



JUNTA DE GOBIERNO
UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO

CERTIFICACIÓN NÚMERO 66
2016-2017

Yo, Gloria Butrón Castelli, secretaria de la Junta de Gobierno de la Universidad de Puerto Rico, CERTIFICO QUE:

La Junta de Gobierno, en su reunión ordinaria del 30 de enero de 2017, habiendo considerado la propuesta de la presidenta interina de la Universidad, y la recomendación de su Comité de Apelaciones, Ley y Reglamento, acordó:

La Junta tiene ante su consideración una propuesta para aprobar una *Política Sobre Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico*. Este nuevo reglamento propuesto tiene el propósito de establecer las normas relacionadas al registro, uso y licenciamiento de las marcas, logos y nombres que están asociados a la Universidad de Puerto Rico, o a cualquiera de sus recintos, unidades o divisiones.

Una vez que, de conformidad con la Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Estado Libre Asociado de Puerto Rico (LPAU), Ley Núm. 170 - 1988, según enmendada, se publiquen avisos en español y en inglés en un periódico de circulación general de Puerto Rico y en la Red de Internet, sobre la acción propuesta, se de oportunidad para someter comentarios por escrito por un término de treinta (30) días, y la Junta considere los comentarios sometidos, la Junta procederá a decidir sobre la aprobación de las disposiciones definitivas del nuevo reglamento.

De no recibirse ningún comentario en el referido periodo, se dará por aprobado definitivamente el reglamento propuesto y se autoriza a la Secretaria del cuerpo a emitir la certificación correspondiente a esos efectos para presentarla al Departamento de Estado para su radicación conforme a la LPAU.

Se acompaña y se hace formar parte de esta certificación, el texto del nuevo reglamento propuesto.

Y PARA QUE ASÍ CONSTE, expido la presente Certificación, en San Juan, Puerto Rico, hoy 1 de febrero de 2017.




Gloria Butrón Castelli
Secretaria

ARTÍCULO I – TÍTULO

Este documento se conocerá como “Política Sobre Marcas y Nombres de la Universidad de Puerto Rico”.

ARTÍCULO II – RESUMEN EJECUTIVO

La Universidad de Puerto Rico (en adelante “Universidad”) es la dueña y controla el uso, comercial y no-comercial, de las marcas que se asocian con la Universidad o cualesquiera de sus recintos o unidades. Tales marcas incluyen, pero no se limitan a: los nombres, entre ellos el nombre “Universidad de Puerto Rico”, los nombres de los recintos y equipos atléticos, y sus correspondientes abreviaturas (“UPR”, “RCM”, etc.), logos, diseños, colores, insignias, sellos, escudos, lemas o frases, representaciones de edificios (tales como el diseño de la Torre de la Universidad), monumentos, y demás símbolos de la Universidad y sus respectivos recintos, divisiones o unidades.

Para concienciar a la comunidad universitaria y al público en general sobre su derecho como dueña y sobre el uso adecuado de las marcas mencionadas anteriormente, la Universidad adopta la Política sobre 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 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:

- proteger, fomentar y promocionar su derecho como dueña de sus marcas, logos y nombre
- promover el conocimiento público y fomentar 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, departamentos, programas o dependencias específicos, y establece los procedimientos de protección y registro de las marcas, y 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. 169 del 16 de diciembre de 2009, según enmendada, conocida como la “Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico”.
- Ley de Marcas de Estados Unidos de 1946, según enmendada, conocida como “*The Lanham Act of 1946*” (15 U.S.C.A. § 1051 *et seq.*), y las secciones estatutarias relacionadas de la Oficina de Patentes y Marcas de Registro de los Estados Unidos (“U.S.P.T.O.”).
- Certificación Número 160 (2014-2015), Reglamento General de la Universidad de Puerto Rico

ARTÍCULO IV – ALCANCE

- A. Esta política aplicará a todo el personal docente y no docente de la Universidad de Puerto Rico, en todos sus recintos, unidades, divisiones, departamentos, programas o dependencias específicas, 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.
- B. Además, aplicará a cualquier individuo, organización o compañía que use o 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

A los fines de interpretación y aplicación de esta Política, los siguientes términos tendrán el significado que a continuación se expresa, a menos que del contexto surja claramente otro significado:

- A. **Empleado** – cualquier persona que trabaje en la Universidad a tiempo parcial o a tiempo completo, incluyendo, pero sin limitarse a, aquellas que ocupen puestos de confianza, puestos permanentes o puestos temporeros, que sean empleados probatorios o sustitutos, personal docente, estudiantes, personal administrativo y profesional, personal de apoyo, investigadores, personal docente e investigadores visitantes, asistentes, asistentes de facultad, asistentes de investigación, profesores y científicos visitantes, y cualquier otra persona que sea remunerada con fondos administrados por la Universidad.
- B. **Estudiante** – se refiere a cualquier persona que esté matriculada en uno o más cursos de, o auspiciados por la Universidad de Puerto Rico, incluyendo, pero sin limitarse a, los estudiantes sub-graduados y graduados, a tiempo completo o a tiempo parcial, estudiantes de intercambio, incluso a estudiantes que sean empleados de la Universidad, 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 un grado académico.

- C. **Licencia** - el otorgamiento de una autorización por escrito para utilizar una Marca, sin la cual dicho uso violaría los derechos sobre la Marca.
- D. **Marcas** - cualquier signo, nombre, símbolo, medio o combinación de éstos, que sirva para identificar en el mercado los bienes o servicios de una persona, y distinguirlos de los bienes y servicios de otros.

Para propósitos de este documento, el término Marca es utilizado para referirse a cualquiera o todos los siguientes: marca, nombre comercial, marca de servicio, logo, insignia, indicación, emblema, signo, sonido, color, olor, símbolo, marca de identificación, imagen comercial (o "*trade dress*") y nombre, o una combinación de estos.

- E. **Marca de Recinto** - cualquier marca que se asocie o se pueda asociar con un recinto, unidad, departamento, división o dependencia particular de la Universidad. Estas marcas son propiedad de la Universidad de Puerto Rico y están o serán registradas a nombre de ésta como su titular.
- F. **Marca de la Universidad** - cualquier marca que se asocie o se pueda asociar a la Universidad y que sea utilizada y/o haya sido registrada como propiedad de la Universidad de Puerto Rico.
- G. **Marcas Institucionales** - se refiere en forma colectiva, a las Marcas de Recinto y las Marcas de la Universidad.
- H. **Oficina de Propiedad Intelectual** - Oficina adscrita a la Vicepresidencia de Investigación e Innovación a nivel central de la Universidad, que trabaja con los asuntos de las diferentes formas de propiedad intelectual.
- I. **Persona** - se refiere a cualquier persona natural o jurídica, incluyendo, sin limitarse a, individuos, asociación, negocio, cualquier forma de gobierno, individuo, corporación, fideicomiso, patrimonio, cooperativa, o cualquier otro ente legal.
- J. **Personal docente**- personal dedicado a la enseñanza, a la investigación científica y a la divulgación técnica, o 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.
- K. **Presidente** - se refiere al Presidente de la Universidad de Puerto Rico.
- L. **Recinto** - Recinto Universitario de Río Piedras; Recinto Universitario de Mayagüez; Recinto Universitario de Ciencias Médicas, y cualesquiera otras unidades institucionales que en el futuro se creen con ese nombre, por ley o por acción de la Junta de Gobierno.
- M. **Solicitud de Licencia para el Uso de una Marca Institucional** - modelo estandarizado de la Universidad para solicitar autorización para el uso de cualquiera de las Marcas Institucionales.

Unidades Institucionales - UPR en Cayey, UPR en Humacao, UPR en Arecibo, UPR en Bayamón, UPR en Ponce, UPR en Aguadilla, UPR en Carolina y UPR en Utuado, y cualesquiera otras unidades institucionales que en el futuro se creen con ese nombre, por ley o por acción de la Junta de Gobierno.

- N. **Universidad** - la Universidad de Puerto Rico y cualquiera de sus recintos, unidades, departamentos, divisiones o dependencias.

ARTÍCULO VI - IMPLANTACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

- A. El Presidente será responsable de la implantación y la administración general de esta política. La Oficina de Propiedad Intelectual será el organismo responsable de llevar cabo las responsabilidades relacionadas con la implantación y administración de esta política. En el ejercicio de sus funciones, el Presidente y la oficina antes mencionada, podrán solicitar la asesoría, asistencia, sugerencias y/o recomendaciones de los asesores legales externos de la Universidad en materia de propiedad intelectual.
- B. El Presidente podrá delegar en los rectores, para que sean responsables de los asuntos administrativos relacionados con esta política en sus recintos correspondientes. Cada rector podrá delegar su autoridad en cualquier persona o personas para que lleven a cabo estas responsabilidades, ya sea total o parcialmente.

ARTÍCULO VII - TITULARIDAD, INVENTARIO, REGISTRO Y PROTECCIÓN DE LAS MARCAS INSTITUCIONALES

- A. La Universidad reclama la titularidad sobre su nombre y sobre todas las Marcas Institucionales.
- B. Para centralizar y asegurar el manejo, la protección y el mantenimiento adecuado de las Marcas Institucionales, todos los procedimientos de solicitud, mantenimiento y renovación de registros de todas las Marcas Institucionales, recaerán en la Universidad como sistema central.
- C. Sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo VII(B) anterior, todos los costos asociados a una Marca de la Universidad, incluyendo, pero sin limitarse a los costos que apliquen y que estén relacionados a los procedimientos de solicitud, mantenimiento y renovación de registros de dichas marcas, recaerán en la Universidad como sistema central. Por su parte, todos los costos asociados a una Marca de Recinto o de Unidad Institucional, incluyendo, pero sin limitarse a los costos asociados a los procedimientos de solicitud, mantenimiento y renovación de registros de dichas marcas, recaerán en el recinto, departamento, unidad, división o dependencia específica a la cual dicha marca está asociada. Nada de lo dispuesto en este Artículo debe interpretarse en perjuicio de la Ley 1 de 20 de enero de 1966, según enmendada, también conocida como la 'Ley de la Universidad de Puerto Rico'. Conforme a dicha Ley, la Universidad está exenta del pago de derechos y aranceles en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Véase 18 L.P.R.A. §612(f). Por lo cual, al tramitar la solicitud, obtención, mantenimiento o renovación de un registro de una Marca Institucional en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, se solicitará la exención del pago de los derechos o aranceles correspondientes.

- D. La Oficina de Propiedad Intelectual, junto a la Oficina de Asuntos Legales, o la oficina que el Presidente designe a esos efectos, mantendrá un inventario actualizado de las Marcas Institucionales existentes, será responsable de evaluar las Marcas Institucionales, determinar el tipo de protección aplicable a las mismas, y llevar a cabo todas aquellas gestiones y procedimientos necesarios para su protección, cumpliendo así con los objetivos de esta política institucional.
- E. En o antes del 30 de junio de cada año, el Rector o Rectora de cada Recinto preparará y enviará a la Oficina de Propiedad Intelectual o a la oficina que el Presidente designe, un inventario actualizado de todas las Marcas de Recinto existentes a esa fecha, o que el Recinto desee mantener, o que el Recinto desee registrar, independientemente de que las marcas estén en uso actual en el comercio o que el Recinto tenga la intención de usarlas en un futuro. De esta manera, dicha oficina podrá conocer de la existencia de las marcas, o de la intención del Recinto de utilizar o registrar una marca en un futuro, para integrarlas al Inventario de Marcas Institucionales y que se puedan hacer las gestiones pertinentes y necesarias para su protección, incluyendo, pero sin limitarse a realizar las solicitudes de registro, mantenimiento o renovación correspondientes, según sea el caso.
- F. La Oficina de Propiedad Intelectual u oficina que el Presidente designe, según le sea requerido, pero al menos anualmente, evaluará el Inventario de Marcas Institucionales y emitirá un informe al Presidente, para su revisión y aprobación, con recomendaciones sobre aquellas marcas que deban registrarse o mantenerse registradas, incluyendo información sobre los trámites de solicitud, mantenimiento o renovación que sean necesarios llevar a cabo para salvaguardar los derechos de la Universidad sobre las marcas.
- G. Conforme al párrafo VII(A) anterior, todos los registros y solicitudes de registro de las Marcas Institucionales se harán a nombre de la Universidad como su titular. Aquellos registros y solicitudes de registro de Marcas Institucionales existentes a la fecha en que entre en vigor esta Política, que no estén a nombre de la Universidad, deberán enmendarse de manera que cumplan con lo dispuesto en esta Política. La Oficina de Propiedad Intelectual evaluará el Inventario de Marcas Institucionales y se encargará de llevar a cabo todos los trámites necesarios para que la Universidad figure como titular de los registros y solicitudes de registro de las Marcas Institucionales.
- H. La Universidad se reserva el derecho de discontinuar las gestiones de obtener la protección de una Marca de Recinto en cualquier momento durante el proceso. El Presidente tomará esta decisión luego de recibir recomendación de la Oficina de Propiedad Intelectual o la oficina que el Presidente designe.
- I. El símbolo [®] deberá aparecer inmediatamente adyacente a todas las Marcas Institucionales 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 todas las Marcas Institucionales 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 adjunto el símbolo TM.

ARTÍCULO VIII – 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 Institucionales deberá obtener una autorización o una licencia por escrito del Presidente. El Presidente podrá delegar la otorgación de dicho permiso al Rector o Rectora de un Recinto o de una Unidad Institucional.
3. 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 o la marca sin el consentimiento escrito de la Universidad.
4. La autorización para el uso de una Marca Institucional no implica que dicha autorización permita que la Marca sea alterada, enmendada o modificada de forma alguna, sin que medie la autorización previa y por escrito de la Universidad.
5. **La Universidad no otorgará licencias para el uso o explotación de Marcas Institucionales a perpetuidad.**
6. 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 y actividades ilegales, o contrarios a algún reglamento o política de la Universidad;
 - b. Productos que puedan ser utilizados con intención de causar daño o muerte;
 - c. Productos o actividades de partidos políticos u organizaciones religiosas;
 - d. Productos que puedan representar una alta exposición a responsabilidad, obligación o riesgo (“*liability*”);
 - e. Productos y actividades relacionadas con drogas ilegales;
 - f. Productos y actividades relacionadas con el alcohol y/o bebidas alcohólicas y el envase que lo acompaña;
 - g. Productos y actividades relacionadas con el tabaco;
 - h. Productos que sean sexualmente sugestivos o explícitos;
 - 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, religión, 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. La Universidad no aprobará el uso de una Marca Institucional en conjunto o asociación con ciertas obras de arte o diseños, tales como, pero sin limitarse a las siguientes:
 - a. que representen el uso o endoso de alcohol o bebidas alcohólicas;
 - b. que representen el uso o endoso de drogas ilegales;
 - c. que representen el uso o endoso de productos de tabaco;
 - d. que representen el uso o endoso de armas de fuego y otras armas;
 - e. que sean racistas, sexistas, de odio, humillantes o que contengan lenguaje o aseveraciones degradantes;
 - f. que representen profanidad;
 - g. que representen actos sexuales;
 - h. que representen asociación o endoso a un partido político u organizaciones religiosas;
 - i. que contengan aseveraciones en menoscabo o en contra de otras universidades o instituciones;
 - j. 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.

8. El uso de las Marcas Institucionales para otros usos o circunstancias, será autorizado exclusivamente por escrito. Estas incluyen, pero no se limitan a:
 - a. Productos de comida y sus empaques;
 - b. Productos de bebida y sus envases;
 - c. Productos que se desarrollen en las facilidades de la Universidad y sus envases, si aplica.

B. PROCESO PARA EL OTORGAMIENTO DE LICENCIAS Y APROBACIÓN

1. Una licencia o permiso por escrito es requerido para cualquier Persona, individuo, organización o compañía que desee utilizar una Marca Institucional para un propósito comercial o de lucro, y puede requerir el pago de regalías, según determine la Universidad.
2. Cualquier persona que desee una autorización para licenciar una Marca Institucional deberá someter la Solicitud de Licencia para el Uso de una Marca Institucional, en la oficina que el Presidente designe para este propósito, y debe seguir el procedimiento establecido.
3. Cualquier proyecto oficial, libro, folleto, trabajo artístico u otro trabajo producido por el personal docente o un estudiante como parte de un curso, o por un empleado de la Universidad dentro del ámbito de su trabajo, y que utilice alguna Marca Institucional para propósitos educativos, no requerirá una autorización expresa por escrito. Sin embargo, con el propósito de monitorear el uso para asegurar la protección de las Marcas Institucionales, cualquier proyecto, libro, folleto, presentación, trabajo artístico o cualquier otro trabajo, producido

por un personal docente, 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. El Personal docente, los empleados, 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 las Marcas Institucionales no podrán ser utilizados 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. Sin perjuicio de lo dispuesto en esta Política, aun cuando las Marcas de Recinto constituyen propiedad de la Universidad como sistema central, si el Presidente así lo determina, los Rectores tendrán la potestad de autorizar y hacer uso de sus respectivas Marcas de Recinto para la venta u ofrecer bienes y servicios, o para llevar a cabo actividades comerciales o promocionales que puedan generar ingresos al Recinto (por ejemplo, la venta de artículos de vestir, materiales escolares, y otros). Toda autorización deberá ser canalizada a través de la Oficina de Propiedad Intelectual o de la Oficina que el Presidente designe. Además, todo uso de una Marca de Recinto deberá cumplir con lo establecido en esta Política/
6. Cualquier uso de las Marcas Institucionales deben ir acorde con estas normas, con las leyes y reglamentaciones vigentes y aplicables al Estados Libre Asociado de Puerto Rico, 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 Institucional sujetas al pago de regalías corresponderán a la Oficina de Propiedad Intelectual en coordinación con la Oficina de Asuntos Legales del Sistema de Administración Central, 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 de la Universidad en materia de propiedad intelectual.
2. Las negociaciones para la obtención de licencias asociadas a una Marca de Recinto corresponderán a la oficina designada por el Presidente o al Rector del recinto asociado a dicha marca, en caso de que el Presidente le haya delegado esa responsabilidad. Cualquiera de los anteriores podrán solicitar la asesoría,

las sugerencias y/o las recomendaciones de los asesores legales externos de la Universidad en materia de en propiedad intelectual.

3. En las negociaciones se establecerán los siguientes términos que formarán parte del documento final para ser firmado por la autoridad correspondiente:
 - a. Las regalías a ser pagadas, de requerirse alguna
 - b. Formas y términos de pagos
 - c. Tiempo por el que se está otorgando la licencia
 - d. La prohibición de la transferibilidad de la licencia
 - e. Descripción, definición y alcance de la licencia otorgada.
4. Cualquier negociación para el uso de una Marca Institucional se registrará 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 sido discutida y designada por el Presidente y el Rector de dicho Recinto o Unidad Institucional.

ARTÍCULO IX - CUMPLIMIENTO

Cualquier uso de una Marca Institucional 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 los medios legales correspondientes, conforme a las leyes y regulaciones aplicables a marcas y competencia desleal, tanto a nivel federal como estatal, según sea el caso.

La Universidad, a través de la oficina designada por el Presidente, trabajará diligentemente para proteger las Marcas Institucionales, tanto a nivel doméstico como internacional. Las leyes de marcas estatales y 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 Institucionales para hacer cumplir las leyes.

ARTÍCULO X - ENMIENDAS

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

ARTÍCULO XI - FECHA DE EFECTIVIDAD

Esta Política entrará en vigor transcurridos treinta (30) días a partir de su radicación en el Departamento de Estado de Puerto Rico.