

DECISIÓN DEL EXPERTO

Zodiac International v. Ferreterías Ferromar, S.L.

Caso No. DES2010-0048

1. Las Partes

La Demandante es Zodiac International con domicilio en París, Francia, representada por Cabinet Plasseraud, Francia.

El Demandado es Ferreterías Ferromar, S.L., con domicilio en Madrid, España, representada por Miguel Ángel Davara F. de Marcos, España.

2. Los Nombres de Dominio y el Registrador

La Demanda tiene como objeto los nombres de dominio <cloradoressalinoszodiac.es> <cloradoreszodiac.es> y <limpiafondoszodiac.es>.

El registrador del citado nombre de dominio es ESNIC.

3. Iter Procedimental

La Demanda se presentó ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (el "Centro") el 19 de octubre de 2010. El 19 de octubre de 2010, el Centro envió a ESNIC vía correo electrónico una solicitud de verificación registral en relación con los nombres de dominio en disputa. El 20 de octubre de 2010, ESNIC envió al Centro vía correo electrónico, su respuesta confirmando que el Demandado es la persona que figura como registrante, proporcionando a su vez los datos de contacto de contacto administrativo, técnico y de facturación. El Centro verificó que la Demanda cumplía los requisitos formales del Reglamento del procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos para nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (".ES") (el Reglamento).

De conformidad con los artículos 7a) y 15a) del Reglamento, el Centro notificó formalmente la Demanda al Demandado, dando comienzo al procedimiento el 27 de octubre de 2010. De conformidad con el artículo 16a) del Reglamento, el plazo para contestar la Demanda se fijó para el 16 de noviembre de 2010. El Escrito de Contestación a la Demanda fue presentado ante el Centro el 16 de noviembre de 2010.

El 25 de noviembre de 2010 la Demandante presentó un escrito insistiendo en sus argumentos y rebatiendo las alegaciones del Demandado. El Demandado presentó a su vez una contestación a este escrito adicional en fecha 13 de diciembre de 2010.

El Centro nombró a Luis H. de Larramendi como Experto el día 29 de noviembre de 2010, recibiendo la Declaración de Aceptación y de Imparcialidad e Independencia, en conformidad con artículo 5 del Reglamento. El Experto considera que su nombramiento se ajusta a las normas del procedimiento.

4. Antecedentes de Hecho

4.1 La Demandante es titular de las siguientes marcas:

- Marca internacional 699648 ZODIAC, con prioridad de 25 de marzo de 1998, para productos de las clases 6, 7, 11 y 19, vigente en varios países, entre ellos España, donde la marca fue concedida en las clases 6, 7 y 19 y denegada en la clase 11.

- Marca internacional 1007403 Z ZODIAC (logo), con prioridad de 22 de octubre de 2008, para productos y servicios de las clases 6, 7, 9, 11, 12, 18, 19, 25, 28, 39 y 41, vigente en varios países, entre ellos la Unión Europea.

4.2 Los nombres de dominio objeto de controversia fueron registrados con fecha 7 de enero de 2009 y 9 de octubre de 2009.

4.3 Accediendo a los correspondientes sitios web nos encontramos con información y ofertas comerciales referidas a los productos ZODIAC de la Demandante que son comercializados por el Demandado. Desde estos sitios web existen vínculos a la página web principal del Demandado, en la que se ofertan los productos de la Demandante y los de otros competidores.

5. Alegaciones de las Partes

A. Demandante

- Los nombres de dominio en disputa están compuestos por la marca ZODIAC de la Demandante a la que simplemente se han añadido las expresiones genéricas "cloradores salinos", "cloradores" y "limpiafondos".

- El Demandado carece de derechos o intereses legítimos sobre la denominación ZODIAC, pues no es titular de ninguna marca con dicha denominación. El Demandado vendía los productos de la Demandante, pero no llegó a firmarse un contrato de distribución entre ambas partes.

- El Demandado estaba usando los nombres de dominio en disputa para redirigir a los consumidores a su propio sitio web "www.ferromar.es", en el que se ofertan productos ZODIAC pero también de otros competidores.

- El Demandado no ha respetado las condiciones comerciales de la Demandante, tales como un precio mínimo para los productos ZODIAC. La Demandante envió al Demandado cartas de reclamación para tratar de solucionar el conflicto a través de un acuerdo que incluyera la transferencia de los nombres de dominio en disputa.

- El Demandado actuó de mala fe al registrar los nombres de dominio, pues conocía sobradamente las marcas de la Demandante y trató por ello de beneficiarse de la notoriedad de ZODIAC para atraer a los consumidores a su propia página web en la que también vendía mercancías de otras marcas.

- El Demandado nunca divulgó en su página web su relación con la Demandante y mencionaba que eran distribuidores oficiales cuando eran simples revendedores de los productos de ZODIAC.

- El Demandado ha llevado a cabo la misma conducta en relación con otras marcas notorias, que también forman parte de otros nombres de dominio de su titularidad.

- El uso de los nombres de dominio efectuado por el Demandado y el conocimiento que éste tenía sobre la marca ZODIAC confirma que el Demandado se aprovecha de la reputación de los productos ZODIAC y que está intencionadamente tratando de atraer a los usuarios de Internet a su sitio web.

Por todo ello, la Demandante solicita que los nombres de dominio le sean transferidos.

B. Demandado

El Demandado rebate las pretensiones de la Demandante con los siguientes argumentos:

- Las marcas de la Demandante no son "limpiafondoszodiac", "cloradoreszodiac" ni "cloradoressalinoszodiac", sino únicamente ZODIAC, por lo que no existe identidad ni semejanza entre los nombres de dominio y la marca.

- Los nombres de dominio hacen referencia exclusivamente al contenido de las páginas web a las que dirigen, es decir, contienen productos ZODIAC de la clase que indica cada nombre de dominio.

- No existe confusión dentro de cada página, puesto que se destaca que el Demandado es distribuidor autorizado y se pone en caracteres claros el nombre de la tienda, diferenciándose de la marca de la Demandante.

- El Demandado no ha utilizado la marca como nombre de dominio, sino unas denominaciones que contienen la marca ZODIAC, haciendo referencia precisamente a los productos ZODIAC que lleva años distribuyendo.

- El Demandado no ha redirigido a los clientes a su página web para vender productos de otras marcas. Por el contrario, ha creado una tienda ZODIAC únicamente con productos de la marca totalmente distinta a su propia página web "www.ferromar.es".

- El Demandado ha utilizado los nombres de dominio en relación con una oferta de buena fe de productos o servicios, pues a través de ellos efectúa la venta de productos ZODIAC ampliando las ventas que como distribuidora de tales productos realizaba en su tienda física.

- El Demandado hace un uso legítimo y leal de los nombres de dominio, pues en ningún caso trata de desviar a los consumidores ni empañar el buen nombre de la marca. Más bien al contrario, trata de potenciar las ventas de productos ZODIAC.

- El Demandado en ningún momento ha pretendido utilizar los nombres de dominio para redirigir a los usuarios hacia otras marcas. De hecho, modificó los contenidos de los correspondientes sitios web tras una reunión mantenida con un representante de la Demandante.

- El Demandado ha diferenciado claramente el contenido de las páginas correspondientes a los nombres de dominio en disputa de su propia página principal. Aquellos únicamente han hecho referencia en todo momento a los productos ZODIAC, sin generar ninguna confusión con la propia página del Demandado.

- El Demandado no utiliza ningún nombre de dominio que contendrá ninguna marca que no venda, y en cada nombre de dominio vende los productos de esa marca en concreto, haciendo tiendas virtuales separadas para las marcas que distribuye.

6. Debate y conclusiones

6.1 Cuestión previa: Sobre la admisibilidad del escrito complementario presentado por la Demandante

Antes de analizar la concurrencia de las circunstancias necesarias para la estimación de la Demanda, es forzoso analizar si puede o no admitirse el escrito presentado por la Demandante con posterioridad a la contestación a la Demanda efectuada por el Demandado.

De la misma forma que ocurre con la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (la Política), el Reglamento no prevé la presentación de escritos complementarios tras la contestación a la demanda, y deja en última instancia en manos del Experto la facultad de resolver sobre su admisibilidad.

Como se recuerda en *ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. D.N., Differential Pressure Instruments, Inc.*, Caso OMPI No. D2008-0936:

The Policy is designed to provide an expeditious and economical administrative remedy in appropriate domain name disputes. There is no provision for discovery or hearings as there is in many judicial proceedings and in formal arbitration. Consequently, the time periods allowed for pleading and decision are short, and there are strict page limits for the pleadings. Neither the Rules nor the Supplemental Rules make provision for supplemental filings, except at the request of the Panel (see Rules, paragraph 12). Paragraph 10 of the Rules enjoins the Panel to conduct the proceeding "with due expedition". Therefore, UDRP panels are typically reluctant to countenance delay through additional rounds of pleading and normally accept supplemental filings only to consider material new evidence or provide a fair opportunity to respond to new arguments.

En el presente caso, el escrito complementario presentado por la Demandante no se refiere a circunstancias sobrevenidas, sino que simplemente rebate las alegaciones del Demandado insistiendo en los mismos argumentos que ya se realizaban en el escrito de Demanda. Por lo tanto, este Experto no lo tendrá en consideración. En consecuencia, el Experto tampoco tendrá en consideración el escrito adicional del Demandado.

6.2 Examen de los requisitos para la aplicación del Reglamento.

El artículo 21 del Reglamento señala que el Experto resolverá la demanda sobre la base de las declaraciones y documentos presentados por las partes y respetando en todo caso lo dispuesto en el Plan Nacional y en el propio Reglamento. Asimismo, al tratarse de un nombre de dominio ".es", resultarán igualmente aplicables las leyes y principios del Derecho español.

Por otra parte, el Reglamento se inspira expresamente en la Política, por lo que resulta razonable tomar en consideración la doctrina que en su aplicación han establecido los expertos en los últimos años, tal y como ya se señalaba en *Estudios Universitarios Superiores de Andalucía, S.L. v. Eusanet, S.L.*, Caso OMPI No. DES2006-0005; en *Editorial Bosch S.A. v. Difusión Jurídica y Temas de Actualidad S.A.*, Caso OMPI No. DES2007-0006 o en *Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid v. J.M.E.-S.R.*, Caso OMPI No. DES2008-0031.

A. Identidad o similitud hasta el punto de causar confusión con otro término sobre el que la Demandante alega poseer Derechos Previos

La Demandante ha acreditado sus derechos sobre la marca ZODIAC, que han sido reconocidos por el Demandado. Este último niega la confundibilidad entre los nombres de dominio y la marca señalando que los nombres de dominio incluyen además expresiones descriptivas como "cloradores salinos", "cloradores" y "limpiafondos" que los diferencian claramente del distintivo de la Demandante.

Sin embargo, en numerosas decisiones se ha considerado que la adición de expresiones genéricas a una marca para conformar un nombre de dominio no evita la confundibilidad. Así se recordó por ejemplo en *SC FARMEC S.A. and S.C. SICOMED S.A. v. JN Prade*, Caso OMPI No. D2005-0701:

*The disputed domain names are not identical with these trademarks, but do incorporate this trademark entirely. The fact that a trademark is incorporated in its entirety in a domain name is a solid indication, but does not ipso facto mean, that the domain name is confusingly similar to the trademark. The similarity of the trademark and the domain name depends on many factors, including “the relative distinctiveness of the trademark and the non-trademark elements of the domain name, and whether the non-trademark elements detract from or contradict the function of the trademark as an indication of origin” (see *Pfizer Inc v. The Magic Islands*, WIPO Case No. D2003-0870). However, this is another case of the addition of a prefix and suffix to a registered trademark descriptive of the products available on the Respondent’s website which, as many UDRP decisions demonstrate, will almost invariably be insufficient to prevent the domain names being confusingly similar to the registered trademark.*

The Panel considers that the disputed domain names are confusingly similar to the GEROVITAL trademark for the following reasons: (i) GEROVITAL is an invented word with a high degree of inherent distinctiveness; (ii) ‘cosmetics’ and ‘cosmetiques’ are ordinary descriptive words that describe in English and French respectively the products offered by the Complainant; (iii) the evidence demonstrates that the GEROVITAL trademark has an established reputation in respect of medicines and cosmetics; (iv) potential customers will assume that the disputed domain names are associated with the Complainants’ trademark.

En la misma línea se pronunció el experto en *Sociedad Española del Acumulador Tudor S.A. v. Asesoría Materiales Exportación S.L.*, Caso OMPI No. D2005-0621:

*The disputed domain names <bateriastudor.com>, <batteriastudor.com> and <tudorbatteries.com> entirely incorporate Complainant’s trademark TUDOR. The mere addition of the generic term ‘batteries’ in English, Spanish and French, i.e. ‘batteries’, ‘baterias’ and ‘batteries’ does not per se render the said disputed domain names distinctive, when compared to such trademark, especially considering precisely that the said trademark distinguishes batteries. See, mutatis mutandis, *Quixtar Investments, Inc. v. Smithberger and Quixtar-IBO*, WIPO Case No. D2000-0138; *GA Modeline S.A. v. M. OF.*, WIPO Case No. D2000-1424. See also *PepsiCo, Inc. v. Diabetes Home Care, Inc. and DHC Services*, WIPO Case No. D2001-0174; *Sony Kabushiki Kaisha (also trading as Sony Corporation) v. Kil Inja*, WIPO Case No. D2000-1409 and *America Online, Inc. v. C.H.*, WIPO Case No. D2001-1184.*

Precisamente teniendo en cuenta que los vocablos añadidos a la marca carecen de eficacia distintiva, este Experto considera que sí existe similitud susceptible de causar confusión entre la marca de la Demandante y los nombres de dominio en disputa. Por lo tanto, concurre la primera de las circunstancias previstas en el Reglamento.

B. Derechos o intereses legítimos

El argumento fundamental del Demandado está constituido por su afirmación de que a través de los nombres de dominio se realiza precisamente la comercialización de los productos de la Demandante que el Demandado distribuye.

La cuestión de si este tipo de uso puede considerarse legítimo no resulta fácil de responder y ha sido ampliamente debatido en numerosas decisiones bajo la Política. Del mismo modo, ha sido analizada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en la sentencia del asunto C-63/97, *BMW vs. Deenik*, en la que igualmente se mencionaba la dictada en el asunto C-337/95, *Parfums Christian Dior*. De la doctrina establecida por el Tribunal en estas sentencias se desprende claramente que en este tipo de situaciones es fundamental analizar en detalle la forma y circunstancias en las cuales alguien hace uso de una marca ajena como medio de publicitar productos o servicios genuinos. Se trata en definitiva de la tensión

producida entre el derecho exclusivo del titular de la marca y el uso legítimo de la misma por un tercero como consecuencia del agotamiento del derecho de marca (por una comercialización previa efectuada por el titular de la misma) o ante la necesidad de indicar el destino de un producto o de un servicio.

Ciñéndonos a los conflictos entre marcas y nombres de dominio resueltos bajo la Política, la forma en la que esta difícil cuestión ha sido analizada se expone de forma muy didáctica en el ya citado *ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. D.N., Differential Pressure Instruments, Inc.*, WIPO Case No. D2008-0936:

Several UDRP decisions address the question of whether a reseller of branded goods is making a bona fide offering of goods and services that should be viewed as conferring a “legitimate interest” in a domain name incorporating the mark. The early decisions were reviewed in Volvo Trademark Holding AB v. Auto Shivuk, WIPO Case No. D2005-0447 (respondent used the complainant’s VOLVO mark in the domain name <volvo-auto-body-parts-online.com>). The panel in that proceeding noted that some UDRP decisions treat unauthorized use of a mark in a domain name as generally illegitimate. Such a case is Volvo Trademark Holding AB v. P.L., WIPO Case No. D2001-1292, which held that “[i]t is a well-known principle of trademark law that the manufacturer of ‘unoriginal’ spare parts is entitled to a certain limited use of the trademark of the manufacturer of the original products in connection with the bona fide offering of these goods, but this principle does not entitle the said manufacturer to incorporate the trademark in his business name or in any other type of business identifier such as a domain name”.

Other panels have more readily recognized a right to use a mark in accurately describing a respondent’s business, even in a domain name (this is sometimes termed “nominative use” or “nominative fair use”, terms found in trademark jurisprudence in the United States of America²). An example is Daimler Chrysler A.G. v. D.D., WIPO Case No. D2001-0160 (with dissent), where the operator of a site marketing Mercedes automotive parts and accessories was deemed to have a legitimate interest in using the MERCEDES mark descriptively in its domain name (and with appropriate disclaimers in the text of the website).

However, as reported in the WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, section 2.3, (<http://wipo.int/amc/en/domains/search/overview/index.html#23>), the prevailing view is the one articulated in 2001 in Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc., WIPO Case No. D2001-0903, where the reseller’s domain name <okidataparts.com> incorporated the complainant manufacturer’s OKIDATA trademark. The Panel in Oki Data concluded that the use of a manufacturer’s trademark as a domain name by a dealer or reseller (an authorized dealer in that case) should be regarded as a “bona fide offering of goods or services” within the meaning of paragraph 4(c)(iii) of the Policy if the following conditions are satisfied:

- the respondent must actually be offering the goods or services at issue;*
- the respondent must use the site to sell only the trademarked goods (otherwise, there is the possibility that the respondent is using the trademark in a domain name to bait consumers and then switch them to other goods);*
- the site itself must accurately disclose the respondent’s relationship with the trademark owner; and*
- the respondent must not try to “corner the market” in all relevant domain names, thus depriving the trademark owner of reflecting its own mark in a domain name.*

Here, the Respondents unquestionably offer devices that were originally sold and labeled as ITT or ITT Barton products. The record indicates that they have done so since 2000, before the Domain Names were registered. The Respondents’ website accurately discloses in its heading the name of the company offering those products (DPI) and includes a home-page disclaimer of affiliation with the Complainants. The website also includes a more detailed explanation, on a page linked from the home page, of how the Respondents have purchased and stocked “new surplus” ITT Barton devices for resale. The Respondents have not attempted to “corner the market” in relevant domain names. The Complainants have scores of domain names incorporating the ITT mark, as well as the domain name <itt.com>. Moreover, the Complainants themselves have not evinced an interest in perpetuating the “ITT Barton” name or product lines.

The more problematic of the Oki Data criteria, as applied to this proceeding, is the requirement that the Domain Names be used to sell only the trademarked goods. The Respondents' website includes a link to the Respondents' former Detroit Switch website, on which the Respondent DPI resold "new surplus" Detroit Switches. The link is not prominent, however; it is listed on a "Link Directory" page within the Respondents' website. Moreover, the Complainants have not demonstrated that Detroit Switches are products that compete with the ITT Barton devices or, indeed, with any products now sold by the Complainants. Thus, the Complainants have not established the risk of "bait and switch" tactics. The Respondents' use of the Domain Names for the Respondents' website is consistent with their stated purpose of reselling ITT Barton devices and related testing and warranty services. The single link to the Respondents' former Detroit Switch website is, in the Panel's view, insufficient to change the character of the Respondents' website as one concerned overwhelmingly with surplus ITT Barton products. This reflects a legitimate reseller's interest under the Oki Data test. See Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG v. D.F.L., WIPO Case No. D2004-0481 ("Clearly designated links to websites, under which other brands or products are offered, cannot be considered as the offering of other brands or products under the Domain Names, provided they take up only a minor part of the site and the overall impression of that site remains that of a site offering corresponding goods.")

Aplicando estos criterios al presente caso, este Experto considera que de la documentación aportada por las partes no se desprende ningún motivo para no considerar legítima y de buena fe la oferta de productos realizada por el Demandado a través de los nombres de dominio en disputa. En efecto, en los tres casos, los nombres de dominio dan acceso a sitios web en los que de forma específica se comercializan productos genuinos ZODIAC que de hecho provienen de la Demandante.

Es cierto que las partes no se ponen de acuerdo a la hora de calificar su relación contractual, ya que mientras la Demandante afirma que el Demandado no es su distribuidor oficial, éste afirma que es un distribuidor autorizado. Sin embargo, lógicamente la calificación de la relación contractual no es competencia de este procedimiento. Lo relevante en este caso es que las pruebas aportadas ponen de manifiesto la existencia de una relación comercial entre las partes, en virtud de la cual el Demandado adquiriría a la Demandante los productos ZODIAC que posteriormente comercializaba a través de los nombres de dominio en disputa, y que cada sitio web destaca que el Demandado es un distribuidor de los productos del Demandante.

Por lo tanto, en principio puede considerarse que el uso de la marca por el Demandado resulta legítimo, pues se corresponde con una efectiva comercialización de los productos de dicha marca y no concurren constancias que permitan constatar ningún tipo de perjuicio para la reputación de la marca ni tampoco un aprovechamiento ilegítimo de la reputación de la Demandante por parte del Demandado.

De la forma en la que están estructuradas las correspondientes páginas web se desprende claramente que se trata de sitios específicamente destinados a la venta de productos ZODIAC. Pese a que las páginas incluyan un vínculo que conduce al sitio web principal del Demandado, en el que también se comercializan productos de otras marcas, no se aprecia una intención específica y principal de atraer al público internauta a dicha página, sino que se trata de un vínculo secundario que responde a los usos habituales en este tipo de páginas web y que contribuye además a aclarar que no se trata de la página oficial del titular de la marca.

En consecuencia, este Experto considera que no se ha acreditado que el Demandado carezca de derechos o intereses legítimos sobre las denominaciones en qué consisten los nombres de dominio.

C. Registro o uso de los nombres de dominio de mala fe

Las mismas razones expuestas en el apartado anterior llevan a este Experto a considerar que no se ha acreditado la concurrencia de mala fe en la conducta del Demandado. El registro y uso de los nombres de dominio se explica en principio por el hecho de que en los correspondientes sitios web se comercializan efectivamente los productos ZODIAC a los que las propias denominaciones hacen referencia: limpiafondos y cloradores.

Es cierto que puede resultar discutible que los nombres de dominio reproduzcan como parte de su denominación la marca de la Demandante. Como se ha señalado, se trata de una cuestión ampliamente debatida, en muchas ocasiones difícil, que debe valorarse a la luz de los criterios establecidos fundamentalmente en *Oki Data Americas, Inc. v. ASD, Inc.*, Caso OMPI No. D2001-0903.

Aplicando tales criterios, en principio no se observa en este caso que concurra mala fe en la conducta del Demandado, pues la adopción de los nombres de dominio se corresponde con una efectiva comercialización de los productos a los que se refieren. Es más, los nombres de dominio en disputa resultan bastante descriptivos o "secundarios", en el sentido de que no reproducen sin más la marca, sino que consisten en expresiones alusivas al contenido que los usuarios van a encontrar en los correspondientes sitios web, por lo que tampoco desde el punto de vista de su denominación dan a entender que se trate de la página oficial del fabricante propietario de la marca.

Por lo que respecta a las disputas mercantiles que parecen haber surgido entre las partes, lógicamente no pueden ser decididas ni valoradas en el presente procedimiento. En todo caso podrán ser competencia de los Tribunales de justicia que naturalmente podrán también valorar dentro de ese contexto los nombres de dominio en disputa. La Política y el Reglamento han sido establecidos para corregir casos claros de ciberocupación y no para resolver otras posibles infracciones de marca más complejas.

Como se señalaba en *AST Sportswear, Inc. v. S.R.H.*, Caso OMPI No. D2001-1324:

The Policy, though, is a limited tool for acting against certain types of cybersquatting, and provides a contractual-based remedy. If there is a "legitimate interest" as that term is defined in the Policy, the Policy precludes transfer of the domain name, even if the use does not seem "legitimate" in the broader understanding of that word. Cf. e-Duction, Inc. v. Zuccarini, WIPO Case No. D2000-1369 (February 5, 2001); The Thread.com, LLC v. Poploff, WIPO Case No. D2000-1470 (January 5, 2001).

Del mismo modo, en *CITGO Petroleum Corporation v. M.S.T.*, Caso OMPI No. D2003-0003, se señalaba:

The Panel appreciates that the Complainant disapproves of some of the products marketed by the Respondent and finds it uncomfortable that these are being sold through a web site carrying the name "Mystik." It bears emphasis, however, that the ICANN Policy is "a limited tool for acting against certain types of cybersquatting." AST Sportswear, Inc., WIPO Case No. D2001-1324, at page 4. In the present case, the terms of the Policy afford no relief to the Complainant, which must be left to its remedies, if any, under the applicable national laws.

En definitiva, este Experto considera que tampoco ha quedado acreditada la concurrencia de mala fe en la conducta del Demandado.

7. Decisión

Por las razones expuestas, el Experto desestima la Demanda.

Luis H. de Larramendi

Experto

Fecha: 14 de diciembre de 2010