

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 20 de janeiro de 2020 às 08h54
Seleção de Notícias

Folha de S.Paulo | BR

Marco regulatório | INPI

Fuja de modismos e polêmicas na hora de batizar seu negócio 3

MPME | GUILHERME BOTACINI

Fuja de modismos e polêmicas na hora de batizar seu negócio

MPME



Nome ideal deve funcionar em qualquer país e refletir diferencial da marca

Guilherme Botacini

São Paulo

O nome do negócio muitas vezes é a primeira preocupação do empreendedor na hora de começar um negócio. Essa escolha, contudo, deve ser feita só depois de muita pesquisa e da criação de uma estratégia para a marca.

"Investigue antes de tomar qualquer decisão, desde os registros já existentes até o público-alvo", afirma Antonio Roberto, fundador da Managic, consultoria especializada na criação de marcas.

Sem esse cuidado, o empresário pode descobrir, por exemplo, que já existe site registrado com o nome escolhido e acabar sem uma página do empreendimento.

Uma boa marca reflete os atributos e diferenciais do negócio, diz Antonio Roberto.

Foi pensando nisso que as sócias Veronique Forati,

62, e Marta Monteiro, 65, escolheram Morar.com.vc para seu site de compartilhamento de moradias que permite buscar casas a partir de afinidades entre possíveis moradores.

Onome da empresa foi grafado de propósito da mesma forma que o site da startup. "Foi uma forma de aumentamos o tráfego sem investir em marketing" diz Forati.

Os planos de expansão internacional, contudo, exigiram uma mudança de nome. A partir de março, a startup se chamará Coliiv.

De acordo com Forati, o nome deixa claro que é um negócio de moradias compartilhadas, tem pronúncia fácil em vários idiomas e estava disponível online tanto no Brasil quanto no exterior.

Essa aliás é uma das recomendações para qualquer negócio. A chamada checagem de desastre garante que a denominação escolhida, para a marca e os produtos comercializados, não signifique um termo estranho ou pejorativo em outro idioma.

Evitar palavras com sons muito particulares do português e difíceis de serem falados por estrangeiros, como o som do "ão", também ajuda a criar um negócio com potencial de exportação.

Quem quer abrir seu próprio negócio deve fugir da tentação dos modismos, que costumam ter vida curta, afirma Cássio Ferraro, consultor do Sebrae-SR. Ele cita como exemplo os termos de parentesco no setor alimentício, como "Bolo da Vovó". "Muitas lojas surgiram e poucas sobreviveram", afirma.

Ferraro alerta também para o uso do nome próprio do dono do negócio, que em geral não representa um atributo, sentimento ou diferencial de mercado - ca-

racterísticas essenciais para a marca.

O consultor sugere que o termo escolhido seja o mais neutro possível. "Não pense em religião, partido político, time de futebol ou gênero. Mesmo que tenha um público-alvo específico, o serviço tem que agradar a todos."

A empresária Thais Gimenez, 37, optou por uma solução simples para sua loja de roupas íntimas, a Morango Moda Íntima, que fica na Mooca, zona leste de São Paulo.

Gimenez pensou no nome da fruta porque remete, segundo ela, à sensualidade. A marca e a loja foram criadas com base na cor vermelha. O complemento "moda íntima" foi dado para evidenciar os produtos vendidos, já que a fruta não é imediatamente associada à vestimenta.

"As clientes dão apelidos carinhosos para a loja, dizem que estão na moranguinho", conta a empresária, que tem faturamento médio mensal de R\$ 60 mil e planos para abrir novos pontos na cidade.

Os especialistas recomendam cautela ao apelar para o nome do produto, serviço ou setor de atuação. Apesar de evidenciar o que faz a empresa, a alcunha pode parecer generalista.

Continuação: Fuja de modismos e polêmicas na hora de batizar seu negócio

Escolhido o nome, é importante fazer o registro o quanto antes no **INPI** (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), autarquia ligada ao Ministério da Economia.

O pedido, que pode ser feito no site do instituto (**inpi.gov.br**), custa entre R\$ 355 e R\$ 415, dependendo do tipo de registro. Microempresas, microempreendedores individuais e empresas de pequeno porte têm descontos.

As marcas podem ser registradas de quatro formas diferentes: nominativas (apenas o nome), figurativas (identidade visual), mista (nome e imagem) ou tridimensional (quando a identidade visual contém forma tridimensional e não necessária para a produção do produto).

Após deferido o pedido, o empreendedor obtém a concessão do registro, que tem prazo de validade de dez anos. Para tal, é preciso pagar uma nova taxa, que vai de R\$ 298 (com desconto) a R\$ 745.

Já a compra do domínio online é feita através do site Registro.br. Custa de R\$ 40 (por um ano) a R\$ 364 (por dez anos).

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | INPI
3