Partes: MARIA DEL ROSARIO MARGARITA ALVAREZ PIRACES
SOCIEDAD DE RECAUDACION Y PAGOS DE SERVICIOS LTDA. (SERVIPAG)

Santiago, veinte de mayo de dos mil once

Vistos:

- 1.- Oficio OF. 13328 de 10 de diciembre de 2010, de Nic Chile, relativos al conflicto por asignación del nombre de dominio **tucuentas.cl**, suscitado entre **MARIA DEL ROSARIO MARGARITA ALVAREZ PIRACES**, RUT: 06.377.569-K, domiciliada en Av. Juan XXIII 6819, dpto. 403, Vitacura, Santiago y **SOCIEDAD DE RECAUDACION Y PAGOS DE SERVICIOS LTDA. (SERVIPAG)**, RUT: 78.053.790-6, REP. SARGENT & KRAHN, en la persona de doña Paula Benavides, domiciliada en Av. Andrés Bello 2711, Of. 1701.
- 2.- Aceptación del arbitraje juramento del encargo y citación a las partes a audiencia de rigor de fojas 5 y su notificación a Nic Chile y a las partes de fojas 6 y 6 vta.
- 3.- Acta de audiencia desarrollada con la sola comparecencia del representante del segundo solicitante, de fojas 22. Frente a la inasistencia del primer solicitante, se procedió derechamente a la fijación de la pauta de procedimiento arbitral, lo que fue notificado personalmente al compareciente y por correo electrónico al inasistente como consta a fojas 23.
- 4.- Las alegaciones de mejor derecho del segundo solicitante, de fojas 24. Solicita que se le asigne el dominio, en base a los siguientes argumentos de hecho y de derecho: En cuanto a los hechos, sostiene que la empresa Sociedad de Recaudación y Pagos de Servicios Ltda. (SERVIPAG), fue creada en el año 1990 por BCI y Banco de Chile, como una sociedad orientada al apoyo del giro bancario nacional. Luego, se ha transformado en una empresa líder en el mercado de las transacciones, pagos y recaudaciones, con un amplio reconocimiento a nivel nacional. Sostiene que ha invertido permanentemente y desde sus inicios no sólo en tecnología, sino que también en capital humano, buscando siempre la mejor calidad de atención y la mayor cantidad de servicios, se ha preocupado por garantizar las mejores herramientas de seguridad y eficiencia, a fin de brindar un servicio de primera calidad. Ofrece una amplia red de Centros de Atención SERVIPAG en los principales centros de negocios, malls y supermercados a lo largo de todo el país y con amplios horarios de atención, cubriendo sin problemas las horas de mayor confluencia de público, especialmente cuando los bancos ya están cerrados. Adicionalmente, progresivamente ha ofrecido más y mejores servicios a sus clientes, dentro del área financiera y del pago y recaudación cuentas, a través de sistemas de atención personalizada y preocupada de cada uno de sus clientes, para lo que utiliza, entre otras, plataformas electrónicas y de pago de cuentas on line, servicios que son profusamente utilizados por los usuarios

Sostiene luego que SERVIPAG, es titular de las siguientes marcas, debidamente registradas ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial ("INAPI"), para distinguir en el mercado diversos servicios financieros y de recaudación, lo que le ha permitido posicionarse como una institución de gran trayectoria y credibilidad: a) Registro № 638.256, "SERVIPAG", mixta para distinguir servicios en clase 36; b) Registro № 722.072 SERVIPAG EXPRESS PAGUE SUS CUENTAS AQUI, mixta, para distinguir "servicios financieros y operaciones monetarias, en particular, servicios prestados por una agencia para la recaudación, cobranza y pago de deudas y cuentas, tanto de servicios de utilidad pública, como de empresas comerciales en general y personas naturales; servicios de pagos a plazo; servicios de cajas de pago de jubilaciones; cajas de previsión; servicios de agencia de crédito; servicios de emisión y uso de tarjetas de crédito, débito y venta; servicios de cambio de cheques y giro de dinero; transferencia electrónica de fondos; comprobación de cheques, emisión de cheques de viajes; servicios de pago de sueldos y recaudación de depósitos para bancos; depósito de valores; consultas en materia financiera y monetaria. los servicios antes mencionados se prestan de forma convencional (de persona a persona) y a través de una comunicación interactiva de datos, mensajes, imágenes, textos y combinaciones de estos, por medios computacionales, World Wide Web y otras redes de bases de datos; de forma oral y/o visual, por medio de terminales de computación, fax y por otros medios electrónicos, magnéticos, análogos, digitales y/o satelitales. Gestión y desarrollo de sistemas para que se puedan llevar a efecto los sistemas de acumulación de puntos y otros beneficios implementados para mantener la fidelidad del cliente", de la clase 36.

Considera que de este modo, la expresión "tu cuentas" sobre la cual se estructura el dominio en disputa, se encuentra vinculada con las actividades que distinguen las marcas comerciales de su mandante, por lo que podría ser asociada por los usuarios de Internet a los servicios ofrecido por SERVIPAG: acceso al pago de cuentas a través de sistemas de atención e información en línea. Dichos servicios cuentan con un vasto reconocimiento y asociación por parte de los consumidores y de ahí su estrecha vinculación con el dominio en disputa y su consecuente mejor derecho respecto del mismo, pues considera que el dominio tucuentas.cl evoca los servicios de pago de cuentas, que real y efectivamente ofrece su mandante a sus usuarios. Considera que los sistemas de recaudación de pagos que ha implementado son reconocidos a través de la expresión "PAGUE SUS CUENTAS AQUI", tanto en Internet como por los consumidores.

Sostiene que las expresiones a través de las cuales se ha dado a conocer su mandante, han implicado grandes inversiones de dinero con el fin de posicionarlas en el mercado y lograr una asociación entre consumidores y su representada. Ejemplifica que ha instalado cientos de locales en los cuales efectivamente ofrece sus servicios asociados al pago de cuentas, reconocimiento que ha llevado al ámbito del Internet.

Alude luego al criterio aplicado en el conflicto por asignación del dominio promain.cl, en que se sostuvo: "Que existen diversos criterios de prudencia y equidad que pueden aplicarse a supuestos diversos o residuales a los contemplados en la regla 14 de la RNCL. El primero de ellos —a juicio de este sentenciador el principal criterio de decisión— es el que podemos denominar «criterio de la identidad», conforme al cual debe preferirse la pretensión de aquella parte cuyo derecho sea gráficamente idéntico al SLD del dominio litigioso, y si ninguno de los derechos de las partes presenta dicha identidad, a aquella parte cuyo derecho presente mayor similitud o vinculación lógica con el referido SLD", en base al cual se asignó el dominio al segundo solicitante. Señala que como se desprende de dicho fallo, la titularidad de marcas comerciales que correspondan a la esencia de un determinado nombre de dominio en disputa, es un criterio que debiere considerarse con el objeto de determinar cuál de las partes tiene un mejor derecho sobre un determinado nombre de dominio. Al respecto, sostiene que la función básica de todo nombre de dominio, consistente en poder identificar e individualizar correctamente a cada usuario de Internet, en caso de ser otorgado el dominio en disputa al primer solicitante de autos, no se estaría cumpliendo.

En razón de lo anterior, estima que corresponde rechazar la solicitud de la demandada respecto del nombre de dominio "TUCUENTAS.CL", ya que de lo contrario se permitirá que un tercero haga uso del elemento fundamental de una marca que se encuentra debidamente registrada ante el INAPI lo que llevaría a una inevitable confusión del mismo.

En cuanto al derecho, sostiene que el explosivo desarrollo y masificación de la red de interconexión mundial de computadores Internet, ha dado lugar en los últimos años a una serie de conflictos de carácter jurídico. Uno de dichos conflictos, ha tenido relación con los denominados "nombres de dominio" que se utilizan en dicha red, que consisten en una "dirección electrónica" o bien una "denominación" por medio de la cual un usuario de Internet es conocido y se identifica dentro de esta red, para de esta forma poder utilizar los diversos servicios que dicho medio de comunicación ofrece, tales como páginas Web, correo electrónico, conversaciones instantáneas, etc. Agrega que el concepto de nombre de dominio lleva implícita la idea de poder identificar a cada usuario en Internet, de forma tal que quien se identifique como, por ejemplo, COCA-COLA, DELL o MCDONALD'S, efectivamente corresponda a dicha entidad, organización o empresa. De lo contrario, el concepto de la red mundial Internet carecería de sentido y se transformaría en un instrumento confuso, caótico y de escaso valor comercial.

En cuanto a los criterios para la resolución de conflictos, invoca los siguientes: a) Criterio de la titularidad sobre marcas comerciales y su relación con los nombres de dominio, en tanto que ambos signos comparten un sinnúmero de aspectos, características y propósitos de tal entidad que es posible afirmar 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, buscando evitar que los consumidores caigan en errores o confusión con respecto a ellos, facilitando así el comercio. Estima que los nombres de

dominio han pasado a constituir un medio de publicidad donde se informa a los usuarios y consumidores acerca de los productos, fortaleciéndose en consecuencia la marca de que se trate. De ahí que en derecho comparado, y por cierto en los últimos años también por la uniforme jurisprudencia en nuestro país, se ha efectuado una inmediata y lógica relación entre los nombres de dominio y las marcas comerciales. Por eso estima que la decisión de los 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.

A este respecto, sostiene que atendido que su mandante, posee varios registros marcarios para distinguir servicios de recaudación de pago de cuentas resulta claro que el nombre de dominio en conflicto es de su interés, toda vez que es confundible con sus marcas y con los servicios que las mismas distinguen. Ello podría inducir a error a los usuarios y consumidores, al razonar válidamente, que se trata de un dominio con contenido relativo a los famosos servicios de recaudación de fondos y pago de cuentas de SERVIPAG.

Respalda la aplicación práctica de este criterio, mencionando la UDRP, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy "UDRP", desarrollada por la Corporación de Nombres y Números Asignados a Internet, que reconoce como criterio fundamental para la resolución de dichos conflictos, la titularidad de registros marcarios idénticos o similares con el dominio en cuestión; El Informe Final de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), así como las Opiniones del Panel OMPI Sobre Ciertas Preguntas Relacionadas con el UDRP (WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions), que establecen que en el procedimiento de revocación de un nombre de dominio se deben considerar circunstancias tales 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 el dominio de mala fe; y los artículos pertinentes del Reglamento de Nic Chile, especialmente las normas sobre revocación de nombres de dominio.

- b) En segundo lugar invoca el Criterio del Mejor Derecho por el Uso Empresarial Legítimo, que se refiere a que tendrá un mejor derecho sobre un nombre de dominio indicativo de algún producto o servicio, el solicitante que efectivamente ofrezca dichos productos y servicios. Al respecto, reitera que su mandante tiene registrada una familia de marcas comerciales que distinguen servicios de recaudación y pago de CUENTAS y promueve los servicios de pago en línea, proporcionando a sus clientes un acceso rápido y eficiente al pago de sus CUENTAS domésticas. Dichos servicios corresponden a una de los principales del área de atención a clientes de SERVIPAG, para personas y empresas, procurando siempre entregar orientación e información especializada a sus clientes.
- c) Invoca además el criterio de legítimo interés sobre el nombre de dominio en disputa, que funda en las inversiones que ha realizado su mandante, los registros marcarios de que es titular y una difusión permanente en la red global Internet, de lo cual desprende que esa parte tiene un interés legítimo de identificar y distinguir sus servicios a través de Internet en nuestro país y a evitar que terceros hagan uso de una expresión que le corresponde generando confusión. En este sentido, señala que su mandante ha participado activamente durante muchos años en el rubro financiero y de la recaudación y pago de cuentas, gozando sus marcas y los servicios que estas distinguen, de gran fama y notoriedad en el rubro, convirtiéndose en una de las más importantes, reconocidas y de mayor penetración a nivel nacional en el mercado financiero.

En cuarto lugar alude al criterio de la Identidad, que 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, y considera que por aplicación del mismo, el nombre de dominio en conflicto debe ser asignado a su mandante, ya que es titular de un grupo de marcas de gran fama y reconocimiento en el mercado nacional que distinguen precisamente servicios de recaudación y pago de CUENTAS, lo que contrasta con el primer solicitante, que no es reconocida en el mercado. En cuanto al interés de su mandante por identificarse en internet a través de la expresión "cuentas" señala que esa parte actualmente es titular los siguientes nombres de dominio, muy similares al dominio disputado: lascuentas.cl, pagacuentas.cl, pagomiscuentas.cl, portaldecuentas.cl.

Respecto de jurisprudencia que haya acogido este criterio, señala que es el caso de la sentencia recaída en el conflicto "viñasdelmaipo.cl", en que se consideró 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...".

Relacionado con lo anterior, invoca luego el criterio de uso efectivo en Internet, que funda en que, los servicios de recaudación, pago de cuentas y de pago en línea que ofrece su mandante, son efectivamente publicitados y promovidos en Internet, lo que consta por diversos artículos de prensa así como impresiones de diversas páginas Web, los servicios financieros de su mandante son reconocidos por los usuarios de Internet y público consumidor en general. De su parte, señala, el uso de la plataforma electrónica Internet como herramienta utilizada por su mandante para entregar a sus usuarios un acceso fácil y eficiente a sus clientes para acceder a sus productos, se confirma con la visualización del Web www.servipag.cl.

Concluye que su mandante efectiva y realmente presta servicios asociados al concepto de "pago de cuentas" los que son reconocidos por sus usuarios y clientes. Ello, a diferencia de la contraparte que no es reconocida en el mercado, por lo que los usuarios de Internet identificarán y asociarán el dominio de autos con su representada y que de acuerdo a lo expuesto en sus diversos argumentos, así como la titularidad de registros marcarios en Chile para distinguir servicios de recaudación de pago de cuentas, la fama y notoriedad de estas, la vinculación estrecha de su mandante con el concepto de "sus cuentas" y los servicios que este involucra, así como también la promoción y comercialización de servicios relacionados con el pago de cuentas personales y de empresas a través de un dominio en Internet, considera que es su representado el titular del mejor derecho para la asignación del nombre de dominio en disputa, por cuanto posee un vínculo estrecho y claro con el signo distintivo del dominio en disputa y sus distintas derivaciones. Señala luego que teniendo en cuenta que los nombres de dominio son la herramienta que permitirá continuar con el creciente y explosivo desarrollo de Internet, mientras constituyan el fiel reflejo de cada uno de los usuarios de dicha red, la asignación del dominio "TUCUENTAS.CL" al demandado de autos, constituiría una causal de error y confusión en el público usuario y consumidor, 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. Agrega que 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 de su representado.

- 5.- Que esta parte, para acreditar su mejor derecho presentó prueba documental consistente en: a) Fotocopia del poder otorgado por SOCIEDAD DE RECAUDACION Y PAGOS DE SERVICIOS LTDA (SERVIPAG) en favor de Sargent & Krahn; b) Copia simple del certificado de registro marcario individualizados en el Nº 3 de esta presentación; c) Impresión del sitio Web www.servipag.cl, en el cual aparecen los productos y servicios comercializados por esta empresa, entre los cuales se encuentra la recaudación de pagos y servicios de información de CUENTAS, detallándose sus características y beneficios; d) copia del sitio Web www.cencosudshopping.cl, en el que aparece una breve reseña histórica de su mandante y se mencionan sus principales servicios, dando cuenta de su reconocimiento como una de las empresas de pago de CUENTAS más famosas del mercado; e) Copia de sentencia arbitral recaída sobre el nombre de dominio www.promain.cl; f) Copia de sentencia arbitral recaída sobre el nombre de dominio www.viñasdelmaipo.cl.
- 6.- Que a fs. 35, el segundo solicitante presentó escrito evacuando el traslado conferido en autos. Destaca la falta de interés del primer solicitante, pro su inactividad en autos, pese a las oportunidades conferidas. Al respecto, fundado en los artículos 10 y 14 del Reglamento de Nic Chile, sostiene que el criterio first come first served no es absoluto, e incluso cada vez más la doctrina y jurisprudencia tienden a aplicarlo como última ratio, sólo cuando ninguna de las partes acredita un mejor derecho sobre el nombre de dominio disputado.

Alude luego a lo considerado en la sentencia dictada en el conflicto por asignación de nombres de dominio "todochile.cl": "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.

Concluye que en base a estas argumentaciones y la nula argumentación de la contraria sobre sus intereses respecto del nombre de dominio en disputa, la asignación del dominio debe recaer en su mandante, quien sí ha aportado debidamente al proceso, los argumentos y medios probatorios en los cuales fundamenta su mejor derecho sobre el nombre de dominio tuecuentas.cl

Estima que tanto la doctrina como la jurisprudencia nacional han reconocido que el criterio firs come first served es un principio de ultima ratio, vale decir, que su aplicación sólo tiene cabida cuando no es posible aplicar otro criterio de asignación respecto de determinado nombre de dominio, cuando las partes se encuentren en pie de igualdad, en cuanto a los derechos que les caben respecto del nombre de dominio y por tanto queda como único criterio para asignar el dominio, el orden de las solicitudes. Estima que esta no es la situación de autos, pues estima que ha quedado demostrado el mejor derecho de su mandante y que la contraria tiene un total desinterés en el nombre de dominio.

Adicionalmente señala que se suma a su mejor derecho, su interés legítimo en el nombre de dominio, ligado al uso efectivo de dominios que tienen identificación con la palabra "cuentas" en Internet, de lo que deduce las posibilidades de confusión de los usuarios si se asignara el dominio a la contraria.

Adicionalmente, y en relación a lo anterior, señala que sin perjuicio de los criterios señalados en su demanda de mejor derecho, considera relevante reiterar lo considerado en la sentencia recaída en el conflicto por asignación del nombre de dominio promain.cl, en que se asignó el dominio "a aquella parte cuyo derecho presente mayor similitud o vinculación lógica con el referido SLD". Entendiendo que conforme a esa resolución, la titularidad de marcas comerciales que correspondan a la esencia de un determinado nombre de dominio en disputa, es un criterio que debiere considerarse con el objeto de determinar cuál de las artes tiene un mejor derecho sobre un determinado nombre de dominio.

Agrega luego que la función básica de todo nombre de dominio es aquella consistente en poder identificar e individualizar correctamente a cada usuario de Internet, función que no se cumpliría si se asignara el dominio a la contraria, por cuanto el nombre de dominio tucuentas.cl se forma en base a un signo alusivo a las marcas y servicios de mi representada y porque el primer solicitante no ha acreditado interés ni vinculación alguna con el dominio en disputa, pues no consta en autos ningún antecedente que de cuentas de su supuesto derecho; no es titular de ninguna marca comercial, nombre de dominio o de cualquier otro antecedente en virtud del cual pueda acreditar fehacientemente algún tipo de derecho en relación con el nombre de dominio tucuentas.cl. Asimismo, hace presente que una solicitud de registro de nombre de dominio contraría derechos válidamente adquiridos cuando mediante la misma se perturba, afecta o perjudica un derecho adquirido, sobre un nombre, marca comercial u otra designación o signo distintivo, por estar reproducido, incluido o aludido en el nombre de dominio disputado de manera que estos sean confundidos, más aún si no se acreditan derechos o intereses legítimos y pertinentes.

7.- A fojas 37 se citó a las partes a oír sentencia.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que los nombres de dominio representan uno de los sistemas con mayor desarrollo desde el avenimiento de Internet. Entre las razones fundamentales del creciente interés de los actores sociales por contar con un nombre de dominio se encuentra su capacidad para identificar y localizar a los distintos actores, productos y servicios que tienen presencia en Internet. En este contexto, los nombres de dominio han adquirido no sólo relevancia social, sino económica, por las posibilidades que ofrecen a los actores del mercado analógico, para desarrollarse en el entorno virtual.

SEGUNDO: Que, en todo caso, los nombres de dominio no adquieren per se una distintividad, ni el carácter de identificador en el sentido tradicional, sino que más bien adquieren esta distintividad por el uso efectivo del nombre de dominio por parte de sus titulares, y en la medida que representen al objeto que desean comunicar a través de ellos. Siendo así, los nombres de dominio no han adquirido aún un reconocimiento legal, tal y como ha sucedido con las marcas comerciales, en que se entregan derechos exclusivos y excluyentes respecto del signo protegido a través.

TERCERO: Que en el caso de autos, la segunda solicitante ha esgrimido en du favor la titularidad marcaria sobre la expresión servipag que ha acreditado suficientemente y cuya titularidad y vigencia no ha sido controvertida de contrario. Asimismo, funda su pretensión en su interés legítimo en el dominio, por su identificación con el concepto "cuentas", por los servicios financieros que presta.

CUARTO: Que de su parte, el primer solicitante no se apersonó en autos, ni allegó antecedentes probatorios en pos de acreditar su interés legítimo y/o mejor derecho al nombre de dominio en disputa. Adicionalmente, esta árbitro a revisado la usabilidad de nombres de dominio en Internet y ha verificado que el mismo no ha sido habilitado por su titular. En estas circunstancias esta árbitro no tiene antecedentes suficientes como para sostener que ambas partes se encuentren en igualdad de condiciones y derechos.

QUINTO: Que el principio first come first served, en tanto actualización del aforismo prior in tempore, prior in iure, tiene aplicación en aquellos casos en que las partes de un conflicto se encuentran en igualdad de condiciones. Esto es, cuando ambas partes tienen interés legítimo y derechos equivalentes al dominio en disputa, situación que no ocurre en estos autos, en que el segundo solicitante ha acreditado que tiene interés legítimo en el nombre de dominio, fundado en su actividad comercial en relación al concepto "cuentas", que contrasta con la inactividad de la contraria.

SEXTO: Que en todo caso, las marcas que invoca la segundo solicitante no podrán servir como antecedente para acreditar un mejor derecho per sé, por cuanto las marcas que acredita, si bien contienen la expresión cuentas, esta se trata de una expresión genérica, en base a la cual no es posible invocar los derechos a los que alude, considerando los principios de temporalidad, territorialidad y especialidad marcaria, además de la imposibilidad de dar protección marcaria a términos genéricos.

SEPTIMO: Que en consecuencia, y atendido que esta árbitro debe resolver este conflicto de acuerdo a lo que la prudencia y la equidad, y de acuerdo a los antecedentes aportados por las partes y que constan en autos, de los que fluye la falta de interés del primer solicitante en el dominio de autos, derivado de su inactividad procesal y desuso del nombre de dominio, habrá de acogerse la demanda del segundo solicitante, atendidas las consideraciones previamente vertidas en esta sentencia.

OCTAVO: Que en todo caso habrá de considerar que ambas partes se encontraban de buena fe, de acuerdo a los principios generales que rigen en nuestro ordenamiento jurídico, por lo que habrá de resolverse que cada parte pague sus costas.

Y visto lo dispuesto en el Reglamento para la Administración del Registro de Nombres de Dominio .cl, **SE RESUELVE**:

Asígnese el nombre de dominio tucuentas.cl al segundo solicitante SOCIEDAD DE RECAUDACION Y PAGOS DE SERVICIOS LTDA. (SERVIPAG).

Cada parte pagará sus costas.

Resolvió

Lorena Donoso Abarca Arbitro

> Carlos Reusser Monsálvez Actuario

Sentencia dictada frente a los Testigos de actuación

Manuela Ferrada Tapia 7.776.724-k Diego Sepúlveda Salazar 16.386.315-4

Cc. lorena.donoso@gmail.com; rosario.a.p@gmail.com, rosarioalvarez@hotmail.com; cadmin@sargent.cl, ctecnico@sargent.cl, <u>dominios@sargent.cl</u>; <u>jmora@sargent.cl</u>; jjuarez@sargent.cl; <u>dominios@sargent.cl</u>; sargent@sargent.cl; fallos@legal.nic.cl