

Cartilha de Marca

Moda Fitness e Casual



Luana Brito de Oliveira
Claudia Cardinale Nunes Menezes
Suzana Leitão Russo

Iracema M. de Aragão Gomes
Daniel Pereira da Silva
Robelius de Bortoli

Cartilha de Marca

Moda Fitness e Casual

Luana Brito de Oliveira
Claudia Cardinale Nunes Menezes
Suzana Leitão Russo
Iracema M. de Aragão Gomes
Daniel Pereira da Silva
Robelius De Bortoli

ASSOCIAÇÃO ACADÊMICA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

COORDENADOR DO PROGRAMA EDITORIAL

João Antonio Belmino dos Santos (UFS/SE)

COORDENADOR GRÁFICO

Carlos Tadeu Tatum (UFS/SE)

CONSELHO EDITORIAL

Angela Isabel Dullius (UFSM/RS)

Débora Eleonora Pereira da Silva (UFS/SE)

Maria Emilia Camargo (UCS/RS)

Sérgio Paulo Maravilhas Lopes (UNIFACS/BA)

Vivianne Marques Leite dos Santos (UNIVASF/PE)

CAPA E ILUSTRAÇÕES

Bruno Rosa Santos Correia (SE)

TRATAMENTO E CRIAÇÃO DIGITAL

Bruno Rosa Santos Correia (SE)

**Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Célia Aparecida Santos de Araújo
CRB 5/1030**

C327 Cartilha de marca moda fitness e casual [recurso eletrônico]/ Luana Brito
de Oliveira... [et al.]. – Aracaju: API, 2017.
26 p. : il.

Formato: e-book
ISBN 978-85-9591-051-5

1. Registro de Marca. 2. Identidade corporativa. 3. Designer de
Marca. 4. Propriedade Intelectual. I. Oliveira, Luana Brito de. II.
Menezes, Claudia Cardinale Nunes. III. Russo, Leitão Suzana. IV.
Gomes, Iracema M. de Aragão. V. Silva, Daniel Pereira de. VI.
Bortoli, Robelius De.

CDU: 347.7

AGRADECIMENTOS

Expressamos nossos agradecimentos à

API - Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual,

UFS - Universidade Federal de Sergipe,

FAPITEC/SE - Fundação de Apoio a Pesquisa e à Inovação

Tecnológica do Estado de Sergipe,

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior,

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico,

Rede NIT - NE - Rede de Núcleos de Inovação Tecnológica - Nordeste ,

CAPACITE - Capacitação em Inovação Tecnológica para Empresários.

APRESENTAÇÃO

Esta cartilha partiu do interesse em informar e conscientizar sobre a importância do registro de Marca ao empresário de Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Micro Empreendedor Individual. Ao longo dos anos houve grande evolução na identidade corporativa, incorporando temas de identidade visual tanto da empresa quanto do produto, estendendo-se em nível de definições legais nas formas de aplicação, cores e usos do design da marca. A partir de então, a marca começou a ser considerado um dos principais ativos intangíveis, proporcionando a base de uma vantagem competitiva sustentável. Logo, a proteção legal desse ativo torna-se indispensável. A presente cartilha foi desenvolvida por professores e estudantes do Curso de Pós-Graduação em Ciências da Propriedade Intelectual (PPGPI) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), buscando o fácil entendimento, a fim de facilitar os procedimentos relativos ao Registro de Marca a nível nacional.

Autores



Bom dia! Tudo bem?
Estas malhas são belíssimas.
A loja está de parabéns!
Gostei bastante desses modelos!

Que bom que você gostou!
As malhas são desenhadas e confeccionadas por nós mesmos, são modelos exclusivos.
E, já estamos fornecendo para outras lojas!



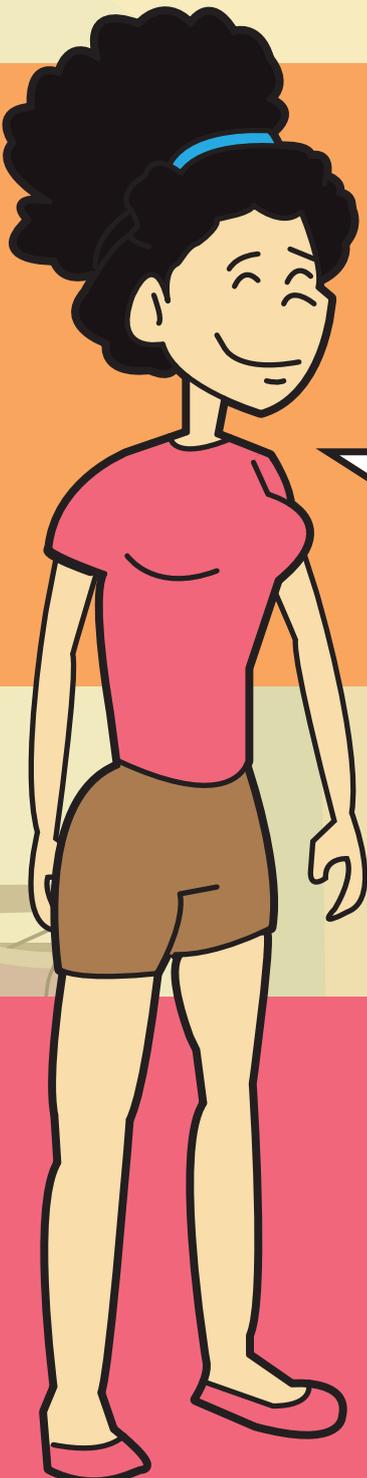
Interessante!
Então, você é a proprietária
da loja?

Sim.
Meu nome é Carla
e o seu?



O meu nome é Paula. Prazer em te conhecer! Carla, realmente fiquei encantada com os modelos e qualidade das suas malhas. Por curiosidade, você já registrou a exclusividade das suas malhas?

Eu tenho registro da minha loja na Junta Comercial. Preciso registrar a marca das roupas? A marca das roupas pode conter o nome da minha loja?



Sem sombra de dúvidas, e é essencial que você registre também no INPI.

O INPI é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial. A marca registrada no INPI tem abrangência nacional; enquanto que o registro na Junta Comercial tem abrangência apenas estadual. Além disso, o registro da marca no INPI pode cancelar o registro na Junta Comercial.



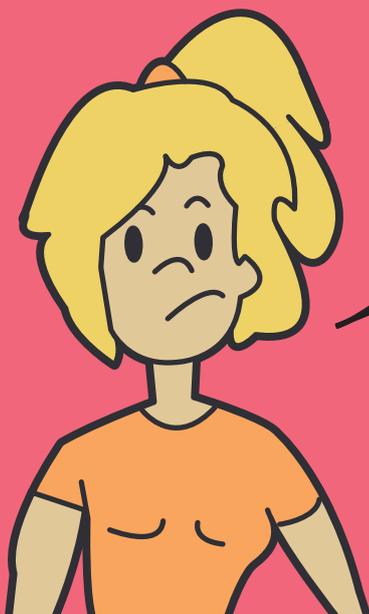
Sim, mas esta é a única vantagem de registrar a marca?

Vou te explicar melhor! O registro da marca garante ao seu titular o direito de exploração comercial da marca, ou seja, o direito de impedir que terceiros imitem, reproduzam, importem, vendam ou distribuam produtos com sua marca sem sua autorização.

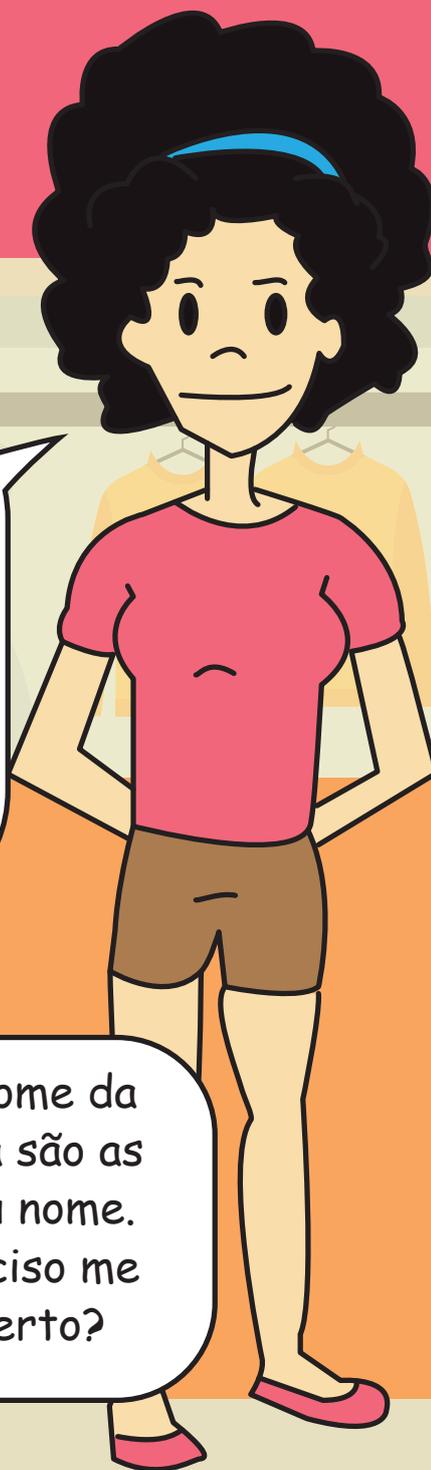
caixa



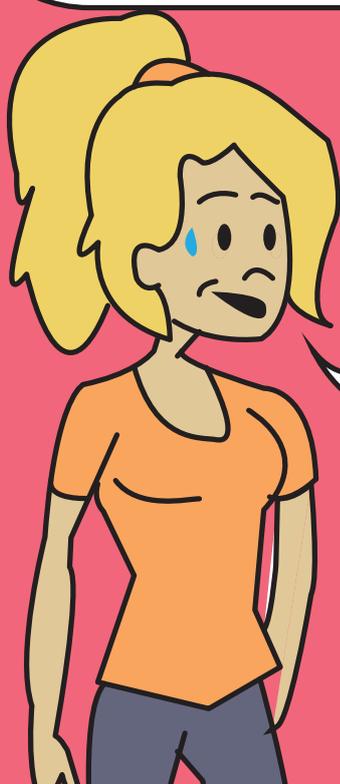
Ah, entendi! Então registramos uma marca para evitar que alguém tente impedir-nos de usá-la ou para evitar que outros usem nossa marca.



Mas Paula se tiver algum problema eu mudo a marca, e pronto!



Carla, você pode até mudar a marca, mas terá prejuízos: mudar os impressos, fachada, etc.... E o pior, é que isso não evita que você, ainda tenha que indenizar o proprietário da outra empresa pelo uso que fez da marca registrada.



Mas Paula, o nome da minha empresa são as iniciais do meu nome. Então não preciso me preocupar, certo?



Negativo. Existem outras pessoas com o mesmo nome e sobrenome; e nada impede que tenha uma empresa no mesmo ramo que o seu. Então é importante que você proteja sua marca antes que outro o faça, e a impeça de usá-la.

Como assim Paula? Então se a empresa atuar em outro ramo, logo pode ter a mesma marca?

Calma, vou te explicar! No INPI, as marcas são registradas por classes que reúnem produtos ou serviços com semelhanças. Então podemos ter a marca "C&L" registrada para uma empresa na classe de Móveis e para outra na classe de Roupas, como seu caso.



Então se uma marca, mesmo famosa, não tiver registro para um determinado produto ou serviço, posso registrá-la?

Há exceções, no caso de marcas de alto renome, você não poderá registrar. Há empresas cujas marcas são amplamente conhecidas e prestigiadas no mercado, são chamadas Marcas de Alto Renome e recebem uma proteção especial do INPI para evitar que o consumidor as confunda.

Ah, entendi! Imagine ter uma Farmácia SADIA? Certamente todos pensariam que tem vínculo com a SADIA S/A. E uma lanchonete KIBON? Confeções HONDA? Hahaha Paula estou gostando de saber sobre registro de marca, mas penso que custa caro registrar?



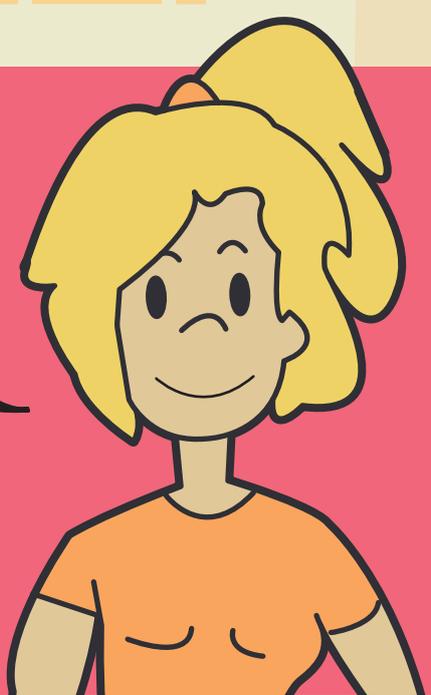
Existe "prazo de validade" de um registro de marca?.

É um investimento baixo, comparado ao risco de poder ser impedido de usá-la e o agravo de ser processado e ter que pagar uma indenização. Além de que para microempresas, entidades sem fins lucrativos e pessoas físicas, há redução de várias taxas.



O registro de marca é concedido por períodos de dez anos e pode ser renovado indefinidamente.

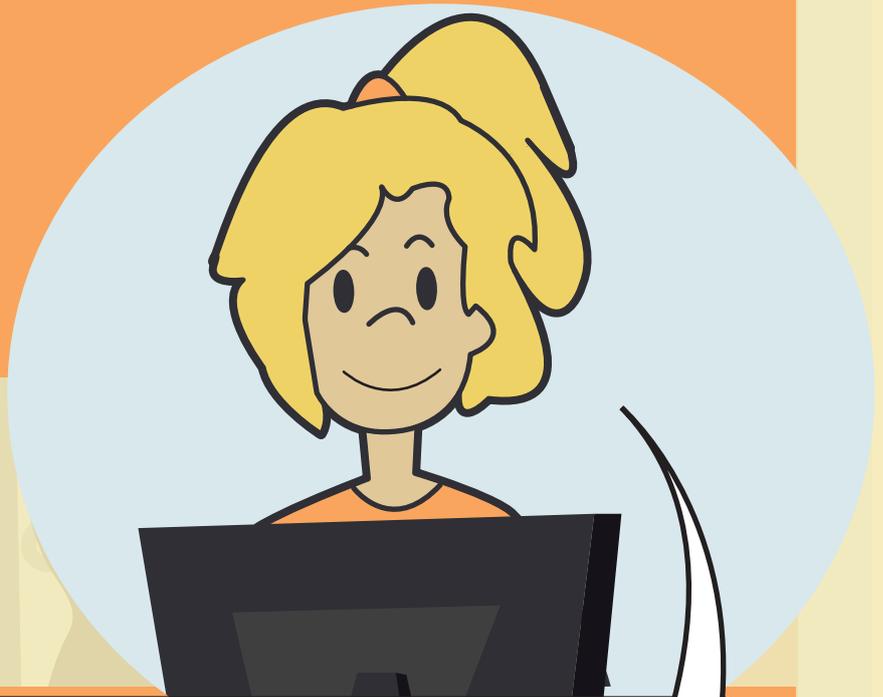
Mas o titular da marca tem que solicitar a renovação do seu registro durante o nono ano de vigência do registro, caso contrário ele pode perder a marca.



Paula como faço para realizar o registro de marca? Vou providenciar logo meu registro



Inicialmente é necessário efetuar uma busca de anterioridade para verificar a existência de marcas iguais no INPI que eventualmente possam impedir o registro.



Existe alguma lei específica que regulamenta o registro de marca?

Existe sim, a Lei de Propriedade Industrial (lei 9.279). É de suma importância que você a conheça antes de solicitar o registro. Além de saber sobre classificações e formas de apresentação, por exemplo.





Não me deixe curiosa! A minha marca enquadra-se em qual classificação?

caixa

Quanto às formas gráficas de apresentação, a marca da sua loja e dos produtos é considerada marca mista, porque é constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos. E quanto a sua natureza, é classificada como marca de produto e de serviço.

Nossa! Quanta informação Paula. Acho melhor anotar.

Quanto à sua natureza, as marcas são classificadas como:

- Marca de produto é aquela usada para distinguir produto de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa.
- Marca de serviço é aquela usada para distinguir serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa.
- Marca coletiva: identifica produtos ou serviços feitos por membros de uma determinada entidade coletiva (associação, cooperativa, sindicato, entre outros).
- Marca de certificação: Esta marca indica que os produtos ou serviços são certificados pelo titular da marca quanto a sua origem, modo de fabricação, qualidade e outras características.

No que se refere às formas gráficas de apresentação, as marcas podem ser classificadas

- Nominativa: é aquela formada por palavras, neologismos e combinações de letras e números.
- Figurativa: constituída por desenho, imagem, ideograma, forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo, e palavras compostas por letras de alfabetos como hebraico, cirílico, árabe, etc.
- Mista: combina imagem e palavra.
- Tridimensional: pode ser considerada marca tridimensional a forma de um produto, quando é capaz de distingui-lo de outros produtos semelhantes.

Paula você me convenceu vou agora mesmo fazer o registro da minha marca.

Rsrtrs... Vá lá, quanto antes você registrar melhor, e não se esquece de fazer a busca de anterioridade.

No que se refere às formas gráficas as marcas podem ser:

- Nominativa: é aquela formada por letras, números e combinações
- Figurativa: constituída por desenho, grama, forma fantasiosa, algarismo, e palavras com efeitos como hebraico.
- Mista: combina
- Tridimensional: pode ser bidimensional a forma de um produto para distingui-lo de outros produtos.



Moda Fitness e Casual

Pode deixar Paula! Não vou esquecer, anotei tudo aqui em meu bloco de notas

FIM

SOBRE OS AUTORES

LUANA BRITO DE OLIVEIRA

Doutoranda em Ciência da Propriedade Intelectual – UFS. Mestre em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe (2014). Possui graduação em Medicina Veterinária pela Faculdade Pio Décimo - Campus I (2007). Tem experiência na área de Medicina Veterinária, com ênfase em Inspeção de Produtos de Origem Animal, atuando principalmente nos seguintes temas: leishmaniose, canina, visceral e carrapatos, cães, ivermectina, rhipicephalus sanguineus. Atualmente bolsista de Doutorado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

CLAUDIA CARDINALE NUNES MENEZES

Doutoranda em Ciência da Propriedade Intelectual - UFS. Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual - UFS, Linha de Pesquisa: Propriedade Intelectual e seu Papel no Desenvolvimento Tecnológico. Possui graduação em Pedagogia com ênfase em Administração Escolar (2004). Membro do grupo de pesquisa: Economia e Desenvolvimento Tecnológico. Membro do Núcleo de Inovação Tecnologia do IFS. Especialista em Pedagogia Empresarial. Atualmente é Pedagoga do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe.

SUZANA LEITÃO RUSSO

Pós-Doutorado em Transferência de Tecnologia pela University of South Florida (USA) (2015/2016), Pós-Doutorado em Métodos Quantitativos Aplicados à Gestão pela Universidade de Algarve em Faro/Portugal (2005), Doutorado em Engenharia de Produção pela UFSC (2002), Mestrado em Estatística pela PUC/RJ (1993). Professora Associada da Universidade Federal de Sergipe. Foi Coordenadora do Centro de Inovação e Transferência Tecnológica da UFS de 2008 a 2012. Foi Coordenadora do Programa em Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual (PPGPI) da UFS de 2012 a 2014. Atua na Área de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologias, Engenharia de Produção e Estatística Aplicada, com aplicações nos temas: Controle Estatístico de Qualidade., Séries Temporais, Previsão, Prospecção Tecnológica e Transferência de Tecnologias.

IRACEMA MACHADO DE ARAGÃO GOMES

Possui mestrado em Administração pela Universidade de São Paulo (1998) e doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (2005). Atualmente é professor adjunto da Universidade Federal de Sergipe. Professora do Mestrado (Programa do curso de Administração - PROPADM/Programa de Gestão da Propriedade Intelectual - PPGPI) e Doutorado do PPGPI. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Empreendedorismo, atuando principalmente nos seguintes temas: Empreendedorismo (incubadoras e parques de empresas de base tecnológica), Inovação, Modelo de negócios, Propriedade Intelectual e Políticas Públicas em Ciência, Tecnologia e Inovação(C, T & I). -

DANIEL PEREIRA DA SILVA

Daniel Pereira da Silva - Professor/Pesquisador da Universidade Federal de Sergipe - Departamento de Engenharia de Produção - DEPRO/UFS, e docente permanente do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu na Rede Nordeste de Biotecnologia (Renorbio - Doutorado), e do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência da Propriedade Intelectual (PPGPI - Mestrado e Doutorado), Daniel Pereira da Silva possui graduação em Engenharia Química - FAENQUIL (atual EEL/USP, 1993-1997), mestrado em Tecnologia Bioquímico-Farmacêutica - FCF/USP (1998-2000), doutorado em Biotecnologia - FAENQUIL (atual EEL/USP, 2001-2005) com estágio doutorado/sanduíche (2005), e Pós-Doutorado (2006-2009, apoio financeiro FCT/Portugal) na área de Engenharia Química e Biológica no Centro de Engenharia Biológica da Universidade do Minho em Portugal - CEB/UMINHO. Daniel P. Silva vem-se consolidando na realização de pesquisas focadas nas interações entre as áreas de engenharia química, bioquímica e biologia, visando melhor aproveitamento de resíduos agrícolas/agro-industriais, processos alternativos e novos conceitos de bioprocessos e bioprodutos, além de relações da Propriedade Intelectual, Ciência e Tecnologia com a Indústria e Sociedades.

ROBELIUS DE BORTOLI

Licenciado em Educação Física pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1985), Especialista em Futebol, Administração e Marketing pela Universidade Gama Filho (1995) e Doutor em Ciências de La Actividad Física y Del Deporte pela Universidad de León (2000) Pós-Doutorado no LACI MOV da Universidad da Costa Rica (UCR). Atualmente participa do Conselho Editorial da Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte e da Revista Brasileira de Futebol, professor efetivo da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Tem experiência na área de Educação Física, com ênfase Psicologia do Esporte, atuando principalmente nos seguintes temas: Futsal, Futebol, Educação Física e Capacidades Cognitivas.

REFERÊNCIAS

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 15 Fev. 2016.



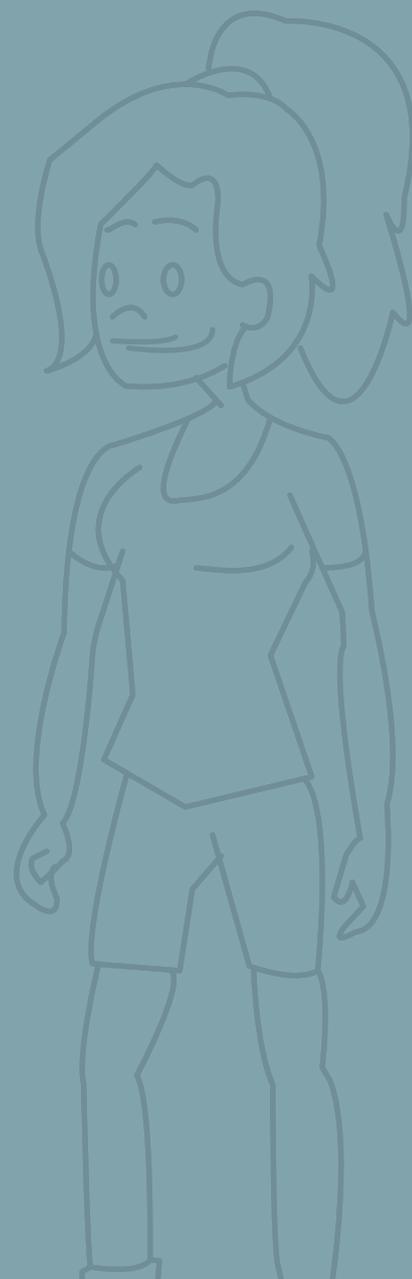
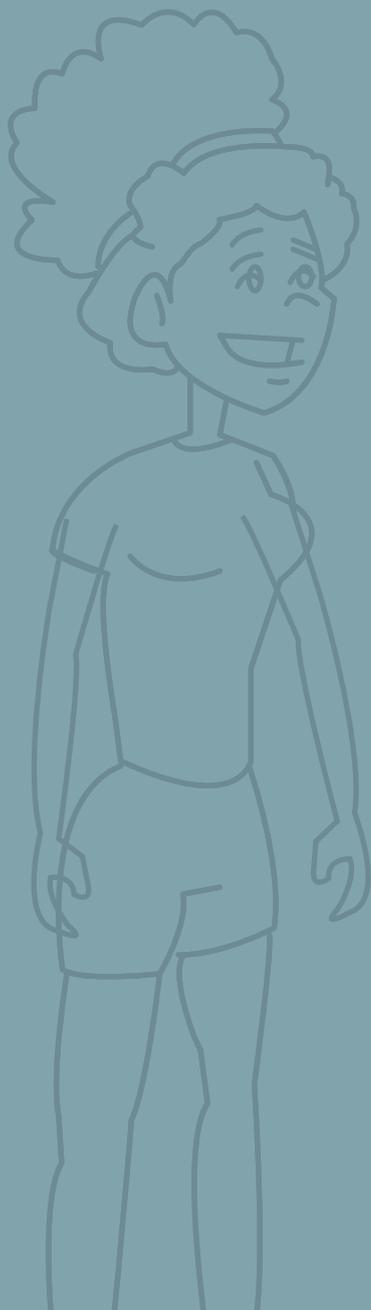
Reitor
Dr. Ângelo Roberto Antonioli

Vice-Reitor
Dra. Iara Campelo Lima

Pró-Reitor de Pós-Graduação e Pesquisa
Dr. Lucindo José Quintans Junior

Cartilha de Marca

Moda Fitness e Casual



ON LINE



IMPRESSO

