

# Propriedade Intelectual na Incubadora de Empresas IN-UEA: elaboração de manual para auxílio no registro de marcas

*Intellectual Property in the IN-UEA Business Incubator: elaboration of a manual to assist in the registration of trademarks*

Rayner do Nascimento Souza<sup>1</sup>

Rosa Maria Nascimento dos Santos<sup>1</sup>

Raimundo Correa de Oliveira<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, AM, Brasil

## Resumo

O estudo tem como objetivo geral elaborar um manual de marca que possa auxiliar as empresas incubadas na universidade do Estado do Amazonas no processo de registro. Os métodos empregados foram a pesquisa bibliográfica, de natureza aplicada e cunho descritivo. Resoluções da Universidade Estadual do Amazonas também foram consultadas no decurso da pesquisa com vistas a elaboração do material aqui evidenciado. O estudo gerou como resultado um manual de registro de marca. Esse material possui uma linguagem de fácil entendimento passando por todas as etapas de registro, conforme estabelecido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O trabalho realizado visou a dar ênfase à relevância dos registros de marca para as instituições incubadoras de empresas.

Palavras-chave: Propriedade intelectual. *Startups*. Incubadora de empresas.

## Abstract

The study's main objective is developing a trademark registration manual to support startup companies incubated at the IN-UEA over the registration process. The methods employed were bibliographical research, of an applied and descriptive nature. Resolutions of the State University of Amazonas were also consulted during the research with a view to preparing the material shown here. The study resulted in a trademark registration manual. This material has an easy-to-understand language going through all the registration steps, as established by the National Institute of Industrial Property - INPI. The contribution of the study with this produced item aims to draw attention to the relevance of trademark registrations, not only with regard to the academic community, but also to business incubator institutions.

Keywords: Intellectual property. *Startups*. Business incubator.

Área Tecnológica: Propriedade Industrial. Inovação. Desenvolvimento.



# 1 Introdução

A propriedade intelectual refere-se à soma dos direitos pertencentes a criações da mente. Isso abarca invenções, obras literárias, artísticas, símbolos, nomes e imagens usados no comércio, para as interpretações dos artistas intérpretes e as execuções de radiodifusão, as invenções em todos os domínios da atividade humana e outros direitos da atividade intelectual, além disso, garante ao detentor dos direitos prerrogativas legais para exploração da invenção (LOUREIRO; WANDERLEY; BANDEIRA, 2017).

É possível destacar três importantes pilares da propriedade intelectual, que são representados pela: propriedade industrial, direito autoral e proteção *sui generis*. Logo, é possível destacar que a propriedade intelectual se trata de um conceito amplo que serve para abarcar uma série de bens intangíveis que, por sua vez, também contam com particularidades e se diferem uns dos outros de maneira significativa (BRANCO, 2011).

No Brasil, a Lei de Propriedade Industrial – LPI n. 9.279, de 14 de maio de 1996, é a que institui os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Nesse sentido, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável por processar os pedidos de registros e analisar se estão presentes os requisitos exigidos conforme determina a Lei de Propriedade Industrial. Além das marcas, são classificadas também na LPI as patentes, o desenho industrial, a indicação geográfica e a repressão à concorrência desleal (BRASIL, 1996).

A marca pode ser definida como um nome, sinal, símbolo, desenho ou uma combinação deles, que têm por objetivo identificar os bens e serviços de uma organização e torná-la diferente dos concorrentes. Na atualidade, as marcas possuem um papel importante na forma de gerenciamento de negócios, impactando diretamente na percepção do consumidor acerca do produto ou serviço das organizações. Além disso, se tornou também um atributo comercial, de modo que isso modifica a forma de compra do usuário. Muitas vezes, o valor da marca (intangível) supera o valor dos bens tangíveis da organização (INPI, 2020; SILVEIRA, 2014; SERRALVO, 2009; TEH; KAIO; KIMURA, 2008).

A percepção do valor da marca diante do mercado é essencial para o desenvolvimento do produto ou serviço. Se tratando de um bem intangível, sua proteção se torna fundamental nas estratégias mercadológicas da organização. Desse modo, a propriedade industrial por meio do registro de marcas tem sido um diferencial competitivo das empresas, tanto que adotam medidas para a valorização desse item, como uma atividade-fim de sua gestão de negócio e como parte ativa e de objeto de investimento. Com isso, percebe-se que os bens de uma organização não se resumem apenas ao seu patrimônio material. O valor econômico reflete diretamente na percepção dos consumidores, de maneira que o não registro pode levar à perda do valor intangível, apropriação por parte de concorrentes, assim como perda de mercado. Diante disso, torna-se essencial que os empreendedores, ao iniciar um processo de criação de uma empresa, realizem o pedido de registro de marca junto ao INPI (BOFF *et al.*, 2017).

Para o pequeno empresário, seja uma *startup* tecnológica ou empresa do setor tradicional, ter essa percepção da importância da propriedade industrial, especificamente o registro de marca, é algo que foge da sua realidade. Normalmente, nesse cenário, a dedicação é exclusiva em fazer o negócio rodar dentro do mercado. Dessa forma, surge uma importante aliada nesse ecossistema de inovação, no qual existem diferentes atores que contribuem para o fortalecimento da cultura de inovação. Entre eles, pode-se destacar a incubadora de empresas, que tem por objetivo fomentar o apoio gerencial, logístico e tecnológico ao empreendedorismo inovador, facilitando, assim, a criação, bem como o desenvolvimento de empresas que se diferenciam pelas atividades voltadas para a inovação. Em geral, é oferecido aos empresários suportes técnico e gerencial no início e durante as etapas de desenvolvimento do negócio. Por outro lado, eles veem nas incubadoras uma oportunidade de iniciar seu negócio em um ambiente favorável, além de usufruírem auxílios, particularmente nos momentos iniciais (XAVIER; MARTINS; LIMA, 2008; ANPROTEC, 2020).

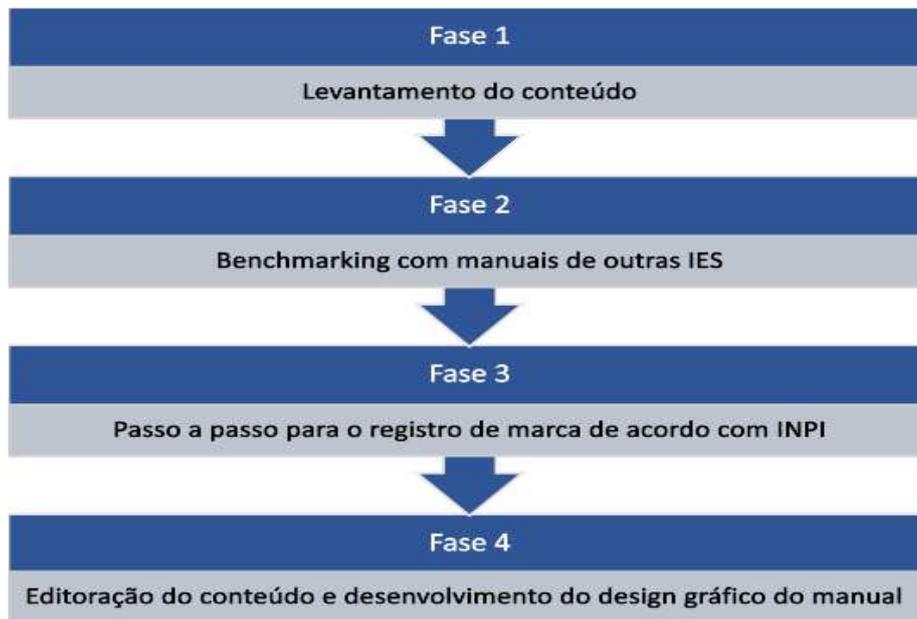
Tanto para Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) quanto para Cristófoli (2008), o aparecimento das incubadoras de empresas apresentou-se como um avanço nos programas de empreendedorismo inovador, acomodando empresas que estão em fase inicial de desenvolvimento, na medida em que oferecem contato com estruturas físicas, acesso a informações das mais diversas, assim como a troca de experiência, contribuindo significativamente para o surgimento de novos negócios.

Diante disso, a pesquisa surge, mediante a necessidade de uma ferramenta que possa facilitar o entendimento das empresas inseridas na incubadora IN-UEA da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) acerca do registro de marca. A partir desse cenário, o presente estudo possui como objetivo geral elaborar um manual de registro de marca para auxiliar as empresas inseridas na incubadora de empresas IN-UEA, bem como a comunidade acadêmica em geral no processo de registro de marca, de acordo com os parâmetros estabelecidos pelo INPI.

## 2 Metodologia

Quanto à natureza, o estudo refere-se a uma pesquisa aplicada de cunho descritivo, tendo como objeto principal geração de conhecimento por meio de uma aplicação para um problema específico, motivado pela necessidade iminente, ou seja, que os resultados possam ser utilizados de forma prática. Além disso, classifica-se como uma pesquisa qualitativa por se propor a elaborar um manual de procedimento para registro de marca com base nos parâmetros estabelecidos pelo INPI, visando aos aspectos voltados para o caráter subjetivo, assim como na obtenção dos dados da pesquisa (VERGARA, 2010; MARCONI; LAKATOS, 2017). Além disso, utilizou-se de resoluções normativas aprovadas pelo conselho universitário da UEA, que institui e descreve a criação da incubadora de empresas da universidade, principal objeto de estudo da pesquisa.

O desenvolvimento do manual está estruturado em quatro etapas, conforme mostra a Figura 1.

**Figura 1** – Fases da construção do manual de marcas

Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo (2020)

Inicialmente, por meio do levantamento bibliográfico, buscou-se desenvolver uma base teórica para o fortalecimento dos principais conceitos que envolvem a temática da pesquisa, por meio da identificação de soluções para o objetivo geral da pesquisa descrito na introdução do estudo. A pesquisa bibliográfica é elaborada por meio de material já desenvolvido, isto é, constituído principalmente de livros, artigos científicos, dissertações, teses entre outros (GIL, 2010).

Ainda no levantamento bibliográfico, realizou-se também um *benchmarking* por meio de pesquisa nos *sites* de instituições, objetivando levantar os modelos de manuais de marca que pudessem servir como parâmetro na elaboração do manual proposto no estudo. No levantamento, foram utilizadas palavras-chave que pudessem ser somadas à palavra marca, como: “Manual de Marca”, “Registro de marca”, “Propriedade Industrial” e “Propriedade intelectual”. O rótulo descrito para os manuais pesquisados ficou da seguinte forma: M1, M2, M3 até o M15, que é o número de manuais analisados na pesquisa.

Em seguida, foi realizado um novo levantamento bibliográfico, dessa vez no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), com objetivo de adquirir informações acerca do procedimento para o registro de marca estabelecido pela instituição, no qual serviu como base para elaboração do manual de marca proposto na pesquisa.

Por fim, com o conteúdo selecionado, foi possível realizar a editoração e a parte do *design* gráfico do manual, tendo como principal diferencial uma linguagem menos formal e com uma boa qualidade de conteúdo e imagem nas explicações.

É importante destacar que a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) não apresenta uma normatização no que diz respeito à cartilha/manual de informativos. Dessa maneira, a estrutura a ser utilizada fica a cargo do pesquisador.

### 3 Resultados e Discussão

A seguir serão apresentados a caracterização da incubadora de empresa da UEA e seus números e marcos normativos relevantes. Em seguida, apresenta-se a descrição acerca do desenvolvimento e dos parâmetros para elaboração do manual de marcas.

#### 3.1 Caracterização da Universidade do Estado do Amazonas

A Universidade do Estado do Amazonas (UEA) é uma universidade pública, autônoma em sua política educacional, que tem como missão promover a educação, desenvolver o conhecimento científico, particularmente sobre a Amazônia, conjuntamente com os valores éticos capazes de integrar o homem à sociedade e de aprimorar a qualidade dos recursos humanos existentes na região em que está inserida (UEA, 2023).

É a maior universidade *multicampi* do País. Trata-se da instituição de ensino superior brasileira com o maior número de unidades que integram a sua composição. Em sua estrutura, estão cinco Unidades Acadêmicas na capital (Escolas Superiores); seis Centros de Estudos Superiores e 13 Núcleos de Ensino Superior no interior do estado. A UEA oferta ainda 64 cursos de pós-graduação *Lato Sensu* (Especialização), 15 cursos de Mestrado e cinco de Doutorado (*Stricto Sensu*), além de oito cursos de Minter e Dinter que são programas de mestrado e doutorados interinstitucionais (UEA, 2023).

#### 3.2 Incubadora de Empresas IN UEA

A incubadora da Universidade do Amazonas (UEA), intitulada IN-UEA, foi criada em agosto de 2013, por meio da Resolução n. 48/2013 do Conselho Universitário (CONSUNIV). Em 2016, foi alterada por meio da Resolução n. 42/2016. Em junho de 2019, houve nova alteração por meio da Resolução n. 37/2019, a qual se encontra em vigência, conforme apresentado no Quadro 1.

**Quadro 1** – Evolução dos marcos incubadora IN-UEA

ATO NORMATIVO	EMENTA
Resolução n. 48/2013, de 01/08/2013.	Aprova o Regimento Interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas (IN-UEA).
Resolução n. 42/2016, de 09/09/2016.	Resolução n. 42/2016 – CONSUNIV – Altera a Resolução n. 48/2013 CONSUNIV que aprova o Regimento Interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas.
Resolução n. 37/2019, de 24/06/2019.	Resolução n. 37/2019 – CONSUNIV – Altera a Resolução n. 42/2016 – CONSUNIV que aprova o Regimento Interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas.

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2022)

Conforme consta em seu regimento interno na Resolução n. 37/2019, a incubadora de empresas da Universidade do Estado do Amazonas (IN-UEA) configura-se como um programa que tem por objetivo apoiar a criação e o desenvolvimento de empreendimentos inovadores e *startups* por meio da oferta de serviços de orientação e suporte técnico, tais medidas visam a contribuir para gerar impulso na produtividade e na formação de uma cultura empreendedora.

A principal finalidade de uma incubadora deve ser a produção de negócios de sucesso e em constante desenvolvimento, financeiramente viáveis e competitivas em seu mercado, principalmente após o período de incubação. Mediante um regime de negócios, serviços e suporte técnico compartilhado, além de orientação prática e profissional (DORNELAS, 2002).

De acordo com Barbosa e Hoffman (2013), é possível identificar diversos tipos de incubadoras, as de base tecnológica, as mistas, as tradicionais, e as sociais, já que, por meio do oferecimento de suporte técnico às empresas incubadas, é possível que o negócio tenha mais chance de ser bem-sucedido.

Nesse cenário, a IN-UEA caracteriza-se como uma incubadora mista, visando a proporcionar um ambiente em que as micro e pequenas empresas possam obter um suporte técnico, gerencial e teórico necessário para a formação de modelos e empreendimentos, sejam eles de base, tradicional ou tecnológico, desde que apontem a inovação como diferencial competitivo.

Entre as ações de apoio realizadas pela incubadora, destacam-se:

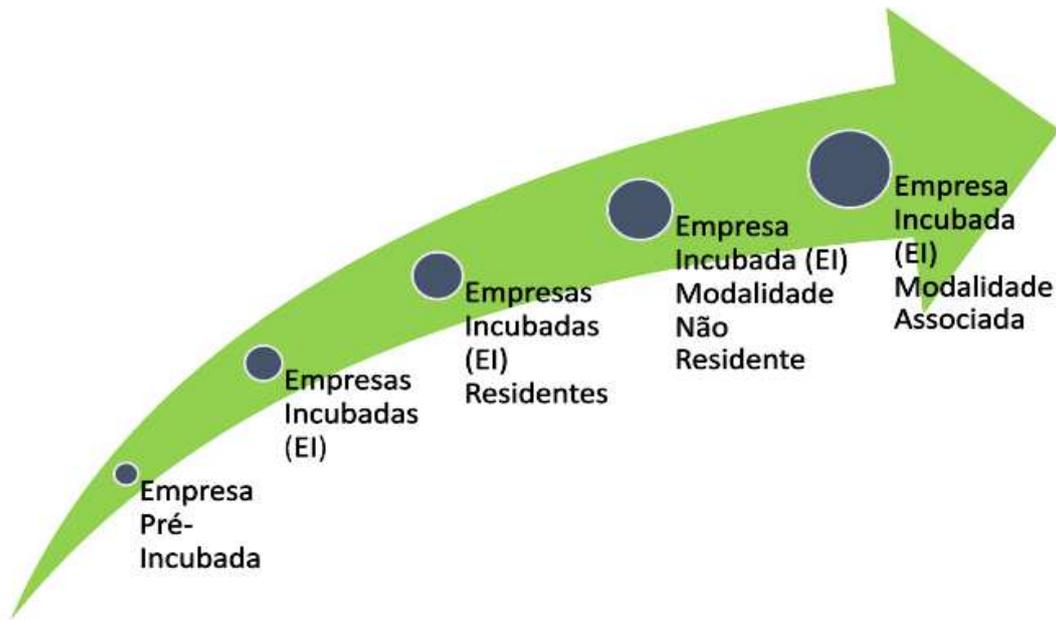
- a) apoio na elaboração do plano de negócio;
- b) apoio para o acesso ao mercado;
- c) palestras, cursos e consultorias; e
- d) prospecção aos recursos públicos e privados.

Além disso, a incubadora disponibiliza apoio de infraestrutura, módulos individuais, serviços de internet, biblioteca, entre outros. De acordo com o artigo 7º do regimento interno da IN-UEA, são destacadas as etapas do processo de incubação, na qual atende a cinco fases: Seleção; Planejamento; Agregação de Valor; Monitoramento e Graduação.

### 3.3 Modelo de Incubação dos Negócios

A IN-UEA possui os seguintes modelos de incubação para os novos negócios, conforme mostra a Figura 2.

**Figura 2** – Modalidades de incubação



Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo (2021)

Na Pré-Incubação, entende-se que o empresário não possui *know how* para início imediato do negócio, ou seja, a incubadora entende que é necessário o desenvolvimento de mecanismos que possam auxiliar nesse processo, que inclui plano de negócio, conhecimento sobre gestão empresarial e financeiro, entre outros. Nesse caso, a incubadora realiza o auxílio juntamente ao empresário.

Na fase de Empresa Incubada (EI), por meio de chamada pública via edital de seleção, a incubadora entende que a empresa já possui *expertise* nos aspectos de gestão organizacional e mercadológico, além disso, presume-se que já tenha uma tecnologia produto/serviço direcionado, bem como capital financeiro mínimo que permita o início das atividades.

As Empresas incubadoras (EI) Modalidade Residente são as que utilizam uma sala, assim como o espaço físico e o endereço fiscal oferecido pela IN-UEA.

No caso da Empresa Incubada (EI) Modalidade Não Residente, elas diferem das residentes pelo fato de não ter uma sala específica, mas utilizam o espaço físico da incubadora, além disso o endereço fiscal é em outra localização.

Por fim a Empresa Incubada (EI) Modalidade Associada, é uma empresa já graduada que deseja continuar usufruindo do suporte da incubadora, porém sem utilizar a estrutura.

### 3.4 Prazos de Permanência

De acordo com o regimento interno da IN-UEA, nos artigos 12 ao 15, trata-se a respeito dos prazos para permanência das empresas incubadas, conforme mostra o Quadro 2.

**Quadro 2** – Prazo de permanência para cada modalidade de incubação

MODALIDADE	PRAZO	PRORROGAÇÃO	PERÍODO MÁXIMO
Pré-incubação	(8) oito meses	(4) quatro meses	(12) doze meses
Residentes	(24) vinte e quatro meses	(12) doze meses	(36) trinta e seis meses
Não residentes	(24) vinte e quatro meses	(12) doze meses	(36) trinta e seis meses
Modalidade associada	(18) dezoito meses	-	(18) dezoito meses

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2021)

Para as empresas em pré-incubação, o prazo é de até oito meses, podendo ser prorrogado por período único de mais quatro meses, totalizando, assim, 12 meses de pré-incubação.

Com relação às empresas residentes, o prazo é de 24 meses da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por mais 12 meses, por meio de análise técnica da incubadora. Findando, assim, com um total de 36 meses.

No que tange às empresas não residentes, o prazo estabelecido é de 24 meses, com possibilidade de prorrogação por mais 12 meses, totalizando também 36 meses, de acordo com análise técnica da gestão da incubadora. Por fim, na modalidade associada, as empresas têm até 18 meses, sem possibilidade de prorrogação.

### 3.5 Descrição do Benchmarking

O *Benchmarking* pode ser definido como um processo de comparação, tomando como referência as melhores práticas realizadas e que são reconhecidas como líderes em determinado segmento. Além disso, pode ser utilizada como aprimoramento de práticas e técnicas com objetivo de melhorar serviços e processos. O *benchmarking* consiste no acompanhamento e no aprendizado de estratégias e processos adotados por outras empresas, por meio de uma atividade de pesquisa sistemática visando a uma melhoria contínua (MARSALIA NETO *et al.*, 2008).

O referido levantamento utilizou o *site* oficial das instituições pesquisadas, para que se chegasse ao material de interesse. Inicialmente buscou-se instituições da Região Norte, em seguida, expandindo a pesquisa para outras regiões do país, com objetivo pela busca em instituições voltadas para o desenvolvimento da propriedade intelectual e inovação. Sendo assim, foram utilizados como palavras-chave os seguintes termos que pudessem ser somadas à palavra marca: “Manual de Marca”, “Registro de marca”, “Manual de Propriedade Industrial” e “Manual de Propriedade Intelectual”. Conforme mostra a Tabela 1.

**Tabela 1** – Palavras-chave de busca e de instituições por região

DESCRIÇÃO		MATERIAIS ENCONTRADOS	
Palavras-chave pesquisadas	Manual de marca	1	
	Registro de marca	-	15
	Manual de Propriedade Industrial	-	
	Manual de Propriedade Intelectual	14	
Região	Norte	1	
	Nordeste	6	
	Centro-Oeste	2	15
	Sul	4	
	Sudeste	2	

Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo (2022)

Entre as palavras-chave destacadas na pesquisa do total de 15 materiais encontrados, 14 correspondem à palavra-chave “Manual de propriedade Intelectual” e um se refere à palavra-chave “Manual de marca”, não sendo encontrados materiais com as demais palavras-chave, conforme destacado na Tabela 1.

Diante disso, é possível realizar uma análise dos aspectos dos manuais encontrados na pesquisa, com base em quatro fatores estabelecidos para o desenvolvimento do manual de marca da incubadora da Universidade do Estado do Amazonas.

1. Linguagem clara e objetiva;
2. Imagens e ilustrações agradáveis;
3. Informações verídicas; e
4. Procedimento de depósito junto ao INPI.

O Quadro 3 descreve os quatro parâmetros estabelecidos para o desenvolvimento do manual de marca da incubadora IN-UEA, com relação aos manuais encontrados na pesquisa representados por M1 até M15.

**Quadro 3** – Comparação dos manuais conforme parâmetros

PARÂMETRO	LINGUAGEM CLARA E OBJETIVA	IMAGENS E ILUSTRAÇÕES AGRADÁVEIS	INFORMAÇÕES VERÍDICAS	PROCEDIMENTO DE DEPÓSITO JUNTO AO INPI
M1	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Imagens com baixa qualidade e um pouco desalinhadas do texto	Informações concisas	Cita apenas o órgão de registro
M2	Apresenta uma estrutura bem elaborada e objetiva	Imagens e ilustrações com alta qualidade e bem enquadradas no texto	Informações concisas	Cita o órgão e o fluxo para registro bem detalhado.
M3	Aborda a temática de forma mais superficial	Sem figuras, maioria em texto e tabela	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M4	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Boa <i>layoutização</i> e imagens enquadradas de forma concisa com o texto	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M5	Apresenta clareza, porém um pouco cansativa a leitura	Nenhuma imagem, apenas texto	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M6	Apresenta clareza e objetividade no conteúdo	Boa qualidade das ilustrações e do texto	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M7	Linguagem clara, mas com bastante texto	Ilustrações com boa qualidade, porém um pouco dispersas do texto.	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M8	Linguagem clara e de fácil compreensão	Boa qualidade das ilustrações e bem alinhadas ao texto	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M9	Linguagem clara, mas textos bem longos	Pouca qualidade nas imagens e texto apresentado	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M10	Apresenta clareza e objetividade no texto	Boa qualidade das ilustrações e bem alinhadas ao texto	Informações concisas	Detalha o procedimento para registro junto ao INPI
M11	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Imagens e ilustrações com alta qualidade e bem enquadradas no texto	Informações concisas	Detalha o procedimento para registro junto ao órgão responsável
M12	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Ilustrações de alta qualidade e bem enquadradas no texto	Informações concisas	Mostra o fluxo conforme INPI
M13	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Qualidade das ilustrações em baixa resolução e texto um pouco apagado	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M14	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Ilustrações de alta qualidade e bem enquadradas no texto	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável
M15	Apresenta clareza e objetividade na escrita	Qualidade das ilustrações um pouco baixa	Informações concisas	Apenas cita o órgão responsável

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2021)

No primeiro item, **linguagem clara e objetiva**, foi possível observar que em grande parte dos manuais a escrita é feita de forma de fácil entendimento, exceto em alguns casos como, M5,

M7 E M9 que possuem textos mais longos e com trechos que abordavam à Lei de Propriedade Industrial (LPI) na íntegra.

O parâmetro seguinte, imagens e ilustrações agradáveis, é o item de maior distorção entre os manuais, ou seja, em que apresenta uma maior variação de qualidade, entre texto e imagem. Em alguns casos, como M1, as ilustrações, bem como o texto estavam apresentados de modo não uniforme, com ausência de diagramação correta. Por outro lado, como consta em M7, as ilustrações apresentavam boa qualidade, porém o alinhamento com o texto não é o ideal.

Em seguida, no parâmetro informações verídicas, todos os manuais pesquisados apresentaram referências e dados concisos com a realidade estabelecida no âmbito do registro de marcas no Brasil, conforme prevê o INPI, em alguns casos, as abordagens ainda foram adiante, relatando sobre o pedido de registro internacional como nos casos de M2 e M4.

Findando com o parâmetro procedimento de depósito junto ao INPI, na maioria dos manuais consta apenas a referência ao INPI como órgão responsável pelo gerenciamento de pedidos para registro de marca, porém é importante destacar que, nos casos de M2, M10, M11 e M12, são feitos detalhamentos dos pedidos, assim como o fluxo das atividades que constam no processo de petição para o registro de marca.

Nesse contexto, entre os 15 manuais pesquisados e analisados no estudo, alguns se aproximam dos parâmetros para o desenvolvimento do manual de marca da incubadora da UEA, entre os que se destacam, estão M2, M4, M8, M10 e M11, de modo geral, foram os que atenderam ao que foi estabelecido nos parâmetros da pesquisa.

### 3.6 Registro da Marca Junto ao INPI

O procedimento técnico para se registrar uma marca estará descrito nesta fase por meio de informações levantadas junto ao site do INPI, ou seja, desde a busca prévia que é o primeiro passo até o pagamento das taxas exigidas para que se obtenha o certificado de concessão da marca.

Ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) cabe a função de apreciar os parâmetros e a viabilidade ou não dos pedidos que lhes sejam submetidos. Os pedidos de registro de marca podem ser encaminhados ao INPI exclusivamente por meio eletrônico por meio do sistema e-Marcas disponível no portal do INPI. A validade dos atos decorre diretamente de sua sujeição aos preceitos legais (AIRES, 2011; INPI, 2020).

I. No primeiro momento, apesar de não ser um ato obrigatório no processo de registro, é indicado que seja realizada uma busca prévia (anterioridade) no banco de dados disponibilizado pelo próprio INPI. A finalidade é saber se a marca na qual se pretende registrar já existe um pedido semelhante.

As chamadas petições ou registro das marcas podem ser requeridos tanto por pessoa física quanto por pessoa jurídica, outro ponto relevante é que se faz necessário o cadastro nas plataformas eletrônicas do INPI para as solicitações e devidos acompanhamentos.

II. Após o processo de cadastro no site, é relevante verificar a tabela de valores dos serviços referentes ao pedido de registro de marca, disponível no portal do INPI. Após a verificação, é necessário realizar a etapa de emissão e de pagamento da Guia de Recolhimento da União (GRU) do serviço demandado.

III. Em seguida ao pagamento e com o número da GRU, o titular dará início ao preenchimento do formulário de marcas chamado de e-Marcas. Nele são encontradas informações como: Apresentação da marca, ou seja, se é figurativa, mista, nominativa ou tridimensional, bem como a natureza produto/serviço, coletiva ou certificação. Dependendo da escolha, as opções vão variando.

É relevante destacar que, se tratando de uma marca coletiva, o registro só poderá ser solicitado pela pessoa jurídica que representa o coletivo, no caso de marca de certificação, o registro somente poderá ser requerido por pessoa sem interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço solicitado (ALCANTARA, 2011).

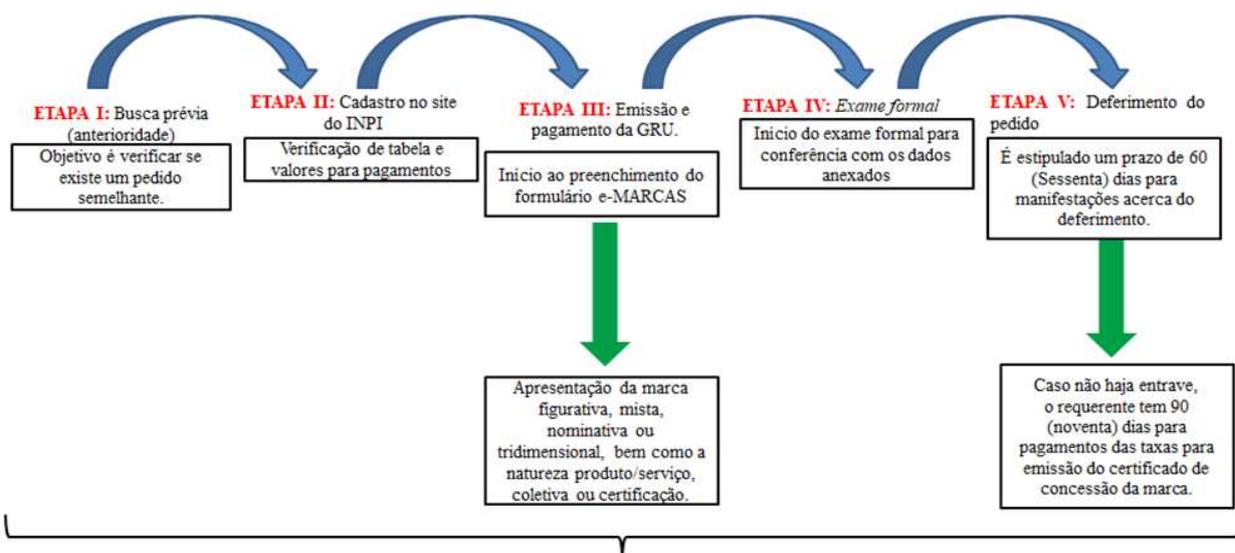
Além disso, o Brasil adota a classificação internacional de produtos e serviços do Acordo de Nice, conhecida como Classificação de Nice, que também é adotada pelo Protocolo de Madri. Essa classificação facilita o registro de marcas e a busca de anterioridades. Os produtos e serviços das mais diversas áreas de atuação foram divididos em classes, que contêm 45 classes, sendo 34 referentes a produtos e 11 referentes a serviços (CARVALHO, 2014; INPI, 2020).

IV. Ao preencher e protocolar a solicitação para apreciação do INPI, esta passará por um exame formal, basicamente para conferência dos dados anexados, bem como a solicitação de modo geral.

V. Caso o pedido seja deferido, é estipulado um prazo de 60 (sessenta) dias para alguma oposição ao deferimento. Caso não tenha nenhum tipo de manifestação, o requerente terá 90 (noventa) dias para pagamento das taxas. Conforme consta nos artigos 161 e 162 da LPI, O certificado de registro será concedido depois de deferido o pedido e comprovado o pagamento das retribuições correspondentes, no prazo de 60 (sessenta) dias contados do deferimento (BRASIL, 1996).

Ao final do procedimento, após o pagamento das taxas exigidas, é emitido o certificado de concessão da marca. O esquema a seguir mostra detalhadamente o fluxo da solicitação.

**Figura 3** – Etapas do Processo do Pedido de Marca



Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo (2020)

Todas as decisões são publicadas na *Revista de Propriedade Industrial – RPI*, no portal do INPI, ou pode-se acompanhar o pedido pelo sistema de busca de marca com *login* e senha, bem como o número do processo.

Por fim, diante de todo o contexto descrito na metodologia do estudo, foi possível chegar ao produto final proposto. O manual de marca é composto de 12 páginas, com capa, contracapa, apresentação dos agentes envolvidos, sumário, conteúdo e referências. Conforme consta na Figura 4.

**Figura 4 – Manual de marcas IN-UEA**



Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo (2022)

O manual será disponibilizado em formato digital para a incubadora IN-UEA, que será a responsável por disseminar para as empresas incubadas, bem como para a comunidade acadêmica interessada em realizar o registro de uma marca junto ao INPI.

## 4 Considerações Finais

O presente estudo possibilitou o desenvolvimento de um manual para auxílio no registro de marca na incubadora da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), tendo em vista a necessidade de um produto que pudesse estar à disposição das empresas incubadas interessadas nesse processo de registro. O manual de marca foi elaborado tanto para as empresas em processo de incubação quanto para a comunidade acadêmica em geral que tenham a necessidade de compreender a respeito das marcas e seus aspectos legais e também do processo junto ao INPI.

A pesquisa bibliográfica contribuiu no processo de identificação da importância do registro de marca para o desenvolvimento dos pequenos negócios, assim como, o papel das incubadoras no processo de amadurecimento destas empresas. Além disso, foi realizado um levantamento de manuais por meio de *site* de diferentes instituições de ensino, o que possibilitou elencar parâmetros importantes para o desenvolvimento do produto tecnológico. Em seguida, por meio de buscas junto ao *site* do INPI, foi descrito o passo a passo para registro de marca que é apresentado dentro do produto. Findando dessa maneira os objetivos específicos da pesquisa. Por meio do *benchmarking* com manuais de outras instituições de ensino superior, foi possível

analisar aspectos que pudessem contribuir tanto na parte de conteúdo quanto na editoração e *design* gráfico do manual proposto, chegando ao objetivo geral apresentado no estudo.

Nesse contexto, tendo em vista a importância da incubadora de empresas da universidade (IN-UEA) para o ecossistema local, é relevante que novos estudos sejam desenvolvidos abordando outros aspectos da propriedade intelectual para maior fortalecimento do manual de marca na instituição, com o intuito de ampliar o leque de oportunidades para diferentes subitens de proteção, dessa maneira, buscando consolidar essa cultura na UEA. Por fim, acredita-se que o manual de marca possa viabilizar a compreensão dos empresários inseridos na incubada IN-UEA a respeito do processo para registro de suas respectivas marcas junto ao INPI.

## 5 Perspectivas Futuras

Tendo em vista que este estudo foi o passo inicial acerca da temática que envolve o fortalecimento da propriedade intelectual na incubadora de empresas da Universidade do Estado do Amazonas, entende-se que o desenvolvimento de estudos futuros com foco em outras áreas da PI torna-se extremamente relevante para dar mais corpo ao manual de marca, dessa maneira, podendo se transformar futuramente em um manual de propriedade intelectual da referida universidade. Além disso, entende-se que a validação desse manual com a comunidade acadêmica e as *startups* em pesquisas futuras também poderá contribuir para esse avanço.

## Referências

AIRES, Guilherme Machado. O conceito de marca e sua proteção jurídica. **Revista CEPPG**, [s.l.], n. 25-2, p. 115, 2011.

ALCANTARA, Fabrícia. A Proteção das Marcas no Direito Brasileiro. **Revista Brasileira de Direito Internacional – RBDI**, [s.l.], v. 4, n. 4, 2011.

ANPROTEC – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES DE EMPREENDIMENTOS DE TECNOLOGIA AVANÇADA. **Portal Anprotec**. 2020. Disponível em: <https://anprotec.org.br/site/sobre/incubadoras-e-parques/#1>. Acesso em: 13 ago. 2020.

BARBOSA, L. G. F.; HOFFMANN, V. E. Incubadora de empresas de base tecnológica: percepção dos empresários quanto aos apoios recebidos. **Revista de Administração e Inovação**, [s.l.], v. 10, n. 13, p. 206-229, 2013.

BOFF, Salete Oro *et al.* **Propriedade intelectual e gestão da inovação**. Erechim, RS: Editora Deviant, 2017.

BRANCO, Sérgio. **O domínio público no direito autoral brasileiro**: uma obra em domínio público. Lumen Juris, 2011.

BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm). Acesso em: 5 ago. 2020.

CARVALHO, Lídia de Almeida. **Sistema Tradicional ou Protocolo de Madri? Informações e métodos para a tomada de Decisão**: Dissertações do Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação. Rio de Janeiro: INPI, 2014. v. 47.

- CRISTÓFOLI, Ater *et al.* **Faces do empreendedorismo inovador**. Paraná: Senai-Inova, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Planejando incubadoras de empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégia de Sobrevivência para Pequenas Empresas**. São Paulo: Saraiva Educação S.A., 2018.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2010.
- INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas**. 2020. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: 10 ago. 2021.
- LOUREIRO, R. N. A.; WANDERLEY, V. C.; BANDEIRA, M. G. A. Propriedade intelectual. In: RUSSO, S. L. *et al.* (org.). **Rede NIT NE – Textos de referência em inovação tecnológica e empreendedorismo**. Aracaju: Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual, 2017. p. 107-110.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Marina. **Técnicas de Pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MARSALIA NETO, Luiz *et al.* Benchmarking: um instrumento para o mundo moderno. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, Minas Gerais, n. 5, 2008.
- SERRALVO, Francisco Antônio. **Gestão de marcas e produtos**. [S.l.]: IESDE Brasil S.A., 2009.
- SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. [S.l.]: Editora Manole, 2014.
- TEH, Chang Chuan; KAYO, Eduardo Kazuo; KIMURA, Herbert. Marcas, patentes e criação de valor. **Revista de Administração Mackenzie**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 86-106, 2008.
- UEA – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS. Conselho Universitário. **Resolução n. 37/2019**. Alteração da Resolução n. 42/2016 sobre o regimento interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas. Disponível em: <https://xfiles.uea.edu.br/data/legislacao/ato/p17203.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.
- UEA – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS. Conselho Universitário. **Resolução n. 48/2013**. Dispõe sobre a aprovação do regimento interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas. Disponível em: <https://xfiles.uea.edu.br/data/legislacao/ato/p16316.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.
- UEA – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS. Conselho Universitário. **Resolução n. 42/2016**. Alteração da Resolução n. 48/2013 sobre o regimento interno da Incubadora de Empresas da Universidade do Estado do Amazonas. Disponível em: <https://xfiles.uea.edu.br/data/legislacao/ato/p16316.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.
- UEA – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS. **Sobre a UEA**: UEA Institucional, Apresentação. 2023. Disponível em: <https://www1.uea.edu.br/sobre.php?dest=apresentacao>. Acesso em: 20 fev. 2023.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- XAVIER, Wesley Silva; MARTINS, Guilherme Silveira; LIMA, Afonso Augusto Teixeira de Freitas de Carvalho. Fortalecendo empreendimentos em TI: qual a contribuição das incubadoras? **JISTEM: Journal of Information Systems and Technology Management**, [s.l.], v. 5, n. 3, p. 433-452, 2008.

## Sobre os Autores

### **Rayner do Nascimento Souza**

*E-mail:* rayner.adm@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8336-3311>

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação – PROFNIT. Universidade do Estado do Amazonas – UEA, 2022.

Endereço profissional: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Rua Saldanha Marinho, n. 410, Centro, Manaus, AM. CEP: 69010-040.

### **Rosa Maria Nascimento dos Santos**

*E-mail:* rmsantos@uea.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4524-5338>

Doutora em Meteorologia. Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE, 2005.

Endereço profissional: Universidade do Estado do Amazonas, Escola Superior de Tecnologia, Av. Darcy Vargas, n. 1.200, Parque Dez de Novembro, Manaus, AM. CEP: 69050-020.

### **Raimundo Correa de Oliveira**

*E-mail:* rcoliveira@uea.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5428-8762>

Doutor em Engenharia Elétrica. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2013.

Endereço profissional: Universidade do Estado do Amazonas, Escola Superior de Tecnologia, Av. Darcy Vargas, n. 1.200, Parque Dez de Novembro, Manaus, AM. CEP: 69050-020.