

SISTEMA UNIMED LUTA CONTRA A BITRIBUTAÇÃO

www.mundocoop.com.br

# Mundo COOP

Edição 34 / ano VIII  
JUL / AGO 2008

O VEÍCULO DOS DIRIGENTES COOPERATIVISTAS



PARCERIA ENTRE GOVERNO E  
AGÊNCIA TÉCNICA INTERNACIONAL  
INCENTIVA O COMÉRCIO  
JUSTO E O MERCADO  
DE ORGÂNICOS NO PAÍS

## COOPERAÇÃO INTERNACIONAL



### ENTREVISTA

MANFRED ALFONSO DASENBROCK, PRESIDENTE  
DA HOLDING SICREDI PARTICIPAÇÕES,  
FALA DAS TENDÊNCIAS DO RAMO CRÉDITO

### ESTRATÉGIA

COOPERATIVAS ESTÃO PERCEBENDO  
A IMPORTÂNCIA DE REGISTRAR  
UMA MARCA



# MARCA: UM BEM VALIOSO

Por Kelly Quirino

**Ter a exclusividade do registro pode garantir um bem mais rentável do que todo o patrimônio físico da pessoa**

**A**s cooperativas estão percebendo a importância do registro de marca. Isso é consequência dos resultados positivos que esse bem pode gerar junto ao mercado. Ao agregar qualidade, prestígio e credibilidade a uma marca, o produto ou serviço que a cooperativa oferece terá uma maior aceitação perante os consumidores. Em um mundo globalizado, onde a imagem e um slogan se fixam na mente das pessoas, ter um nome sólido no mercado acaba valendo mais do que todo o patrimônio físico de um empreendimento.

“Exemplo clássico disso é o da Coca-Cola. Somando-se suas fábricas, caminhões, maquinários, entre outros, tem-se uma empresa que vale muito”, destaca a empresária Perla Pollônio, proprietária da empresa República das Marcas. Segundo dados divulgados pela companhia ligada ao mercado de bebidas, o valor físico da empresa é da ordem de US\$ 6 bilhões. Computando-se os ativos intangíveis - tudo aquilo que não é físico, como o conhecimento, a capacidade intelectual e a marca -, o valor salta para US\$120 bilhões.

Pode parecer que registrar uma marca hoje é só apostar no futuro, mas a importância reside na exclusividade de utilizá-la no segmento de atuação e os rendimentos que ela poderá gerar para o negócio. Além disso, o procedimento impede que terceiros utilizem esse nome ou surja algum semelhante para competir com o primeiro.



**PERLA POLLÔNIO, DA REPÚBLICA DAS MARCAS:**  
*antes de registrar a marca, é preciso fazer pesquisa no INPI*

Um outro fator importante é que as cooperativas possuem taxas menores para fazer o depósito no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o que possibilita uma participação maior do setor nesse segmento. O agente de propriedade industrial Luiz Carlos Coelho, diz que, nos últimos anos, os empresários estão preocupados em proteger seu patrimônio físico

e simbólico. “Não ter uma marca é o mesmo que existir, mas não ter um nome. Para o mercado, se o seu produto não possui uma marca, ele não tem identidade”, ressalta Coelho, que atua no setor há 38 anos.

**PATRIMÔNIO SIMBÓLICO** A identidade é algo que só a marca pode conceder ao produto e/ou serviço. A cooperativa Coopercentral Aurora, proprietária da marca Aurora Alimentos, consolidou em 40 anos seu espaço no segmento alimentício. O gerente de marketing Ricardo Marques conta que a longevidade da marca é mais um fator de credibilidade junto ao mercado. “A Aurora foi adquirindo força, influenciando o processo de decisão de compra do consumidor, gerando uma maior empatia e tornando-se valiosa”, enfatiza. Por meio de ações de marketing planejadas, a Coopercentral disponibiliza verba para ressaltar a logomarca e o slogan, reforçando ainda mais sua imagem perante o mercado.

“Dessa forma, a Aurora se tornou referência de qualidade por produzir alimentos saudáveis e saborosos, tornando agradável a hora mais gostosa do dia”, destaca Marques. O primeiro registro data de 1967, quando a logomarca foi projetada por três arcos nas cores vermelho, laranja e amarelo, que remetem ao nascer do sol. O conjunto de símbolo e logotipo, associado ao slogan “a hora mais gostosa do dia”, identifica os produtos Aurora.

**O REGISTRO** Segundo Perla Pollônio, o primeiro passo é fazer uma pesquisa no INPI e verificar se há algum registro igual naquele segmento. Se não houver, a pessoa jurídica ou física pode fazer o depósito e semanalmente acompanhar o processo até a publicação do certificado de registro. “Em média, são de dois a três anos para o certificado da marca ser emitido”, afirma a sócia da República das Marcas.

“Os procedimentos de registro são muito simples e os valores podem ser parcelados”, explica Emerson Hofart, proprietário da Cia da Marca. O custo inicial com o registro varia conforme a região do país. Hofart diz que no Rio Grande do Sul o valor de depósito, incluindo as taxas, impostos e honorários, custa em média R\$ 1.100.

A variação do custo também pode ocorrer por intervenções jurídicas durante o processo de registro. Perla esclarece que “o proprietário ou seu representante pode fazer uma notificação ou um processo de oposição junto ao INPI contra uma marca igual ou semelhante a que depositou”. O



**EMERSON HOFART,  
DA CIA DA MARCA:  
vamos lançar um  
site de compra  
e venda de marcas**

que também pode ocorrer é um terceiro alegar que obteve primeiro o direito daquela marca. Se isso acontecer, o cliente tem dois meses para fazer a manifestação da oposição. “Não é obrigatório, mas é aconselhável que o titular acompanhe as marcas que são registradas no segmento de atuação, mesmo após o deferimento, para garantir a proteção, a exclusividade e o investimento feito na marca”, explica Perla.

**COMPRA E VENDA** Após a publicação na revista do INPI, o proprietário pode explorar o nome por dez anos. Mas diferente da patente, que entra em domínio público, o registro pode ser concedido infinitamente, sempre com o prazo de vencimento de uma década. O agente do INPI Luiz Carlos Coelho esclarece que a marca só pode ser renovada se estiver sendo usada no mercado. “O titular, após a concessão, tem cinco anos para colocá-la no mercado. Se não fizer isso, um terceiro pode pedir a caducidade da mesma e todo o investimento feito poderá ser perdido”, alerta Coelho.

Outra forma de utilizar um nome que já está registrado é comprá-lo do titular. A empresa Cia da Marca está com um projeto no qual pretende fazer a intermediação de venda e compra de registros. “Estamos organizados de forma a permitir que as cooperativas possam fazer o registro independentemente da cidade onde estiverem sediadas e pretendemos lançar um site onde as empresas possam negociar marcas de sua propriedade”, diz Hofart. ●

### informações

Instituto Nacional da Propriedade Industrial [www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)  
República das Marcas [www.republicadasmarcas.com.br](http://www.republicadasmarcas.com.br)  
Cia da Marca [www.ciadamarca.com.br](http://www.ciadamarca.com.br)