



FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS EMPRESARIALES

**SISTEMA DE BÚSQUEDA - ANTECEDENTES FIGURATIVOS
SIGNOS DISTINTIVOS**

Trabajo profesional para obtener el Título
de Ingeniero de Sistemas Empresariales
"Tesis Aplicada"

Presentado por:

Víctor Rafael Bocanegra Arias

LIMA – PERÚ

2012

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice	iv
Glosario.....	viii
Símbolos y Abreviaturas	ix
Índice de Cuadros	x
Índice de Figuras.....	xi
Resumen Ejecutivo	xii
Abstract.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO.....	4
1.1. Definiciones conceptuales.....	4
1.1.1. Propiedad Intelectual	4
1.1.2. Signo Distintivo	5
1.1.3 Beneficios de proteger un signo distintivo	6
1.1.4. ¿Quién puede registrar un Signo Distintivo?.....	6
1.1.5. El mercado de derechos de propiedad intelectual en el Perú.....	7
1.1.6. Registro y Renovación de un signo distintivo.....	8
1.1.7. Búsqueda de Signos distintivos	8
1.2. Antecedentes.....	9
1.2.1 Registro y Renovación de signos distintivos en el Perú.....	9
1.2.2 Sistema de Consultas de Signos Distintivos – INDECOPI	11
1.2.3 Sistema de Búsqueda de Antecedentes Figurativos de Signos Distintivos – INDECOPI.....	16
1.2.4 Sistema de Signos Distintivos - INFOMARK	17

1.2.5 El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) - BOLIVIA	18
1.2.6 SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO - COLOMBIA	19
1.2.7 Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos – OPMEU	20
1.3. Formulación del Problema.....	23
1.4. Justificación.....	24
1.4.1 Beneficios Tangibles	24
1.4.2 Beneficios Intangibles.....	24
1.5. Objetivos.....	25
1.5.1. Objetivo General.....	25
1.5.2. Objetivos Específicos	25
CAPITULO II NORMAS LEGALES Y TÉCNICAS	26
2.1. Internacionales	26
2.1.1 Convenio de París	26
2.1.2 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC.....	27
2.1.3 Arreglo de Lisboa	27
2.1.4 Convención de Washington	28
2.2. Nacionales.....	29
2.2.1 Decisión 486.....	29
2.2.2 Decreto Legislativo N° 1075	29
CAPITULO III MÉTODO	30
3.1. Fundamentos teóricos de la metodología seleccionada	30
3.2. Fundamentos teóricos de la tecnología a emplear	32
3.2.1. Arquitectura Cliente - Servidor	32
3.2.1.1 El modelo Cliente-Servidor	32
3.2.1.2 El modelo cliente-servidor de 2 capas.....	33
3.2.1.3 El modelo cliente-servidor de 3 capas.....	33

3.3 Herramientas utilizadas en el proyecto.....	34
3.3.1 Microsoft SQL Server 2005	34
3.3.2 Microsoft Visual Studio 2010 Ultimate.....	35
3.3.3 Visual C#.....	35
CAPITULO IV ETAPA DE PREPARACION Y EVALUACION DEL PROYECTO.....	37
4.1 Identificar el tipo de negocio o empresa a desarrollar.....	37
4.2 Planeamiento Estratégico.....	38
4.2.1 De la Empresa	38
4.2.1.1 Visión	38
4.2.1.2 Misión	38
4.2.1.3 Valores	38
4.2.1.4 Análisis FODA.....	39
4.2.1.5 Objetivos estratégicos	40
4.2.1.6 Análisis PEST	40
4.2.2 Del Proyecto.....	41
4.2.2.2 Análisis FODA.....	42
4.2.2.3 Objetivos estratégicos	43
4.3 Estudio Mercado del Proyecto	43
4.3.1 Mercado Meta	43
4.3.2 Estructura y determinación del mercado	43
4.3.3 Demanda y oferta potencial	43
4.3.4 Análisis de la competencia – Benchmarking.....	44
4.3.5 Estimación y proyección de las ventas por periodos de tiempo	44
4.4 Localización del Proyecto	46
4.5 Ingeniería del proyecto.....	47
4.5.1 Planeamiento del Sistema	47

4.5.1.1 Levantamiento de la Información.....	47
4.5.1.2 Análisis del Sistema.....	48
4.5.2 Desarrollo del Sistema.....	51
4.5.3 Pruebas del Sistema.....	63
4.5.4 Implementación del Sistema.....	68
4.5.5. Mantenimiento.....	70
4.6 Estimación de los costos y gastos de producción.....	70
4.7 La organización de la empresa.....	71
4.8 El Capital Humano.....	74
4.8.1 Del Proyecto.....	74
4.8.2 Del Estudio XYZ.....	75
4.9 Costo de Capital.....	76
4.10 Planeamiento Financiero del Proyecto.....	77
4.11 Riesgos.....	81
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
5.1 CONCLUSIONES.....	82
5.2 RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFIA.....	84

Glosario

Denegación	Es cuando la autoridad marcaria competente decide no otorgar el registro de marca solicitado.
Entidad marcaria	Es la institución gubernamental que se encarga de proponer y hacer cumplir las normas relativas a la propiedad intelectual.
InfoMark®	Sistema de Búsqueda de signos distintivos en línea en donde los usuarios registrados pueden realizar consultas sobre las marcas presentadas ante INDECOPI. Este sistema es propiedad del Estudio Castro García – Abogados.
Marca	Marca es todo signo, nombre comercial, lema comercial (slogan), que pueda tener una capacidad distintiva en el mercado y que permita al consumidor identificar los diversos productos y servicios ofertados por los distintos competidores.
Observación	Es cuando la autoridad marcaria competente por propia decisión (sin oposición de terceros) nos deniega el registro del signo solicitado.
Oposición	Es un escrito de demanda administrativa que se presenta ante la autoridad marcaria competente para evitar el registro de un signo distintivo.
Signo Distintivo	Marca.

Símbolos y Abreviaturas

ADPIC	Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
ITINTEC	Instituto de Investigación Tecnológica Industrial y de Normas Técnicas (actualmente el INDECOPI ha asumido sus funciones)
OMC	Organización Mundial de Comercio.
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
OPMEU	Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO en inglés)
OSD	Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI.
RAD	Rapid Application Development (Desarrollo Rápido de Aplicaciones)
SENAPI	Servicio Nacional de Propiedad Intelectual del país de Bolivia.
SQL	Structured Query Language (Lenguaje de Consulta Estructurado)
TLC	Tratado de Libre Comercio.
USPTO	United Stated Patent and Trademark Office (En español OPMEU)

Índice de Cuadros

Cuadro N° 01: EXPEDIENTES PRESENTADOS, SEGÚN TIPO DE PROCEDIMIENTO.....	10
Cuadro N° 02: COMPARATIVA ENTRE LOS SISTEMAS DE BÚSQUEDA - INDECOPI vs ESTUDIO XYZ.	44
Cuadro N° 03 NÚMERO DE BÚSQUEDAS REALIZADAS POR EL ESTUDIO XYZ. PERIODO 2006 - 2010	45
Cuadro N° 04 NÚMERO DE BÚSQUEDAS PROYECTADAS. PERIODO 2012-2016	46
Cuadro N° 05 ESTIMACIÓN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	69
Cuadro N° 06 ESTUDIO XYZ – COSTO DE CAPITAL	75
Cuadro N° 07 COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS, ADMINISTRATIVOS Y DE MARKETING.....	76
Cuadro N° 08 ESTUDIO XYZ – ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO	77
Cuadro N° 09 ESTUDIO XYZ – ESTADODE FLUJO DE CAJA PROYECTADO	78
Cuadro N° 10 ESTUDIO XYZ – VALOR ACTUAL NETO, TIR Y PERIODO DE RECUPERACIÓN	79

Índice de Figuras

Figura 01: INDECOPI – SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LINEA.....	11
Figura 02: INDECOPI – SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LINEA CONSULTA DE EXPEDIENTES	12
Figura 03: INDECOPI – SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LINEA CONSULTA POR CERTIFICADO	13
Figura 04: INDECOPI – SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LINEA RELACIÓN DE MARCAS PUBLICADAS.....	14
Figura 05: INDECOPI – SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LINEA RELACIÓN DE MARCAS OTORGADAS.....	15
Figura 06: INDECOPI – BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES FIGURATIVOS RELACIÓN DE TARIFAS.....	16
Figura 07: InfoMark® - SISTEMA DE BÚSQUEDA DE MARCAS.....	18
Figura 08: SENAPI - SISTEMA DE BÚSQUEDA DE MARCAS.....	19
Figura 09: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO CONSULTA DE SIGNOS DISTINTIVOS.....	20
Figura 10: OPMEU – OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS ESTADOS UNIDOS PAGINA PRINCIPAL	21
Figura 11: OPMEU – OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS ESTADOS UNIDOS SISTEMA DE BÚSQUEDA EN LINEA.....	22
Figura 12: OPMEU – OFICINA DE PATENTES Y MARCAS DE LOS ESTADOS UNIDOS SISTEMA DE BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES FIGURATIVOS EN LINEA.....	23