

Estudo dos Registros de Marcas em Empresas do Vale do Taquari, RS: diagnóstico e propostas para melhoramentos

Study on Brand Registration in Companies in the Taquari Valley, RS: diagnosis and proposals for improvements

Vinicius Christ¹

Erik Schüler²

Marilia Bonzanini Bossle³

¹Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil

²Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Veranópolis, RS, Brasil

³Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Viamão, RS, Brasil

Resumo

A marca registrada é sinônimo de segurança para o empreendedor. Nesse sentido, o aumento significativo de novas empresas constituídas e a discrepância com relação à quantidade de marcas depositadas no mesmo período despertam um alerta: as empresas encontram-se desprotegidas? Dessa forma, o presente estudo pretendeu apresentar uma análise da situação das marcas das empresas associadas às entidades representativas da Câmara de Indústria e Comércio do Vale do Taquari. Trata-se de uma pesquisa exploratória, que se baseia em bibliografia e na análise de dados. O resultado demonstrou que 70,6% das empresas analisadas não possuem sua marca registrada. Assim, propõe-se uma Política Institucional para Entidade CIC/VT, a fim de fomentar o registro da marca.

Palavras-chave: Registro de Marca. Propriedade Industrial. Vale do Taquari.

Abstract

The trademark is synonymous with security for the entrepreneur. In this sense, the significant increase in new companies formed and the discrepancy with the number of trademarks deposited, in the same period, raises an alert: are companies unprotected? Thus, this study presents the analysis of how the brands of companies associated with the representative entities of the Chamber of Industry and Commerce of Vale do Taquari are. This is an exploratory research, using bibliography and data analysis. The result showed that 70.6% of the companies analyzed do not have their trademark. Thus, an Institutional Policy was proposed for the CIC VT Entity, in order to encourage trademark registration.

Keywords: Brand Registration. Industrial Property. Taquari Valley.

Área Tecnológica: Propriedade Industrial. Registro da Marca.



1 Introdução

A Propriedade Intelectual, protegida pela Constituição Federal, por meio do artigo 5º, incisos XXVII, XXVIII e XXIX, está no rol de direitos e garantias fundamentais. No que tange à Propriedade Industrial, escopo de proteção das marcas, a Carta Magna assegura proteção à propriedade marcária, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, levando em consideração o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País (BRASIL, 1996, art. 5º, inciso XXIX).

Já no plano infraconstitucional, a tutela das marcas é realizada por meio da Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei da Propriedade Industrial – LPI). A legislação é clara no sentido de que o registro da marca é a única forma de proteção legal desse ativo, do uso indevido, em todo território brasileiro.

Para tanto, é necessária a definição de marca. Pela doutrina, a marca pode ser definida como um sinal distintivo, que é utilizado facultativamente em algum produto ou serviço, com o objetivo de identificá-lo e de diferenciá-lo dos demais produtos ou serviços idênticos ou semelhantes de outras finalidades (CERQUEIRA *apud* SCUDELER, 2008). Importa destacar que não basta desenvolver uma marca, mas é preciso registrá-la.

Dessa forma, a importância do registro da marca reside no fato de, conforme aponta Scudeler (2008, p. 53), “[...] o patrimônio moral de um produto estar concentrado em sua marca”. E mais, para Bezerra (2021, p. 218), a marca representa “[...] um forte mecanismo de divulgação de uma atividade”. Esse registro, ou seja, a proteção da marca, é assegurado pela Lei n. 9.279/96 (BRASIL, 1996), por meio do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Logo, cabe ao INPI o registro de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia (INPI, 2021).

Impende ressaltar que a população em geral confunde o papel da marca registrada e do nome comercial; contudo, são dois registros diferentes. O próprio INPI, em material didático que divulga (JUNGMANN; BONETTI, 2010), esclarece que muitas pessoas acreditam que o nome comercial da empresa passa a ser protegido de forma automática, após o registro da empresa e do seu nome na Junta Comercial. É importante, portanto, que se faça a distinção correta entre ambos os institutos, a fim de evitar prejuízos irreparáveis ao empresário.

Com efeito, nomes que terminam por LTDA., S/A, ME, S/S, entre outras abreviações, denotam, na verdade, a razão social de uma determinada empresa, demonstrando, por conseguinte, a sua constituição societária. Nesse sentido, conforme apontam Jungmann e Bonetti (2010, p. 61), “[...] para a empresa cuja razão social registrada na junta comercial é NATURA COSMÉTICOS S/A, seu portfólio de marcas registradas envolve Natura®, Natura Ekos®, Natura Erva Doce®, Sève®, Natura Humor®, entre outros produtos [...]”, o que demonstra a diferença entre um instituto e outro.

Sob tal prisma, observa-se que, entre os anos de 2019 e 2021, houve um número recorde de solicitações de registro de marca no INPI, isto é, um aumento de 48% (MIGALHAS, 2022). Ressalta-se que as micros e pequenas empresas são as que mais se destacaram no período (DIAS, 2021).

Apesar do aumento significativo de novas marcas registradas, os registros de novas empresas nas Juntas Comerciais são muito maiores. Tal circunstância é evidenciada quando se comparam o Mapa de Empresas (GOVERNO DIGITAL, 2021) e os Indicadores de Propriedade Intelectual (INPI, 2022) no ano de 2021, no qual se verifica que há 91,39% mais empresas abertas do que depósitos de pedidos de registros realizados. Nesse ano, houve 346.746 depósitos de pedidos de registro de marca (INPI, 2022), contudo, no mesmo período, foram abertas 4.028.099 empresas (GOVERNO DIGITAL, 2021). Observa-se, portanto, a discrepância entre o número de novas empresas e o de novos depósitos de registro da marca.

Tal situação é respaldada no último relatório disponibilizado pelo INPI, do ano de 2021, no qual o Rio Grande do Sul está entre os 10 estados que mais depositaram pedidos de registro de marca junto ao órgão, totalizando 20.280 pedidos (INPI, 2022). No mesmo período, houve a abertura de 183.496 novas empresas no Rio Grande do Sul, ou seja, mais de nove vezes mais empresas abertas do que marcas registradas (GOVERNO DIGITAL, 2021).

Ressalta-se que inúmeros são os litígios envolvendo o uso de marcas que atuam no mercado sem o respectivo registro, inclusive, casos de notoriedade nacional. Dessa forma, insta destacar alguns casos já analisados pelo Poder Judiciário, a fim de demonstrar, de fato, a pertinência e a importância do assunto para o empreendedor.

No Rio Grande do Sul, recentemente, por meio da apelação n. 5066952-10.2013.4.04.7100, que tramitou perante o Tribunal Regional Federal da 4ª Região, colocou-se fim a uma disputa sobre a titularidade da marca Cachorro do Rosário, famosa na região metropolitana e presente nos estádios dos times de futebol Grêmio e Internacional. Na demanda, discutia-se quem seria o verdadeiro proprietário da marca. De um lado, Osmar Ferreira Labres, verdadeiro criador da marca, e, de outro, Eli Monteiro da Rosa, filho adotivo de Osmar, e titular da marca junto ao INPI (TRF-4, 2016).

Trata-se de um caso inusitado, em que o criador da marca não procedeu ao respectivo registro junto ao INPI no momento oportuno, contudo, seu filho adotivo, que alavancou o negócio em nível estadual, realizou tal registro, ficando com o direito exclusivo da marca. Assim, ainda que a marca tenha sido criada por Osmar, não lhe foi permitido o uso dela, tendo em vista a ausência do respectivo registro e a prescrição para eventual anulação do processo (TRF-4, 2016).

Após a derrota no processo, Osmar encaminhou o pedido de registro da marca CACHORRO QUENTE DO R ORIGINAL – DESDE 1962, processo INPI n. 925012190, que, em 27 de dezembro de 2022, foi deferida pelo INPI, estando, agora, devidamente protegida.

Ainda, no ano de 2022, a Loja Riachuelo foi condenada no Acórdão n. 1022449-34.2020.8.26.0001, do Tribunal de Justiça de São Paulo, em R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), por revender em suas lojas camisetas com a expressão “Surf Trip” – marca registrada de terceiro. Assim, em virtude da utilização indevida, houve a condenação da rede de Lojas pelo dano presumido causado ao verdadeiro titular da marca (TJSP, 2022).

No mundo artístico, também houve repercussão em virtude do uso indevido de marcas. As cantoras Maiara e Maraísa, em decisão liminar proferida em junho de 2022, nos autos do processo n. 8054841-19.2022.8.05.0001, da 2ª Vara Empresarial de Salvador, BA, foram impedidas de utilizar como marca a expressão “As Patroas”, sob pena de multa de R\$100.000,00 (cem mil reais), tendo em vista que já havia uma marca registrada com tal grafia (JORNAL GRANDE BAHIA, 2022).

Não obstante, em levantamento realizado para a presente pesquisa, por meio da análise de 82 acórdãos, constatou-se que a média das indenizações por danos morais fixadas pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, em casos envolvendo o uso indevido de marca registrada, entre os anos de 2007 e 2022, foi em média de R\$12.370,37 (doze mil trezentos e setenta reais e trinta e sete centavos), por empresa violadora. A indenização mais baixa foi no valor de R\$3.000,00 (três mil reais), enquanto o valor mais elevado foi de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), apenas em danos morais (pesquisa na qual um dos autores analisou pessoalmente os processos).

Portanto, a utilização de uma marca sem o devido registro no INPI, seja por meio do uso comercial, do nome empresarial, e, sobretudo, seja na venda de produtos similares ao original, ocasiona uma série de complicações jurídicas, nas esferas cível e penal.

Nesse toar, buscou-se mapear a região do Vale do Taquari, situada na região central do Estado do Rio Grande do Sul, composta de 36 (trinta e seis) municípios (FEE DADOS, 2020), a fim de observar as marcas das empresas dessa região.

A pertinência da escolha da CIC/VT foi em função da objetividade e da assertividade da pesquisa, na medida em que se trata de uma Entidade de representação das empresas. A CIC/VT, portanto, é uma entidade representativa que abrange todas as cidades do Vale do Taquari. Atualmente, seu nível de abrangência permite que mais de 3.500 empresas associadas sejam impactadas com suas ações.

Assim, a partir de um diagnóstico inicial realizado por meio de consulta ao banco de dados das entidades empresariais vinculadas à Câmara de Indústria e Comércio do Vale do Taquari (CIC/VT, 2022) e confrontando tais dados com a base do INPI, foi possível evidenciar que 70,6% das empresas pesquisadas não possuem registro de marca.

Nesse sentido, o escopo do presente estudo é demonstrar a análise realizada junto às empresas associadas das entidades representativas da CIC/VT e sua proteção marcária.

2 Metodologia

O presente estudo foi desenvolvido por meio de metodologia descritiva e exploratória, utilizando bibliografia específica, análise documental, além de dados secundários constantes na base de dados da CIC /VT, em quatro etapas:

Etapa 1: identificar na literatura, bem como em fontes de notícias e estatísticas, as principais temáticas sobre as abordagens da presente pesquisa, sobretudo, atinentes ao registro de marca pelos empreendedores.

Etapa 2: realizar o levantamento das empresas abertas entre os meses de janeiro, fevereiro e março de 2022 e 2023, bem como comparar esses índices com o número de marcas depositadas no mesmo período. Para a busca de dados nessa etapa, foi necessário o acesso ao sítio da Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul, no qual, após a escolha do período da busca de informações, limitado em janeiro, fevereiro e março de 2022, o *site* emitia um relatório das empresas constituídas no período escolhido. Da mesma forma, para acessar os dados das marcas encaminhadas, foi necessário o acesso ao sítio do INPI, em que, por meio do recurso de estatísticas da Autarquia, foi possível observar a quantidade de marcas depositadas, por período e por cidade que comporta o Vale do Taquari. Assim, com os dados oriundos de ambas

as plataformas, foi gerada uma planilha para o presente estudo, com o intuito de comparar e de confrontar os números, de forma objetiva e sintetizada.

Etapa 3: analisar o perfil das empresas do Vale do Taquari. Nessa etapa, restou desenvolvido um questionário direcionado aos empresários, formado por 12 perguntas. A pesquisa buscou coletar dados diretamente com os empresários, a partir de um questionário que foi enviado às 36 entidades representativas, as quais, juntas, contam com aproximadamente 3.500 empresas associadas (CIC/VT, 2022). A aplicação das perguntas foi realizada por meio da ferramenta Google Forms. Como retorno, houve apenas sete respostas. As respostas, em função do retorno reduzido, foram analisadas de maneira objetiva: possuía o entrevistado marca registrada ou não. Concluiu-se que todos os sete respondentes contam com marcas registradas.

Etapa 4: realizar o mapeamento das empresas associadas à CIC/VT. Os dados, que consistiram em nome e marca da empresa, foram obtidos por meio dos *sites* das entidades representativas. Após a coleta do nome da empresa e sua marca, buscou-se, por meio da plataforma de buscas de marcas do INPI, analisar de forma individual se as marcas estavam ou não registradas no órgão. No total, restaram analisadas 1.376 empresas. Todos os dados coletados foram cadastrados numa planilha, a fim de gerar gráficos elucidativos acerca da situação das respectivas marcas.

Importante mencionar que se procurou centralizar a pesquisa nas cidades de Teutônia, RS, Estrela, RS, Lajeado, RS, e Encantado, RS, uma vez que elas são as maiores cidades do Vale do Taquari, bem como são as que trazem em seus endereços eletrônicos o nome e dados das respectivas empresas associadas, viabilizando, assim, uma pesquisa com mais detalhes e fidedigna.

As pesquisas foram efetuadas levando em consideração as empresas que constam como “associadas” nos sítios das entidades representativas interligadas à CIC/VT. Dessa forma, foram acessados os endereços eletrônicos das entidades representativas de Teutônia, Estrela, Lajeado e Encantado, resultando numa busca de 1.376 empresas.

Nesse sentido, a cada levantamento, a marca principal de todos os associados – aquela ostentada junto ao *site* da entidade representativa – foi inserida em um arquivo de planilha.

Após o levantamento das empresas, suas marcas e a respectiva entidade associada e com todos os dados na planilha, avançou-se com as pesquisas. Agora, a busca era limitada ao buscador de marcas do INPI, em que, no campo “radical”, buscava-se pela marca que estava sendo analisada.

Caso o resultado fosse negativo, uma pesquisa complementar era realizada, especialmente, para buscar, por meio do CNPJ da empresa, no campo “titular”, se havia alguma marca – inclusive de fonética ou escrita diferente – resultando, igualmente, nos dados materializados no presente estudo.

Ao final, após a coleta das informações, era relevante inserir algumas de forma idêntica: caso a marca possuísse registro, o termo correto a ser preenchido na planilha seria “sim”; caso não houvesse registro, o termo preenchido na planilha seria “não”. Além disso, processos “indeferidos” ou “em processo de registro” com essa mesma nomenclatura eram definidos.

Feita a coleta dos dados, foram elaborados gráficos, a fim de que a visualização dos dados fosse mais objetiva, para uma apreensão mais prática do cenário encontrado.

3 Resultados e Discussão

O presente estudo buscou verificar a situação das marcas das empresas associadas às entidades representativas da CIC/VT, no Vale do Taquari. A CIC/VT, conforme foi referido, é uma entidade representativa que abrange todas as cidades do Vale do Taquari. Atualmente, seu nível de abrangência permite que mais de 3.000 empresas associadas sejam impactadas com suas ações.

O Vale do Taquari, composto de 36 municípios, que totalizam 381.015 habitantes (FEE DADOS, 2020), está localizado na região central do Estado do Rio Grande do Sul. A pertinência da escolha do Vale se deu pelo seu destaque econômico, sobretudo, considerando que ele representa um PIB de 3,2% do Rio Grande do Sul (A HORA, 2021). Além disso, é uma região que, no último levantamento, demonstrou um avanço econômico do PIB, seis vezes maior do que a média do Estado Gaúcho e até mesmo do Brasil (A HORA, 2021). Há, portanto, um grande potencial produtivo na região, seja no segmento da indústria, seja no dos serviços.

No que tange à proteção das marcas, conforme já analisado, o Vale reflete o cenário nacional, uma vez que há discrepância entre os números referentes à abertura de empresas e os referentes aos depósitos de registro da marca no INPI. Nesse sentido, considerando que uma empresa pode ser titular de inúmeras marcas, a situação deveria ser outra, ou seja, mais registros de marcas do que abertura de novas empresas.

Sob tal prisma, na pesquisa realizada neste trabalho, como já mencionado, observou-se, em um levantamento com 1.376 empresas do Vale do Taquari, que cerca de 70,6% não possuem suas marcas registradas.

Inicialmente, com base na análise da quantidade de empresas abertas e respectivos registros de marcas, nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2022, somente no Vale do Taquari, nas áreas abrangidas pela pesquisa desenvolvida, constatou-se que o número de empresas abertas foi 89,2% superior ao depósito de marcas para registro.

Considerando o cenário apresentado, cabe destacar que o número de pedidos de registro de marcas depositados não reflete o número de empresas abertas no período, na medida em que empresas abertas em outras oportunidades figuram, igualmente, como titulares na pesquisa acima evidenciada.

Outrossim, com base nas estatísticas do INPI (2022), realizou-se a adaptação dos dados, com base nas cidades que integram o Vale do Taquari. Assim, observa-se que, entre os anos de 2000 e 2019, o número total de marcas depositadas pelo Vale do Taquari é de 4.419 marcas.

Diante do exposto, constata-se que o Vale do Taquari, de um modo geral, está em descompasso na proteção das marcas em detrimento dos novos empreendimentos, que surgem, ou seja, há um número muito maior de novas empresas do que de registro de marcas. Tal circunstância demonstra, na prática, um déficit na proteção das marcas das empresas locais.

A fim de analisar minuciosamente a situação vivenciada no Vale do Taquari, especialmente, no que tange às marcas das empresas efetivamente associadas às entidades representativas, encaminhou-se um questionário direcionado às empresas. As respostas obtidas – apenas sete – revelaram que todos os respondentes possuíam marca registrada, inclusive, um deles, com marca registrada no exterior. Além disso, todos os respondentes consideraram como altamen-

te relevante o registro da marca. Destaca-se que dois respondentes sinalizaram interesse em aprender mais sobre o assunto do registro de marcas.

As respostas sinalizaram, ainda, que os respondentes contaram com o auxílio de terceiros para o efetivo registro da marca. Ainda, um dos respondentes informou que foi necessário enfrentar oposições durante o processo de registro, o que reforça a pertinência de um profissional habilitado para ajudar a enfrentar tais adversidades.

Portanto, ainda que tenham sido poucos os respondentes, observou-se que o cuidado com as marcas das empresas existe, o que, por sua vez, deve ser estimulado para que mais empresas tomem conhecimento desse importante mecanismo de proteção empresarial.

No que tange à baixa adesão ao questionário, embora a CIC/VT o tenha encaminhado a todas as entidades representativas, bem como reiterado a pertinência dele, o questionário não chegou ao conhecimento de todas as empresas, tendo em vista que algumas entidades não o reencaminharam, obedecendo a diretrizes internas.

Ainda cabe mencionar que, além de não ter sido dado o impulso e o estímulo necessários por parte de algumas entidades representativas, o empresariado que teve acesso ao questionário igualmente não aderiu a ele.

Diante do exposto, é possível inferir que a falta de conhecimento sobre a matéria, o desinteresse sobre o tema, a falta de estímulo para encaminhar o questionário ou para reiterar a pertinência do questionário foram circunstâncias que culminaram no resultado encontrado.

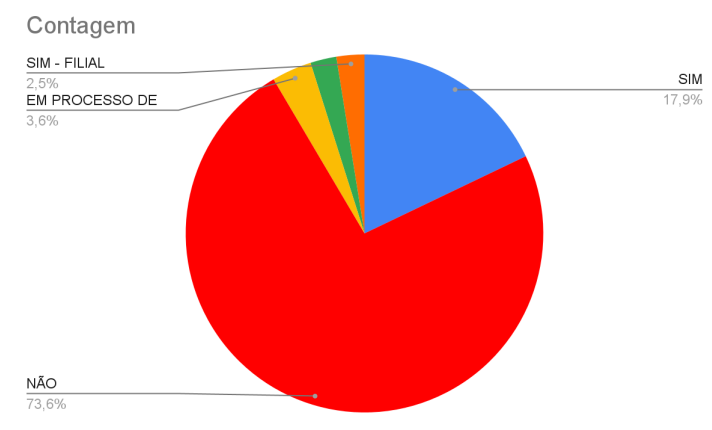
Assim, diante desse contexto, a fim de catalogar as empresas e suas respectivas marcas, registradas ou não, houve a necessidade de realizar a pesquisa de forma manual, a qual contemplou a análise de 1.376 empresas, situadas nas cidades de Teutônia; Estrela; Lajeado; e Encantado, todo do estado do Rio Grande do Sul. Na oportunidade, a busca de informações se deu por meio dos próprios *sites* das entidades, nos quais constam as empresas associadas e suas respectivas marcas. Assim, passou-se a conferir, de forma manual, se a marca da empresa associada estava registrada junto ao INPI ou não.

O resultado da pesquisa revelou que 70,6% das empresas associadas pesquisadas não registraram suas marcas, ou seja, as marcas de 660 empresas estão desprotegidas. Para melhor entendimento, os gráficos a seguir foram elaborados, e, a fim de interpretar os gráficos, segue legenda:

- a) NÃO: marcas sem registro no INPI;
- b) SIM: marcas com registro no INPI;
- c) INDEFERIDO: marcas que tiveram o pedido de registro indeferido; e
- d) EM PROCESSO DE REGISTRO: marcas que encaminharam o pedido de registro e o processo está em tramitação.

O Gráfico 1 apresenta o resultado do levantamento realizado.

Gráfico 1 – Situação geral quanto ao registro de marca das empresas no Vale do Taquari



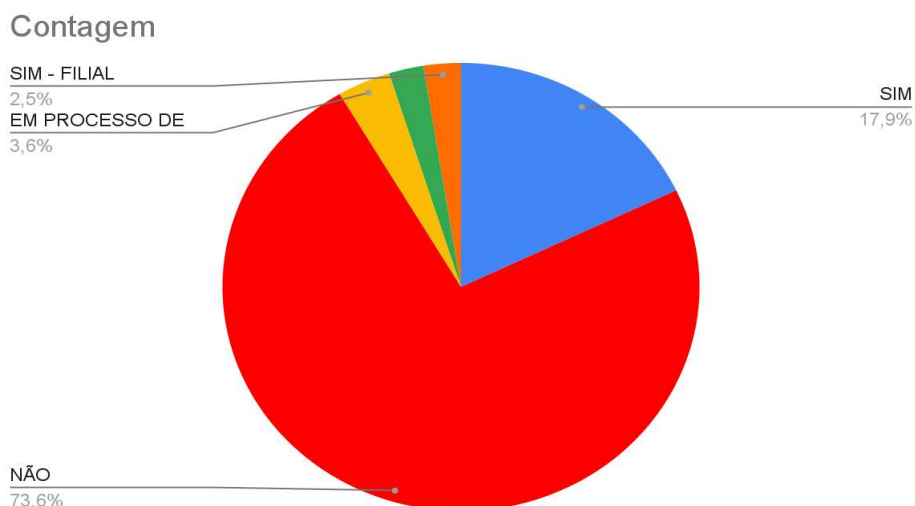
Fonte: Adaptado de INPI (2022) e de CIC Teutônia (2022)

Pormenorizando o levantamento realizado, a seguir, são analisados, individualmente, os resultados, de acordo com cada um dos municípios.

3.1 Teutônia

A entidade CIC Teutônia conta com 554 empresas associadas, que foram todas apuradas (CIC TEUTÔNIA, 2022). Desse total, 407 (73,6%) não possuem o registro da marca.

Gráfico 2 – Situação das empresas e suas marcas em Teutônia, RS

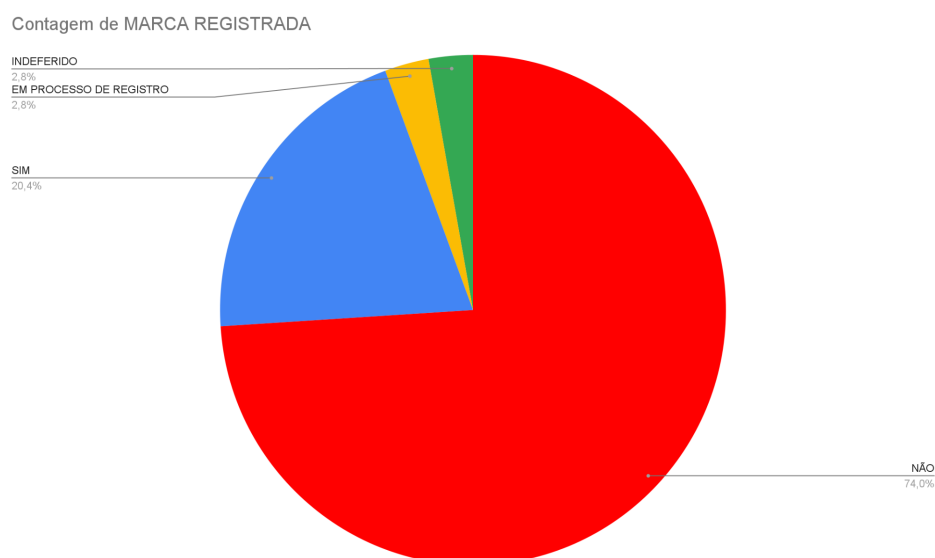


Fonte: Adaptado de INPI (2022) e de CIC Teutônia (2022)

3.2 Encantado

A entidade ACI-E, com 328 empresas associadas, tem 321 cadastradas no *site*, disponíveis para análise (ACI-E, 2022). Do total analisado, 236 (74,0%) não possuem o registro da marca.

Gráfico 3 – Situação das empresas e suas marcas em Encantado, RS

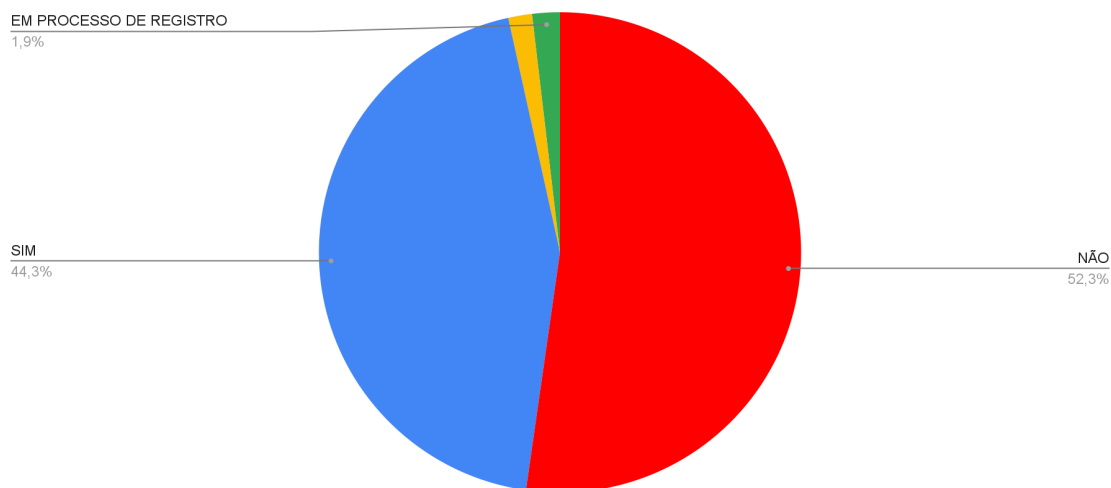


Fonte: Adaptado de INPI (2022) e de ACI-E (2022)

3.3 Lajeado

A entidade ACIL, com 350 empresas associadas, tem 377 cadastradas no seu *site*, disponíveis para análise (ACIL, 2022). Dessas, 197 empresas (52,3%) não possuem a marca registrada.

Gráfico 4 – Situação das empresas e suas marcas em Lajeado, RS

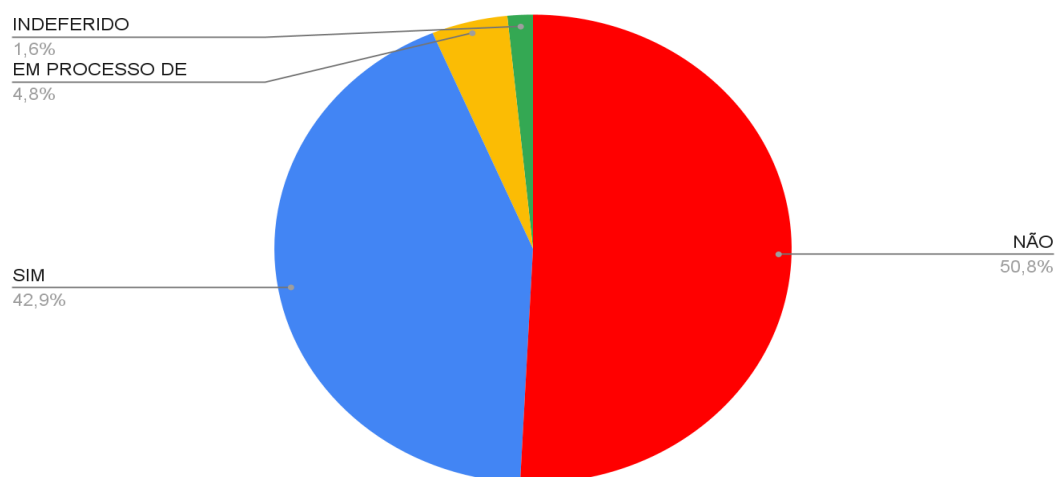


Fonte: Adaptado de INPI (2022) e de ACIL (2022)

3.4 Estrela

A entidade CACIS traz no *site* 126 empresas cadastradas disponíveis para análise (CACIS ESTRELA, 2022). Destas, 64 (50,8%) não têm a marca registrada.

Gráfico 5 – Situação das empresas e suas marcas em Estrela, RS



Fonte: Adaptado de INPI (2022) e de CACIS Estrela (2022)

Analisando o cenário apresentado, constata-se que os indicativos de baixa adesão das empresas do Vale do Taquari ao registro de suas marcas no INPI geram preocupação. Logo, o presente estudo impacta direta e aproximadamente a 3.500 empresas, empreendimentos que estão associados às entidades representativas da CIC/VT, no Vale do Taquari.

Considerando esse cenário, propôs-se a implementação de uma Política Institucional e de uma cartilha educacional de incentivo ao registro de marcas, ambas com o intuito de conscientizar o empreendedor local.

Com efeito, este estudo relaciona-se diretamente ao escopo de trabalho da CIC/VT e suas entidades representativas, no sentido de subsidiar os seus associados com conhecimentos técnicos, de forma lúdica, contribuindo, assim, com o crescimento saudável e seguro dos empreendedores, e, conseqüentemente, da economia local.

Estima-se que, pelo menos no Vale do Taquari, com a implementação da Política Institucional e a divulgação da Cartilha, sejam promovidas mais palestras sobre o assunto. Há, ainda, a perspectiva de que haja uma aderência maior à cultura da proteção marcária e o conseqüente aumento de registros da marca, em especial, pelo fato de a difusão do conteúdo derivar de uma entidade prestigiada no Vale do Taquari e reconhecida em nível estadual, por suas ações.

Dessa forma, importa destacar, ainda, que o presente estudo, embora realizado no âmbito da CIC/VT, pode ser introduzido em qualquer entidade representativa, visto que se trata de uma Política exclusivamente direcionada ao incentivo do registro de marca, com uma metodologia efetiva e acessível, que viabiliza sua difusão em outras entidades.

Diante o exposto, observa-se que os resultados encontrados neste trabalho se enquadram e corroboram a revisão da literatura, comprovando que, embora o tema da proteção intelectual seja centro de debates há muitos anos, sua discussão no âmbito do registro de marcas ainda é atual e muito necessária, em especial, para a proteção da classe empreendedora, conforme evidenciado no estudo.

Logo, identificar que há um déficit no registro de marcas e que surgem mais empresas do que marcas são registradas reforça a importância da difusão não só da literatura sobre a temática, mas, igualmente, da matéria legislativa. Nesse sentido, propõe-se que o conceito de

marcas e sua classificação, por exemplo, sejam compreendidas de uma forma mais simples e efetiva pelo empreendedor.

4 Considerações Finais

O levantamento realizado por meio do presente estudo demonstrou que, nacionalmente, há uma discrepância entre a abertura de novas empresas e o respectivo registro de marcas. Apurou-se que se abrem muito mais empresas do que marcas são registradas, o que ocorre, inclusive, com empresas associadas às entidades empresariais representativas do Vale do Taquari.

Com efeito, para que ocorra uma gradativa mudança cultural, necessita-se do apoio de instituições com representatividade perante o setor empreendedor, como é o caso da CIC/VT, que é referência na região do Vale do Taquari no segmento de representação das empresas, contando com mais de 3.500 associados.

Assim, a implementação de mecanismos de fomento é um dos primeiros passos para a conscientização do empreendedor, numa matéria tão pouco explorada cotidianamente, mas com um viés extremamente importante. A marca é a essência da empresa. É por meio dela que o consumidor adquire afinidade e contrata algum serviço ou compra algum produto, motivo pelo qual sua proteção é fundamental.

Não obstante, tendo em vista a objetividade da presente pesquisa, bem como a implementação nada complicada da proposta aqui trazida, outras Entidades Representativas podem dar continuidade ao estudo, adaptando-o e aplicando-o em suas realidades e também aperfeiçoando o modelo proposto, sobretudo, a fim de atingir o propósito principal: a conscientização e a proteção do empreendedor e sua marca.

5 Perspectivas Futuras

O presente estudo pode ser replicado em nível estadual, para fazer tal mapeamento. E, ainda, como instigação principal para a continuidade do trabalho, destaca-se o aprofundamento do estudo da temática: Por que há um número muito superior de empresas abertas do que de marcas registradas num mesmo período? A resposta a esse questionamento pode ser um dos principais pilares para o prosseguimento de futuros estudos.

Referências

A HORA. **PIB do Vale cresce seis vezes mais do que o RS e o país**. Dezembro de 2021. Disponível em: <https://grupoahora.net.br/conteudos/2021/12/19/pib-do-vale-cresce-seis-vezes-mais-do-que-o-rs-e-o-pais/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

ACI-E – ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE ENCANTADO. **Associados**. Encantado: ACI-E, 2022. Disponível em: <http://www.acie.com.br/associado/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

ACIL – ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LAJEADO. **Associados**. Lajeado: ACIL, 2022. Disponível em: <https://www.acilajeado.org.br/associados-acil/>. Acesso em: 21 mar. 2022.

BEZERRA, Matheus Ferreira. **Manual de propriedade industrial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**: Lei de Propriedade Industrial (LPI). Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 20 mar. 2022.

CACIS ESTRELA – CÂMARA DO COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇOS DE ESTRELA. **Associados**. Estrela: CACIS, 2022. Disponível em: <https://cacisestrela.com.br/associados/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

CIC TEUTÔNIA – CÂMARA DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS DE TEUTÔNIA. **Associados**. Teutônia: CIC Teutônia, 2022. Disponível em: <https://cicteutonia.com.br/category/associados/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

CIC/VT – CÂMARA DE INDÚSTRIA E COMÉRCIO DO VALE DO TAQUARI. **Entidades empresariais associadas**. Lajeado: CICVT, 2022. Disponível em: <https://cicvaledotaquari.com.br/associados-cic-vale-do-taquari/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

DIAS, Maria Clara. Pedidos de registro para marcas próprias crescem 19% entre as PMEs. **Revista Exame**, 2021. Disponível em: <https://exame.com/pme/pedidos-de-registro-para-marcas-proprias-crescem-19-entre-as-pmes/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

FEE DADOS. **Corede Vale do Taquari**. Porto Alegre: FEE, 2020. Disponível em: <https://arquivofee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/coredes/detalhe/?corede=Vale+do+Taquari>. Acesso em: 20 mar. 2022.

GOVERNO DIGITAL. **Painel Mapa de Empresas**. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 22 mar. 2022.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Estatísticas**. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/estatisticas>. Acesso em: 20 mar. 2022.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **O INPI**. Brasília, DF: Governo Federal, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/orgaos/instituto-nacional-da-propriedade-industrial>. Acesso em: 20 abr. 2022.

JORNAL GRANDE BAHIA. **Cantoras Maiara e Maráisa são impedidas pela Justiça de usar marca ‘As Patroas’; Compositora baiana Daisy Soares reivindica registro**. 2022. Disponível em: <https://jornalgrandebahia.com.br/2022/06/cantoras-maiara-e-maraisa-sao-impedidas-pela-justica-de-usar-marca-as-patroas-compositora-baiana-daisy-soares-reivindica-registro/>. Acesso em: 22 jan. 2023.

JUNGMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. **Inovação e propriedade intelectual**: guia para o docente. Brasília, DF: Senai, 2010. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/guia_docente_iel-senai-e-inpi.pdf. Acesso em: 20 mar. 2022.

MIGALHAS. **INPI calcula recordes de solicitações de registros de Marcas**. 2022. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/366208/inpi-calcula-recordes-de-solicitacoes-de-registros-de-marcas>. Acesso em: 20 mar. 2022.

SCUDELER, Marcelo Augusto. **Do direito das marcas e da propriedade industrial**. Campinas, SP: Servanda, 2008.

TJSP – TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Apelação Cível n. 1022449-34.2020.8.26.0001**. 2ª Câmara Reservada do Direito Empresarial. Apelante: Lojas Riachuelo. Apelado: Marcio Bernadinello Eireli. Relator: Sérgio Shimura. Julgado em: 8 mar. 2022. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/show.do?processo.codigo=RI006NU3T0000>. Acesso em: 20 jan. 2023.

TRF4 – TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL (Quarta Região). **Apelação Cível n. 5066952-10.2013.4.04.7100**. Segunda Turma. Apelante: Eli Monteiro da Rosa. Apelado: Osmar Ferreira Labres. Relator: Rômulo Pizzolatti. Data da autuação: 26 ago. 2016. Disponível em: https://consulta.trf4.jus.br/trf4/controlador.php?acao=consulta_processual_resultado_pesquisa&selForma=NU&txtValor=50669521020134047100&chkMostrarBaixados=S&selOrigem=TRF&hdnRefId=5e885a29b45241964e1728d6cbf38916&txtPalavraGerada=FVMG. Acesso em: 20 jan. 2023.

Sobre os Autores

Vinicius Christ

E-mail: viniciuschrist07@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1161-6401>

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação pelo Instituto Federal do Rio Grande do Sul em 2023.

Endereço profissional: Comercial Madri, Rua Evaldo Hilgemann, n. 157, sala 230, Bairro Languiru, Teutônia, RS. CEP: 95890-000.

Erik Schuler

E-mail: erik.schuler@ifrs.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2348-6942>

Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 2007.

Endereço profissional: Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Campus Veranópolis, BR-470, Km 172, 6.500, Bairro Sapopema, Veranópolis, RS. CEP: 95330-000.

Marilia Bonzanini Bossle

E-mail: marilia.bossle@ifrs.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2917-4202>

Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 2015.

Endereço profissional: Rodovia Tapir Rocha, 7.000, Bairro Querência, Viamão, RS. CEP: 94440-000.