



# PROPRIEDADE INDUSTRIAL

## Ferramenta Estratégica para o Desenvolvimento das MPMs

CRC/CE – Julho/2011

*Alberto Rocha*  
Especialista em Propriedade Industrial

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Propriedade Intelectual

É o conjunto de direitos que incidem  
sobre as criações do intelecto humano

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## O Sistema de Propriedade Intelectual no Brasil

### Propriedade Industrial\*

Concessão de Patentes, Registro de Marcas, de Desenhos Industriais, Indicações Geográficas (Lei 9.279/96)

### Direitos de Autor –

Músicas, Obras de Artes, Obras Literárias (Lei 9.610/98), **Programas de Computador** (Lei 9.609/98)

### Outros mecanismos *sui generis* –

- Cultivares (Lei 9.456/97), **Circuitos Integrados** (Lei 11.484/07)
- Células-Tronco, Transgênicos (Lei de Biossegurança, 11.105/05)
- Conhecimentos Tradicionais (MP 2186-16/01)

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Propriedade Industrial



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Lei 9.279/96 - Lei da Propriedade Industrial (LPI)

REGULA DIREITOS E OBRIGAÇÕES RELATIVOS À  
 PROPRIEDADE INDUSTRIAL (Art. 1º)

A proteção desses direitos efetua-se mediante\*:

- Concessão de patentes;
- Concessão de registro de desenho industrial;
- **Concessão de registro de marca;**
- Repressão às falsas indicações geográficas; e
- Repressão à concorrência desleal.

\* Art. 2º

www.inpi.gov.br



MDIC

Executa



... as normas que regulam a propriedade industrial ...

⇒ concedendo **PATENTES**; registrando **MARCAS** e **DESENHOS INDUSTRIAIS**

⇒ averbação dos contratos de transferência de tecnologia e franquia empresarial;

⇒ registro de programas de computador e indicações geográficas.

www.inpi.gov.br



## Patente?

Título de propriedade temporária, outorgado pelo Estado aos inventores.

A patente confere ao seu titular o direito de impedir terceiros, sem o seu consentimento, de produzir, usar, colocar à venda, vender ou importar.



20 anos

www.inpi.gov.br



**T. A. EDISON.**

**Jan.27, 1880.**

**Pat.Nº. 223,898**



**Electronic-Lamp.**

### Princípio Básico

✓ Disseminação do conhecimento pela descrição detalhada da invenção,

### Vantagens do sistema

- ✓ Recompensa o inventor pela inovação .... retorno \$ ;
- ✓ Estimula o desenvolvimento de novas tecnologias ou o aperfeiçoamento das tecnologias existentes;
- ✓ Permite o desenvolvimento tecnológico.

www.inpi.gov.br

### *Evolução da Tecnologia*

**HD** do computador IBM Ramac 350 - **1956**,  
pesando **1 tonelada** - capacidade de **5 MB**;

ou seja

um pequeno PEN drive, com seus **80 GB**  
possui capacidade **16 mil x** maior do que o  
seu "ancestral".

Fonte: IBM J. Res. Develop, set. 1981



www.inpi.gov.br

9

### **Evolução tecnológica em armazenamento de dados 1GB de 1987 a 2007**





## Documento de Patente - Estrutura Uniforme

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
   
 Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo
   
 Instituto Nacional da Propriedade Industrial

(11) (21) **PI 8302255 A**

(22) Data do Depósito: 02/05/83

(43) Data da Publicação: 11/12/84 (RPI 738)

(51) Int. Cl.<sup>3</sup>

H 05 B 3/00

(30) Prioridade unionista:

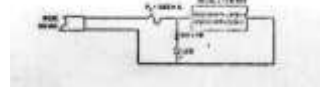
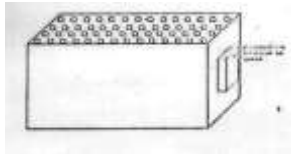
(54) Título: Sistema de esterilização de ar por dutos de alto gradiente térmico.

(71) Depositante(s): Alintor Fiorenzano Jr

(72) Inventor(es): Alintor Fiorenzano

(74) Procurador: Momsen, Leonardos

(57) **Resumo:** Um aparelho de esterilização do ar que compreende uma pluralidade de dutos (3) de elevado gradiente térmico, de pequeno diâmetro, formados em um bloco isolante (4) que utiliza os princípios termodinâmicos clássicos para otimizar o processo térmico de esterilização do ar. Elementos de aquecimento (2), axialmente dispostos, nos dutos (3), tiram proveito do elevado gradiente térmico gerado no interior dos dutos (3) para eliminar os microorganismos que passam através desses dutos, conduzidos pela convecção de ar natural produzida no interior dos dutos pelo sistema.



■ **Informações Bibliográficas: Identificação de dados c/ padrão internacional**

**RELATÓRIO DESCRITIVO DA PATENTE DE INVENÇÃO**  
**SISTEMA DE ESTERILIZAÇÃO DE AR POR DUTOS DE ALTO GRADIENTE TÉRMICO.** A presente invenção se relaciona com o efeito decorrente da passagem contínua, de pequena quantidade de ar, por dutos de diâmetro reduzido, onde se dissipa energia por efeito Joule, criando desta forma no interior do duto um alto gradiente térmico com valor médio de 120°C, devendo desta forma a membrana de proteínas que envolve a maioria das bactérias e vírus, presentes no ar.

**REIVINDICAÇÕES**

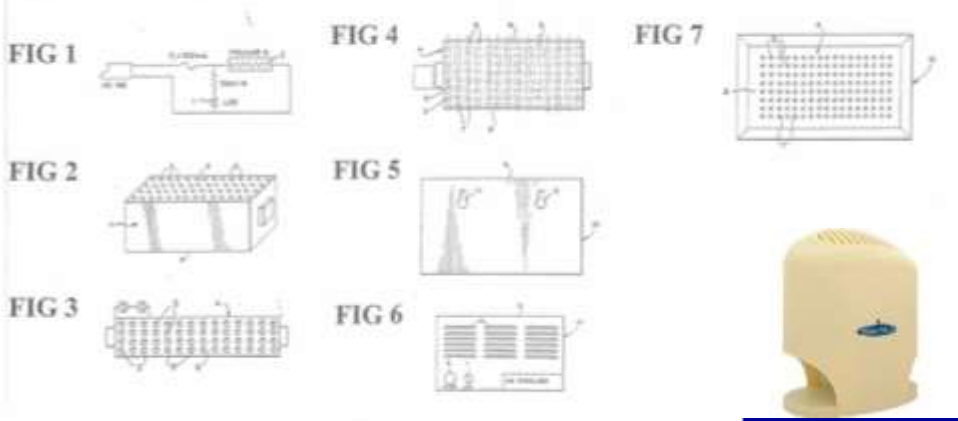
- 1- Sistema de esterilização de ar por dutos de alto gradiente térmico compreendido por elemento de aquecimento caracterizado pelo fato de compreender a disposição de dutos com aquecimento axial por fio resistivo de níquel-cromo, dimensionado segundo o volume de ar a ser esterilizado.
- 2- Sistema de esterilização de ar

**DESCRIÇÃO DETALHADA DAS FIGURAS**

A figura 1 mostra o esquema elétrico onde está representado o fio-resistor para proteção do equipamento, e LED (Diodo Emissor de Luz) para indicação de funcionamento, e elemento de aquecimento controlado com fio resistivo de NiCr sendo dimensionado segundo o volume de ar a ser

**RESUMO**

Patente de invenção "SISTEMA DE ESTERILIZAÇÃO DE AR POR DUTOS DE ALTO GRADIENTE TÉRMICO".  
 O sistema de dutos de alto gradiente térmico.





# Documento Americano

**United States Patent** (19)  
**Holmes**

(11) **4,320,756**  
(45) **Mar. 23, 1982**

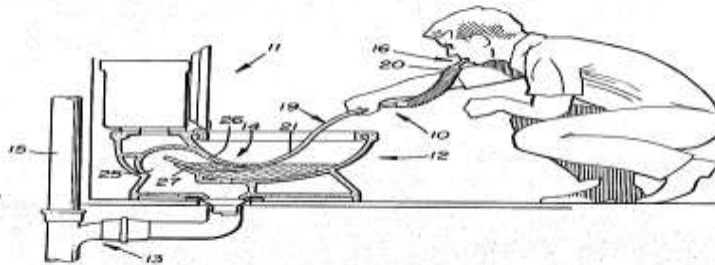
(54) **FRESH-AIR BREATHING DEVICE AND METHOD**  
(76) **Inventor:** William O. Holmes, 1331 Old Country Rd., Belmont, Calif. 94402  
(21) **Appl. No.:** 237,969  
(22) **Filed:** Feb. 25, 1981  
(51) **Int. Cl.:** A62H 7/10; A62H 7/12  
(52) **U.S. Cl.:** 136/206.12; 128/207.14; 128/207.12; 128/200.24  
(58) **Field of Search:** 128/206.29, 201.11, 128/205.25, 205.12, 205.27, 205.28, 205.29, 206.12, 206.13, 206.21, 206.38, 207.12, 207.14  
(56) **References Cited**  
**U.S. PATENT DOCUMENTS**  
276,699 3/1883 McFash ..... 128/206.12  
308,428 8/1889 Richter ..... 128/206.12  
1,007,644 10/1911 Cooke ..... 128/207.12  
1,453,923 7/1922 Eckert, Jr. .... 128/201.11  
2,577,666 12/1951 Conley ..... 128/203.39

**FOREIGN PATENT DOCUMENTS**  
1473302 3/1987 France ..... 128/201.11  
949141 9/1958 Fed. Rep. of Germany ..... 128/207.12

**Primary Examiner:** Henry J. Reels  
**Attorney, Agent, or Firm:** Phillips, Moore, Weissenberger, Lempio & Majestic

(57) **ABSTRACT**  
The recent rash of fires in high-rise hotels and deaths occasioned thereby has given rise to the need for a breathing device and method for supplying a local guest and/or fireman with fresh air until he can be rescued. The device and method of this invention provide for the insertion of a breathing tube through the water trap of a toilet to expose an open end thereof to fresh air from a vent pipe connected to a sewer line of the toilet, to enable the user to breathe fresh air through the tube.

**4 Claims, 8 Drawing Figures**



(12) **United States Patent**  
**Taylor**

(10) **Patent No.:** **US 6,170,379 B1**  
(45) **Date of Patent:** **Jan. 9, 2001**

(54) **DESK AND REMOVABLE BULLET RESISTANT DESK TOP SHIELD**  
(76) **Inventor:** James R. Taylor, 19921 E. Micaview, Greenmead, WA (US) 99016  
(\*) **Notice:** Under 35 U.S.C. 154(b), the term of this patent shall be extended for 0 days.  
(21) **Appl. No.:** 09/339,001  
(22) **Filed:** Jun. 23, 1999  
(51) **Int. Cl.:** F41H 7/00  
(52) **U.S. Cl.:** 89/36.07; 89/36.01; 89/36.04; 312/156  
(58) **Field of Search:** 89/36.07, 36.04; 89/36.01, 36.02, 36.05; 108/161, 90; 150/158; 312/156, 194, 140.3, 140.4

5,326,806 \* 7/1994 Labock ..... 89/36.07  
5,336,848 8/1994 Katz ..... 174/33 B  
5,396,051 8/1996 Levy-Horowitz et al. .... 428/432  
6,844,816 9/1996 Shages et al. .... 89/36.17

**FOREIGN PATENT DOCUMENTS**

1584270 \* 10/1970 (3K) -  
2301671 \* 10/1976 (3K) -  
2447443 \* 9/1980 (3K) -  
2558294 \* 7/1983 (3K) -

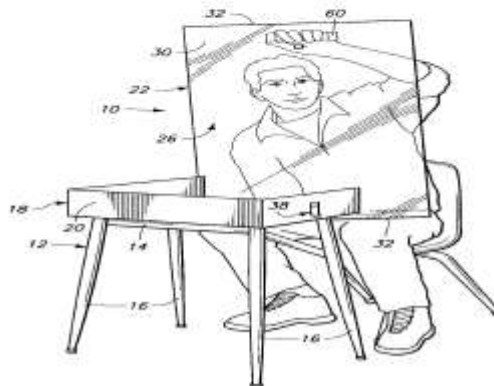
\* cited by examiner

**Primary Examiner:** Peter M. Poon  
**Assistant Examiner:** Judith A. Nelson  
(74) **Attorney, Agent, or Firm:** Wells, St. John, Roberts, Gregory & Madkin, P.S.

(57) **ABSTRACT**  
A removable bullet resistant desk top is described for releasable attachment to a desk frame. The desk top includes a sheet of bullet resistant material having a top writing surface and a bottom surface. At least one clip is provided, configured to releasably secure the sheet to a desk with the top writing surface facing upwardly.

**10 Claims, 6 Drawing Sheets**

(56) **References Cited**  
**U.S. PATENT DOCUMENTS**  
3,898,847 \* 11/1974 Seafair ..... 89/36.07  
3,806,242 \* 2/1975 Stogel ..... 89/36.07  
4,010,660 2/1977 Finn et al. .... 42/1 I  
4,203,677 4/1980 Butini ..... 428/246  
4,674,894 6/1987 Martin ..... 89/36.05



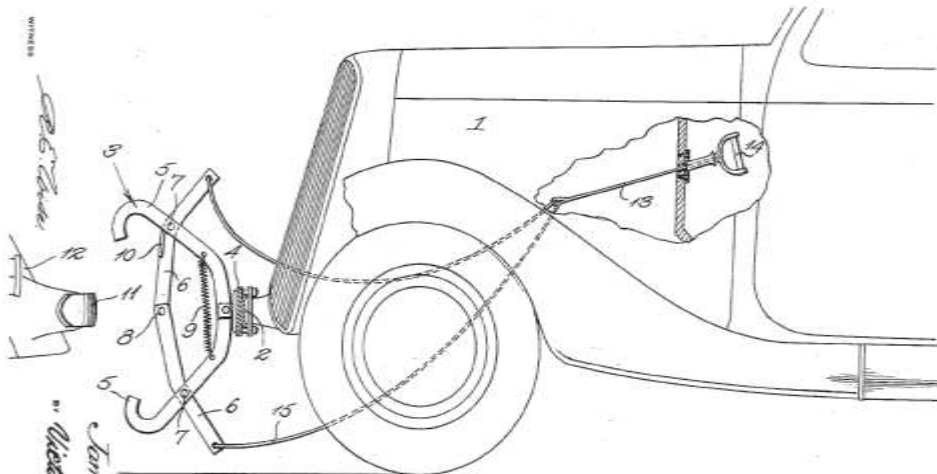


Fig. 1.

James H. Kirk  
 INVENTOR  
 Victor S. Bennett  
 ATTORNEYS

May 9, 1939.

J. E. KIRK  
 POLICE GRAB

Filed Jan. 17, 1938

2 Sheets-Sheet 1

2,157,612

May 9, 1939.

J. E. KIRK  
 POLICE GRAB

Filed Jan. 17, 1938

2,157,612  
 2 Sheets-Sheet 2

Fig. 2.

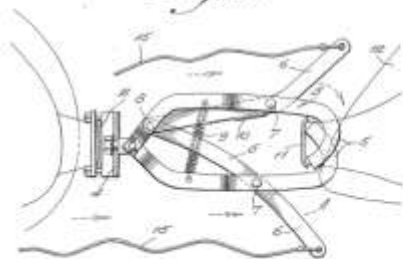
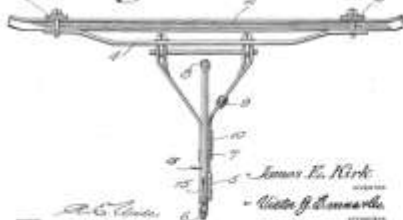


Fig. 3.



James H. Kirk  
 INVENTOR  
 Victor S. Bennett  
 ATTORNEYS

Patented May 9, 1939

2,157,612

UNITED STATES PATENT OFFICE

POLICE GRAB

James H. Kirk, Invention, Ga.  
 Application January 17, 1938, Serial No. 184,849  
 3 Claims. (Cl. 295-33)

This invention relates to police grabs and has for its primary object the provision of a device especially adaptable for use on police motor cars whereby a police car equipped with this device and driven in a suitable manner may move forward substantially without thereby to said motor car, including the rear bumper or fast on the application of the brakes of the police car, the other car will be brought to a stop, the device being provided with a control handle mounted by the driver of the police car to bring about release of the other car when desired.

With these and other objects in view, this invention consists in certain novel features of construction, arrangement and arrangement of parts to be hereinafter more fully described and claimed.

For a complete understanding of my invention, reference is to be had to the following description and accompanying drawings, in which:

Figure 1 is a fragmentary side elevation, partly in section, showing a car equipped with a grab mechanism in accordance with my invention and also showing a fragmentary portion of the rear bumper of another car.

Figure 2 is a view similar to Figure 1 showing the device connecting two cars where said cars are not partially shown.

Figure 3 is a fragmentary top plan view illustrating the grab.

Referring to detail in the drawings, the numeral 1 indicates a police car and substantially mounted on the forward end of said car, substantially on the bumper 2 formed in a grab 3. To receive the members of the grab 3, conveniently on the bumper 2 is a suitable bracket 4 is provided. The grab 3 includes a pair of substantially hook-shaped members 5 and connecting members 6 pivoted on the hook-shaped members 5, as shown at 7, and in such other, as shown at 8. The grab 3 between the hook-shaped members 5, means and members on the bracket 4. The hook-shaped members 5 are used in the direction of said grab, as shown in Figure 1. The connecting members 6 have structure 9 in shape with the hook-shaped members for retaining the latter in a normal or open position against the influence of the springs when the grab 3 is not used, as shown in the drawing, as shown in Figure 1. The hook-shaped members 5 are shown and under the bumper 14 of another car 15, including the connecting members 6 and engagement with the bumper 14 with those of the car 1 operating the car 15 to cause a gradual movement of said connecting members, there-

Driving the grab 3 thereof to an opposite side of the front end of another machine, providing the same 8 to act to close the jaws about the bumper 14 and thereby contact the car 15 in the car 11, the operating line, broken on the car 11, the car 11 will be brought to a stop.

A multiple control 12 including a hand grip 13 is mounted on the car 11 in convenient reach of the driver and is connected to the ends of the connecting members 6 by double elements 14, as shown in a plan on the hand grip 12. The connecting elements 14 may be made in pairs and have short elements 15 extending to the ends of the hook-shaped members and thereby release the car 15 from the car 11.

A device of the character described and shown in the drawings is especially adaptable for a police car so that a policeman driving in a city street may readily bring the latter-equipped car 11 to rest and engage with the bumper of the preceding car 15 from the hook-shaped members 5, as shown in closed or gripping position about the bumper of the preceding car or the return of the spring 9.

When the two cars have returned together, as described the policeman by applying the brakes of the police car may bring the other car to a stop.

What is claimed is:

1. A device of the character described, comprising a pair of pivot arms having rear ends pivoted together and adapted to be moved in the front end of a motor vehicle, said ends including rear ends pivot formed with hook-like members directed towards each other, a pair of front locking bolts pivoted together, a pivot pin connecting each of said bolts to one of said arms between the rear end of one of the bolts and the intermediate end of the other end of said bolt, means for maintaining the rear ends of said bolts in a position whereby they will cooperate with the hook-like members and whereby said hook-like members will engage with the front end of another motor vehicle when said bolts are moved to a position on the opposite side of said bolts to effect the closure of said hook-like members about said bumper, and a spring connecting said arms together for return said hook-like members towards each other.

2. A device of the character described, comprising a pair of pivot arms having rear ends pivoted together and adapted to be moved in the front end of a motor vehicle, said ends including rear ends pivot formed with hook-like members directed towards each other, a pair of front locking bolts pivoted together, a pivot pin connecting each of said bolts to one of said arms between the rear end of one of the bolts and the intermediate end of the other end of said bolt, means for maintaining the rear ends of said bolts in a position whereby they will cooperate with the hook-like members and whereby said hook-like members will engage with the front end of another motor vehicle when said bolts are moved to a position on the opposite side of said bolts to effect the closure of said hook-like members about said bumper, and a spring connecting said arms together for return said hook-like members towards each other.





**Documento Europeu**

**European Patent Office**  
Office européen des brevets

**EUROPEAN PATENT APPLICATION**

Application number: 0510411.2  
Date of filing: 04.07.99

Priority: 10.07.98 IT 00041490  
10.01.99 IT 00000000 U

Date of publication of application: 11.10.99 Bulletin 95-41

Designated Contracting States: AT BE CH DE DK EP FR GB GR IE IT LI NL SE

Applicant: **GRUPPO PIZZOLI S.p.A.**  
Via G. di Vittorio, 11  
I-20085 Inzago (Prov. di Milan) (IT)

Inventor: **Prasidi, Aldo**  
Via Marchetti, 25  
I-20095 Inzago, Milan (IT)

Representative: **Mazzoni, Giulio, Ing.**  
Mazzoni & Associati S.r.l.  
Via Sarneghi, 16  
I-20123 Milano (IT)

Publication number: **0 676 763 A2**

Int. Cl. G<sup>1</sup>: **G11B 33/04**

Container for a plurality of discs, particularly compact discs.

The present invention relates to a container for a plurality of discs, particularly compact discs, which comprises a tray-like body having on its bottom a first flat surface and a second flat surface arranged side by side and at different levels. The container comprises a first swing-out frame, pivoted to the tray and accommodated at the first flat surface, and a second swing-out frame, pivoted to the tray and suitably accommodated on the second flat surface so that the respective disc holder, and a second frame, the first frame accommodated on the first flat surface, each frame supports two discs on opposite faces.

EP 0 676 763 A2

June 16, 1999 (date of first publication)

www.inpi.gov.br



**Pedido Internacional**

(12) INTERNATIONAL APPLICATION PUBLISHED UNDER THE PATENT COOPERATION TREATY (PCT)

(19) World Intellectual Property Organization International Bureau

(43) International Publication Date: 29 March 2007 (29.03.2007)

(10) International Publication Number: **WO 2007/035088 A1**

(81) International Patent Classification: **B63B 27/16** (2006.01) **B63B 45/62** (2006.01) **B63B 35/00** (2006.01)

(21) International Filing Date: 21 September 2006 (21.09.2006)

(25) Filing Language: Dutch

(26) Publication Language: English

(30) Priority Data: 10000003 21 September 2005 (21.09.2005) NL

(73) Applicant (for all designated States except US): **DOCKWISE SHIPPING B.V.** (NL/NL); 21, Lage Muislaan, NL-3822 NA IJsselstein (NL)

(72) Inventor(s): **LEENAARS, Coen, Eugene, Jurjen** (NL/NL); 62, Koningsweg 03.5, NL-3224 AB Helvoetsluis (NL)

(74) Agent: **HART, W., H., Ericus Pieter & Charles B.V.**, P.O. Box 3241, NL-2280 CH Rijswijk (NL)

(81) Designated States (unless otherwise indicated, for every kind of national protection available): **AR, AU, AT, AM, AZ, BA, BB, BG, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EG, ES, FI, GB, GR, HU, IE, IL, IN, JP, KR, KZ, LI, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PA, PE, PG, PH, PL, PT, QA, RO, RU, SC, SE, SI, SK, SL, SM, SV, SY, TH, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW**

(84) Designated States (unless otherwise indicated, for every kind of regional protection available): **ARIPO** (BW, CH, CY, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SI, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), **Eurasian** (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), **European** (AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HU, IE, IS, IT, LI, LU, LV, MC, NL, PL, PT, RO, SE, SK, SI, TR), **CIPO** (BR, CL, CO, CR, CU, EC, EG, ES, HU, IL, IN, JP, KR, KZ, LI, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PA, PE, PG, PH, PL, PT, QA, RO, RU, SC, SE, SI, SK, SL, SM, SV, SY, TH, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW)

(54) Title: **VESSEL WITH MOVABLE FLOAT**

(57) Abstract: The present invention relates to a vessel (1) for transporting a load (2) which rests on a support arrangement (4), in particular formed by a load deck (4), the vessel being provided with a float (7) which can be moved in a substantially vertical direction relative to the support arrangement (4) for moving the support arrangement (4) in a substantially vertical direction relative to the water surface (12). The invention also relates to a method for unloading a load (2) which is on board a vessel (1), the vessel (1) being provided with a float (7) which can be moved in a substantially vertical direction relative to a support arrangement (4), in particular formed by a load deck (4), the method comprising the steps of: a) positioning the load (2) above the support arrangement (4); and b) moving the float (7) downwards relative to the support arrangement (4) in such a manner that the support arrangement (4) is moved upwards relative to the water surface (12).

WO 2007/035088 A1

www.inpi.gov.br



## Desenho Industrial

*FORMA PLÁSTICA ORNAMENTAL DE UM OBJETO OU CONJUNTO  
ORNAMENTAL DE LINHAS E CORES APLICADO A UM PRODUTO,*

Proporcionando Resultado Visual Novo e Original na Configuração Externa,  
sem Relação com o Funcionamento e que seja Fabricado Industrialmente.

Tridimensional



Bidimensional





## Indicação Geográfica

É o reconhecimento de que um determinado produto é proveniente de uma determinada área.

### Indicação de Procedência / Denominação de Origem

Pode ser qualquer expressão ou sinal utilizado para indicar que um produto ou serviço é originário de um país, uma região, .... de um lugar específico.

Informação veraz ao consumidor, tanto da origem geográfica do produto como de qualidades ou características decorrentes desta origem.



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



# A IMPORTÂNCIA DO REGISTRO DE MARCAS

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

22



## Marcas

“Sinais distintivos visualmente perceptíveis, capazes de identificar e distinguir os produtos e serviços de concorrentes no mercado, do mesmo setor de atuação”

Excluem-se, portanto, as marcas SONORAS, OLFATIVAS, GUSTATIVAS, e TÁTEIS.



### As Marcas servem:

- para que as empresas destaquem seus produtos e serviços;
- para o consumidor diferenciar produtos e serviços;
- para serem cedidas e licenciadas, neste caso, tornando-se uma fonte direta de renda através de “royalties”;



## Proteção às Marcas

- O registro da empresa e de seu nome comercial na Junta Comercial **não protege a marca** ;
- A proteção às marcas é obtida pelo **registro** junto ao INPI;
- O registro de uma marca **não é obrigatório, mas recomendável**, uma vez que **confere direitos exclusivos ao titular para prevenir o uso não autorizado da marca por terceiros**.

10 anos

www.inpi.gov.br

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior  
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Certificado de Registro de Marca N° 824633288

**SanMichel**

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e de sua exclusividade, certifica que, nos termos das normas legais e regulamentares em vigor, efetuou a **CONCESSÃO** do registro acima especificado, com prazo de validade de **10 (dez) anos**, a partir da data de concessão, mediante as seguintes características e condições:

\* 10. DEZEMBRO \*

NCL (9) : 35  
Seção:

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE MARCAS DE TERCEIROS, TAIS COMO: ARTIGOS DE VESTUÁRIO, ARTIGOS DE APARÉLHO, CALÇADOS E ELETRÔNICOS

CI (9) : 1.1.1; 37.5.1

Apresentação : **Mista** Natureza : **De Serviço**

Realização :

Depositado no Brasil sob o número: **824633288** na Data : **13/09/2002**

Tratamento Unilateral Número : Data :

País :

Data de Concessão : **25/02/2009**

TITULAR : **NICHEL ABOU ASLY & CIA LTDA**

EMP/CID/M° INPI : **00933696000109**

Endereço : **AV BEZERRA DE ENEZES 3490 MUC 338 239 PISO ALAGADICO PISO 2 - FORTALEZA CEP: 60325 - CE - BR**

Rio de Janeiro, 25 de Fevereiro de 2009.

*Tracyrucha de Fidei Juvicatas*  
Diretor de Marcas

Fls.: 01/01





## Tipos de Marcas quanto à APRESENTAÇÃO:

1) Nominativa **M. OFFICER**      **HONDA**      **UNIBANCO**

2) Figurativa



3) Mista



4) Tridimensional



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Quanto à NATUREZA :

1) Produto



2) Serviço



3) Certificação



4) Coletiva



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

## Marcas de uma mesma Empresa



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

## CLASSIFICAÇÃO

Todas as marcas são classificadas:

Classificação de Nice: atualmente na 9ª edição.

São **45 classes**: da NCL(9) **1 a 34** – **produtos**,  
da NCL(9) **35 a 45** – **serviços**.

Os Classificadores estão disponíveis para download no Portal do INPI.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

## 10 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO – 2010

Fonte: Millwardbrown



<http://www.millwardbrown.com/Sites/Optimor/Media/Pdfs/en/BrandZ/BrandZ-2009-Report.pdf>

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

## 10 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO – 2010

Fonte: Millwardbrown

1º	Google	114,26
2º	IBM	86,38
3º	Apple (marca figurativa)	83,15
4º	Microsoft	76,34
5º	Coca-Cola	67,98
6º	Mc Donalds	66,00
7º	Marlboro	57,04
8º	China Mobile	52,61
9º	GE	45,05
10º	Vodafone	44,40

\*Em bilhões de dólares.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## 10 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO – 2009

Fonte: Interbrand

1º	Coca-Cola	68,73
2º	IBM	60,21
3º	Microsoft	56,64
4º	GE	47,77
5º	Nokia	34,86
6º	Mc Donalds	32,27
7º	Google	31,98
8º	Toyota	31,33
9º	Intel	30,63
10º	Disney	28,44

\*Em bilhões de dólares.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## 10 MARCAS MAIS VALIOSAS DO BRASIL – 2010

Fonte: Brand Finance

1º	Bradesco	R\$ 23,1 bilhões
2º	Itaú	R\$ 12 bilhões
3º	Banco do Brasil	R\$ 11,6 bilhões
4º	Petrobrás	R\$ 9,7 bilhões
5º	Vivo	R\$ 7,6 bilhões
6º	Oi/Telemar	R\$ 7,5 bilhões
7º	Casas Bahia	R\$ 7,2 bilhões
8º	Caixa Econômica Federal	R\$ 7 bilhões
9º	Carrefour	R\$ 6,5 bilhões
10º	Fiat	R\$ 6,4 bilhões

<http://www.adnews.com.br/publicidade/101266.html>

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Marcas Brasileiras de Valor no Exterior



Áreas que coincidem com a imagem do Brasil: praia, produtos naturais, entretenimento.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## A Força das Marcas

MARCA	VALOR DOS ATIVOS TANGÍVEIS	VALOR PAGO NA COMPRA DAS MARCAS
<b>KRAFT</b>	US\$ 3,225 BILHÕES	US\$ 12,9 BILHÕES PAGO PELA PHILLIP MORRIS
<b>ROVENTREE</b> (AFTER EIGHT, POLO MINT, etc.)	US\$ 900,00 MILHÕES	US\$ 4,5 BILHÕES PELA NÉSTLE
<b>JAGUAR</b>	US\$ 450,00 MILHÕES	US\$ 3,0 BILHÕES PELA FORD MOTORS

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

36





Brasileiras

**Natura** – o valor da marca equivale a mais de 100% de suas receitas;

**Petrobras** – a internacionalização da marca fez com que seu valor subisse de US\$ 286 milhões em 2002 para US\$ 485 milhões em 2004. Hoje ~ US\$ 10 bi;

**BANESPA** - 85% do valor pago pelo Banco Santander, representando US\$ 3,0 bilhões.

Fonte: Interbrand / Isto é Dinheiro, junho/04 [www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



O expressivo nº de depósitos de pedidos de registro de marcas que o INPI recebe anualmente, mostra que o empresariado nacional vem tomando consciência da importância do registro de marcas.

Depósitos de marca	
<b>2000</b>	<b>108.227</b>
<b>2001</b>	<b>101.617</b>
<b>2002</b>	<b>94.315</b>
<b>2003</b>	<b>95.580</b>
<b>2004</b>	<b>94.039</b>
<b>2005</b>	<b>99.304</b>
<b>2006</b>	<b>95.738</b>
<b>2007</b>	<b>104.081</b>
<b>2008</b>	<b>119.878</b>
<b>2009</b>	<b>110.681</b>
<b>2010</b>	<b>130.412</b>

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DEPÓSITOS POR SEGMENTOS DE MERCADO EM 2009

Ranking	Classe - Segmento	Porcentagem
1.	35 – Comércio, Gestão Comercial	19,16%
2.	41 - Entretenimento	11,17%
3.	29 a 33 - Alimentos	8,78%
4.	25 - Vestuário	6,55%
5.	09 - Equip.Eletrôn. Científicos	4,45%
6.	42 - Serv. Téc.Científicos	4,40%
7.	36 Serviços financeiros	3,27%
8.	16 Papelaria	3,68%
9.	05 Medicamentos	3,72%
10.	37 Construção	3,54%
11.	03 Cosméticos	3,58%

www.inpi.gov.br



## LEGITIMAÇÃO DO REQUERENTE

*Art. 128 da LPI*

“As pessoas de direito privado só podem requerer registro de marca relativo à atividade que exerçam efetiva e licitamente, de modo direto ou através de empresas que controlem direta ou indiretamente, declarando, no próprio requerimento, esta condição, sob as penas da lei.”

www.inpi.gov.br



## CONDIÇÕES DE VALIDADE

O sinal para ser registrado como marca deverá atender as condições de validade. Caso contrário, será indeferido com base nas **proibições legais contidas na LPI.**

www.inpi.gov.br



### **Disponibilidade**

O **Sinal** deve estar disponível, ou seja, não infringir direito de terceiros.

### **Veracidade**

O **Sinal** deve ser verídico, ..... não induzir o consumidor ao erro com falsa indicação .....

**“LOÇÃO FRANCESA”** – para cosmético proveniente de localidade distinta da França, que é mundialmente conhecida pela qualidade dos seus cosméticos.

www.inpi.gov.br



## DISTINTIVIDADE

É a característica que os sinais devem possuir de diferenciar produtos ou serviços de outros análogos de procedência diversa.

Portanto, são **IRREGISTRÁVEIS** sinais como:

SHOES- para sapato

BOLA – para bola

Exceto se estiverem revestidos de suficiente cunho distintivo.

FITZ SHOES- com ressalva: sem direito ao uso exclusivo da expressão “shoes”.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Direitos e Deveres

*Cessão, extinção e anulação*

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



### Direitos e Deveres do Titular

#### DIREITOS

- CEDER SEU REGISTRO OU PEDIDO DE REGISTRO;
- LICENCIAR SEU USO;
- ZELAR PELA SUA INTEGRIDADE MATERIAL OU REPUTAÇÃO.

#### DEVERES

- USAR A MARCA;
- ACOMPANHAR O PROCESSO;
- PRORROGAR A VIGÊNCIA DO REGISTRO.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



### Cessão de Direitos

#### TRANSFERÊNCIA\*

“O PEDIDO DE REGISTRO E O REGISTRO PODERÃO SER CEDIDOS DESDE QUE O CESSIONÁRIO ATENDA AOS REQUISITOS LEGAIS PARA REQUERER TAL REGISTRO.”

A ATIVIDADE SOCIAL DO CESSIONÁRIO DEVERÁ ABRANGER OS PRODUTOS OU SERVIÇOS REIVINDICADOS NO PEDIDO OU ASSINALADOS NO REGISTRO.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)





## PERDA dos Direitos

### (Extinção)

ART. 142 - O registro de marca extingue-se:

I – pela expiração do prazo de vigência;

II – pela renúncia;

III – pela caducidade;

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Perda dos Direitos

### CADUCIDADE

**Art. 143 – Caducará** o registro, requerido por qualquer pessoa com legítimo interesse se, decorridos **5 anos** da sua concessão, na data do requerimento:

- I – **O uso da marca não tiver sido iniciado no Brasil**; ou
- II – **O uso da marca tiver sido interrompido por mais de 5 (cinco) anos consecutivos, ou tiver sido usada com alteração de seu caráter distintivo original.**

§ 1º - Não ocorrerá caducidade se o titular justificar o desuso da marca por razões legítimas.

§ 2º - O titular será intimado a se manifestar no prazo de 60 dias, cabendo-lhe o ônus da prova.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## CADUCIDADE

Meios de prova aceitos:

- Embalagens, rótulos, adesivos;
- Impressos; Ex.: Folhetos, cartazes, catálogos, outdoors.
- Contratos; Notas fiscais \*;

\* \* Não podem ser apresentadas em primeira via e deverão conter informações sobre a marca, o produto, o seu titular ou seu licenciado ou autorizado. O produto a que a nota se refere deve estar claramente discriminado.

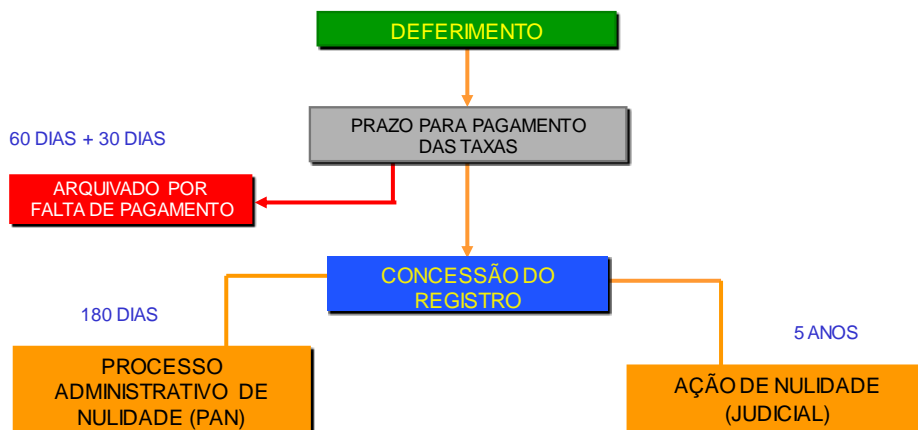
- Quaisquer outros documentos que comprovem o uso da marca.

www.inpi.gov.br



### Perda dos Direitos

### (Anulação)



www.inpi.gov.br



## DEPÓSITO DE UM PEDIDO DE REGISTRO DE MARCA

- Via formulários em papel;
- Via eletrônica: e-Marcas (disponível através do Portal do INPI).

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DEPÓSITO ELETRÔNICO / ON LINE - PASSO A PASSO

- 1º Passo** – acessar o site [www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br) e cadastrar sua empresa ou se cadastrar (pessoa física);
- 2º Passo** – gerar a **GRU** (Guia de Recolhimento da União);
- 3º Passo** – efetuar o **pagamento** da GRU no banco;
- 4º Passo** – retornar ao site do INPI e acessar o **e-marcas** e **preencher formulário eletrônico**;
- 5º Passo** – **enviar** o pedido

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

Portal INPI - Portal INPI - Windows Internet Explorer

http://www.inpi.gov.br/inpiportal/segredo?Chave=1400&id=700

www.inpi.gov.br

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Destaque do Governo

Comunicados e-INPI Revista Pesquisas Imprensa

12 de agosto de 2010

**INPI promove concurso para nível superior**

Foi promulgada, por mais um ano, a validade do Concurso Público para cargos de nível superior. De acordo com a Portaria nº 386, de 22 de julho de 2010, publicada no Diário Oficial da União, a prorrogação começa a valer a partir de 6 de agosto de 2010, data em que o concurso foi homologado em 2009, e permitirá utilização do cadastro de reserva para o preenchimento de vagas futuras no órgão.

**Biofármacos e biodiversidade**

**Debate do INPI aborda o potencial da produção biotecnológica**

O debate promovido pelo INPI nesta segunda-feira abordou a tema "Biofármacos e Aproveitamento da biodiversidade brasileira". Os biofármacos, obtidos pelo uso industrial de microrganismos ou células modificadas para a produção de proteínas de aplicação terapêutica, permitem a reprodução de proteínas clínicas de natureza com mais vantagens. Dessa forma, a biodiversidade brasileira pode gerar muitas oportunidades para o desenvolvimento tecnológico.

**o Globo Economia**

**Sistema Push INPI soma 12 mil cadastros em um mês**

O Push, novo sistema de INPI que permite acompanhar os processos por e-mail, somou 12 mil cadastros em uma semana. É o equivalente a pouco mais de 10% do total de pedidos de marcas recebidos pelo órgão por ano.

Fonte: Jornal O Globo - 27/07/10 | coluna Negócios & Cia - Maria Fernanda Delmas | nota: "Por e-mail".

**Evento**

**Fórum discute patrimônio genético, patentes e pirataria**

No Ano Internacional da Biodiversidade, o Museu Exploratório de Ciências (MEC) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) realiza no dia 12 de agosto, em Campinas, o fórum "Biodiversidade em perspectiva: patrimônio genético, patentes e pirataria". Atravé, a quem devem pertencer os royalties das descobertas científicas no

e-INPI - Portal INPI - Windows Internet Explorer

http://www.inpi.gov.br/menu-superior/inpi

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Destaque do Governo

Comunicados e-INPI Revista Pesquisas Imprensa

04 de agosto de 2010

**e-INPI**

gru guia de recolhimento de marcas e-marcas vista sistema de patentes

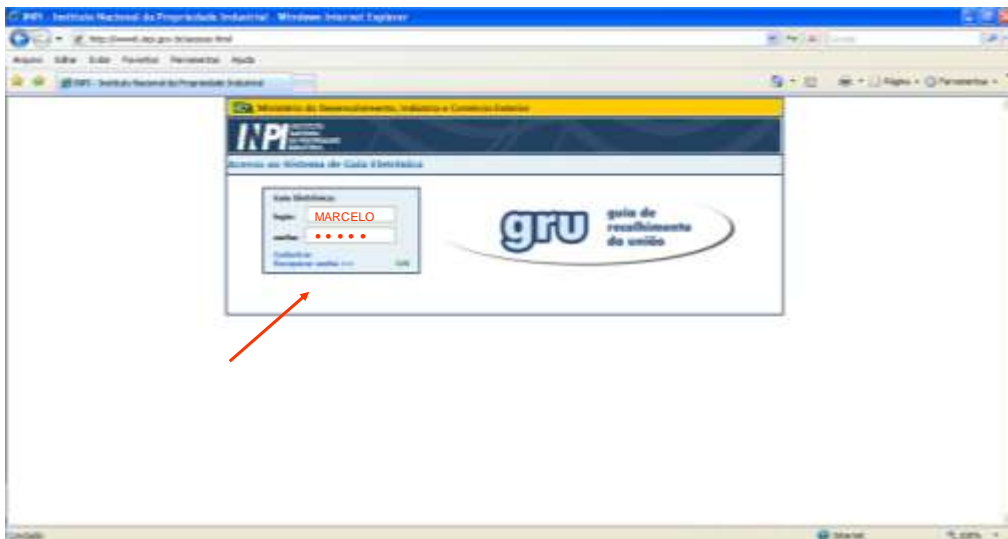
**PUSH INPI**

**Alerta aos usuários do e-Marcas**

**O que é o e-INPI ?**

O e-INPI é um sistema eletrônico para requisição de serviços ao INPI. Hoje são disponibilizados o sistema e-Marcas e a Guia de Recolhimento Eletrônica (GRU).

Os serviços a serem apresentados ao INPI que requeram a comprovação do pagamento, assim definidos na Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96 - deverão ter a Guia de recolhimento devidamente preenchida, paga e apresentada, juntamente com o



www.inpi.gov.br



Formulário Eletrônico de Pedido - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço: https://segufe.inpi.gov.br/inpi-pet/ao/graAction.do

Versão 1.4

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Formulário Eletrônico Pedido de Marca

Nosso Número (Número da GRU): 00.000.2.3.08.0534696.0  
 Objeto de Pedido: DEPÓSITO DE PEDIDO DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO (MISTA)

**Dados do Requerente**

Nome ou Razão Social: Marcelo Pimentel  
 CPF/CRP/Número INPI: 00090728785  
 Endereço: Rua Marinho, 40 apto. 205 Rio de Janeiro RJ  
 Situação Jurídica: PESSOA FÍSICA  
 E-Mail: pimentel@inpi.gov.br

**Dados da Marca**

Apresentação da Marca: Mista  
 Natureza da Marca: Serviço  
 Elemento Nominativo da Marca:   
 Marca possui elementos em idioma estrangeiro.

**Especificação de Produtos ou Serviços**

**Classificação Internacional de Elementos Figurativos**

Condição: Iniciar

2 Internet Explorer

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

## TABELA DE RETRIBUIÇÕES

DIRMA	Faixa 1- ON LINE		Faixa 2		Faixa 3 - PAPEL	
	Retr 1.	Retr 2	Retr 1	Retr 2	Retr 1	Retr 2
Serviços						
Depósito de Pedido de Registro de Marca de Produto ou Serviço, coletiva ou de certificação (Nominativa, figurativa, mista e tridimensional).	<b>300,00</b>	<b>120,00</b>	350,00	140,00	<b>400,00</b>	<b>160,00</b>
Primeiro decênio de vigência de Marca recolhido no prazo ordinário e expedição do Certificado de Registro	<b>630,00</b>	<b>250,00</b>			<b>630,00</b>	<b>250,00</b>
Primeiro decênio de vigência de Marca, recolhido no prazo extraordinário e expedição do Certificado de Registro	940,00	375,00			940,00	375,00
Prorrogação do Registro de Marca, recolhido no prazo ordinário	<b>900,00</b>	<b>360,00</b>			<b>900,00</b>	<b>360,00</b>
Prorrogação do Registro de Marca, recolhido no prazo extraordinário	1360,00	545,00			1360,00	545,00
Certidão de Busca de Marca por classe	<b>50,00</b>				<b>65,00</b>	



## A IMPORTÂNCIA DA BUSCA PRÉVIA

**Razão:** evitar oposições e indeferimento do pedido.

**Como fazer:** no Portal do INPI, ir em “Pesquisa” - busca de marcas,

É recomendável que também seja feita uma pesquisa junto aos órgãos responsáveis por registros de nomes de domínio, uma vez que o titular de uma marca certamente tem o interesse em utilizá-la na rede. O ideal é que o nome de domínio seja igual à marca. Comitê Gestor da Internet no Brasil – [www.cgi.br](http://www.cgi.br) / [www.registro.br](http://www.registro.br).

Caso deseje solicitar uma busca oficial, a requisição é feita por meio do formulário eletrônico de petição.

**Busca de Anterioridades**

www.inpi.gov.br

Portal INPI - Portal INPI - Windows Internet Explorer

http://www.inpi.gov.br/inpiportal/inpiportal?&idlang=1400&idm=100

Comunicados e-INPI Revista **Pesquisas** Imprensa

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Destaque de Notícias

Este Contato | Mapa do Portal | Busca no Portal

Comunicados e-INPI Revista **Pesquisas** Imprensa

você está aqui: página inicial

12 de agosto de 2010

**Concurso**  
**INPI promove concurso para nível superior**  
 Foi promovida, por mais um ano, a validade do Concurso Público para cargos de nível superior. De acordo com a Portaria nº 366, de 22 de julho de 2010, publicada no Diário Oficial da União, a prorrogação começa a valer a partir de 1º de agosto de 2010, data em que o concurso foi homologado em 2009, e permitirá utilização do cadastro de reserva para o preenchimento de vagas futuras no órgão.

**Biotecnologia e biodiversidade**  
**Debate no INPI aborda a potencial da produção biotecnológica**  
 O debate promovido pelo INPI nesta segunda-feira abordou a tema "Biotecnologia e Aproveitamento da biodiversidade brasileira". Os biotecnólogos, obtidos pelo uso industrial de microrganismos ou células modificadas para a produção de proteínas de aplicação terapêutica, permitem a reprodução de proteínas clínicas de natureza com mais vantagens. Dessa forma, a biodiversidade brasileira pode gerar muitas oportunidades para o desenvolvimento tecnológico.

**Sistema Push-INPI somou 12 mil cadastros em uma semana**  
 O Push, novo sistema do INPI que permite acompanhar os processos por e-mail, somou 12 mil cadastros em uma semana. É o equivalente a pouco mais de 10% do total de pedidos de marcas recebidos pelo órgão por ano.

Fonte: Jamal O Gilbo - 27/07/10 / coluna Negócios & Cia - Maria Fernanda Delmas / nota: "Por e-mail".

**Evento**  
**Fórum discute patrimônio genético, patentes e pirataria**  
 No Ano Internacional da Biodiversidade, o Museu Espiritano de Ciências (MEC) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) realiza no dia 12 de agosto, em Campinas, o Fórum "Biodiversidade em perspectiva: patrimônio genético, patentes e pirataria". Abrial, a quem devem pertencer os royalties das descobertas científicas no

www.inpi.gov.br





## Busca de Anterioridades

Pesquisas — Portal INPI — Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://www.inpi.gov.br/menu-superior/pesquisas

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior Destaque do Governo

Fale Conosco | Mapa do portal | Busca no portal:

Comunicados e-INPI Revista **Pesquisas** Imprensa

você está aqui: página inicial → pesquisas 06 de novembro de 2007

**O Instituto**

Ouvidoria

Procuradoria

**Serviços**

Articulação Institucional

Patentes

Marcas

Contrato de Tecnologia

Desenho Industrial

Indicação Geográfica

Programa de

**Pesquisas**

- **Pesquisar Base de Marcas**
- Pesquisar Base de Patentes
- Pesquisar Base de Desenhos

Concluído

Iniciar

http://pesquisa.inpi.gov.br/Marca/Patente/isp/servlet/vakdanagic.jsp?BasePesquisa=Marcas

Pesquisas — Portal INPI

**INPI**

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Consulta à Base de Marcas - Processo:

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Ajuda? ]

> Consultar por: **Base Marcas** | **No. Processo** | Marca | Título | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas:

Nº do Processo:  Ex.: 811096230

pesquisar > limpar

voltar

http://pesquisa.inpi.gov.br/MarcaPatente/servlet/marcas/pesquisa\_classe\_basica.jsp

Pesquisas — Portal INPI

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

**Busca Nominativa**

Consulta à Base de Marcas - Marca

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Ajuda? ]

> Consultar por: **Base Marcas** | No Processo | **Marca** | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

**Pesquisa Avançada** para criar consultas específicas - Este é um de bases de dados genéricas

Marca:  Ex: **Leão**

Classificação de Nice - NCL:  Ex: **32** « Classificação de Nice »

Nº de Processos por Página:

Pesquisa Exata  
 Pesquisa Radical

http://pesquisa.inpi.gov.br/MarcaPatente/servlet/MarcasServletController

Pesquisas — Portal INPI

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Consulta à Base de Marcas - Resultado da Pesquisa

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Ajuda? ]

> Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

**RESULTADO DA PESQUISA** (15/05/2008 às 13:23:48) Marca: SOL  
Classe Internacional: 25

Foram encontrados 1477 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 74.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
003773118	17/03/1939	<b>SOLIS</b>	Registro	CHAPÉUS CLRY LTDA	25 : 10
002173296	22/03/1949	<b>ASTRINGOSOL</b>	Extinto	SMITHLINE BEECHAM P.L.C.	03 : 20
005002168	08/04/1952	<b>SOLCOLONIA</b>	Registro	DM INDUSTRIA FARMACÉUTICA LTDA	NCL(8) 03
003100839	06/01/1953	<b>DR SCHOLL S AIR PILLO INSOLES</b>	Registro	SCHERING-PLOUGH HEALTHCARE PRODUCTS, INC	25 : 40
003135098	16/09/1985	<b>SOLATEX</b>	Registro	AMAZONAS PRODUTOS PARA CALÇADOS LTDA	25 : 10
003541614	20/12/1956	<b>CHUVASSOL</b>	Extinto	INDUSTRIA DE QUARDA CHUVA E SOMBRINHAS CHUVASSOL LTDA	25 : 10
002110822	30/09/1957	<b>SOL BAN</b>	Registro	JOHNSON & JOHNSON	03 : 20
003793361	29/07/1960	<b>ABSOLUTO 1916</b>	Extinto	DECLASSE COSMÉTICOS LTDA	03 : 20
002583694	19/09/1961	<b>SOLANITE</b>	Registro	AMAZONAS PRODUTOS PARA CALÇADOS LTDA	NCL(8) 25
004096681	19/03/1962	<b>KILSOL</b>	Extinto	A CAMPONEZA INDUSTRIA QUÍMICA LTDA	03 : 20
003672874	20/03/1963	<b>SOLANITE</b>	Registro	AMAZONAS PRODUTOS PARA CALÇADOS LTDA	25 : 10 - 20 - 30
004503676	21/08/1963	<b>SOLASOL</b>	Extinto	SUNZE BRASIL S.A.	25 : 10
006018941	18/10/1963	<b>INDUSOL</b>	Registro	DENVER COTTA INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	03 : 20
004004787	07/01/1964	<b>AQUASOL</b>	Extinto	SÃO PAULO ALPARGATAS S/A.	25 : 10 - 20 - 30
006094904	07/01/1964	<b>SOLISOMBRA</b>	Extinto	SÃO PAULO ALPARGATAS S/A.	25 : 10 - 20 - 30

http://pesquisa.inpi.gov.br/Marca/Patente/servlet/MarcaServlet?controller=action=detalhesdoProcesso

Pesquisas - Portal INPI

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Consulta à Base de Marcas - Detalhes do Processo


[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Occorridos | Ajuda? ]

\* Consultar por: Nº do Processo | Marca | Título | Cód. Figura | Finalizar Sessão

---

**DETALHES DO PROCESSO**

Nº do Processo:	626060773
CSC/CF/TP do INPI:	60320603000100
Título:	BENLY BOUTIQUE MODAS LTDA ME
Marca:	MANA DE SOL
Nome do Procurador:	O PROPRIETÁRIO
Nº da Prioridade:	
Data de Prioridade:	
País da Prioridade:	



Data do Depósito:	12/01/2004
Situação:	Registro
Apresentação:	Ítem
Classe Prod./Serv.:	18.01.25
CFE(4):	1.3.2; 27.5.1
Apostila:	

Vigência:	24/07/2017
Concessão:	24/07/2007
Caducidade:	
Natureza:	De Produto
Especificação:	MODA PRADA: PIAÇÓIS, b...

---

**ANDAMENTO DE PROCESSO**

Nº RPI	Data RPI	Despacho	Situação	Complemento do Despacho
1907	24/07/2007	400	Registro	
1908	05/06/2007	351	Def. Justif.	
1727	10/01/2004	003	Pub. Cons.	

Dados atualizados até 12/06/2008 - Nº da Revista: 1962



## INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES



## PRINCÍPIOS APLICÁVEIS

### 1. TERRITORIALIDADE

“A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições da lei,  
SENDO ASSEGURADO AO TITULAR SEU USO EXCLUSIVO EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL”

Exceções: *Marcas Notoriamente Conhecidas*  
 (Art. 126 da LPI e Art. 6º bis da CUP)\*

www.inpi.gov.br



## Marca Notoriamente Conhecida

ART.126 DA LPI

"Os países da União **comprometem-se a recusar ou invalidar o registro**, administrativamente ou a pedido de interessado e a proibir o uso de marca suscetível de estabelecer confusão, **de uma marca** que a autoridade de registro do país considere que **nele** é notoriamente conhecida como marca de pessoa amparada pela Convenção, e utilizada para **produtos idênticos ou similares**.

O mesmo sucederá quando a parte essencial da marca constitui **reprodução** de marca notoriamente conhecida ou **imitação** suscetível de estabelecer confusão com esta”

www.inpi.gov.br



## PRINCÍPIOS APLICÁVEIS

### 2. ESPECIALIDADE

A proteção assegurada à marca recai sobre produtos, mercadorias ou serviços correspondentes à atividade do requerente, visando distingui-los de outros idênticos ou similares, de origem diversa.



Exceção: *Marcas de Alto Renome (Art. 125 da LPI)*

www.inpi.gov.br



### Exceção ao Princípio da Especialidade - Art. 125 da LPI

#### Alto Renome

“Marca que goza de uma autoridade incontestável, de um conhecimento e prestígio diferidos, resultantes da sua tradição e qualificação no mercado e da qualidade e confiança que inspira vinculadas, essencialmente, à boa imagem dos produtos ou serviços a que se aplica, exercendo um acentuado magnetismo, uma extraordinária força atrativa sobre o público em geral, indistintamente, elevando-se sobre os diferentes mercados e transcendendo a função a que se prestava primitivamente, projetando-se apta a atrair clientela por sua simples presença.”

Resolução INPI 121-2005

“À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade”.

www.inpi.gov.br



## Alto Renome\* (Art. 125 da LPI)

- Grau de reconhecimento
- Grau de reputação
- Duração de uso
- Extensão geográfica em que é conhecida
- Grau de exclusividade
- Extensão do valor comercial

\* Só pode ser obtido por impugnação

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Marcas de Alto Renome



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## PRINCÍPIOS APLICÁVEIS

### 3. ATRIBUTIVO

O sistema de registro de marca no Brasil é atributivo de direito, isto é, a sua propriedade e o seu uso exclusivo só são adquiridos pelo registro.

Como regra geral, àquele que primeiro depositar um pedido milita a prioridade do registro.

Exceção: *Direito de Usuário anterior*

*“Toda pessoa que, de boa fé, na data do depósito, usava no País, há pelo menos 6 meses, marca idêntica ou semelhante, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, ..... terá direito de precedência ao registro”.*

www.inpi.gov.br



## Condições de Registrabilidade

ART.124 DA LPI

Regula, o que **NÃO PODE** ser registrado como marca

<b>DISTINTIVIDADE</b>	SINAIS SEM CAPACIDADE DISTINTIVA	<i>Sinais de uso comum, pertencem à coletividade</i>
<b>LICEIDADE</b>	} SINAIS ILÍCITOS OU ENGANOSOS	<i>Atentam contra a ordem pública</i>
<b>VERACIDADE</b>		
<b>DISPONIBILIDADE</b>	SINAIS INDISPONÍVEIS	<i>Atentam contra o direito de terceiros</i>

www.inpi.gov.br





## Sinais **NÃO** Registráveis

### DISTINTIVIDADE

LETRA, ALGARISMO E DATA, ISOLADAMENTE, ..... SALVO .....  
QUANDO REVESTIDOS DE SUFICIENTE FORMA DISTINTIVA.

Algarismos de 0 a 9 e letras do alfabeto Isoladas **São irregistráveis**

A forma distintiva de letras e algarismos isolados deve ser suficiente para enquadrar o sinal como marca *figurativa*.



registráveis

W

3

M



irregistráveis

www.inpi.gov.br



### DISTINTIVIDADE

## DATAS

Data incompleta – registrável para qualquer produto/serviço.

*Ex. 7 de setembro*

Data completa – irregistrável para qualquer produto/serviço, SALVO se revestida de suficiente forma distintiva – exclusividade de uso apenas sobre a configuração fantasiosa.

*Ex. 12 de setembro de 2005*



Registrável para qualquer produto/serviço, com exclusividade apenas para o elemento fantasioso/figurativo.

www.inpi.gov.br



## DISTINTIVIDADE

SINAL DE CARÁTER GENÉRICO, COMUM, VULGAR OU SIMPLEMENTE DESCRITIVO, QUANDO TIVER RELAÇÃO COM O PRODUTO OU SERVIÇO A DISTINGUIR, OU AQUELE EMPREGADO COMUMENTE PARA DESIGNAR UMA CARACTERÍSTICA DO PRODUTO OU SERVIÇO, ...

### **Irregistráveis**

**PURAERVA**

Para ervas de infusão

**TAPA TUDO**

Para produtos de vedar

### **Registrável**



Para comércio de peixes ornamentais

### **Irregistrável**



**Registráveis, sem direito ao uso exclusivo dos elementos nominativos**



Para comércio de produtos agrícolas



Para veículos



Para material de desenho

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DISTINTIVIDADE

SINAL EMPREGADO APENAS COMO MEIO DE PROPAGANDA (Art.124, VII)



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## LICEIDADE

BRASÃO, ARMAS, MEDALHA, BANDEIRA, EMBLEMA, DISTINTIVO E MONUMENTOS OFICIAIS, PÚBLICOS, NACIONAIS, ESTRANGEIROS OU INTERNACIONAIS, BEM COMO A RESPECTIVA DESIGNAÇÃO, FIGURA OU IMITAÇÃO (Art.124, I)

*A proibição de que trata este inciso é de caráter absoluto*

FIGURA, DESENHO, OU QUALQUER OUTRO SINAL CONTRÁRIO À MORAL E AOS BONS COSTUMES, OFENSIVO À HONRA OU A IMAGEM DE PESSOAS OU QUE ATENTE CONTRA A IDÉIA E SENTIMENTO DIGNOS DE RESPEITO E VENERAÇÃO - (Art.124, III)

**irregistráveis**



Pepinos Penetrantes



**SÃO MATHEUS**

**Registrável** para vinhos / hospital

**Irregistrável** para afrodisíacos

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## VERACIDADE

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir a uma INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.

**VALE DOS VINHEDOS** – p/ assinalar vinhos – **irregistrável** – IG verdadeira

**PARATY** – p/ assinalar doces – **registrável** – IG verdadeira p/ aguardente

**FRANCIACORTA** – p/ assinalar calçados – **registrável** – IG verdadeira p/ bebidas alcoólicas

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## VERACIDADE

**FALSA INDICAÇÃO** QUANTO À ORIGEM, PROCEDÊNCIA, NATUREZA, QUALIDADE, OU UTILIDADE DO PRODUTO OU SERVIÇO A QUE A MARCA SE DESTINA

*INQUEBRÁVEL* – para louças

*SAL CABO FRIO* – para sal proveniente de localidade distinta de Cabo Frio

*IN NATURA* – para molho de tomate



*Para creme de aplicação local*



**NOVAPELE**

*Para creme cosmético*



*Para bebida*

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DISPONIBILIDADE

DESIGNAÇÃO OU SIGLA DE ENTIDADE OU ÓRGÃO PÚBLICO, QUANDO NÃO REQUERIDO PELO PRÓPRIO

INPI

TRF

CEF

FIOCRUZ

OBRA LITERÁRIA, ARTÍSTICA OU CIENTÍFICA, ASSIM COMO OS TÍTULOS QUE ESTEJAM PROTEGIDOS PELO DIREITO AUTORAL (Art.124, XVII)



Turma da Mônica

ROQUE  
SANTEIRO

NOME, PRÊMIO OU SÍMBOLO DE EVENTO ESPORTIVO, ARTÍSTICO, CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO, ECONÔMICO OU TÉCNICO, OFICIAL OU OFICIALMENTE RECONHECIDO,



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DISPONIBILIDADE

NOME CIVIL OU SUA ASSINATURA, NOME DE FAMÍLIA E IMAGEM DE TERCEIROS, SALVO COM CONSENTIMENTO DO TITULAR, HERDEIROS OU SUCESSORES (Art.124, XV)



PSEUDÔNIMO OU APELIDO NOTORIAMENTE CONHECIDO, NOME ARTÍSTICO SINGULAR OU COLETIVO, SALVO COM CONSENTIMENTO DO TITULAR, HERDEIROS OU SUCESSORES

**LEGIÃO URBANA** –  
nome artístico coletivo –  
grupo musical

**PIXINGUINHA** – pseudônimo de  
Alfredo da Rocha Viana Junior

**PELÉ** – apelido notório de Edson  
Arantes do Nascimento

**JÔ SOARES** – nome artístico de  
José Eugênio Soares

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## DISPONIBILIDADE

**REPRODUÇÃO OU IMITAÇÃO, NO TODO OU EM PARTE, AINDA QUE COM ACRÉSCIMO, DE MARCA ALHEIA REGISTRADA, PARA DISTINGUIR OU CERTIFICAR PRODUTO OU SERVIÇO IDÊNTICO, SEMELHANTE OU AFIM, SUSCETÍVEL DE CAUSAR CONFUSÃO OU ASSOCIAÇÃO COM MARCA ALHEIA**

**REGISTRADA**

**REGISTRANDA**

Aldeia dos Ventos

X

ALDEIA DOS VENTOS



X



JEAN CENTAURO

X

CENTAURO

WORLD  
TENNIS

X



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## IMITAÇÃO GRÁFICO-VISUAL E IMITAÇÃO FONÉTICA

REGISTRADA

REGISTRANDA

CELTECH

X

TECHCELL

DEMARCID

X

DHERMACITY

*Coca-Cola*

X

*Café Paulista*  
de Assis



X



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## Contrafação e Concorrência desleal

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



www.inpi.gov.br

## CONTRAFAÇÃO

*Art. 189 – Comete crime contra registro de marcas quem:*

*I – reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão.*

**Cricket**

ORIGINAL

**NIKE**  
AIR

ORIGINAL

**NISKE**  
AIR

IMITAÇÃO

**Criquet**

IMITAÇÃO

**# PENA:**  
**detenção, de 3 meses a 1 ano, ou multa.**

www.inpi.gov.br





## CONTRAFAÇÃO

Art.190 – ..... quem **importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque:**

I – **produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, no todo ou em parte; ou**

II – **produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem.**



Similac legítimo

Similac falso



BIC verdadeira

BIC falsa

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



Marca Figurativa da LEVI'S Registrada



Imitação

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## CONCORRÊNCIA DESLEAL

Art.195 – ..... quem:

III – Emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem (*desvio de clientela*).



Imitações de rótulos ou embalagens onde prevaleça o uso das cores predominantes empregadas pelo concorrente, observando disposição igual ou semelhante.

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)

## Conclusão

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## CONCEPÇÃO DA MARCA

Escolha do nome / perfil / design



## PEDIDO DE REGISTRO

Aquisição dos direitos



## GESTÃO DA MARCA

Investimentos na sua solidificação:  
publicidade / imagem institucional / proteção

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



### A ESCOLHA DA MARCA COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING

#### **SEJA CRITERIOSO!**

- A escolha da marca não deve ser aleatória, por palpites;
- A função da marca é identificar, não confundir. Se a marca não consegue ser reconhecida como sua, não a use.

#### **INOVE!**

- Evite descrever o produto/serviço na marca;
- Diferencie, evite sinais de pouco poder distintivo.

#### **NÃO IMITE!**

- Não é o caminho de quem quer se firmar no mercado. Será confundido com o outro e nunca será desvinculado do imitado (se este tolerar a imitação).

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)



## A ESCOLHA DA MARCA COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING

### **SIGA O LÍDER!**

- Mas mantenha distância: observe os motivos do êxito do concorrente e, se for o caso, implemente-os “a seu modo”, buscando seu próprio espaço no mercado.

### **PREVINA-SE!**

- Nunca use marca antes de saber se já pertence a alguém. Pode haver perdas de investimento em publicidade, rótulos e embalagens retirados do mercado, gastos com custas judiciais e indenizações;
- Zele pela proteção da sua marca, não permitindo ser imitado naquilo que possa lhe causar prejuízo.

www.inpi.gov.br



*“O maior patrimônio de uma empresa é a sua marca e a capacidade que esta possui de gerar vínculos estáveis e duradouros (fidelidade) com o seu público”.*

*“Nós não sabemos realmente o exato valor de nossa marca, mas temos a convicção que, se um dia toda a empresa queimar até o chão, não teremos problemas em obter empréstimos bancários e reconstruir tudo novamente, com base apenas na força de nossa **MARCA**”.*

## Relatório da Diretoria da Coca Cola Company 1995

Fonte: MARTINS, J.R.; BLECHER, N. – O império das marcas

www.inpi.gov.br



www.inpi.gov.br

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Destaque do Governo

Fale Conosco | Mapa da portal | Busca no portal:

Comunicados e-INPI Revista Pesquisas Imprensa

16 de outubro de 2007

ATENÇÃO comunicado e-marcas

MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E INOVAÇÃO INSCRIÇÕES PRORROGADAS

Propriedade Intelectual e Inovação

**Últimos dias para inscrição no mestrado do INPI**

Termina nesta sexta-feira, dia 19, o prazo para inscrição no Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação do INPI. Recomendado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) desde o ano passado, o curso foi o primeiro em instituições de propriedade industrial na América do Sul e apresenta caráter multidisciplinar, com professores e alunos de diversas instituições públicas e privadas ligadas ao desenvolvimento. As inscrições são gratuitas e os interessados podem obter mais informações no portal [www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br).

INPI e a indústria da moda

**A serviço da indústria nacional**

Mas do que um debate com o segmento têxtil, o seminário internacional "A Propriedade Intelectual e a Indústria da Moda" mostrou a aproximação do INPI com o setor industrial brasileiro.

INPI e a Indústria da Moda

**Mais do que uma marca, um estilo de vida**

O diferencial da marca foi um dos temas abordados no segundo dia do seminário internacional "A Propriedade Intelectual e a Indústria da Moda", organizado pelo INPI, no Rio. O gerente de Relações Corporativas da Osklen, Vladimir Sibylla, revelou que a consolidação da marca da grife passou pela sua ligação com um estilo de vida ligado à natureza e à brasilidade.

www.inpi.gov.br

**MUITO OBRIGADO!**

Alberto Rocha

e-mail: [alberto@inpi.gov.br](mailto:alberto@inpi.gov.br)

ESCRITÓRIO DE DIFUSÃO REGIONAL NORDESTE – DIREG-CE

[direg-ce@inpi.gov.br](mailto:direg-ce@inpi.gov.br)

Rua Mário Martins Coelho, 36 - Aldeota – Fortaleza/CE

Telefone: (85) 3261-1372

www.inpi.gov.br