



Proteção da marca é essencial para fazer exportação

Existe um mundo de oportunidades aguardando os empresários nacionais que souberem proteger e estender a reputação de suas marcas para o exterior. Seja um dos desbravadores e colha os frutos dessa iniciativa.

Os empresários nacionais estão acordando para o fato de que uma marca forte possibilita o estabelecimento de uma clientela leal e o desenvolvimento de um fundo de comércio que pode gerar vantagens enormes na conquista de mercado.

Uma marca famosa é um poderoso símbolo capaz de transmitir ao consumidor de forma concisa uma série de valores e experiências que o empresário quer ligar ao produto maximizando os gastos com publicidade.

Após perceber a importância da marca para o seu negócio local é importante dar o segundo passo, reconhecendo que a força de uma marca conhecida ultrapassa fronteiras e requer proteção adequada.

É fato que a ampliação de mercados não apenas no Brasil, mas também no exterior, é um objetivo perseguido por empresas de pequeno, médio e grande porte.

No entanto, quando se pensa em ampliação de mercados e exportação, as primeiras preocupações de um empresário estão relacionadas ao potencial de sucesso de seu produto ou serviço fazendo pesquisas de mercado, barreiras, normas para importação do produto nos países de interesse, certificações internacionais e, talvez até mesmo com o processo de exportação propriamente dito, buscando compreender o funcionamento do Siscomex — Sistema Integrado de Comércio Exterior.

Não raro, a última preocupação do empresário será com a proteção da marca de seu produto ou serviço e, quando isso ocorre, geralmente é feita apenas no Brasil, mesmo porque muitas vezes o produto ou serviço no exterior aparece sob marca de terceiro que os importa.

Ao deixar que o importador utilize uma marca diferente, o empresário nacional está perdendo uma excelente oportunidade de conquistar a clientela e expandir o valor de sua marca.

Além disso, pode ser mais fácil para o importador trocar de fornecedor se detiver o controle da marca. Pior ainda, se o empresário nacional, por descaso ou desconhecimento, permitir o registro de marca idêntica pelo importador no país de destino dos produtos, poderá ter de enfrentar uma batalha judicial demorada e custosa para ter o direito de utilizar a marca se o relacionamento com o importador local terminar.

A ausência de proteção para marcas no exterior é o que comprova uma pesquisa feita recentemente pela Fiesp — Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e o Ciesp — Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, por meio de questionário respondido por 1.193 empresas.

Dessas empresas, aproximadamente 80% nunca registraram marcas no exterior e 61% tiveram



problemas com piratas no Mercosul, para onde o Brasil exportou, somente em 2003, mais de US\$ 5 bilhões FOB.

Em vista disso, o empresário brasileiro não pode conceber a idéia de exportar o seu produto, sem se preocupar com a proteção de sua marca no exterior.

O empresário deve ter em mente em primeiro lugar, que o registro, cujo órgão competente no Brasil é o INPI — Instituto Nacional da Propriedade Industrial permite que o seu titular adquira a propriedade sobre a marca e possa fazer uso de uma série de medidas legais para impedir que concorrentes se utilizem de marcas idênticas ou semelhantes para identificar produtos ou serviços relacionados.

Entretanto, é importante estar ciente de que o registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial só garante a propriedade da marca no território nacional.

Daí a importância de se registrar a marca internacionalmente mesmo que já disponha de registro no Brasil.

Outra cautela importante é a inclusão de um programa de registro de marcas no exterior como um dos itens do planejamento de médio prazo das empresas, pois é cada vez mais comum os casos de registro no exterior de marcas nacionais de sucesso por terceiros antenados com o que ocorre no Brasil. A demora nesses casos pode sair caro.

Um programa de registros de marcas no exterior deve ser feito por um profissional com experiência na área, preferencialmente um agente da propriedade industrial, capaz de fazer uso competente das diversas opções disponíveis através de acordos internacionais.

Existe um mundo de oportunidades aguardando os empresários nacionais que souberem proteger e estender a reputação de suas marcas para o exterior. Seja um dos desbravadores e colha os frutos dessa iniciativa.

Date Created

05/09/2005