

MARCA: se você não cuida, alguém pega!

O empreendedorismo do brasileiro é notável, do nada surgem empresas de sucesso, em todos os estados temos exemplos de empresas que, contrariando a lógica, nascem, crescem e se destacam em suas comunidades.

Às vezes só em uma pequena cidade, outras vezes conquistando todo um estado, o país ou o mundo.

Esse é um grande mérito dos brasileiros, mas, tudo sempre tem um "outro lado"... ao mesmo tempo que criam empresas, negócios, produtos, os brasileiros tem pouca ou nenhuma preocupação com a marca.

O que não me parece lógico, pois na maioria dos casos, os produtos ou serviços podem ser feitos por outras empresas, com qualidade igual ou até maior, afinal, o que diferencia uma confecção de outra? O que difere uma cama de ferro da concorrente? Um sapato? E o arroz?

Basicamente os fornecedores são os mesmos (alguns até globalizados), as máquinas também são muito similares, a mão de obra, muitas vezes migra de uma empresa para a concorrente, acaba ficando tudo muito parecido.

Claro que o design faz diferença em alguns dos produtos que citei, mas em pouco tempo um design inovador vira "tendência" aí todos ficam parecidos, quer um exemplo? Sapato Ferracini, há alguns anos era destaque nas vitrines de todo país, não havia nada igual, hoje, muitos fabricantes seguem a mesma tendência, ficou tudo muito parecido – pior para todos – agora a briga se concentra no preço.

Sabe uma coisa que destaca mesmo? A marca!

Com o tempo as marcas ganham significado para o consumidor, ele passa a atribuir a determinada marca um grau maior ou menor de confiança, simpatia e isso resulta em uma preferência de compra.

Uma marca registrada protege seu santo nome em um determinado segmento ou produto (chamado de Classe), o INPI usa o mesmo Classificador que é usado internacionalmente e divide as marcas em 45 categorias (classes) distintas, cada uma delas reúne um grupo de produtos ou serviços (comércio é considerado serviço para o INPI) similares.

Então, isso quer dizer que, se alguém pede o registro de uma marca parecida com a sua (ou igual), será um CONCORRENTE, pois para registrar na mesma classe

que você, ele tem que ter um produto ou serviço que se enquadre nela, sendo assim, similar ao seu!

Podemos concluir que se você não registrar a sua marca, mais cedo ou mais tarde um seu concorrente irá registrá-la!

Claro que há uma possibilidade de recuperar a marca se isso acontecer, mas tem que cumprir os prazos legais e irá gastar muito mais que se prevenir, como sempre, vale o ditado popular: "prevenir é melhor que remediar" - neste caso, também é muito mais barato.

Conheço algumas empresas que perderam a marca assim, uma delas, usava uma determinada marca há 40 anos, passou por vários problemas (pessoais dos sócios) e tentou por duas vezes registrar a marca, nunca chegou a concluir o processo, um dia descobriu que outra empresa tinha registrado sua marca e já não havia prazo legal para anular o registro, perdeu a marca.

Atualmente o INPI recebe, mais de 110.000 novos pedidos de registro de marca por ano. A partir de 2008 o Brasil irá aderir ao Protocolo de Madrid, um acordo internacional que facilitará o registro de marcas de empresas brasileiras nos demais países que fazem parte do acordo - o que é muito bom para os exportadores!

Mas, como falei antes, tudo tem um "outro lado"... ficará mais fácil para empresas estrangeiras registrarem sua marca no Brasil, o que quer dizer que aumentam as chances de um concorrente (que pode ser estrangeiro) registrar a sua marca antes de você.

Produtos, serviços, sites na internet, escritórios de advocacia, clínicas, softwares, lojas, etc... todos estão no mesmo barco, se não cuidarem da sua marca, alguém pega!