Universidad de Puerto Rico en Bayamón
#170 Carr. 174 Parque Industrial Minillas
Bayamón, PR 00959
Tels. (787) 993-8853, (787) 993-0000, Ext. 3035 o 3037, Fax (787) 993-8900

Senado Académico
Secretaría

CERTIFICACIÓN NÚM. 41-2015-2016

Yo, Arnaldo Rodríguez Rivera, secretario ejecutivo del Senado Académico de la Universidad de Puerto Rico en Bayamón, **CERTIFICO QUE**:

> El Senado Académico, en reunión ordinaria celebrada el 18 de febrero de 2016, encomendó al *Comité de ley y reglamento* evaluar la propuesta de la *Política de Uso de Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico* sometida por la Junta Universitaria. El informe de evaluación deberá presentarse en la reunión ordinaria del jueves 17 de marzo de 2016.

Y PARA QUE ASÍ CONSTE, expido la presente certificación en Bayamón, Puerto Rico, hoy 26 de febrero de 2016.

Arnaldo Rodríguez Rivera
Secretario Ejecutivo

Vo.Bo. Margarita Fernández Zavala
Rectora

UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO

POLÍTICA DEL USO DE MARCAS Y NOMBRES DE LA UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO

Enero 2016

CONTENIDO

		Página
ARTÍCULO I	TÍTULO	1
ARTÍCULO II	TRASFONDO	1
ARTÍCULO III	BASE LEGAL	1
ARTÍCULO IV	ALCANCE	2
ARTÍCULO V	DEFINICIONES	2
ARTÍCULO VI	MARCAS DE REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD	4
ARTÍCULO VII	REQUISITOS Y PROCESO PARA OTORGAMIENTO DE LICENCIAS Y REGALÍAS	4
ARTÍCULO VIII	CUMPLIMIENTO	8
ARTÍCULO VIX	ENMIENDAS	8
ARTÍCULO X	FECHA DE EFECTIVIDAD	8

El Presidente
de la
Universidad
de Puerto Rico

25 de enero de 2016

Dr. Jorge L. Sánchez Colón
Presidente
Junta de Gobierno
Universidad de Puerto Rico
San Juan, Puerto Rico

Estimado señor Presidente:

Remito, para la consideración de la Junta de Gobierno, la *Política del Uso de Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico* (versión en español y traducción al inglés).

El propósito de este documento es establecer una política que proteja la integridad asociada al nombre de la Universidad de Puerto Rico y las marcas que las identifican. Para poder alcanzar este propósito, se establecen en este documento las normas relacionadas al registro, uso y licenciamiento de dichas marcas y nombres que están asociados a la Universidad o a cualquiera de sus recintos, unidades o divisiones.

Esta Política fue preparada por la Sra. Mariluz Frontera, Directora de la Oficina de Propiedad Intelectual, de la Vicepresidencia de Investigación y Tecnología, y con el asesoramiento legal del Bufete de Propiedad Intelectual *Hoglund & Pamias*. La División de Sistemas y Procedimientos, de la Oficina de Asuntos Legales, ha certificado la corrección del documento en cuanto a redacción y revisión, conforme a la disposición reglamentaria aplicable.

Cordialmente,

Uroyoán R. Walker Ramos, Ph.D.

ctv ivs

Anejos

Patrono con Igualdad de Oportunidades de Empleo M/M

ARTÍCULO I – TÍTULO

Este documento se conocerá como "Política del Uso de Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico".

ARTÍCULO II – TRASFONDO

La Universidad de Puerto Rico (Universidad) es la dueña y controla el uso de sus nombres, marcas, logos, colores, insignias, sellos, diseños en usos comerciales o no-comerciales, representaciones de edificios, monumentos, y símbolos que se asocian comúnmente con la Universidad o cualesquiera de sus recintos. Esto incluye, pero no se limita a: el logo de la UPR, los nombres de los equipos atléticos, el sello de la Universidad, el escudo de armas de la Universidad, los motos o frases, el diseño de la Torre de la Universidad, el nombre "Universidad de Puerto Rico" y la abreviatura "UPR".

Para fomentar y promocionar su derecho como dueña sobre las marcas mencionadas anteriormente, la Universidad adopta la Política del Uso de Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico ("la Política"). El propósito principal de la Política es proteger la integridad y plusvalía asociadas al nombre de la Universidad de Puerto Rico ("la Universidad") y las marcas que la identifican. Para poder alcanzar este propósito, esta Política provee las normas relacionadas al registro, uso y licenciamiento de dichas marcas, logos y nombres que están asociados a la Universidad, o a cualquiera de sus recintos, unidades o divisiones.

Esta Política también permite a la Universidad:

- estimular el conocimiento público y el apoyo de la comunidad;
- asegurar que los productos y/o servicios que llevan las marcas de la Universidad sean de buena calidad;
- asegurar que cada uso licenciado se refleje positivamente en la Universidad;
- generar ingresos para la Universidad, para becas y actividades universitarias.

La Política provee además las guías sobre los usos permitidos, así como las restricciones de uso, de los nombres y marcas de la Universidad, incluyendo marcas de recintos, unidades, programas o divisiones específicos, y establece a quién corresponde la responsabilidad al otorgar las autorizaciones correspondientes y licencias requeridas en cada caso.

ARTÍCULO III – BASE LEGAL

Esta Política Institucional es adoptada y promulgada en virtud de las facultades conferidas por el Artículo 3 de la Ley Núm. 1 de 20 de enero de 1966, 18 LPRA § 602 y siguientes, según enmendada, conocida como "Ley de la Universidad de Puerto Rico" y en armonía con las leyes siguientes:

- Ley Núm. 66 del 28 de julio de 1923 y la Ley Núm. 169-2009, según enmendada del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

- Ley de Marcas de Registro de 1946, según enmendada y las secciones estatutarias relacionadas de la Oficina de Patentes y Marcas de Registro de los Estados Unidos (USPTO).

ARTÍCULO IV – ALCANCE

A. Esta política aplicará al personal docente y no docente de la Universidad de Puerto Rico, en todos sus recintos, unidades, organismos e institutos, incluyendo todas las categorías de nombramientos, tanto a tiempo completo como a tiempo parcial, a contratistas y a todos los estudiantes de la institución incluyendo además a los post-doctorales.

B. Además, aplicará a cualquier individuo, organización o compañía que desee utilizar las marcas de la Universidad, independientemente de que tal individuo, organización o compañía sea parte de, o de alguna manera esté asociado a la Universidad.

ARTÍCULO V – DEFINICIONES

Para propósitos de esta política, se proveen las siguientes definiciones:

A. **Empleado** – cualquier persona que trabaje en la Universidad a tiempo parcial o a tiempo completo, incluyendo miembros de la Facultad, estudiantes, personal administrativo y profesional, personal de apoyo, investigadores, facultad e investigadores visitantes, asistentes, asistentes de facultad, asistentes de investigación, profesores y científicos visitantes, y cualquier otra Persona que sea pagada por la Universidad.

B. Estudiante – se refiere a cualquier estudiante, subgraduado o graduado, a tiempo completo o a tiempo parcial, independientemente de que el estudiante reciba ayuda financiera de la Universidad o de entidades externas. Este término incluye además a aquellos estudiantes inmersos en actividades educativas o que practiquen fuera de la Universidad como parte de alcanzar el grado académico.

C. **Facultad** – cualquier persona descrita como tal en el Reglamento General de la Universidad de Puerto Rico, independientemente de que la posición que ocupe sea o no remunerada, permanente o temporal, a tiempo completo o a tiempo parcial.

D. **Licencia** – el otorgamiento de una autorización por escrito para utilizar una Marca, sin que ese uso vaya a infringir sobre la Marca.

E. **Marcas** – cualquier signo, nombre, símbolo o combinación de éstos, que sirva para distinguir la fuente de procedencia de un bien o servicio y que sea usado para asociar los bienes o servicios con una entidad en particular y a distinguirlos de los bienes y servicios de otros.

Para propósitos de este documento, Marcas es utilizada para indicar cualquiera o todos los siguientes: marca, nombre comercial, marca de servicio, logo, insignia, indicación, emblema, signo, sonido, color, olor, símbolo, marca de identificación, y nombre, o una combinación de estos.

F. **Marca de Recinto** – cualquier marca que se asocie o se pueda asociar por con un recinto, unidad o división particular de la Universidad y haya sido registrada como propiedad de dicho recinto.

G. **Marca de la Universidad** – cualquier marca que se asocie o se pueda asociar a la Universidad de Puerto Rico y que sea utilizada y/o haya sido registrada por el Sistema Central de la Universidad como propiedad de la Universidad.

H. **Marcas Institucionales** – se referirá a ambas Marcas en forma colectiva, las Marcas de Recinto y las Marcas de la Universidad.

I. **Oficina de Propiedad Intelectual** – es la Oficina que trabaja con los asuntos de las diferentes formas de propiedad intelectual y que está adscrita a la Vicepresidencia de Investigación y Tecnología a nivel central de la Universidad de Puerto Rico.

J. **Persona** – significa cualquier forma de gobierno, individuo, corporación, asociación, negocio, fideicomiso, patrimonio, cooperativa, o cualquier otro ente legal.

K. **Solicitud de Licencia para el Uso de una Marca Institucional** - se utilizará un modelo estandarizado de la Universidad que será sometido para solicitar la autorización para el uso de cualquiera de las Marcas de la Universidad o de un Recinto en específico y que estará disponible a través de la Oficina de Propiedad Intelectual o de cualquier otra oficina designada por el Presidente de la Universidad, para este propósito.

L. **Universidad** – la Universidad de Puerto Rico y cualquiera de sus Recintos, Unidades o Divisiones

M. **Violación de Derechos** – el uso no autorizado de una marca que pertenece a otro, o el uso de una marca tan similar a la de otro que pueda causar confusión en la mente del público consumidor respecto a la fuente (afiliación o patrocinio) del producto o servicio.

ARTÍCULO VI – MARCAS DE REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD

A. La Universidad reclama titularidad sobre su nombre y sobre todas las Marcas de la Universidad.

B. Cada Recinto, unidad o división reclama titularidad sobre sus respectivas Marcas de Recinto.

C. Los procedimientos de registro y los costos asociados a una Marca de la Universidad recaerán en la Universidad como sistema central.

D. Los procedimientos de registro y los costos asociados a una Marca de Recinto recaerán en el recinto específico, unidad o división al cual dicha marca está asociada.

E. El símbolo ® deberá aparecer inmediatamente adyacente a todas las Marcas de la Universidad y Marcas de Recinto que hayan sido registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos ("USPTO") y el símbolo ^{MR} deberá aparecer inmediatamente adyacente a cualquier Marca de la Universidad o Marcas de Recinto que hayan sido registradas en el Registro de Marcas de Puerto Rico. Marcas que no hayan sido registradas o estén pendientes de registro en cualquier oficina o registro de marcas estatal o federal deberán llevar el símbolo ™ adjunto.

ARTÍCULO VII – REQUISITOS Y PROCESO PARA OTORGAMIENTO DE LICENCIAS Y REGALÍAS

A. REQUISITOS

1. Cualquier persona, entidad, negocio u organización que desee utilizar cualquiera de las Marcas Institucionales, de cualquier manera y para cualquier propósito, como requisito, deberá estar autorizada para hacerlo.

2. Cualquier persona, entidad, negocio u organización que desee utilizar cualquiera de las Marcas de un Recinto de la Universidad de

Puerto Rico deberá obtener el permiso por escrito del Rector o la Rectora de dicha Unidad.

3. Cualquier persona, entidad, negocio u organización que desee utilizar cualquiera de las Marcas de la Universidad deberá obtener el permiso por escrito del Presidente de la Universidad de Puerto Rico.

4. El permiso para utilizar alguna Marca Institucional para un uso específico, no constituye una licencia o permiso o autorización implícito para utilizar la marca en conexión con cualquier otro uso, o para de forma alguna modificar o alterar el diseño y/o la marca sin el consentimiento escrito de la Universidad o el Recinto.

5. Bajo ninguna circunstancia, cualquier uso de una Marca Institucional puede tener ninguna alteración, enmienda o modificación de la Marca.

6. A no ser que se indique lo contrario por escrito, la Universidad no aprobará el uso de una Marca Institucional para o en asociación con cualquiera de los siguientes productos y/o actividades.

   a. Productos que puedan ser utilizados para causar daño o matar;
   b. Productos que puedan representar una alta exposición a responsabilidad, obligación o riesgo ("*liability*");
   c. Producto de drogas ilegales;
   d. Productos y actividades relacionadas con el alcohol y/o bebidas alcohólicas y el envase que lo acompaña;
   e. Productos y actividades relacionadas con el tabaco;
   f. Productos que sean sexualmente sugestivos;
   g. Productos de comida y sus empaques;
   h. Productos de bebida y sus envases;
   i. Productos relacionados con juegos de apuestas;
   j. Productos que representen riesgos innecesarios;
   k. Productos que contengan mensajes en menoscabo o en contra de otras universidades;
   l. Productos que sean o impliquen racismo, sexismo, odio, degradación moral, o lenguaje o mensajes degradantes;
   m. Productos inherentemente peligrosos, incluyendo armas, armas de fuego o explosivos;
   n. Productos y/o actividades que sean nocivos a la misión o imagen de la Universidad.

7. Ciertas obras de arte o diseños no serán aprobados para uso en conjunto con las Marcas Institucionales. Estas incluyen, pero no se limitan a, las siguientes.

a. que represente el uso o endoso de alcohol o bebidas alcohólicas;
b. que represente el uso o endoso de drogas ilegales;
c. que represente el uso o endoso de productos de tabaco;
d. que represente el uso o endoso de armas de fuego y otras armas;
e. que sea racista, sexista, de odio, humillante o que contenga lenguaje o aseveraciones degradantes.
f. que represente profanidad;
g. que represente actos sexuales;
h. que haga aseveraciones en menoscabo o en contra de otras universidades;
i. Arte o un diseño que incorpore marcas o derechos de autor no pertenecientes o controlados por la Universidad, a menos que se obtenga permiso por escrito de parte del titular de la marca o del dueño de los derechos de autor, que sea satisfactorio en forma y contenido para la Universidad.

B. PROCESO PARA EL OTORGAMIENTO DE LICENCIAS Y APROBACIÓN

1. Un permiso o licencia por escrito es requerido para cualquier Persona, individuo, organización o compañía que desee utilizar una Marca Institucional para un propósito comercial o de lucro, requerirá del pago de regalías.

2. Cualquier persona que desee una autorización para licenciar una Marca Institucional deberá someter la forma estándar de Solicitud de Licencia para el Uso de una Marca Institucional, en la Oficina de Propiedad Intelectual, adscrita a la Vicepresidencia de Investigación y Tecnología, o en cualquier oficina que el presidente designe para este propósito, y seguir el procedimiento establecido.

3. Cualquier proyecto oficial, libro, folleto, trabajo artístico u otro trabajo producido por un miembro de la Facultad o un estudiante como parte de un curso, o por un Empleado de la Universidad dentro del alcance de su trabajo, y que utilice alguna Marca de la Universidad o Marca de Recinto para propósitos educativos, no requerirá una autorización expresa por escrito. Sin embargo, con el propósito de monitorear el uso para asegurar la protección de una Marca de la Universidad o Marca de Recinto, cualquier proyecto, libro, folleto, presentación, trabajo artístico o cualquier otro trabajo, producido por un miembro de la Facultad, Estudiante o Empleado, que vaya a ser distribuido fuera de la Universidad, deberá obtener aprobación previa de la oficina designada a la cual

esté asociada dicha marca. El uso de dicha Marca Institucional deberá cumplir con lo establecido en esta Política.

4. La Facultad, el Personal, y los Estudiantes pueden utilizar el nombre y las marcas de la Universidad para identificarse en materias relacionadas con asuntos de la Universidad (incluyendo materias relacionadas a su trabajo en la Universidad). El uso del nombre de la Universidad para cualquier propósito privado está limitado a su uso para identificación como miembro activo o no activo de la facultad, empleado y/o miembro del cuerpo estudiantil (por ejemplo, "Juan del Pueblo, Profesor de Física, Universidad de Puerto Rico", o "Juan del Pueblo, Clase del '79, Universidad de Puerto Rico"). El nombre de la Universidad y sus Marcas no podrá ser utilizado por individuos o entidades en forma alguna que pueda implicar el endoso o responsabilidad de la Universidad en actividades particulares, productos, o publicaciones que comprometa a la Universidad, mediante ese individuo o entidad, sin la autorización por escrito de la institución.

5. Organizaciones estudiantiles – Solamente aquellas organizaciones estudiantiles, que estén oficialmente reconocidas por la Universidad, podrán utilizar las Marcas Institucionales en productos comerciales o promocionales. Las Marcas Institucionales para los productos comerciales o promocionales solo se utilizarán en conjunto con el nombre de la organización estudiantil y/o con el evento que están auspiciando. Cualquier uso de las Marcas Institucionales por organizaciones estudiantiles debe regirse por esta Política y cualquier otro reglamento que la Universidad pueda adoptar relacionada a las Marcas. Todo producto comercial o promocional debe prepararlo quien haya obtenido la licencia para así hacerlo y someterla a la Oficina de Propiedad Intelectual para su revisión y aprobación.

6. Cualquier uso de las Marcas Institucionales deben ir acorde con estas normas y cualquier guía de uso de las Marcas Institucionales que la Universidad adopte de tiempo en tiempo.

C. REGALÍAS

1. Las negociaciones para la obtención de licencias asociadas a una Marca de la Universidad sujetas al pago de regalías, corresponderán a la Oficina de Asuntos Legales del Sistema de Administración Central, o a la Oficina de Propiedad Intelectual o cualquier otra oficina a la cual el Presidente delegue dicha tarea. Cualquiera de los mencionados anteriormente podrán solicitar la

asesoría, las sugerencias y/o las recomendaciones de los asesores legales externos especializados en propiedad intelectual.

2. Las negociaciones para la obtención de licencias asociadas a una Marca de Recinto sujetas al pago de regalías, corresponderán a la Oficina designada por el Rector del recinto asociado a dicha marca. Cualquiera de los anteriores podrán solicitar la asesoría, las sugerencias y/o las recomendaciones de los asesores legales externos especializados en propiedad intelectual.

3. En las negociaciones se establecerá los siguientes términos que formarán parte del documento final para ser firmado por la autoridad correspondiente:

    a. Las regalías
    b. Formas y términos de pagos
    c. Tiempo por el que se está otorgando la licencia

4. Cualquier negociación para el uso de una Marca de la Universidad o Marca de Recinto se regirá y tendrá que cumplir con los términos de esta Política.

5. Las Regalías obtenidas de licencias para el uso de una Marca de la Universidad sujetas al pago de regalías serán acreditadas a la cuenta especial que haya decidido el Presidente de la Universidad.

6. Las Regalías obtenidas de licencias para el uso de una Marca de Recinto sujetas al pago de regalías serán acreditadas a la cuenta especial que haya decidido el Rector de dicho Recinto.

ARTÍCULO VIII – CUMPLIMIENTO

Cualquier uso por cualquier persona o institución de una Marca de la Universidad o Marca de Recinto que no cumpla con esta Política constituirá un uso no autorizado, el cual será investigado y de así determinarse, será procesado, ejecutado y reivindicado por todos los medios legales y razonables correspondientes, conforme a las leyes y regulaciones aplicables a marcas y competencia desleal, tanto a nivel federal como estatal, según sea el caso.

La Oficina de Propiedad Intelectual trabaja diligentemente para proteger las Marcas de la Universidad, tanto doméstica como internacional. Las leyes de Marcas federales requieren que los dueños de las marcas protejan activamente las mismas para mantener los beneficios completos de su registro. La Universidad

procesará cualquier mal uso de las Marcas de la Universidad para hacer cumplir las leyes.

ARTÍCULO VIX – ENMIENDAS

Las enmiendas a esta Política estarán sujetas a la aprobación de la Junta de Gobierno, por recomendación del Presidente de la Universidad de Puerto Rico.

ARTÍCULO X – FECHA DE EFECTIVIDAD

Esta Política estará vigente transcurrida treinta (30) días a partir de su radicación en el Departamento de Estado de Puerto Rico.

POLÍTICA EN INGLÉS

UNIVERSITY OF PUERTO RICO

UNIVERSITY OF PUERTO RICO
TRADEMARK AND NAME USE POLICY

January 2016

CONTENT

		Page
ARTICLE I	TITLE	1
ARTICLE II	BACKGROUND	1
ARTICLE III	LEGAL BASIS	1
ARTICLE IV	SCOPE	2
ARTICLE V	DEFINITIONS	2
ARTICLE VI	UNIVERSITY MARKS	3
ARTICLE VII	REQUIREMENTS AND PROCESS FOR LICENSING AND ROYALTIES	4
ARTICLE VIII	COMPLIANCE	8
ARTICLE IX	AMENDMENTS	8
ARTICLE X	EFFECTIVENESS	8

ARTICLE I – TITLE

This document shall be known as "University of Puerto Rico Trademark and Name use Policy".

ARTICLE II – BACKGROUND

The University of Puerto Rico ("University") owns and controls its names, marks, logos, colors, insignias, seal, designs, commercially and non-commercially-used depictions of campus buildings and landmarks, and symbols that have become commonly associated with the University or any of its campuses. These include, but are not limited to: the UPR's logo, athletic teams' names, the University seal, the University coat of arms, University slogans, the University Tower landmark design, the name, "University of Puerto Rico" and the abbreviated "UPR".

In furtherance of its ownership right over the above referenced marks, the University adopted the University of Puerto Rico Trademark and Name use Policy ("the Policy"). The primary purpose of the Policy is to protect the integrity and goodwill associated with the University's name and identifying marks. In order to achieve said purpose, this Policy provides guidelines regarding the registration, use and licensing of the marks and names that have become associated with the University, or any of its campuses, units or divisions.

The Policy also serves the University by:

- stimulating public awareness and support;
- ensuring that the products and services bearing the University's marks are of good quality;
- ensuring that each licensed use reflects positively on the University;
- generating revenues for the University, student scholarships and University activities.

The Policy further provides guidelines on permissible use, as well as restriction on the use, of the University's name and marks including Campus-Specific Marks, and to establish the party responsible for granting the corresponding authorizations and licenses.

ARTICLE III – LEGAL BASIS

This Institutional Policy is adopted and promulgated pursuant to the faculties conferred by Article 3 of Law No. 1 of January 20, 1966, 18 L.P.R.A. § 602 et seq., as amended, known as "University of Puerto Rico Act., and in harmony with the following laws:

- Law Number 66 of July 1923 and Law Number 169-2009, as amended of the Commonwealth of Puerto Rico.

- Trademark Act of 1946, as amended, and related statutory sections of the United States Patents and Trademark Office (USPTO).

ARTICLE IV – SCOPE

A. This policy applies to the teaching and non-teaching personnel of the University of Puerto Rico, in all its campus, units, organisms and institutes, including all categories of appointments, both full time and part time, to contractors and to all students of the institution, including postdoctoral.

B. Also, will apply to any individual, organization or company whishing to use the University's trademarks, whether such individual, organization or company is part of or anyhow associated to the University or not.

ARTICLE V – DEFINITIONS

For purposes of this policy, the following definitions are provided:

A. **Campus-Specific Mark** - any mark that has or may come to be associated with a particular campus, unit or division of the University and which is used and/or registered as property of the University or as property of a particular campus, unit or division of the University.

B. **Employee** - full time or part time employee of the University, including Faculty members, students, administrative and professional personnel, support personnel, researchers, visiting faculty and researchers, assistants, teaching assistants, research assistants, visiting professors and scientists, and any other Person that is paid by the University.

C. **Faculty** - any person described as such in the General Regulations of the University of Puerto Rico, whether said position is remunerated or not, permanent or temporary, full time or part time.

D. **Infringement** - unauthorized use of a Mark that belongs to another, or use of a Mark as similar to that of another as to cause likelihood of confusion as to the source of the goods and services in the minds of the consumers (affiliation or sponsorship).

E. **Institutional Marks** – both, the University Mark and the Campus-Specific Mark shall be collectively referred to as Institutional Marks.

F. **Intellectual Property Office** – is the office that works with all the intellectual property issues and is ascribed to the Vice Presidency of Research

and Technology at the central administration of the University of Puerto Rico.

G. **License** - a grant of authorization to use a Mark, without which said use would infringe upon the Mark.

H. **License Application for the Use of an Institutional Mark** - a written standardized application form of the University that shall be filed to request authorization to use any University Mark or any Campus-Specific Mark, and which is available through the Intellectual Property Office or through any other office so designated by the President of the University.

I. **Mark** - any sign, name or symbol or combination thereof which is used in commerce, or which a Person has a *bona fide* intention to use in commerce and serves as source identifier of a good or a service and to distinguish them from the goods and services of others.

For purposes of this Policy the term "Mark" is used to indicate any or all of the following: trademarks, service marks, certification marks and collective marks.

J. **Person** – means any form of government, an individual, any form of corporation or partnership, a business trust, an estate, a trust, a cooperative, an association, or any other legal entity.

K. **Student** – refers to any student, undergraduate or graduate, full time or part time, independently of whether the student receives financial assistance from the University or external entities. The term further includes those students that are engaged in educational activities or practices outside of the University in pursuit of their academic degree.

L. **University** - the University of Puerto Rico and any of its campuses, units and divisions.

M. **University Mark** - any trademark that has or may come to be associated with the University of Puerto Rico and which is used and/or registered by the University Central System as property of the University.

ARTICLE VI – UNIVERSITY MARKS

A. The University asserts ownership over its name and all University Marks.

B. Each campus, unit or division asserts ownership over its Campus-Specific Marks.

C. Registration procedures and costs associated with a University Mark shall vest on the University as a central system.

D. Registration procedures and costs associated with a Campus Mark shall vest on the specific campus, unit or division to which said trademark is associated with.

E. The ® symbol must appear immediately adjacent to all the University Marks and Campus Specific Marks that have been registered at the United States Patent and Trademark Office (USPTO) and the ^{MR} indication must appear immediately adjacent to any University Marks or Campus Specific Marks that have been registered in the Puerto Rico Trademark Registry. Marks that have not been registered or are pending registration in any state trademark office should be followed by the ™ indication.

ARTICLE VII – REQUIREMENTS AND PROCESS FOR LICENSING AND ROYALTIES

A. REQUIREMENTS

1. Any Person that desires to use any University Mark or any Campus-Specific Mark in any manner and for any purpose, as required, must be authorized to do so.

2. Any Person that desires to obtain authorization or a license to use any Campus-Specific Mark from any of the University of Puerto Rico's Campuses must obtain a written approval from the Chancellor of said Campus.

3. Any person, business, or organization that desires to obtain authorization or a license to use any University Mark belonging to the University of Puerto Rico must obtain a written approval from the President of the University.

4. Permission to use a University or Campus Mark for a specific use does not constitute an implied license or authorization to use the Mark in connection with any other use, or to in any way modify or alter the design and/or mark without the written approval of the University or Campus.

5. Under no circumstances may any use of the University Institutional Marks result in an alteration, amendment or modification of the Marks.

6. Unless specifically stated otherwise in writing, the University will not approve the use of a University or Campus-Specific Mark for or in association with any of the following products and/or activities:

   a. Products that could be used to injure or kill;
   b. Products that could present a high-liability exposure;
   c. Illegal drugs products;
   d. Alcohol-related products and activities and accompanying packaging;
   e. Tobacco-related products and activities;
   f. Sexually suggestive products and activities;
   g. Eatable products and their packaging;
   h. Drink products and their packaging;
   i. Gambling-related products;
   j. Products that present an unacceptable risk of liability;
   k. Products that contain statements impugning other universities;
   l. Products that are or depict racists, sexist, hateful, demeaning or degrading language or statements;
   m. Inherently dangerous products, including weapons, firearms or explosives.
   n. Products and activities those are inimical to the mission or image of the University.

7. Certain materials, artworks or designs will not be approved for use in conjunction with a University or Campus-Specific Mark. These include, but are not limited, to the following:

   a. Depicting or related to the use or endorsement of alcohol;
   b. Depicting or related to the use or endorsement of illegal drugs;
   c. Depicting or related to the use or endorsement of tobacco products;
   d. Depicting or related to the use or endorsement of firearms and other weapons;
   e. Depicting or related to racist, sexist, hateful, demeaning or degrading language or statements;
   f. Depicting or related to profanity;
   g. Depicting or related to sexual acts;
   h. Depicting or related to statements impugning other universities;
   i. Any material, art or design incorporating marks of copyrights not owned or controlled by the University, unless written permission for such use satisfactory in form and substance to the University is obtained from the mark holder or copyright owner.

B. PROCESS FOR LICENSING AND AUTHORIZATIONS

1. A written authorization or license is required for any Person wishing to use a University or Campus-Specific Mark and said use may, if so determined, require payment of royalties.

2. Any Person seeking authorization or a license to use any University Mark or any Campus-Specific Mark must file a standard "License Application for the Use of an Institutional Trademark" ("License Application") at the Office of Intellectual Property, Vice-Presidency for Research and Technology or at any other office that the President from time to time so designates, and follow the procedure established.

3. Any official project, book, pamphlet, artwork or other work produced by a Faculty member or a student as part of a course, or by an Employee of the University within the scope of his or her employment, and which uses University or Campus-Specific Marks for educational purposes, does not require an express written authorization. However, for the purpose of monitoring use to assure protection of a University or Campus-Specific Mark, any project, book, pamphlet, presentation, artwork or any other work, produced by a Faculty member, a Student, or Employee which is to be distributed outside of the University, must obtain prior approval from the designated office to which said trademark is associated with. The use of said University or Campus-Specific Mark must comply with the guidelines set forth in this Policy.

4. Faculty, staff, and students may use the University's names and Marks as needed to identify themselves on matters related to University business (including matters related to employment at the University). Use of the University's name for any other private purpose is limited to use for identification by a current or former member of the faculty, staff, and/or student body (e.g. "John Doe, Professor of Physics, University of Puerto Rico," or "John Doe, Class of '79, University of Puerto Rico"). The University name and Marks shall not be used by individuals or entities otherwise in a manner that implies University endorsement or responsibility for particular activities, products, or publications involved, or by any individual or group promoting itself, without the express written permission of the University.

5. Student Organizations - Only those student organizations, which are officially recognized by the University, may use University Marks on commercial or promotional products. University Marks on commercial or promotional products may only be used in conjunction with the student organization's name and/or an event they are hosting. Any use of

University Marks by student organizations must adhere to University Policy and any guidelines that the University may adopt regarding its Marks. All commercial or promotional products bearing University trademarks must be produced by a University licensee and submitted to the Intellectual Property Office for review and approval.

6. Any use of the Institutional Marks shall be in accordance with these guidelines and with any official trademark use guide of the University Marks that the University may adopt from time to time.

C. ROYALTIES

1. Negotiations for royalty bearing licenses associated to a University Mark shall correspond to the Legal Affairs Office of the Central Administration System, or the Office of Intellectual Property Vice-Presidency of Research and Technology, or any other office to which the President may delegate said duty. All of whom may request the advice, assistance and/or recommendations of the University's outside legal counsel on Intellectual Property matters for the negotiations.

2. Negotiations for royalty bearing licenses associated to a Campus-Specific Mark shall correspond to the Chancellor of each campus, unit or division of the University System associated with said trademark. Any of the above mentioned may request the advice, assistance and/or recommendations of the University's outside legal counsel on Intellectual Property matters for the negotiations.

3. Negotiations for royalties the following terms shall be part of the final document to be signed by the corresponding authority:

    a. Royalties
    b. Forms and terms of the payments
    c. Time for which the license is being licensed.

4. Any negotiations for use of either a University Mark or a Campus-Specific Mark shall be governed and shall comply with the provisions of this Policy.

5. Royalties obtained from royalty bearing licenses for the use of a University Mark shall be credited to the account designated by the President.

6. Royalties obtained from royalty bearing licenses for use of a Campus-Specific Mark shall be credited to the account designated by the Chancellor of said campus.

ARTICLE VIII – COMPLIANCE

Any use by any Person of a University or Campus-Specific Mark that fails to comply with this Policy shall constitute an unauthorized used which will be investigated and if so determined, actionable and enforced by all reasonable and legal means according to the applicable laws and regulations for trademarks and unfair competition both federal and local as the case may be.

The Intellectual Property Office works diligently to protect the University's Marks both domestically and internationally. Federal trademark law requires that trademark owners actively protect their marks to maintain the full benefit of registration. The University will prosecute misuse of University Marks to the fullest extent of the law.

ARTICLE IX – AMENDMENTS

This Policy may be amended by the Board of Governors with the recommendation of the President of the University of Puerto Rico.

ARTICLE X – EFFECTIVENESS

This Policy shall take effect thirty (30) days after filing at the Department of State.