

**RED IBEROAMERICANA DE MARCAS
(RIMARCAS)**

Título del proyecto: Gestión y desarrollo de la Red Iberoamericana de Marcas.

1. Objetivo del proyecto: *Gestionar* una red de trabajo, de carácter abierto y gratuito, dirigida a intercambiar información sobre marcas en Iberoamérica desde tres ámbitos: la legislación, la jurisprudencia y la doctrina.

2. Objetivos específicos:

a. Crear un espacio de difusión e intercambio de información académica sobre la realidad de las marcas en la zona iberoamericana.

b. Propiciar el mayor acceso posible a la información actualizada sobre la legislación nacional y convencional, generada por los Estados miembros de la zona de estudio.

c. Generar y gestionar una base de datos online de jurisprudencia que ofrezca información actualizada sobre las resoluciones judiciales en materia de marcas.

3. Justificación de la creación y gestión de la red de trabajo:

La creación de la red de trabajo nace de la necesidad de acceder de forma fácil y rápida a una fuente de información sobre legislación, jurisprudencia y doctrina respecto a las marcas en Iberoamérica, que en la actualidad no existe. *Su conveniencia* se justifica por varias razones: académicas, sociales, prácticas y metodológicas, entre otras.

La existencia de diferentes fuentes de información –de carácter parcial- sobre este tema, hace que la investigación en esta área se dificulte. No siempre los datos a los que accedemos proceden de fuentes fiables, o bien, estas fuentes carecen de actualización. Un espacio de trabajo que ofrezca de manera conjunta los tres ámbitos principales antes descritos *cubre una laguna en el conocimiento* respecto a las circunstancias relacionadas con el registro, uso y explotación de las marcas en los países iberoamericanos.

La utilidad de esta herramienta de información implica su uso por parte de los investigadores, académicos, especialistas, abogados y, en general, por parte de cualquier persona interesada en el estudio de este tema. Además, el propio hecho de crear la red

de trabajo con un carácter flexible y abierto, insertada en el entorno digital, *la convierte en una herramienta útil y accesible* desde cualquier parte del mundo.

4. Resultados esperados:

Con la creación y puesta en marcha de la red de trabajo *se creará un espacio virtual* que ofrezca información relativa a las marcas en Iberoamérica desde tres ámbitos: normativa vigente, jurisprudencia generada por los tribunales nacionales y supranacionales y doctrina, *a través de un portal coordinado y dirigido* por un equipo de trabajo integrado por:

I. Consejo Asesor: Integrado por destacados especialistas y profesionales de prestigio en el ámbito de la propiedad industrial, presidido por D. Dr. Manuel Desantes Real, Catedrático de Derecho internacional privado. Universidad de Alicante (Ex Vicepresidente de la Oficina Europea de Patentes).

II. Coordinación general: Un profesional del ámbito de la propiedad industrial, dedicado a las tareas de coordinación, supervisión y control de la red de trabajo. Esta función corresponderá a Lerdys Heredia Sánchez, Profesora Asociada de Derecho internacional privado de la Universidad de Alicante y Master en Propiedad Industrial e Intelectual, por esta misma Universidad.

III. Coordinador por país: Un profesional del ámbito académico de la propiedad industrial, dedicado a las tareas de coordinación respecto al país al que representa.

5. Red de Colaboradores

A) *Permanentes*

- Profesores/Universidades/Institutos de Investigación
- Organismos internacionales y regionales: OMPI, OAMI, CAN, OEA, MERCOSUR, ALBA, CARICOM...
- Oficinas Nacionales de Propiedad Industrial.
- Especialistas: abogados , jueces, agentes
- Magister Lvcentinvs/AAA
- Proyecto Europeo IPR Helpdesk, Universidad de Alicante

- Blogs IP (Lucentinus, IP Tango, etc.)
- Otros: asociaciones profesionales, etc.

B) Puntuales

V. Características de la red

- *Tipo de red de trabajo:* Virtual/online

- *Usuarios potenciales:* investigadores, académicos, profesionales del Derecho, estudiantes, abogados, agentes, instituciones nacionales, regionales e internacionales sobre marcas.

- *Estrategia de comunicación y desarrollo:* RIMARCAS estará centrada en **resolver la necesidad real** detectada para su nacimiento: generar un espacio de difusión e intercambio de información sobre las marcas en Iberoamérica, a través de una herramienta de trabajo fácil y actualizada.

De esta manera, los usuarios que se adhieran a la red, tanto como proveedores de información -en calidad de colaboradores-, como aquellos usuarios que sólo acceden a los contenidos gestionados por RIMARCAS, **quedarán vinculados en una red de trabajo en equipo**, que será coordinada y controlada de manera virtual.

A tal efecto se pretende:

a. Involucrar desde el principio a un núcleo de colaboradores para llevar a cabo una relación mucho más próxima y a medida que se incorporan otras personas se irá ampliando la red.

b. Adaptar el desarrollo de la red a las prioridades y demandas de nuestros usuarios iniciales y posteriormente, estabilizar el trabajo del equipo de colaboradores de acuerdo con los intereses que vayan surgiendo.

c. Convertir a los usuarios iniciales en los mejores canales de difusión del proyecto.. A partir de ese núcleo inicial, *la capacidad de atraer a* otros usuarios del perfil deseado, debe crecer de forma exponencial. **El éxito de RIMARCAS se debe basar en la ampliación de la comunidad de usuarios.**