

Mapeamento do registro de marcas no Brasil e os efeitos causados pela Pandemia de Covid-19*

Mapping of trademark registration in Brazil and the effects caused by the Covid-19 Pandemic

Carolina Barbosa Gomes Ladeira

Universidade Federal do Maranhão - UFMA
carol.ladeira@hotmail.com

Maria da Glória Almeida Bandeira

Universidade Federal do Maranhão - UFMA
mgban10@yahoo.com.br

Adriana Leandro Camara

Universidade Federal do Maranhão - UFMA
al.camara@ufma.br

RESUMO

O processo de registro de marca no Brasil é realizado pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Muitos empresários não registram as suas marcas, muitas das vezes por não conhecerem como o processo funciona. A pandemia de covid-19 trouxe novas oportunidades de negócios, o que pode ter influenciado no pedido de registro deste ativo intangível pelas empresas. Com o objetivo de realizar um mapeamento do registro de marcas no Brasil e os efeitos causados pela pandemia de covid-19, foi elaborado um levantamento das informações contidas no site do INPI, na área “estatística e estudos econômicos”, nas seções “estatística” e “relatórios” ao longo de 2014 a 2021. Os resultados mostraram que o número de solicitações de registro de marca cresceu ao longo dos anos de 2014 a 2021, sendo impulsionado durante a pandemia. Conclui-se que o requerimento de registro deste ativo e sua concessão no Brasil está em crescimento e que a pandemia não afetou o pedido de registro de marca dos residentes, porém afetou dos não residentes. Entretanto, ainda há muitos pedidos não concedidos, o que pode ser reflexo da falta de informação e acompanhamento do processo de registro de marca.

Palavras-chave: Brasil. Marcas. Registro de Marcas.

ABSTRACT

The trademark registration process in Brazil is carried out by the National Institute of Industrial Property (INPI). Many entrepreneurs do not register their brands, often because they do not know how the process works. The covid-19 pandemic brought new business opportunities, which may have influenced the request for registration of this intangible asset by companies. In order to carry out a mapping of trademark registration in Brazil and the effects caused by the covid-19 pandemic, a survey was carried out of the information contained on the INPI website, in the area “statistics and economic studies”, in the sections “statistics” and “reports” over the years 2014 to 2021. The results showed that the number of trademark registration requests grew over the years 2014 to 2021, being boosted during the pandemic. It is concluded that the application for registration of this asset and its concession in Brazil is growing and that the pandemic did not affect the application for trademark registration by residents, but it did affect

* Recebido em 28 de junho de 2022, aprovado em 06 de abril de 2023, publicado em 28 de julho de 2023.

non-residents. However, there are still many requests that have not been granted, which may be a reflection of the lack of information and monitoring of the trademark registration process.

Keywords: Brazil. Brands. Trademark Registration.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia de covid-19 afetou a saúde e a economia dos diversos países no mundo inteiro. Além disso, possibilitou o surgimento de novas tecnologias em diferentes áreas em tempo recorde, como o desenvolvimento de diferentes tipos de vacinas. Mercados já existentes aprimoraram sua atuação no âmbito digital, novas possibilidades de negócios surgiram e foram sendo desenvolvidas, havendo a necessidade de proteção das marcas existentes e daquelas que surgiram com o novo mercado.

A marca é uma propriedade intelectual, especificamente uma propriedade industrial, responsável pela identificação do negócio e apresenta um indispensável papel para demonstrar a procedência de produtos, além de ser relevante nas relações entre as empresas e os consumidores (MEDEIROS FILHO; RUSSO, 2016). Segundo o art. 122 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, as marcas “são os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996).

Atualmente, para a proteção e obtenção de exclusividade da marca, deve ser providenciado o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, antes que outra pessoa física ou jurídica a registre em classe igual. O registro da marca concede o direito exclusivo de uso, de autorizar a utilização por terceiro ou a venda da marca, podendo renová-lo a cada 10 anos. (BRASIL, 2022a)

A marca individualiza o negócio, pode adquirir um valor econômico bem superior ao valor da empresa e é indispensável para o desenvolvimento econômico de um país (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL, 2020).

Com a concessão do registro, o titular adquire direitos de ceder seu registro ou pedido de registro, licenciar o uso da marca, zelar pela sua integridade material e reputação; e deveres como realizar a renovação do registro a cada 10 anos, utilizar a marca em até 5 anos posterior a concessão, impossibilidade de impedir que este ativo seja citado em publicação que não contenha conotação comercial, entre outros deveres (PEREIRA; CONCEIÇÃO, 2018). Neste artigo será realizado um mapeamento do registro de marcas no Brasil e os efeitos causados pela Pandemia de covid-19.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“A propriedade intelectual refere-se a criações da mente, desde obras de arte a invenções, programas de computador, a marcas registradas e outros sinais comerciais” (WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION, 2020, p. 1). O Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI é um órgão que foi criado por meio da lei 5.648/1970, que “tem por finalidade principal executar, no âmbito nacional, as normas que regulam a propriedade industrial, tendo em vista a sua função social, econômica, jurídica e técnica [...]”. (BRASIL, 1970).

Este órgão é responsável pela prestação de serviço de registro de ativos de propriedade intelectual, como desenhos industriais, topografia de circuito integrado, marcas, indicações geográficas, programas de computador, concessões de patentes, averbações de contratos de franquia e de transferência de tecnologia (BRASIL, 2021a). Então, somente o INPI pode, no Brasil, conferir o direito de propriedade dos referidos ativos.

Em relação às marcas, pode-se inferir que são a estratégia de gestão essencial que possibilita grande alcance e agregação de valor aos produtos e/ou serviços dos negócios. Com o aumento da competitividade, as empresas devem buscar cada vez mais aprimorar a sua gestão para o seu desenvolvimento. Com uma gestão eficaz, os consumidores percebem o valor positivo da sua marca, identificam-se, e proporcionam fortalecimento para o negócio, por isso é tão importante a sua criação e registro, sua utilização no mercado da forma mais adequada possível (REIS et al., 2019).

De acordo com Reis et al (2019), a solicitação do registro de marca é realizada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial, por meio de uma plataforma eletrônica. Antes de efetuar o pedido de registro é importante um estudo do manual de marcas para que não haja erros na solicitação.

O procedimento para requerer, até a obtenção do registro, inicia-se com a busca da anterioridade da marca para identificar sinais iguais ou semelhantes que já tenham o registro, para que não ocorram conflitos com o ativo com pretensão de registro. A primeira etapa após o pedido é o exame formal, na qual são verificadas formalidades, como a confirmação do pagamento e outras informações sobre o preenchimento do formulário eletrônico. Assim, há a publicação do pedido na Revista de Propriedade Industrial (RPI) e abre-se o prazo de 60 dias para que terceiros apresentem oposição (PEREIRA; CONCEIÇÃO, 2018).

Com ou sem oposição de terceiros, o pedido segue para o exame de mérito e, nesta etapa, pode haver exigências a serem sanadas em 60 dias. Com o indeferimento do pedido, o titular pode apresentar recurso em até 60 dias. Com o deferimento, o titular deverá realizar o pagamento da taxa para obtenção do certificado de registro (PEREIRA; CONCEIÇÃO, 2018).

Para o adequado depósito de marcas, é importante entender sobre a sua classificação. Quanto à natureza, elas podem ser: de produto ou serviço, para diferenciar produtos ou serviços de outros iguais ou semelhantes, entretanto de origem diversas; coletiva, para identificar e diferenciar produtos ou serviços provenientes de membros de pessoa jurídica representativa da coletividade; de certificação, para atestar a conformidade de produtos ou serviços a determinadas normas; e de posição, que utiliza um sinal em uma posição distintiva. Quanto à apresentação: nominativa, composta por palavras do alfabeto romano; figurativa, formada por desenhos, imagens ou outras formas figurativas; mista, combina elementos nominativos e figurativos; e tridimensional, quando possui forma plástica distintiva (BRASIL, 2022a).

Analisando os pedidos de registro de marca de 2014 a 2021, observou-se uma queda de pedidos de 2014 para 2015, e a partir de 2015 até 2020 constatou-se o aumento no número de pedidos (BRASIL, 2020). Em 2020, a pandemia de covid-19 trouxe diversas mudanças para a sociedade, como a necessidade de isolamento e consequente distanciamento social, entretanto o mundo não podia parar, assim os trabalhos de proteção jurídica que estimulariam a inovação continuaram, como a atuação do INPI na proteção das marcas (LEAL; BARROS, 2022)

No início da pandemia houve queda na produção na diretoria de marcas, tanto nos deferimentos quanto nos indeferimentos dos pedidos de registro de marcas. Enquanto que em abril/2019 foram 10.174 (dez mil, cento e setenta e quatro) despachos de indeferimentos, em julho/2020 foram 3004 (três mil e quatro) despachos, reflexo das mudanças bruscas provocadas pela nova situação mundial. Apesar disso, o INPI conseguiu manter números expressivos durante as fases do processo de registro de marca ao longo desse período (LEAL; BARROS, 2022).

3 METODOLOGIA

O trabalho ancora-se na pesquisa quantitativa, descritiva e documental de seus resultados, visto que realiza uma análise descrevendo informações e características quantitativas sobre determinada situação.

Este artigo revisou as informações sobre registro de marcas no Brasil contidas no site do INPI, na área “estatística e estudos econômicos” nas seções “estatística” e “relatórios” de 2014 a 2021. Na seção estatística, na opção “estatísticas preliminares”, foram utilizadas as planilhas dos dados acumulados dos anos de 2014 a 2021, além das planilhas de depósitos e principais decisões dos anos de 2014 a 2021; na mesma seção, já na opção “tabela completa dos indicadores de propriedade industrial”, buscou-se registro de marca nas planilhas de 2020. Na seção “relatórios” procurou-se em “outros relatórios” o ranking dos depositantes residentes e não residentes de 2014 e 2021, além do “Boletim Mensal de Propriedade Industrial de janeiro de 2020” para complementar os demais dados.

De forma mais específica, realizou-se o diagnóstico dos pedidos de registros de marca e da concessão de registro de marcas ou marcas registradas e os efeitos causados pela pandemia de covid-19, levando-se em consideração as decisões ao longo do processo, como: se o pedido de registro da marca foi considerado inexistente, indeferido ou até arquivado. Realizou-se o diagnóstico do pedido quanto aos tipos de pessoas físicas e jurídicas residentes e não residentes; e ainda o diagnóstico do pedido entre os residentes por região brasileira e quanto ao tipo de empresa e da natureza da marca.

4 ANÁLISES DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Mapeamentos dos pedidos de registro de marca e da concessão ou não de registro de marca no INPI e os efeitos causados pela pandemia de covid-19

O mapeamento mostrou que a cada ano houve crescimento dos números de pedidos de registro de marca no Brasil. Em 2014 foram 157.016 pedidos, 2018 apresentou 204.419 pedidos de registro, e 2021 foram 363.392 pedidos (Figura 1).

Figura 1- Número de pedidos de registro de marcas, número total de decisões e número de concessão de registro de marcas pelo INPI



Fonte: Elaborado pelas autoras com os dados obtidos no site do INPI (2022)

Este aumento ocorreu apesar da crise provocada pela pandemia da covid-19, que trouxe diversas barreiras à economia e consequentemente aos pequenos negócios. Em 2020 existiu um crescimento de 19% no pedido de registro de marca, totalizando 275 mil pedidos, sendo 126 mil apenas de pequenos negócios (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIA, 2021).

O crescimento mais expressivo ocorreu nos anos de 2020 e 2021, com um aumento de 87.808 pedidos de registro de marcas em 2021 comparando a 2020, resultando em um crescimento de 31,86 % (Figura 1). Justamente os anos da pandemia de covid-19, o que corrobora para a evidência de surgimento de novas empresas e mercados durante este período.

Apesar do constante aumento do número de pedidos de registro de marcas, isto não foi observado com o quantitativo das decisões sobre este ativo pelo INPI. As decisões incluem a concessão do registro da marca e as decisões em que o pedido seja considerado inexistente, ou o pedido seja indeferido e até arquivado. Houve um aumento do número de decisões entre os anos de 2014 a 2018, ficando estável de 2018 a 2019, aumentando novamente de 2020 a 2021, mas não retornando aos números do período pré-pandemia (Figura 1).

Ao comparar todas as decisões com relação aos pedidos de registro de marca ao longo de 2014 a 2021, observamos que a decisão pela concessão do registro deste ativo acompanha exatamente as demais decisões realizadas pelo INPI, resultando no maior número de decisões.

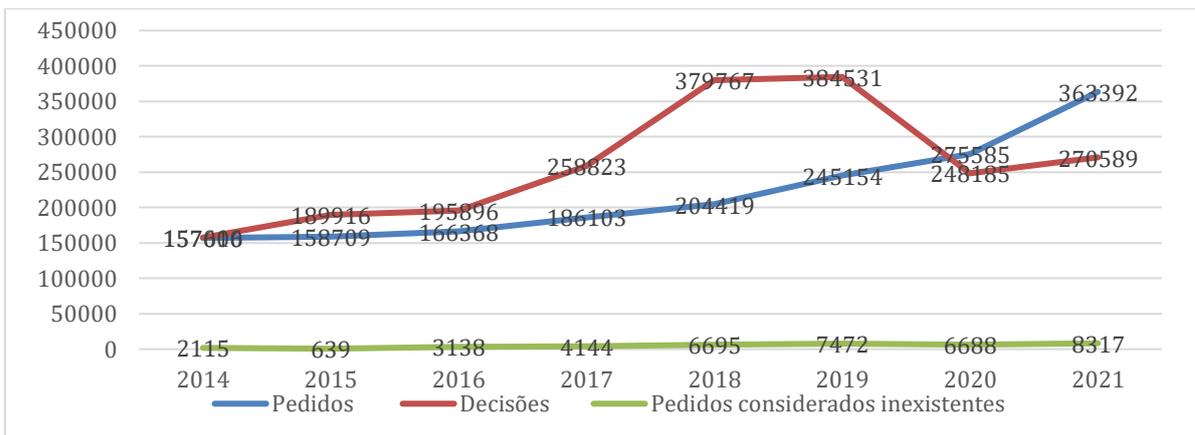
De acordo com a figura 1, observa-se um aumento de concessão de marcas registradas entre os anos de 2014 a 2018, sendo 85.810 marcas concedidas em 2014 e 191.813 em 2018, representando um aumento de 123,53 %. No entanto, no ano de 2019 houve um pequeno aumento na quantidade das concessões e dos registros quando comparado a 2018. Em 2020 houve uma queda brusca nas concessões de marcas, exatamente no primeiro ano em que ocorreu no Brasil e no mundo a pandemia, e uma pequena recuperação nestas concessões em 2021, mas que não chega aos valores de pré-pandemia (2019) (Figura 1).

Observa-se que nos anos mais intensos da pandemia (2020 e 2021) houve um aumento pela procura por proteção da marca no Brasil, isso pode ser explicado também porque muitas empresas e negócios mudaram suas atividades ou novas empresas surgiram nesse período, principalmente empresas ligadas ao e-commerce, que já apresentavam uma trajetória de crescimento no Brasil e no mundo, e ampliou sua importância no decorrer da pandemia, possibilitando acesso a mercados e a novos clientes (REZENDE et al, 2020)

A partir da pesquisa observou-se que o número de pedidos de registro de marca, de pessoas físicas e jurídicas residentes no Brasil, aumentou no período de 2014 a 2021. E ainda que o número de pedidos de registro de marcas no INPI aumentou também entre as empresas nos anos de 2019, 2020 e 2021. No entanto, não foi observado, no mesmo período, um crescimento da concessão dessas marcas, com exceção do ano de 2021, em que as concessões voltaram a crescer (Figura 1).

A Figura 2 mostra o total de pedidos de registro de marcas no INPI, o total de decisões realizadas, e os pedidos que tiveram suas decisões como pedido inexistentes no período de 2014 a 2021.

Figura 2- Número de pedidos de registro de marcas, número total de decisões e número de pedidos considerados inexistentes

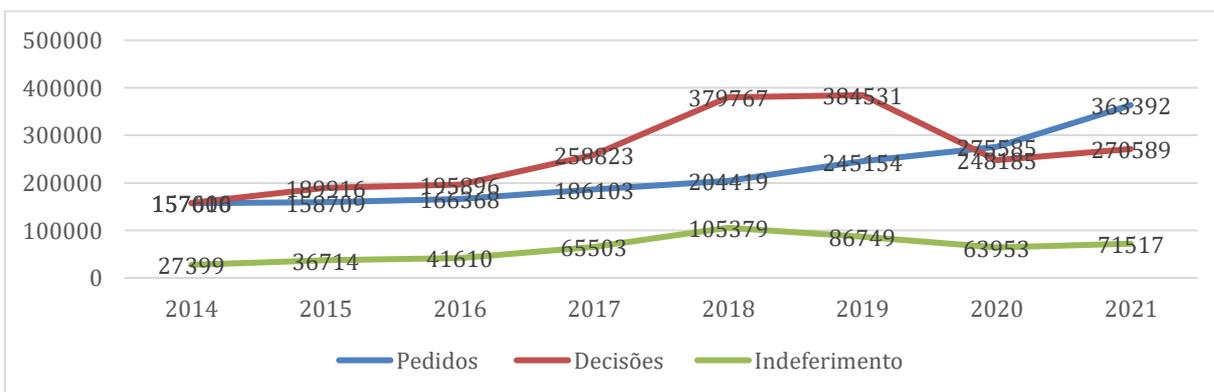


Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

O pedido é considerado inexistente pelos seguintes motivos: falta de pagamento da retribuição, pagamento da retribuição em data posterior ao envio do formulário eletrônico, por não responder a exigência formal no prazo legal, e devido à ausência de respostas à exigência de pagamento (BRASIL, 2022a). No decorrer do período, o ano de 2015 foi marcado pelo menor número de pedidos considerados inexistentes e o ano de 2021 obteve a maior quantidade de pedidos inexistentes. É importante observar que exatamente nos anos de 2020 a 2021, anos estes da Pandemia de Covid -19, houve um aumento de solicitações de registro de marca (Figura 1), ocorreu também um crescimento de pedidos considerados inexistentes, ou seja, existia o interesse em proteger a marca, mas talvez não tenha havido o conhecimento necessário de como fazer esta proteção, ou ainda esta situação poderia estar relacionada a carência de conhecimento sobre o acompanhamento do processo (Figura 2).

Para Nascimento e Marques (2021), o principal entrave na concessão das marcas pelo INPI pode estar relacionado ao acompanhamento e falta de conhecimento de todo o processo, até a concessão, uma vez que há muito pedidos solicitados, entretanto com muitos indeferimentos. Estes ocorrem quando o pedido é recusado por infringência de lei em todas as classes reivindicadas (BRASIL, 2022a). Em 2014 foram 27.399 indeferimentos, o mínimo do período, tendo o pico em 2018, com 105.379 indeferimentos (Figura 3).

Figura 3- Número de pedidos de registro de marcas, número total de decisões e número de decisão de indeferimento

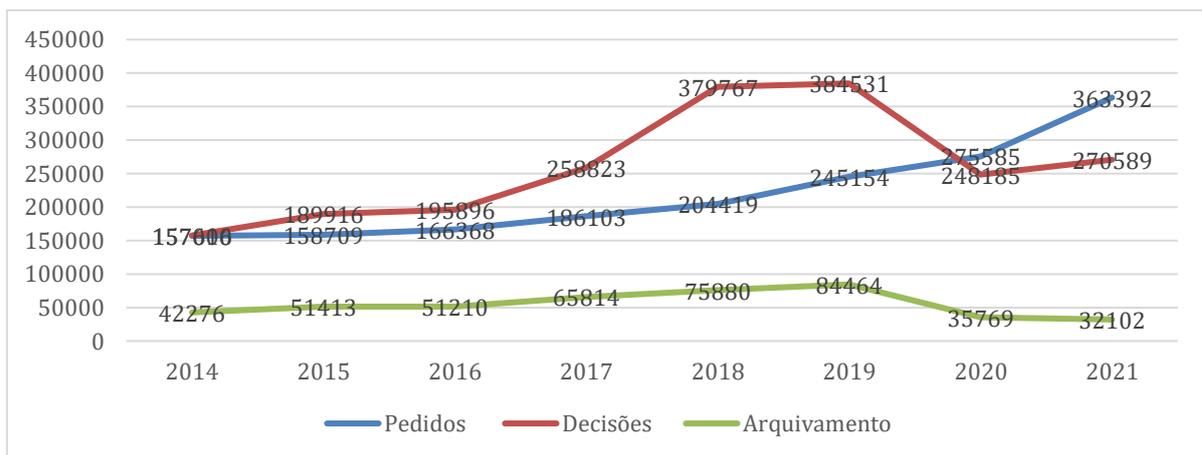


Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Os arquivamentos, de acordo com a planilha das principais decisões do INPI, são detalhados em pedido de registro que não tenha procuração, pelo não cumprimento de exigência de mérito, pela ausência de pagamento da concessão, por falta de documentos de marca de certificação, por falta de documentos de marca coletiva, e de ofício de pedido de registro de marca (BRASIL, 2022a).

Em 2019, observou-se um número expressivo de arquivamentos, totalizando 84.464 pedidos arquivados, e 2021 foi o ano com menos arquivamento da pesquisa, com o total de 29.287 pedidos arquivados (Figura 4). Ademais a maior parte dos arquivamentos, ao longo do período 2018 a 2021, ocorreu pela ausência de pagamento da concessão do registro de marca, que pode ter sido ocasionada por desconhecimento dessa etapa de pagamento, pela desistência do processo, ou pelo esquecimento e consequente perda de prazo, por exemplo.

Figura 4- Número de pedidos de registro de marcas, número total de decisões e número de decisão de arquivamento



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

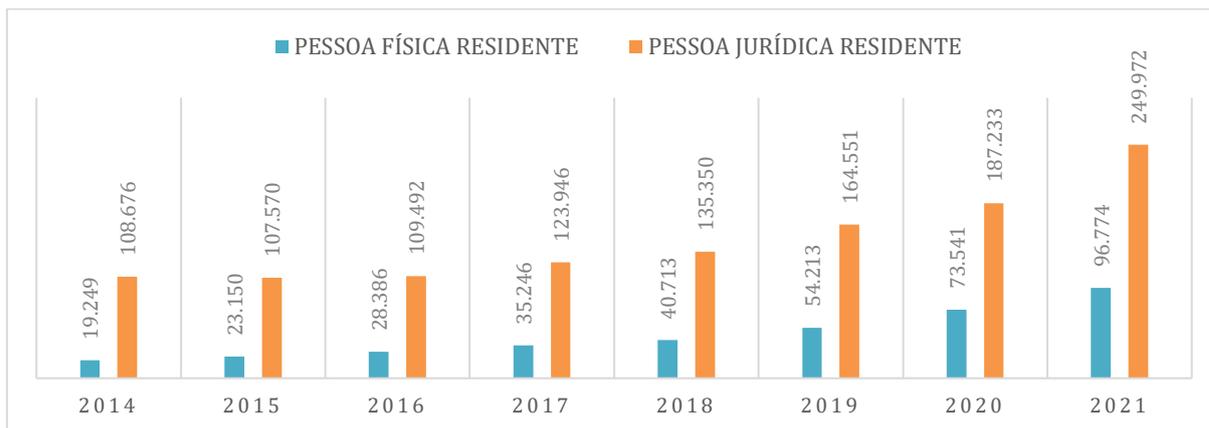
É importante observar que os anos ligados a pandemia de covid-19 foram os anos de menor arquivamento das marcas. De 2019 a 2010, ao mesmo tempo que houve diminuição das decisões, houve redução da decisão arquivamento; de 2020 a 2021, com crescimento das decisões, ocorreu menor redução nos arquivamentos (Figura 4). Então esta redução de arquivamentos está associada a trajetória das decisões ao longo desse período.

4.2. Mapeamento dos pedidos de registro de marca entre pessoas físicas e jurídicas residentes e não residentes:

O pedido de registro de marca no INPI pode ser detalhado por tipo de pessoas física e jurídica residentes e não residentes no Brasil.

Entre os residentes, pode-se constatar que houve maior procura ao longo dos anos, tanto de pessoa física, como de pessoa jurídica. Em 2014, 19.249 pessoas físicas e 108.676 pessoas jurídicas solicitaram o registro das suas marcas no INPI. No Ranking de pessoa jurídica desse mesmo ano estão Globosat Programadora LTDA, Hipermarcas S.A e Arteris S.A. (BRASIL, 2014a). Em 2021 foram 96.774 para pessoas físicas e 249.972 para pessoas jurídicas (Figura 5).

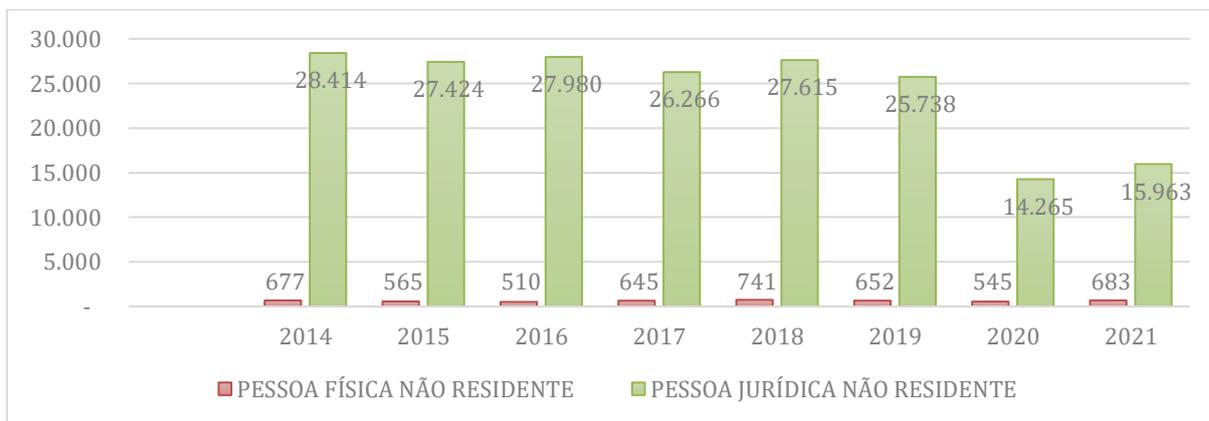
Figura 5- Pedido de registro de marca no INPI de pessoa física e jurídica residentes no Brasil.



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Entre os não residentes, que solicitaram o registro de marca no INPI, houve uma redução na quantidade de pessoas físicas e jurídicas que realizaram pedidos entre 2014 e 2021, com exceção do ano de 2018, em que a quantidade de pessoas físicas que solicitaram foi maior que a dos demais anos, e os anos de 2016 e 2018 para as pessoas jurídicas. No ano de 2014 foram 677 pedidos de pessoa física e 28.414 pedidos de pessoa jurídica, com as maiores solicitações provenientes dos Estados Unidos, Alemanha e França, respectivamente (BRASIL, 2014b). Em 2021 foram 683 pedidos de pessoa física, representando um pequeno aumento de 0,88%. Enquanto que apenas 15.963 requerimentos foram realizados por pessoa jurídica, representando uma diminuição de cerca de 65,46 % comparando a 2014, sendo os maiores realizados pelos Estados Unidos, China e Alemanha, respectivamente (BRASIL, 2021b) (Figura 6).

Figura 6- Pedido de registro de marca no INPI de pessoa física e jurídica não residentes no Brasil.



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Entre os não residentes, justamente nos anos da pandemia, em 2020, houve uma diminuição de 16,41% nos pedidos de registro da marca no INPI de pessoas físicas não residentes, no entanto, em 2021 houve uma recuperação destes pedidos, chegando a ter 4,75% a mais quando comparados aos valores pré-pandemia. Já para as solicitações de registro de marcas de pessoas jurídicas não residentes, houve uma queda considerável, em 2020 os números de pedidos representaram apenas 55,42% dos valores obtidos em 2019. Seguida de uma pequena recuperação em 2021, pois os pedidos de pessoas jurídicas não residentes

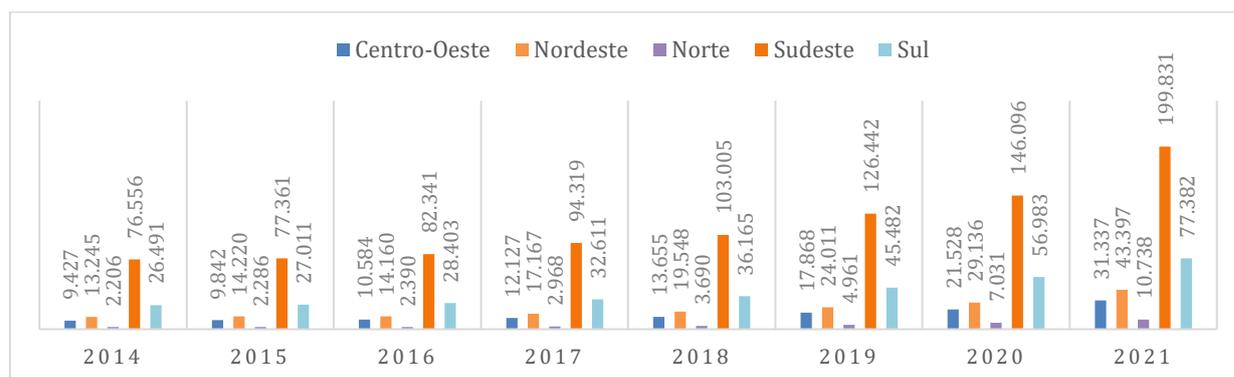
representaram apenas 62,02% dos valores obtidos em 2019. Estes resultados demonstram a falta de investimentos destas empresas no Brasil e a grave crise econômica causada pela pandemia no mundo (Figura 6). Esta redução não foi observada no mesmo período entre os residentes, que solicitaram o registro de marca no INPI, conforme mostrado na Figura 5.

4.3 Mapeamento do pedido de registro de marca no INPI entre os residentes por região brasileira, quanto ao tipo de empresas e da natureza da marca.

Analisando os pedidos de registro de marca no INPI entre os residentes por região brasileira, de 2014 a 2021, observa-se que houve um aumento do pedido de registro de marcas em todas as regiões brasileiras. Sendo que a região Sudeste a que realizou o maior número de requerimentos e a região Norte a que solicitou o menor número. Enquanto que em 2014 foram 76.556 pedidos de registro de marca no Sudeste, no Norte foram somente 2.206 pedidos. Em 2021 foram 199.831 requerimentos do Sudeste e 10.738 requerimentos do Norte brasileiro (Figura 7).

Apesar da pandemia de covid-19 nos anos de 2020 a 2021, foi observado o crescimento de solicitações de registro de marca em todas as regiões, ou seja, estes não foram prejudicados e sim impulsionados nesse período. O que pode representar a busca de novas possibilidades de negócios dos empresários brasileiros durante a pandemia. Observou-se também que o crescimento por ano no período da pandemia foi maior que nos anos anteriores do estudo em todas as regiões (Figura 7).

Figura 7- Pedidos de registro de marca no INPI realizados em cada região Brasileira pelos residentes



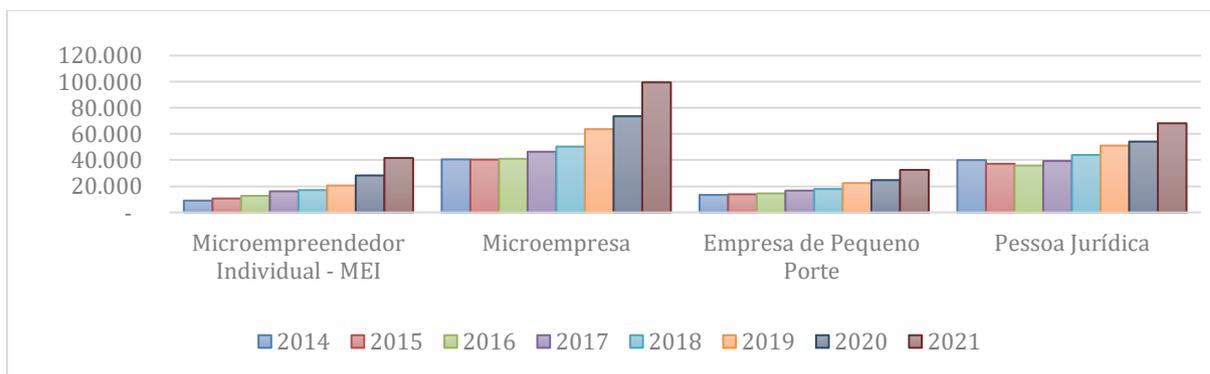
Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Dentre as pessoas jurídicas residentes, que solicitaram a proteção das suas marcas no INPI, estão microempreendedor individual, microempresa, empresa de pequeno porte e pessoa jurídica (Figura 8). Em 2014, o quantitativo foi: 9.007 pedidos de registro de marca de microempreendedor individual, 40.566 pedidos de microempresa, 13.341 pedidos de empresa de pequeno porte, e 39.986 pedidos resultantes de pessoa jurídica. Em 2021, o quantitativo foi: 41.618 pedidos de registro de marca de microempreendedor individual, 99.542 pedidos de microempresa, 32.499 pedidos de empresa de pequeno porte, e 68.197 pedidos de pessoa jurídica. Dentre os anos de 2014 a 2021 houve o crescimento de requerimentos de registro de marca dessas pessoas jurídicas no Brasil, como observado na Figura 8.

Como incentivo para o registro de marca para pessoa física, microempresa, empresa de pequeno porte, microempreendedor individual, entre outras pessoas, há a resolução do INPI 74/2011, que proporciona descontos em partes dos serviços oferecidos por este instituto.

Realizando uma comparação entre a abertura de microempresa e empresas de pequeno porte no Brasil, e o pedido de registro de marca no INPI, constatou-se que em 2014 foram abertas 492.577 microempresas e 61.730 empresas de pequeno porte (BRASIL, [2022b]). Enquanto que somente 40.566 microempresas e 13.341 de empresas de pequeno porte solicitaram o registro de marca no INPI (BRASIL, 2014). Em 2021, 696.956 microempresas e 121.817 empresas de pequeno porte foram abertas (BRASIL, [2022b]), em contrapartida 99.542 microempresas e 32.499 empresas de pequeno porte realizaram o pedido de registro da sua marca (Figura 8) (BRASIL, 2021b). Percebe-se que a criação formal de microempresa é bem mais ampla que o requerimento de registro da sua marca. Para as empresas de pequeno porte compreende-se que, os pedidos de registro deste ativo intangível são mais frequentes quando se compara a criação de empresas por ano e o pedido de registro de marca do mesmo ano para diferentes portes de empresas.

Figura 8- Pedido de registro de marca de residentes quanto ao tipo de empresa

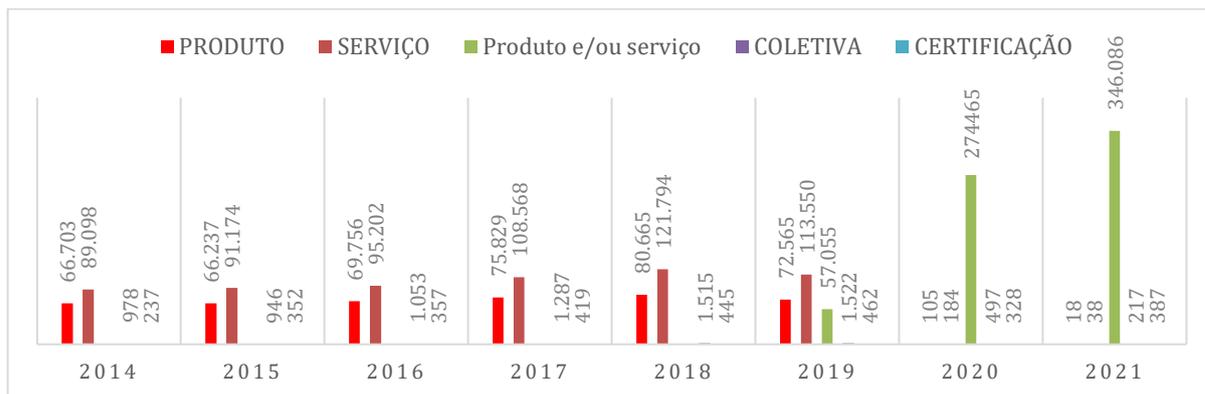


Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Para Silva e Silva (2020), no ano de 2020 ocorreram os primeiros sinais de redução de atividade econômica, e posteriormente foi marcado pelo aumento da recessão provocada pela pandemia de covid-19, apesar disso as empresas elencadas na Figura 8 apresentaram um crescimento de solicitações de registro de marca também nos anos correspondentes a pandemia, principalmente em 2021.

Em relação à natureza das marcas, entre os residentes, há marca de produto e/ou serviço, marca coletiva e marca de certificação. Importante observar que anterior a 2019, os pedidos de registro de marcas de produto e serviços eram efetuados e quantificados de forma separada e, a partir de 2019, esses pedidos de registro de marcas de produto e serviços passaram a ser realizados juntos. No entanto algumas solicitações ainda foram efetivadas somente como serviço e somente como produto até 2021, como observados na Figura 9, em que houve uma redução delas. Atualmente as marcas de produto e/ou serviços correspondem a maioria dos pedidos de registro de marcas. Em 2021, o número de pedidos de registro de marcas de produto e/ou serviços foi 346.086, seguido de 217 pedidos de marcas coletivas e 387 pedidos de registro de marcas de certificação (Figura 9).

Figura 9- Pedidos de registro de marcas quanto a natureza das marcas



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados fornecidos pelo INPI (2022)

Em pequenos negócios, as marcas de produtos e/ou serviços somaram os seguintes pedidos: 24.877 em 2019, 126.122 em 2020, e 173.497 em 2021. Isto representa quase a metade de todas as solicitações por ano dentre pessoas físicas e jurídicas residentes e não residentes, sendo significativa a porcentagem de pequenos negócios no total geral de pedidos. As marcas coletivas e de certificação dos pequenos negócios apresentaram pedidos bem mais tímidos. Durante os anos de 2014 a 2021, quanto às marcas coletivas, as menores solicitações de registro de marca foram em 2020 (497 pedidos) e 2021 (217 pedidos); já quanto às marcas de certificação, os menores requerimentos foram em 2014 (237 pedidos) e 2020 (328 pedidos), como representado na Figura 9.

A marca é um bem intangível que atribui identidade às empresas. Assim, a partir deste panorama percebe-se que o seu registro está em crescimento no Brasil, entretanto, estímulos são necessários para que pessoas físicas que possuam atividade econômica e todas as pessoas jurídicas busquem registrar suas marcas ao iniciarem suas atividades. A marca estimula o consumidor a escolhê-la, traz benefícios, tais como posicionamento e imagem, podendo proporcionar grandes lucros para os negócios (NASCIMENTO et al, 2015). O registro garante a proteção da marca, por isso é tão importante registrá-la.

5. CONCLUSÕES

O pedido de registro de marca no INPI vem crescendo ao longo dos anos, sendo impulsionado durante a pandemia de covid-19, possivelmente pelo surgimento de novas empresa e negócios, principalmente entre os residentes.

A concessão de marcas apresenta um resultado expressivo, no entanto, ainda há muitos arquivamentos, pedidos indeferidos e pedidos inexistentes.

A pandemia não afetou os pedidos de registro de marcas dos residentes, no entanto afetou consideravelmente o pedido dos não residentes, o que reflete a crise mundial provocada por ela.

Entre os residentes houve crescimento de pedido de registro de marca entre pessoa física, microempresa, microempreendedor individual, empresa de pequeno porte e pessoa jurídica.

O número de solicitações de registro de marca nas regiões brasileiras não foi afetado pela Pandemia, sendo as regiões Sudeste e Sul as que mais registram.

Quanto à natureza, as marcas de serviço superaram as marcas de produto até 2019. A partir de 2019, com alteração no pedido, elas passaram a ser marcas de produto e/ou serviço, tendo pedidos bem maiores que as demais. Por fim, aos pequenos negócios pertencem quase metade de pedidos de marcas de produtos e/ou serviços.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Número de Pedidos de Marcas por pequenos negócios cresce durante a pandemia.** 2021. Disponível em: [https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/numero-de-pedidos-de-marcas-por-pequenos-negocios-cresce-19-durante-a-pandemia,e936ff75f4419710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Mesmo%20em%20meio%20%C3%A0%20crise,da%20Propriedade%20Industrial%20\(INPI\)](https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/numero-de-pedidos-de-marcas-por-pequenos-negocios-cresce-19-durante-a-pandemia,e936ff75f4419710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Mesmo%20em%20meio%20%C3%A0%20crise,da%20Propriedade%20Industrial%20(INPI).). Acesso em: 25 maio 2022.

BRASIL. **Lei 5.648, de 11 de dezembro de 1970.** Cria o Instituto Nacional de Propriedade Industrial e dá outras providências. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1970-1979/lei-5648-11-dezembro-1970-358727-norma-pl.html>. Acesso em: 05 set. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União:** seção 1, Brasília, DF, 15 mai. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 17 mar. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Dados acumulados 2014**, [2014b]. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/estatisticas/estatisticas-preliminares>. Acesso em 10 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Dados acumulados 2021**. [2021b]. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/estatisticas/estatisticas-preliminares>. Acesso em 10 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Indicadores de Propriedade Industrial. 2020.** Disponível em: Tabelas Completas dos Indicadores de Propriedade Industrial — Instituto Nacional da Propriedade Industrial (www.gov.br).

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **INPI e Sebrae assinam acordo de cooperação para estimular o uso da PI pela PMEs**, 2021a. Disponível em: INPI e Sebrae assinam acordo de cooperação para estimular uso da PI pelas PMEs — Português (Brasil) (www.gov.br). Acesso em 09. fev. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Ranking dos depositantes residentes (2014)**. [2014a]. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/arquivos/estatisticas-preliminares/ranking_2014-1.pdf. Acesso em: 10 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Manual de Marcas.** Rio de Janeiro, RJ: INPI, [2022a]. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Painel Mapa de Empresa**, [2022b]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/ptbr/empreendedor>. Acesso em: 15 fev. 2022.

LEAL, Andresson Cicero Silva; BARROS, Aldre Jorge Moraes. Impacto da Pandemia sobre o INPI: um comparativo sobre os despachos realizados pela Diretoria de marcas, entre os anos 2019 e 2020. **Card. Prospecção.**, Salvador, v. 15, n. 4, out./dez. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/48511/27581>. Acesso em: 13 dez. 2022.

MEDEIROS FILHO, Adonis Reis de; RUSSO, Suzana Leitão. Análise da eficácia dos pedidos de registros de marcas realizados por empresa Sergipanas. **HOLOS**, v. 32, n. 2, 2016. Disponível em: Análise da eficácia dos pedidos de registro de marcas realizados por empresas sergipanas | Medeiros Filho | HOLOS (ifrn.edu.br). Acesso em: 05 set. 2021.

NASCIMENTO, Cleidiane Facundes Monteiro; MARQUES, Maria do Carmo Lima. O Registro De Marcas Como Ferramenta Estratégica no Processo De Desenvolvimento Do Negócio. **Revista Portuguesa de Gestão Contemporânea**, v. 2, n. 2, p. 14-25, ago/dez. 2021. Disponível em: <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/rpgc/article/download/409/609>. Acesso em 01 jun. 2022.

NASCIMENTO, Rosa Leila Lima do et al. Análise custo benefício do registro de marcas pelas pequenas e médias empresas. 2015. **Card. Prospecção.**, Salvador, v. 9, n. 1, p. 9-17, jan./mar. 2016. Disponível em: https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/download/11771/pdf_136. Acesso em: 01 abr. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Curso DL 101P BR: marcas**. Genebra, 2020.

PEREIRA, Taynan Santos; CONCEIÇÃO, Maria Hosana. **Os registros de marcas no Brasil: uma proposta de um guia prático para facilitar o depósito no INPI**. Caderno de prospecção, v. 11, n. 5, p. 1360-1369, dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/27118/OS%20REGISTROS%20DE%20MARCAS%20NO%20BRASIL%3A%20UMA%20PROPOSTA%20DE%20UM%20GUIA%20PR%C3%81TI>. Acesso em 23 abr. 2022.

REIS, Adebaro Alves dos et al. Registro e uso da marca como ferramenta de gestão em uma cooperativa de mulheres na Amazônia. **Revista Geintec**, v. 9, n. 3, p. 5092-5104, jul/set. 2019. Disponível em: <https://revistageintec.net/index.php/revista/article/download/1383/926/0>. Acesso em: 19 jan. 2022.

REZENDE, Adriano Alves et al. A reinvenção das vendas: a estratégia das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. **Boletim de conjuntura**, ano II, v. 2, n. 6, Boa Vista, 2020. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/113/111>. Acesso em: 23 abr. 2022.

SILVA, Mygre Lopes da; SILVA, Rodrigo Abbade da. **Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: impactos e reflexões**. 2020. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07->

Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf. Acesso em 20 mar. 2022.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **What is intellectual property?** 2020. Disponível em:https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf. Acesso em: 08. jun. 2022.