@sargent.cl; dominios@sargent.cl; ffernandez@sargent.cl; cencalada@sargent.cl; csaez@sargent.cl; jmora@sargent.cl; jjuarez@sargent.cl; dominios@sargent.cl; sargent@sargent.cl