



POLÍTICA DE MARCAS Y NOMBRES

SEPTIEMBRE 2012



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PUERTO RICO POLÍTICA DE MARCAS Y NOMBRES

I. INTRODUCCIÓN

El propósito principal de la Política de Marcas de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (“Política de Marcas”) es proteger la integridad y la plusvalía asociada con las marcas y designaciones que identifican a la Universidad. La Universidad también tiene un interés apremiante en asegurarse que su nombre, sus insignias o marcas sean utilizados propiamente, especialmente que el uso de su nombre, insignias o marcas para implicar asociación con la universidad sea correcto y apropiado y que la institución reciba el fruto comercial que sea justo por el uso de las mismas.

Para lograr este propósito esta Política de Marcas establece guías relacionadas al registro, uso y licencias de las Marcas de la Universidad, incluyendo las Marcas de sus recintos, unidades o divisiones. La Política de Marcas también sirve el propósito de: (1) dar a conocer las marcas de la Universidad a través de estimular el conocimiento público y el auspicio relacionado a las mismas; (2) asegurar que los productos o servicios originados por la Universidad sean de buena calidad y que el consumidor desarrolle una confianza en los productos y servicios ofrecidos por la Universidad; (3) asegurar que el uso de las marcas en los productos o en relación a los servicios reflejen positivamente a la Universidad y sus recintos, unidades o divisiones; y (4) generar ingresos para becas estudiantiles, actividades y para incentivar la creación de Propiedad Intelectual en la Universidad.

La Política de Marcas provee guías sobre el uso permitido, como las restricciones de uso, de las designaciones y marcas de la Universidad y de los recintos, unidades o divisiones y establece las responsabilidades y los deberes asociados al otorgamiento de licencias o permisos relacionados a las Marcas de la Universidad.

Esta Política de Marcas deberá interpretarse en armonía con cualquier otra política de la Universidad, incluyendo pero sin limitarse, con la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad.

II. APLICACIÓN DE ESTA POLÍTICA

Esta Política de Marcas aplica a cualquier Persona, natural o jurídica que desee usar alguna marca de la Universidad, independientemente si esta Persona, organización o compañía es parte o está de alguna manera asociada con la Universidad o no.

III. DEFINICIONES

- a. **Comercio** – se refiere al Comercio de Puerto Rico o al Comercio que pueda ser regulado por el Congreso de los Estados Unidos de América.

- b. **Estudiante** – se refiere a cualquier estudiante graduado o sub-graduado a tiempo completo o parcial, independientemente de si el estudiante recibe o no asistencia económica de la Universidad o de fuentes externas. Incluye además a los estudiantes que realizan prácticas en centros fuera de la Universidad conducentes a la obtención de algún grado académico.
- c. **Facultad** – se refiere a los miembros de la Facultad de la Universidad según lo establecido en el Manual del Claustro e incluye adicionalmente a instructores, nombramientos especiales de facultad y facultad a tiempo parcial o adjunta, independientemente si dicha posición es remunerada o no.
- d. **Guía**- se refiere a la guía de Identidad de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico que se incluye como **Anejo A** de esta Política de Marcas.
- e. **Licencia** – se refiere a la autorización que podrá otorgar la Universidad para permitir el uso de las Marcas de la Universidad.
- f. **Marca** – se refiere a todo diseño, insignia, emblema, símbolo, nombre, color, olor, imagen comercial (“trade dress”), movimiento, sonido, entre otros, o una combinación de estos que identifica la procedencia de un producto o servicio y que es asociada con una entidad en particular para distinguir dichos productos o servicios de los productos o servicios de otros.

Para propósitos de este documento, “Marca” se usará para indicar cualquiera o todas de las siguientes: cualquier Marca de fábrica, Marca de servicio, Marca colectiva o Marca de certificación.

- g. **Marcas de la Universidad** – se refiere a cualquier Marca que sea usada en el Comercio por la Universidad o sus recintos, unidades o divisiones, o que la Universidad o sus recintos, unidades o divisiones tenga la intención *bona fide* de usar en el Comercio y respecto a esta última haya presentado la correspondiente solicitud de registro a base de intención *bona fide* de uso en el Comercio.
- h. **Marca Registrada** – se refiere a una Marca que ha sido registrada en la Oficina Federal de Patentes y Marcas (USPTO) o en el Departamento de Estado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico o cualquier estado o territorio de los Estados Unidos.
- i. **Persona** – se refiere a cualquier persona natural o jurídica.
- j. **Personal** – se refiere a cualquier empleado de la Universidad que no sea Estudiante o Facultad según definido ante. Si un Estudiante es también un empleado a tiempo parcial de la Universidad, el será considerado como Personal para efectos de cualquier Propiedad Intelectual que surja de su empleo y como Estudiante en relación a otro tipo

de Propiedad Intelectual. Un Personal a tiempo completo que toma uno o más cursos es considerado un Personal. Visitantes a la Universidad que hacen uso sustancial de Recursos Universitarios también serán considerados Personal en relación a cualquier propiedad Intelectual que surja del uso de dichos Recursos Universitarios. Toda persona natural o jurídica contratada; y cualquier persona que utilice las facilidades, fondos o recursos de la Universidad, o que participe en investigación administrada por la Universidad, incluyendo facultad visitante, o adjunta.

- k. **Universidad** – se refiere a la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico y sus recintos, unidades y divisiones.
- l. **Violación al derecho marcario** – se refiere al uso no autorizado de una marca, o designación que sea igual o similar a una Marca, registrada o no, perteneciente a la Universidad o a cualquiera de sus recintos, unidades o divisiones, cuando dicho uso cause probabilidad de confusión en la mente de los consumidores sobre la procedencia (afiliación o endoso) del producto o servicio.

IV. TITULARIDAD Y REGISTRO

La Universidad afirma que es dueña de su nombre y de todas las Marcas de la Universidad. Las Marcas de la Universidad incluyen, entre otras, las Marcas Registradas e identificadas en la Guía.

El proceso de Registro y los costos asociados con las Marcas de la Universidad serán responsabilidad de la Universidad.

Ninguna Persona podrá registrar o autorizar el registro de ninguna Marca de la Universidad en Puerto Rico, Estados Unidos o en cualquier parte del mundo.

La indicación ® debe aparecer en todos los productos representados o en la identificación de los servicios representados por una Marca de la Universidad que haya sido registrada a nivel federal. Del mismo modo, la indicación ^{MR} debe aparecer en todos los productos representados o en la identificación de los servicios representados por una Marca de la Universidad que haya sido registrada en la Oficina de Marcas de Puerto Rico (PRTO). Marcas que hayan sido registradas o se encuentren pendientes de registro en las oficinas de registros de marcas de cualquier estado deben estar seguidas por la indicación TM.

V. APROBACIÓN, USO, LICENCIAS Y REGALÍAS

Cualquier Persona, empresa u organización que desee usar cualquier Marca de la Universidad tendrá que obtener autorización de la Universidad para hacerlo.

Para usar una Marca de la Universidad, se obtendrá la autorización o el permiso del oficial designado por la Oficina de la Vicepresidencia de Asuntos Académicos de la Universidad o de cualquier otra oficina a la cual el Presidente le delegue esta responsabilidad.

Una Licencia para utilizar una Marca de la Universidad para un uso en particular no constituye una Licencia o permiso implícito para usar la Marca de la Universidad en relación a otro uso no previsto por la Licencia o permiso. De igual modo dicha Licencia o permiso no constituye de manera alguna una autorización para modificar o alterar el diseño y/o Marca de la Universidad sin el consentimiento escrito de la Universidad.

En lo referente al nombre de la Universidad, los miembros de la comunidad de la Universidad pueden identificarse como tal de tiempo en tiempo, con el indicativo que le corresponda según su relación con la Universidad, como es usual en la academia; pero cualquier uso del nombre, designación o Marca de la Universidad deberá ser hecho de manera correcta para evitar un uso que pueda confundir, engañar o crear una impresión falsa de asociación, auspicio o endoso de parte de la Universidad, aclarándose que cuando la situación lo amerite deberá incluir las renunciaciones correspondientes a esos efectos.

A. Guías para la aprobación de Licencias o permisos

Cualquier uso del nombre o de las Marcas de la Universidad habrá de ser consistente con el estándar académico y educativo de la Universidad.

En ningún caso se autorizará el uso del nombre de la Universidad o de una Marca de la Universidad para cualquiera de los siguientes:

- Productos o servicios que puedan ser usados para causar daño o matar;
- Productos o servicios que representen un alto riesgo;
- Productos o servicios relacionados con bebidas alcohólicas;
- Productos o servicios relacionados al Tabaco;
- Productos o servicios sexualmente sugestivos;
- Productos comestibles y su empaque;
- Bebidas y su empaque;
- Productos o servicios que puedan ser considerados contrarios a la misión e imagen de la Universidad o de la Doctrina de la Iglesia Católica.

B. Guías para la aprobación de uso de Artes

Algunos diseños o artes no podrán ser aprobados para usarse en conjunto con el nombre de la Universidad o con una Marca de la Universidad, entre estos se encuentran:

- Artes que muestren el uso o endoso de alcohol;
- Artes que muestren el uso o endoso de drogas ilegales;

- Artes que muestren el uso o endoso de productos de tabaco;
- Artes que muestren el uso o endosos de armas de fuego u otras armas;
- Artes que muestren el uso de lenguaje o declaraciones racistas, sexistas, o de odio;
- Artes que muestren actos profanos;
- Artes que muestren actos sexuales;
- Artes que muestren declaraciones en contra de otras Universidades;
- Artes o diseños que contengan Marcas o derechos de autor que no pertenezcan o que no sean controlados por la Universidad a menos que conste por escrito el consentimiento del dueño para el uso de parte del dueño;
- Artes que resulten contrarias a la Doctrina de la Iglesia Católica o que no respeten la diversidad de religiones o discriminen por credo.

C. Obtención de Licencias o Permisos

Se requerirá una Licencia para cualquier Persona, organización, o compañía que desee utilizar una Marca de la Universidad para uso comercial o con fines de lucro. Dicha Licencia puede requerir el pago de regalías.

Se requerirá un permiso o autorización para cualquier Persona, organización, o compañía que desee usar una Marca de la Universidad para cualquier actividad o gestión sin fines de lucro.

Cualquier Persona que interese obtener una Licencia para utilizar una Marca de la Universidad debe notificarlo al Oficial designado por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos de la Universidad (“el Oficial”) mediando solicitud por escrito. La solicitud será revisada por el Oficial designado y este determinará si autoriza dicho permiso o Licencia. Si procede la autorización entonces el Oficial designado en apoyo con la Oficina de Asuntos Legales de la Universidad estará a cargo de crear el documento de Licencia o permiso bajo los términos y condiciones que la Universidad a su sola discreción determine necesarios. En el caso de que la solicitud sea denegada por el Oficial, la decisión puede ser apelada al Comité de Propiedad Intelectual, cuya decisión será final y firme.

Cualquier proyecto oficial, libro, panfleto, arte u otro trabajo producido por algún miembro de la Facultad o Estudiante como parte de un curso que incluya una Marca de la Universidad no requerirá una autorización expresa de la Universidad. No obstante, con el propósito de monitorear el uso y asegurar la protección del nombre y de las Marcas de la Universidad cualquier proyecto, presentación, arte, o cualquier trabajo producido por un miembro de la Facultad o Estudiante que pretenda ser distribuido fuera de la Universidad tendrá que contar con la autorización de la Universidad. El uso de estos debe cumplir con lo establecido en la Guía y en esta Política de Marcas.

La Facultad y el Personal podrán usar el nombre de la Universidad para identificarse con la Universidad (i.e. “Juan del Pueblo, Profesor de Economía, Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico”). Al utilizar o autorizar el uso del nombre de la Universidad para identificarse en

relación a actividades con terceros fuera de la Universidad (i.e. ofrecer un seminario, publicar un libro, etc), la Facultad y el Personal deberán asegurarse que el uso del nombre de la Universidad no implique endoso o responsabilidad en relación a la actividad particular, producto o publicación de que se trata.

Los Estudiantes pueden usar el nombre de la Universidad o de algún recinto, unidad o centro sólo con la aprobación del oficial responsable de dicho recinto, unidad.

D. Regalías

Las negociaciones referentes a regalías por Licencias asociadas a una Marca de la Universidad corresponderán al Oficial, en conjunto con la Oficina de Asuntos Legales de la Universidad o a cualquier otra Persona o entidad a la cual el Presidente le delegue esta responsabilidad.

Cualquier Licencia o permiso para usar una Marca de la Universidad tendrá que cumplir con lo establecido en la Guía y en esta Política de Marcas.

Las regalías que se obtengan por el otorgamiento de Licencias de las Marcas de la Universidad serán acreditadas al fondo general de la Universidad.

VI. **Cumplimiento**

El uso por cualquier Persona o institución de una Marca de la Universidad que no cumpla con lo establecido en esta Política de Marcas o en la Guía, será considerado como un uso no autorizado y será investigado. De determinarse que dicho uso no ha sido autorizado la Persona que haya incurrido en dicha conducta habrá de incurrir en Violación al Derecho Marcario. Cualquier Violación al Derecho Marcario estará sujeta a los remedios legales de acuerdo a las leyes y regulaciones referentes a Marcas, competencia desleal y cualquier otra legislación aplicable, tanto a nivel federal como estatal según sea el caso.

La Oficina de Asuntos legales de la Universidad investigará cualquier alegación de uso no autorizado de las Marcas de la Universidad y recomendará la acción que resulte apropiada.

VII. **Vigencia**

Esta Política de Marcas será efectiva inmediatamente luego de su aprobación por la Junta de Síndicos de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico.

Aprobada por la Junta de Síndicos el 13 de septiembre de 2012.