

Dez dicas para acertar na escolha da marca para sua empresa

*Por Thiago Regis, Diretor de Arte e Novos Negócios da Pílula Criativa

31/08/2016 15:55:27

Entre todos os elementos necessários para abrir uma empresa, a escolha do nome talvez seja uma das tarefas mais difíceis, porque envolve muitas questões ainda desconhecidas entre empresários e empreendedores. Um estudo feito pela Pílula Criativa (www.pilulacriativa.marketing) em parceria com a FG Marcas e Patentes identificou um aumento significativo no número de consultas de empresas com problemas envolvendo suas marcas, como a escolha de um nome que já está em uso ou não foi autorizado.

Ao voltar atrás com a escolha do nome, a dor de cabeça começa. Além de perder o investimento para registro da marca anterior, é preciso passar por um processo longo, custoso e burocrático para a troca.

Veja aqui 10 dicas para evitar problemas ao escolher a marca da sua empresa:

- 1 – Faça uma pesquisa para saber se a marca que você pretende usar está disponível
Você pode fazer uma pesquisa básica no próprio site do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual no link www.inpi.gov.br e obter um panorama da situação. No entanto, é extremamente recomendável que seja um profissional habilitado nesse processo, já que existem diversos aspectos legais que influenciam no resultado ou na compreensão daquilo encontrado no site.
- 2 – Não confunda o registro da empresa com o registro da marca
O fato de você ter formalizado o seu negócio na Junta Comercial ou mesmo em cartório não significa que a marca que você usa é sua.
- 3 – Expressões descritivas não podem ser registradas como marca
É muito comum o empresário ou empreendedor escolher uma expressão que está relacionada ao seu produto ou serviço, como a marca que irá representar todo o seu negócio, todo o seu esforço. Mas é preciso muito cuidado. Marcas meramente descritivas não podem ser registradas. É o caso, por exemplo, da expressão “CAMISA” para roupas ou “CARRO” para automóveis.

4 – A grafia da marca pouco importa

Não adianta alterar a grafia da marca, para tentar distanciá-la de outra. Usar o “K” no lugar do “C”, “X” no lugar do “CH” ou “S”, “Y” no lugar do “I” ou dobrar consoantes não muda nada. Se a sonoridade é a mesma e a palavra tem o mesmo significado, o registro não será viável.

5 – Cuidado com as marcas estrangeiras

Se você conheceu uma marca em uma de suas viagens ao exterior e pensou em registrá-la aqui, muito cuidado. Ainda que a marca da empresa estrangeira não tenha sido registrada no Brasil, ela terá prioridade. O mais indicado é que você tente uma licença local, uma representação ou invista em uma marca nova, própria.

6 – Marcas famosas, mas que identificam outros produtos ou serviços

Existem regras especiais para as chamadas marcas de alto renome e marcas notoriamente conhecidas, expressões usadas pela legislação, mas uma coisa você deve ter em mente: não tente usar essa expressão para identificar seu serviço com a intenção de aproveitar o sucesso alheio, ainda que ele seja muito distante daquele identificado pela marca “famosa”. O registro provavelmente será negado e você ainda corre o risco de ser processado.

7 – Tradução literal de marca existente não pode ser registrada

Não adianta fazer uma versão em outro idioma para uma marca já conhecida. O registro será indeferido.

8 – Brasões ou Símbolos nacionais também não são registráveis

A Bandeira do Brasil, do seu estado ou de outros países não podem ser registradas. Se a expressão que escolheu está associada a esses elementos, o registro será negado. O mesmo se aplica para brasões, armas, medalhas, emblemas ou distintivos e monumentos oficiais.

9 – A marca deve ser verdadeira

A expressão que você escolheu não pode induzir a uma falsa ideia, seja da procedência, origem, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço. Portanto, se a sua marca tiver algo como “Vinho da França”, “Azeite Puro Espanhol” e você não for francês ou espanhol, o registro será negado.

10 – Fale sempre com um especialista reconhecido

Obter o registro e a exclusividade de uma marca pode até parecer tarefa simples, mas não é. Envolve uma série de conhecimentos técnicos, da legislação nacional e de tratados internacionais, que somados a uma experiência e vivência com questões sobre marcas e patentes se tornam fundamentais para o sucesso na proteção do negócio. Certifique-se de que a empresa que o auxilia ou o seu procurador sejam realmente especializados. Uma boa dica é procurar referências na internet e em redes de relacionamento.

* Thiago Regis (thiago@pilulacriativa.marketing) é Diretor de Arte e Novos Negócios da Pílula Criativa, agência especializada em campanhas online e offline.