

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|----------------|------------------|
|  | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 1 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | | APROBÓ |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | | Líder de Calidad |

1. OBJETIVO

Orientar a los docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander para realizar la solicitud de registro de marca o lema comercial a través de la Vicerrectoría Asistente de Investigación y extensión.

2. ALCANCE

Para solicitar el registro de marca o lema comercial, se debe cumplir con el Estatuto de Propiedad Intelectual de la Universidad Francisco de Paula Santander, acuerdo 057 de 2011 y normas reglamentarias y con los requisitos establecidos en la Decisión 486 de 2000 de la Comisión Andina, la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio. Título X y con los compromisos y los plazos estipulados por la Universidad Francisco de Paula Santander. Solo podrán diligenciar la inscripción de registro aquellos docentes vinculados a la Universidad y que pertenezcan a grupos de investigación activos y avalados por Colciencias.

3. RESPONSABLE

Vicerrectoría Asistente de Investigación.

4. DEFINICIONES

4.1 CLASE. Término utilizado para referirse a ese grupo de productos o servicios que guardan relación entre sí, agrupados de acuerdo con una clasificación aceptada internacionalmente denominada "Clasificación de Niza" (SIC, 2008).

4.2 CLASIFICACIÓN DE NIZA. Establecida por el Arreglo de Niza (1957), es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas (OMPI, 2016).

4.3 DECISIÓN 486 de 2000. Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comisión de la Comunidad Andina (SIC, 2008).

4.4 LEMA COMERCIAL. Es un signo distintivo consistente, en una palabra, frase o leyenda que se utiliza como complemento de una marca para reforzar su recordación. Es lo que se conoce comúnmente como slogan (SIC, 2008).

4.5 MARCA. Es un signo distintivo que sirve para identificar productos o servicios en el mercado. El signo que otorgará a una persona y/o empresa la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado. Las marcas pueden consistir en palabras, letras, números, dibujos, imágenes, formas, colores, logotipos, figuras, símbolos, gráficos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas, escudos, sonidos, o combinación de estos elementos (SIC, 2008).

4.6 MARCA COLECTIVA. Es un tipo de marca de la que se valen las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o cualquier grupo de personas para que con ella se informen las características comunes de los productos o servicios de los integrantes de ese cuerpo colectivo (SIC, 2013).

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|----------------|------------------|
|  | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 2 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | | APROBÓ |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | | Líder de Calidad |

4.7 MARCA DE CERTIFICACIÓN. Son las que se utilizan para garantizar una calidad o estándar de un producto o servicio (SIC, 2013).

4.8 MARCA FIGURATIVA. Tipo de marca Integrada únicamente por una figura o un signo visual "logotipo", que se caracteriza por su configuración o forma particular totalmente impronunciable, pues no contiene ningún elemento denominativo. La marca figurativa puede o no incluir un concepto en la gráfica, así, podría ser una manzana que lleva un concepto directamente vinculado o podría ser un conjunto líneas que no represente un concepto en particular (SIC, 2008).

4.9 MARCA NOMINATIVA. Marca que identifica un producto o servicio a través de más de una letra, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y que constituye un conjunto legible y/o pronunciable (SIC, 2008).

4.10 MARCA MIXTA. Tipo de marca que trata de la combinación de uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos gráficos, de color o tridimensionales. Podría limitarse a la presentación de denominaciones con un tipo especial de letra y/o color (SIC, 2008).

4.11 MARCA SONORA. Se caracterizan por estar integradas por un sonido o una Melodía, con la cual la gente asocia su producto y que es totalmente distinta con la que pueda ser usada por un competidor. Las marcas sonoras deben ser representadas gráficamente por intermedio de pentagrama, sonograma, onomatopeya y acompañada de un archivo de sonido que soporte la grabación digital que es puesta a disposición de todos los usuarios en el Sistema de Propiedad Industrial (SIC, 2008).

4.12 MARCA TRIDIMENSIONAL. Es aquella consistente en la forma de los productos, sus envases o sus empaques, al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto.

4.13 PRODUCTO. Es el signo que otorgará a una persona y/o empresa la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado (SIC, 2008).

4.14 PROPIEDAD INDUSTRIAL. Es un conjunto de derechos que puede poseer una persona, natural o jurídica, sobre una invención, modelo de utilidad, diseño industrial, marca, lema comercial, nombre comercial, enseña comercial o denominación de origen (SIC, 2008).

4.15 SERVICIO. Se define como las actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades (SIC, 2008).

4.16 SOLICITUD DE MARCA. Documento o expediente en el que el solicitante o apoderado solicita el registro de una marca. Contiene un petitorio que reúne toda la

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|----------------|------------------|
|  | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 3 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | | APROBÓ |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | | Líder de Calidad |

información de la marca y el solicitante, recibo de pago de la tasa correspondiente y en algunos casos documentos legales el documento de poder, el documento que acredite la existencia y representación legal de la persona jurídica y el documento de prioridad, entre otros (SIC, 2008).

4.17 TITULAR DE UNA MARCA. Cualquier persona natural o jurídica a la que pertenece el derecho exclusivo representado por el registro. (SIC, 2008).

5. CONTENIDO

Para el registro del signo distintivo ante la Vicerrectoría Asistente de Investigación y Extensión, se debe diligenciar totalmente el formato correspondiente FO-IN-31 ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS PARA SIGNOS DISTINTIVOS, con visto bueno del Director de la Unidad de Investigación, Representante del Comité Central de investigación y el Decano de la Facultad perteneciente a la Unidad de Investigación del signo distintivo a presentar.

Estar al día con la totalidad de los compromisos con Vicerrectoría de Investigación y Extensión (Estar a paz y salvo con la entrega del informe de gestión del semestre anterior y plan de acción del semestre actual).

Anexar una carta de solicitud de aval dirigida al Comité de Propiedad Intelectual para realizar el proceso de verificación de la solicitud.

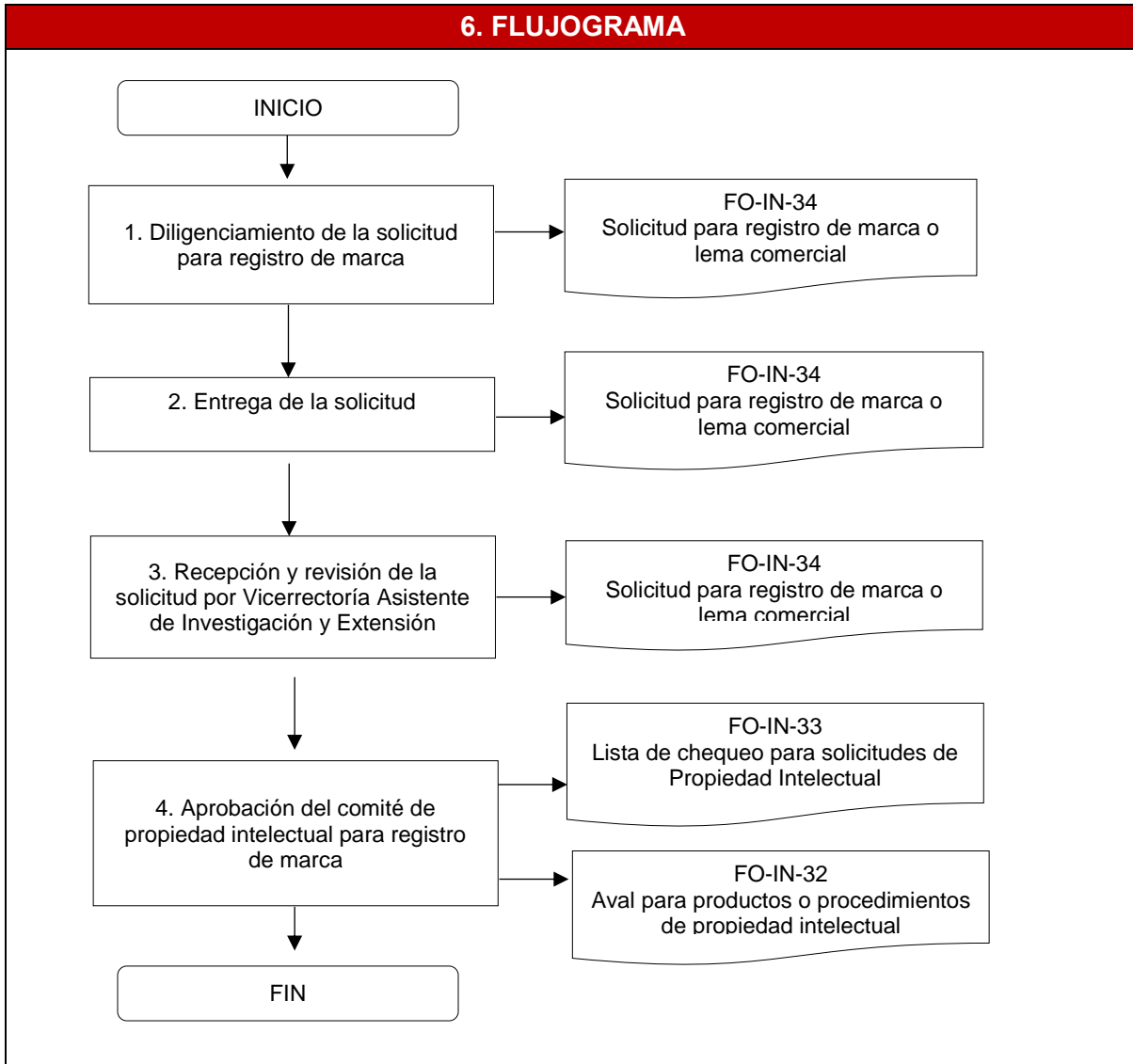
| ITEM | DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD | RESPONSABLE | DOCUMENTO Y/O REGISTRO |
|------|---|-------------|--|
| 1. | <p>DILIGENCIAMIENTO DE LA SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA</p> <p>Se debe diligenciar el formato FO-IN-34 SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL, con nombre y firma del docente solicitante, firma del Director de la Unidad de investigación, Representante del Comité Central de Investigación, Decano Facultad perteneciente de la Unidad de Investigador, quienes deben dar su visto bueno acreditando la marca a presentar.</p> | Docente | FO-IN-34 Solicitud para registro de marca o lema comercial |

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|------------------|------------|
|  | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 4 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | APROBÓ | |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | Líder de Calidad | |

| ITEM | DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD | RESPONSABLE | DOCUMENTO Y/O REGISTRO |
|------|---|---|--|
| 2. | <p>ENTREGA DE LA SOLICITUD</p> <p>El docente solicitante vinculado a la Unidad de investigación debe presentar totalmente diligenciado el formato de solicitud y adjuntar una carta dirigida al Comité de Propiedad Intelectual solicitando el aval institucional de la marca, esto debe presentarse en medio físico y magnético a la Unidad de gestión y apoyo documental.</p> | Docente | <p>FO-IN-34 Solicitud para registro de marca o lema comercial</p> <p>Carta solicitud aval institucional para productos servicios pi</p> |
| 3. | <p>RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE LA SOLICITUD POR VICERRECTORÍA ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN</p> <p>Una vez los documentos de solicitud son recepcionados a la Vicerrectoría Asistente de Investigación y extensión, serán entregados al Comité de propiedad intelectual para su revisión y aprobación.</p> | Vicerrector Asistente de Investigación y extensión y profesional de apoyo | <p>FO-IN-34 Solicitud para registro de marca o lema comercial</p> <p>Carta solicitud aval institucional para productos servicios pi</p> |
| 4. | <p>APROBACIÓN DEL COMITÉ DE PROPIEDAD INTELECTUAL PARA REGISTRO DE MARCA</p> <p>Los integrantes del Comité de Propiedad Intelectual mediante una lista de chequeo revisarán que cumple con los criterios y requisitos para la solicitud de registro de un signo distintivo. De ser aprobado la solicitud por el Comité de Propiedad Intelectual, los creadores o titular de la marca o lema comercial deberán cumplir cabalmente con los compromisos que se adquieran con Vicerrectoría Asistente de Investigación y extensión y los documentos requeridos para el trámite de la solicitud de registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio.</p> | Representante Comité de propiedad Intelectual | <p>FO-IN-33 Lista de chequeo para solicitudes de Propiedad Intelectual</p> <p>FO-IN-32 Aval para productos o procedimientos de propiedad intelectual</p> |

| | | | | |
|--|--|-----------------------------|----------------|------------------|
|  Vigilada Mineducación | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 5 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | | APROBÓ |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | | Líder de Calidad |

6. FLUJOGRAMA



7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

| TIPO | CODIGO | NOMBRE |
|---------|----------|--|
| INTERNO | FO-IN-32 | Aval para productos o procedimientos de propiedad intelectual |
| | FO-IN-33 | Lista de chequeo para solicitudes de Propiedad Intelectual |
| | FO-IN-34 | Solicitud para registro de marca o lema comercial |
| | N/A | Carta solicitud aval institucional para productos servicios pi |

Copia No Controlada

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|------------------|------------|
|  | INVESTIGACION | | CÓDIGO | PR-IN-07 |
| | | | VERSIÓN | 01 |
| | SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCA O LEMA COMERCIAL | | FECHA | 22/06/2018 |
| | | | PÁGINA | 6 de 6 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | APROBÓ | |
| Líder de Investigación | | Equipo Operativo de Calidad | Líder de Calidad | |

| TIPO | CODIGO | NOMBRE |
|---------|--------|---|
| EXTERNO | N/A | Norma NTC GP 1000:2009 |
| | N/A | Superintendencia de Industria y comercio. Revisado el 05 de octubre de 2017 en: http://www.sic.gov.co/marcas/antes-de-solicitar |
| | N/A | Guía Marcas - Superintendencia de Industria y Comercio (SIC, 2008). Revisado el día 07 de Octubre de 2017 en: http://api.sic.gov.co/Biblioteca/Marcas/files/guia%20de%20marcas.pdf |

8. CONTROL DE CAMBIOS

| VERSIÓN | DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO | FECHA | RESPONSABLE APROBACIÓN |
|---------|------------------------|------------|------------------------|
| 01 | Versión Original | 22/06/2018 | Líder de Calidad |

Copia No Controlada