

Propriedade intelectual

Guia prático de desenvolvimento, registro e uso de marcas coletivas



Sumário

- 03 Apresentação
- 04 O que são Marcas Coletivas?
- 05 Benefícios de uma Marca Coletiva
- 07 Construção e desenvolvimento de uma Marca Coletiva
- 12 Ferramentas de controle e melhoria de processos
- 13 Caso “Flona Tefé”
- 14 Referências Bibliográficas

01

Apresentação

O registro de marca de produtos ou serviços, além de proteger legalmente contra fraude e uso indevido, é uma maneira de identificação e diferenciação no mercado. Quando o interesse ou a necessidade de registro parte de membros de uma determinada entidade, seja associação, cooperativa ou sindicato, tem-se a oportunidade de estabelecer uma marca coletiva.

Este guia foi elaborado no âmbito do Projeto da Agenda para o Desenvolvimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) intitulado “Registro de Marcas Coletivas de Empreendimentos Locais como uma Questão Transversal de Desenvolvimento Econômico”. O objetivo é promover o desenvolvimento, registro e uso de marcas coletivas como uma ferramenta para aprimorar os produtos e serviços de comunidades em quatro países: Bolívia, Filipinas, Tunísia e Brasil.

No Brasil, a OMPI selecionou a Associação de Produtores Agroextrativistas da FLONA de Tefé e Entorno (APAFE), entidade que reúne ribeirinhos e comunitários da área de influência da Floresta Nacional de Tefé (Flona-Tefé) no estado do Amazonas. O projeto foi implementado com o apoio de uma rede formada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Ministério das Relações Exteriores e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Este guia pretende trazer conceitos e boas práticas acumuladas pela experiência no desenvolvimento de Marcas Coletivas, especialmente da marca “Flona Tefé”.

2. O que são Marcas Coletivas?

Antes de discorrermos sobre o conceito de Marca Coletiva, sua importância e particularidades, faz-se necessário conhecer o conceito de marcas e seus desdobramentos.

O que são marcas?

Marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços em relação a outros semelhantes.

A marca pode ser um signo, um símbolo, um ícone ou uma simples palavra que, quando devidamente registrada, protege a empresa de usos indevidos. Além disso, ampara o consumidor que já conhece a procedência do que consome.

Tipos de marcas

Há 3 tipos de marcas passíveis de registro no Brasil: as Marcas de Produtos ou Serviços, as Marcas de Certificação e as Marcas Coletivas.

Marcas de Produtos ou Serviços

As Marcas de Produtos ou Serviços são aquelas que frequentemente temos contato, seja nos mercados ou na prestação dos mais diversos serviços. Esse tipo de marca serve para diferenciar o produto ou serviço dos demais existentes. Como exemplos, podemos citar Petrobras, Banco do Brasil, Sebrae, Meta, Coca-Cola e Apple.



Marcas de Certificação

As Marcas de Certificação são utilizadas para diferenciar um produto ou serviço pelo cumprimento de normas, padrões e/ou especificações, relacionadas à qualidade, ao material utilizado, à metodologia empregada ou à natureza.

Como exemplo, a marca IBD atesta que o produto não utiliza agrotóxicos. Outro exemplo é a marca Procel, que mostra ao consumidor, por meio de um selo, os produtos com melhores níveis de eficiência energética.



Marcas Coletivas

As Marcas Coletivas, além de promoverem diferenciação, indicam que a produção ou prestação do serviço é realizada pelos membros de uma determinada entidade coletiva (associação, cooperativa, sindicato etc.). Como exemplo, evidenciamos as marcas coletivas AMORANGO, ABIC e UNICRED, que pertencem respectivamente à Associação dos Agricultores Familiares Produtores de Morango de Nova Friburgo (AMORANGO), à Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) e à Confederação Nacional das Cooperativas Centrais Unicred's - Unicred do Brasil (UNICRED).



3. Benefícios de uma Marca Coletiva

Vantagens do registro

Como vimos anteriormente, as marcas são um sinal visualmente perceptível que dá identidade a um produto ou serviço de uma empresa ou de uma coletividade. Assim, identificam a origem e distinguem serviços e produtos de outros semelhantes. No caso da Marca Coletiva, refere-se a uma entidade formalizada. Justamente por causa de sua natureza, a marca somente poderá pertencer à pessoa jurídica representante de uma coletividade, por exemplo, uma associação ou cooperativa.

A marca está entre os mais importantes patrimônios de uma empresa ou coletividade. Mas, como todo patrimônio, precisa ser protegido. O registro da

marca coletiva garante os interesses do titular.

O registro auxilia na prevenção do uso dessa propriedade intelectual por outras pessoas ou empresas não autorizadas. Assim, fortalece a comunicação junto ao consumidor, de modo a preveni-lo contra fraudes e falsificações.

A utilização de um símbolo ou palavra sem registro não garante o direito de uso sobre ela. Pode haver situações de conflito resultantes de apropriações indevidas por parte de outras pessoas/empresas. Logo, esse contexto evidencia a necessidade do registro dessas marcas para garantir sua proteção junto aos legítimos usuários.

Vantagens do uso



Possibilidade de redução dos custos administrativos, logísticos, de divulgação e de registro da marca, por meio do compartilhamento dessas despesas;



Auxílio na identificação dos produtos ou serviços da entidade coletiva e consolidação junto ao consumidor;



Maior valorização da entidade junto aos produtores associados, aos parceiros e ao mercado;



Potencial de conquista de novos mercados;



Melhoria na qualidade e padronização dos produtos e serviços oferecidos;



Estímulo à organização do capital social da entidade coletiva e à efetiva governança da marca, a partir de condições estabelecidas e acordadas coletivamente.



Proteção jurídica contra fraudes, usurpações e falsificações;



A importância do Regulamento de Utilização

As marcas coletivas possibilitam a informação quanto à qualidade, procedência e formas de elaboração dos produtos. Ademais, por sua natureza, requerem formas organizativas sólidas, o que contribui para a maturidade da gestão dos grupos e comunidades.

Essa particularidade exige que o pedido de registro contenha um Regulamento de Utilização. Nesse documento, a entidade que pretende ter a titularidade da Marca Coletiva apresenta as

condições e proibições para o uso dessa marca por parte de seus associados. Apenas os membros da entidade titular da marca que seguem o Regulamento de Utilização podem fazer uso dela.

Há casos de Marcas Coletivas de associações que são utilizadas como uma marca “guarda-chuva”, conjuntamente com as marcas de seus associados. Mas também é possível utilizar a marca coletiva como a única aplicada na embalagem de um produto.

4. Construção e desenvolvimento de uma Marca Coletiva

Para o início da estruturação de uma Marca Coletiva, faz-se necessário passar por algumas etapas, a fim de gerar melhor compreensão e engajamento dos interessados, seja no processo de registro bem como na gestão da marca.

Como exemplo, para desenvolvimento do processo de registro da Marca Coletiva “Flona Tefé”, foi utilizada uma metodologia que consiste no cumprimento das seguintes etapas:

01	Articulação com lideranças, agentes locais e parceiros.	Elaboração de diagnóstico da situação atual do projeto e trabalho de envolvimento dos agentes locais e parceiros.
02	Sensibilização do grupo.	Realizada a articulação com agentes locais é necessário sensibilizá-los sobre o tema, bem como estipular um plano de trabalho.
03	Mapeamento dos produtos e de suas cadeias produtivas.	Definição dos produtos a serem protegidos e realização de estudos de suas cadeias produtivas.
04	Adequação da entidade representativa dos produtores.	Definição da entidade representativa titular da marca coletiva e possíveis adequações para atender exigências legais.
05	Aprimoramento de governança.	Preparação e fortalecimento da governança para realização de trabalho coletivo na gestão da marca coletiva.
06	Identidade visual da marca coletiva.	Realização de estudo e criação da identidade visual da marca coletiva.
07	Regulamento de utilização.	Construção coletiva de documento que atenda às necessidades e defina as regras para o uso da marca coletiva.
08	Protocolo para registro da marca coletiva.	Organização de documentos, definição da classificação NICE e protocolo de registro da marca coletiva junto ao INPI.
09	Mecanismo de controle.	Definição de passos, formulários e fluxos para o cumprimento do regulamento de utilização.
10	Capacitação dos responsáveis por controlar o uso da marca coletiva.	Treinamento dos responsáveis por controlar o uso da marca coletiva utilizando os mecanismos de controle para cumprimento do regulamento de utilização.
11	Plano de trabalho pós-registro.	Levantamento de desafios a serem superados e ações estratégicas a serem seguidas pelo grupo da marca coletiva.

ETAPAS DE ESTRUTURAÇÃO

Articulação com lideranças, agentes locais e parceiros

A articulação com as lideranças, agentes locais e parceiros é o foco inicial.

Em lugares com a logística mais dificultosa, é esta articulação que possibilitará com que todas as outras etapas sejam passíveis de execução. Ademais, neste momento, é fundamental reunir o máximo de informações para um diagnóstico realista da situação encontrada no ambiente de atuação da entidade.

Sensibilização dos agentes interessados e instituições

A importância da sensibilização está atrelada à disseminação das informações sobre o registro e uso da Marca Coletiva às lideranças, agentes locais e parceiros nas etapas de estruturação da marca. Deve-se discutir a situação atual de proteção dos produtos, os prós e contras das ações, algumas possibilidades de trabalho, cronograma e, por fim, o plano de trabalho.

É preciso selecionar as pessoas importantes para o sucesso do processo, dividindo as tarefas necessárias de acordo com a habilidade de cada uma.

O segredo de um grupo proativo e engajado é o envolvimento de pessoas-chave que estejam cientes do seu papel e das etapas que deverão ser superadas para o sucesso da coletividade.

Mapeamento dos produtos e de suas cadeias produtivas

Tendo em vista que uma Marca Coletiva pode abranger vários produtos, faz-se necessário promover o mapeamento dos produtos e de suas cadeias produtivas. Esse rol de produtos poderá ser ampliado, conforme as necessidades da coletividade, sendo necessário, nesse caso, atualizar o Regulamento de Utilização junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O INPI é a autarquia federal responsável pela proteção de alguns direitos de propriedade intelectual do Brasil, como marcas, patentes, desenhos industriais e indicações geográficas.

O objetivo desta etapa é tomar conhecimento de quais produtos serão comercializados com a Marca Coletiva e quais serão as etapas que exigirão o controle da entidade representativa.

Adequação da entidade representativa dos produtores

Dentre as exigências do INPI, está a devida representatividade da entidade coletiva. Uma vez que, na maioria das situações, a entidade coletiva que será titular da Marca Coletiva não está adequada formalmente para o registro, deve-se trabalhar nas etapas requeridas para sua adaptação. Entre os passos necessários, há a realização de assembleias, elaboração de atas, alteração de Estatutos Sociais, bem como o registro no cartório competente.



Trabalho de aprimoramento e empoderamento da governança

Não basta somente dispor de uma entidade coletiva com seus aspectos formais alinhados, é fundamental que os seus membros se sintam empoderados e que as noções de associativismo e cooperativismo sejam aplicadas.

O grupo deve buscar pensar coletivamente e garantir que as decisões tomadas acerca da Marca Coletiva atendam o interesse de forma unânime e organizada.

Desenvolvimento da identidade visual

Nesta etapa, geralmente o grupo está bem engajado e preparado para a continuidade da construção da Marca Coletiva. Para garantir a constância do sentimento de pertencimento, inicia-se o desenvolvimento da identidade visual da marca. A partir desse momento, a entidade coletiva ganhará um símbolo ou sinal que a representará.

Inicialmente, faz-se a coleta de informações e de elementos importantes para a comunidade. Assim, uma equipe de criação poderá trabalhar

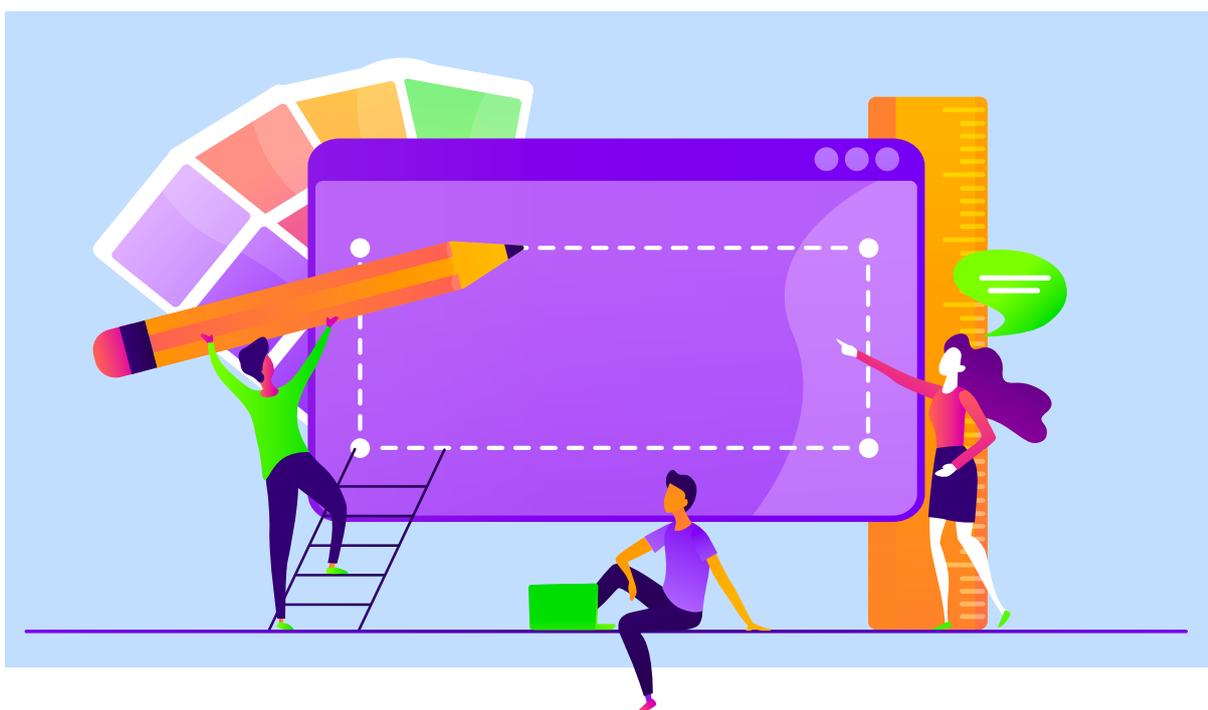
no logotipo que servirá para diferenciação do produto no mercado.

A marca criada, com suas devidas inspirações e justificativas, deve ser apresentada para aprovação do grupo. Os associados são convidados a expressarem se há uma identificação coletiva com o sinal. Se não houver, a equipe de criação deverá ouvir novamente os produtores. É interessante estimular a produção de camisetas e de outros materiais gráficos e audiovisuais para a adesão do grupo.

Criação do Regulamento de Utilização

A última ação a ser realizada na etapa de estruturação é a construção colaborativa do Regulamento de Utilização da Marca Coletiva. Este documento deve ser criado com atenção, calma e constante participação dos envolvidos.

Conforme citado anteriormente, o Regulamento de Utilização é o documento que contém dados que regulamentam a Marca Coletiva, onde devem estar presentes as regras de uso e promoção da marca, além de métodos de controle por parte dos responsáveis por controlar o uso da marca coletiva, abrangendo as decisões necessárias



para a gestão da marca, conforme consta no Manual de Marcas (INPI):

“O regulamento de utilização das marcas coletivas deverá conter:

- descrição da pessoa jurídica requerente, indicando sua qualificação, objeto social, endereço e pessoas físicas ou jurídicas autorizadas a representá-la;
- condições para eventual desistência do pedido de registro ou renúncia, parcial ou total, do registro da marca;
- requisitos necessários para a afiliação à entidade coletiva e para que as pessoas, físicas ou jurídicas, associadas ou ligadas à pessoa jurídica requerente, estejam autorizadas a utilizar a marca em exame;
- condições de utilização da marca, incluindo a forma de apresentação e demais aspectos referentes ao produto ou serviço a ser assinalado;
- eventuais sanções aplicáveis no caso de uso inadequado da marca.

Além dos elementos mencionados nos itens acima,

o regulamento poderá ser acrescido de quaisquer outros elementos que o requerente da marca coletiva julgar pertinente.”

REGISTRO JUNTO AO INPI

Protocolo para registro da Marca Coletiva junto ao órgão responsável

Finalizada a etapa de estruturação, espera-se do grupo que todos estejam engajados e alinhados acerca da conceituação da Marca Coletiva e de suas possibilidades de uso e promoção. Com os documentos validados e finalizados, chega a hora de realizar o pedido de registro da Marca Coletiva junto ao órgão responsável (no caso do Brasil, no INPI).

Durante o diagnóstico inicial, deve-se realizar a análise de viabilidade da marca, a fim de garantir que não há impedimentos de registro, como uma marca já registrada com o nome e classe pretendidos.

Com a possibilidade de registro demonstrada, deve-se proceder com a sua classificação.

Atualmente, o Brasil adota um sistema em que



a marca é protegida em uma classe somente. No caso do interesse de registro em mais de uma classe, são necessários processos adicionais. Porém, já se estuda a possibilidade de mudança para o sistema multiclasse, a exemplo do que já ocorre para as designações que chegam ao Brasil pelo Protocolo de Madri. O INPI utiliza a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, na sigla em inglês), que dispõe de uma lista de 45 classes com informações sobre os diversos tipos de produtos e serviços.

O sistema de classificação é dividido entre produtos, listados nas classes 1 a 34, e serviços, listados nas classes 35 a 45. É importante saber que as classes e listas não são exaustivas, ou seja, não incluem todos os tipos de produtos e serviços que existem.

Decidido com os produtores as classes de proteção da Marca Coletiva que entendem viáveis, é hora de pagar a Guia de Recolhimento da União (GRU) e proceder com o pedido de registro junto no sistema e-Marcas do INPI.

Deverão ser anexados os documentos pertinentes, principalmente o Regulamento de Utilização e demais itens obrigatórios pela legislação e de acordo com a instrução normativa do INPI vigente. Posteriormente, o pedido será publicado na Revista da Propriedade Industrial (RPI) e o mérito do pedido será apreciado de 9 a 18 meses aproximadamente, devendo ser acompanhados os prazos e eventuais manifestações que venham a surgir.

De acordo com o interesse e necessidade da coletividade, existe a possibilidade de se utilizar do Protocolo de Madri para proteger a Marca Coletiva em outros países. O Protocolo referente ao Acordo de Madri sobre o Registro Internacional de Marcas objetiva facilitar para os requerentes o depósito e a administração de

pedidos de registro de marca em vários países, por meio de uma gestão centralizada desses registros. Os requerentes podem solicitar proteção da marca em mais de 100 países por meio do depósito de um só formulário de pedido internacional, em um único idioma, e com pagamento centralizado de retribuições.

Expedição do certificado de registro

Após a análise de mérito, caso seja deferido o pedido de registro da Marca Coletiva, o requerente deverá emitir uma nova GRU referente à concessão do registro para o primeiro decênio de vigência de registro de marca e expedição de certificado de registro.

Com o pagamento da GRU, recebe-se o certificado de registro, no qual constarão a marca, o número, a data do registro, o nome, a nacionalidade e o domicílio do titular, os produtos ou serviços assinalados e as características do registro. Abaixo segue um modelo de certificado de registro de Marca Coletiva emitido pelo INPI:

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Ministério da Economia
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas

Certificado de registro de marca
Processo nº: 00000000

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e do uso exclusivo, certifica que a marca abaixo reproduzida encontra-se registrada nos termos das normas legais e regulamentares em vigor, mediante as seguintes características e condições:

IMAGEM DA MARCA

Data de depósito: 20/10/2016
Data de concessão: 20/10/2017
Fim da vigência: 20/10/2027

Titular: Nome do Titular
Endereço: Endereço completo do Titular

Apresentação: Marca
Natureza: Marca de Produto/Serviço
CPE(R): 2.0.0
NCU(R): 0
Especificação: Especificação de produto/serviço

Rio de Janeiro, 20/10/2017

Assinatura do Diretor

Diretor de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas

Autenticação eletrônica emitida pelo INPI em 20/10/2017 às 14:00:00. O documento original encontra-se disponível no endereço eletrônico: www.inpi.br

5. Ferramentas de controle e melhoria de processos

Criação de Mecanismos de Controle

Engana-se quem pensa que a estruturação de uma Marca Coletiva se consolida somente com o registro junto ao órgão competente. Como se trata da utilização por um grupo de pessoas, a coletividade deve empreender ações de controle e de melhoria dos processos.

Para isso, orienta-se criar mecanismos de controle. Enquanto no Regulamento de Utilização o foco está nas regras de uso da Marca Coletiva, nos Mecanismos de Controle deverão ser definidas as formas de cumprimento do documento.

Nesta etapa deve-se criar fichas de inscrição e de controle, bem como um roteiro prático para que todos aqueles que quiserem utilizar a marca de acordo com o que foi especificado no Regulamento de Utilização saibam os passos necessários.

Ressalta-se que este documento pode e deve ser readequado pela entidade coletiva sempre que necessário, portanto, deve ser trabalhado inicialmente como “versão 1.0”. É importante estimular o aperfeiçoamento constante do grupo.

Capacitação dos responsáveis por controlar o uso da marca coletiva para operacionalização

Agora que já existe um processo formal concluído, membros engajados e documentos de regramento e controle fixados, é necessário capacitar aqueles que farão a gestão e fiscalização da Marca Coletiva.

De nada adianta ter um direito garantido com o registro da marca e documentos que melhoram os processos sem pessoas capacitadas para operar a Marca Coletiva da maneira correta.

Neste momento, são convocados os conselheiros para a simulação de um lote de algum dos produtos que levará consigo o signo distintivo para melhor entendimento de cada etapa que compõe a operacionalização dessa Marca Coletiva.

Com a finalização de cada etapa de forma exitosa, o grupo estará pronto para usar e agregar valor com a Marca Coletiva, por meio de documentos bem escritos e consolidados e uma equipe de controle e gestão preparada.

Desenvolvimento de plano de trabalho “pós-registro”.

É importante a realização de um plano de trabalho “pós-registro”. As ações desenvolvidas e etapas que devem ser aperfeiçoadas com o grupo para que os resultados almejados sejam alcançados referem-se ao desenvolvimento de embalagens, rotulagem, logística, rastreabilidade, ações de mercado, branding etc.



Neste plano de trabalho colocam-se os principais impasses do projeto e as formas para superá-los. De forma resumida, esta é uma análise do status do grupo, seus desafios e facilidades demonstradas. É a delimitação do caminho a ser percorrido para a consolidação de uma Marca Coletiva de sucesso.

6. Caso “Flona Tefé”

O Projeto da OMPI “Registro de Marcas Coletivas de Empreendimentos Locais como uma Questão Transversal de Desenvolvimento Econômico” contemplou a construção e o registro da marca coletiva Flona Tefé para a Associação de Produtores Agroextrativistas da FLONA de Tefé e Entorno (APAFE), entidade que reúne ribeirinhos e comunitários da área de influência da Floresta Nacional de Tefé (Flona-Tefé), no estado do Amazonas. São cerca de 100 comunidades/localidades, abrangendo aproximadamente 3.500 moradores. Os municípios abrangidos pela APAFE são Tefé e Alvarães.

A APAFE historicamente tem demonstrado bom nível de organização e governança. Isso se deve principalmente ao apoio das diversas entidades, à boa liderança conduzida pelas diretorias e aos importantes projetos

de captação de recursos conquistados. A associação reúne 423 produtores regularmente associados. Os principais produtos comercializados são: farinha de mandioca e seus derivados, mel de abelha e pólen de abelhas nativas, óleos de andiroba e copaíba, castanha-do-brasil, banana, melancia, verduras e legumes, pequenos animais e artesanato.

Para se falar do caso da Marca Coletiva Flona Tefé há que se considerar a realidade local. Foi de extrema importância haver um mapeamento das partes interessadas envolvidas no projeto, bem como dos parceiros que contribuíram dali para a frente. Outro ponto a se observar diz respeito à geografia da região, métodos de locomoção, dinâmica de interação entre as comunidades locais, conectividade e logística.

Após processo de seleção da consultoria responsável pelo projeto, houve reuniões entre consultores, parceiros e equipe de apoio local, nas quais pôde-se detalhar mais expectativas e dificuldades do projeto. Tendo em vista o sucesso desse alinhamento inicial, o passo seguinte foi adaptar a metodologia que seria utilizada para execução do projeto, respeitando o cronograma de ações e plano de trabalho proposto pelo grupo. Assim, os consultores produziram um “estudo de escopo”, o qual foi



validado pelos parceiros do projeto.

Boa parte das reuniões presenciais ocorreu em diferentes comunidades, apesar das dificuldades de logística dentro da Floresta Nacional de Tefé, fato este que acabou sendo um grande diferencial. Pôde-se perceber um maior interesse e engajamento dos produtores e da própria comunidade com o projeto, alimentando um desejo de fazer com que a Marca Coletiva proposta pudesse de fato auxiliá-los a galgar novos patamares de desenvolvimento comercial bem como de desenvolvimento social local.

Especificamente sobre o registro, analisou-se o rol de produtos com o grupo e concluiu-se que estavam abrangidos na Classe 30 de Nice, a qual congrega gêneros alimentícios de origem vegetal, exceto frutas, verduras e legumes, preparados ou conservados para consumo, assim como produtos destinados a melhorar o sabor dos alimentos.



O pedido de registro da Marca Coletiva Flona Tefé foi protocolado no INPI em fevereiro de 2022. A marca foi concedida em janeiro de 2023.

Além disso, foi percebido que o serviço de turismo da comunidade também poderia utilizar a Marca Coletiva, todavia, estrategicamente não era viável o protocolo de um novo processo naquele momento, haja vista a maturidade do grupo e seus objetivos, o que não impede um registro posterior.

Dentre os desafios inerentes à região, como a dificuldade com logística ou ainda a dificuldade de conectividade e comunicação, vale ressaltar alguns pontos que podem e devem ser acompanhados por parceiros para o bom desenvolvimento futuro da Marca Coletiva Flona Tefé:

- Criação e/ou adequação de unidades produtivas individuais ou coletivas aderentes à legislação de cada produto;
- Disponibilização de capacitações de Boas Práticas Agrícolas (BPA) e Boas Práticas de Fabricação (BPF);
- Desenvolvimento e implementação de rótulos e embalagens apropriadas para cada tipo de produto;
- Fortalecimento das estratégias de compra e venda conjunta;
- Conexão dos produtos com mercados especiais (gastronomia, empórios, mercados gourmet, etc.);
- Disponibilização de um gerente executivo (modelo agente de inovação) devidamente capacitado, para atuar com o papel estratégico de gestão, controle e promoção da Marca Coletiva;
- Implementação de um canal de vendas on-line;
- Apoio na promoção estratégica da Marca Coletiva com o desenvolvimento de mídias sociais.

7. Referências Bibliográficas

Guia completo para registrar a sua marca. SEBRAE/BA, Salvador, 2020. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/\[eBook%20SebraeBA\]%20Guia%20completo%20para%20registrar%20a%20sua%20marca.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/[eBook%20SebraeBA]%20Guia%20completo%20para%20registrar%20a%20sua%20marca.pdf)>. Acesso em:

Guia prático de marcas coletivas para comercialização de produtos da agricultura familiar. SAF/MAPA, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/guia-pratico-marcas-coletivas-para-comercializacao-de-produtos-da-agricultura-familiar/view>>. Acesso em:

Manual de Marcas. INPI, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>

INPI INSTITUTO
NACIONAL DA
PROPRIEDADE
INDUSTRIAL

SEBRAE


WIPO