

MARCA MABEL UMA HISTÓRIA DE PERSISTÊNCIA: UM ESTUDO NA BASE DE DADOS DO INPI

Simone Maria da Silva¹ Cleide Mara Barbosa da Cruz² Cristiane Monteiro de Farias Rezende³ Mário Jorge Campos dos Santos⁴

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
smsr.direito@hotmail.com

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
cmara.cruz@hotmail.com

³Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
chrysmont@gmail.com

⁴Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
mjkampos@gmail.com

Resumo

A presente pesquisa intitulada: Marca Mabel Uma História de Persistência: Um Estudo na Base de Dados do INPI, buscou discorrer sobre a trajetória da marca Mabel. A fábrica Mabel foi fundada em 1953 na cidade de Ribeirão Preto/ São Paulo por dois irmãos chamados Nestore Scodro e Údelio Scodro, que posteriormente tornou-se uma das marcas mais importantes no ramo alimentício de biscoitos e salgadinhos do Brasil. O objetivo deste estudo foi mapear a marca MABEL no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A metodologia deste trabalho classificou-se como um estudo exploratório de caráter quantitativo, foi realizado um mapeamento tendo como base os registros de marcas. O mapeamento foi realizado na base de dados do (INPI), onde foram pesquisados os registros de marcas relacionados a marca Mabel e foram utilizadas estratégias de busca para obtenção dos dados. Primeiro, foi escolhida o tipo da pesquisa, sendo que neste campo optou-se pela opção “Exata”, e no campo Marca foi escolhida a palavra-chave “Mabel”, este filtro identificou setenta e um (71) registros. Como resultado, partir de 1963 data dos primeiros registros, sendo encontrados sete (07) registros, em 1969 com um (01) registro, em 1975, com um (01) registro, 1976 com três (03) registros, em 1977, 1981, 1982, todos apresentaram um (01) registro. No ano de 1987 apresentou sete (07) registros, em 1990 com seis (06) registros, em 1991 apresentou (04) registros. Em 1992, 1993, 1994, 1995, 1996 apresentaram respectivamente, um (01), oito (08), dois (02), onze (11) e dois (02) registros.

Palavras-chave: marcas; indústria; Mabel.

1 Introdução

Atualmente a sociedade está vivenciando momentos históricos com inúmeras transformações como sociais, tecnológicas, capitalista dentre outros. Nesse sentido o comportamento dos consumidores também acompanhou tais mudanças, principalmente em relação as formas de adquirir e escolher produtos. Com o avanço da internet, a relação entre as marcas e o público consumidor sofreu inegável alteração: a comunicação, que antes era realizada principalmente por veículos tradicionais, hoje passou a ser realizada predominantemente por meio da internet, sobretudo através de mídias sociais das próprias marcas ou de influenciadores digitais (CANDU e CARMINATTI, 2020).

Assim diante das respectivas alterações percebemos que as organizações sempre buscam a competitividade, se esforçando para aprimorar seus meios de negociação e ficar por dentro de tudo que traga evolução e maior valor para os negócios (ANDRADE e SILVA, 2017, p.98). Desse modo, as marcas se apresentam como fortes instrumentos de identidade, onde carregam mensagens que ajudam a construir nossas identidades conforme afirma Rodrigues *apud* Melo (2007), auxiliando no processo de escolha e aquisição de produtos e serviços.

As marcas são importantes instrumento de marketing e valiosos ativos para as empresas nacionais. Muitas vezes o valor da marca de uma empresa é seu maior ativo de acordo com Porto (?) Conforme Lei 9.279/96 são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

Em relação a natureza das marcas elas são classificadas como: I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa; II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada e, III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (BRASIL, 1996).

No tocante a forma de apresentação a marca pode ser dividida em nominativa, figurativa, mista, tridimensional. Sendo Marca nominativa, ou verbal, o sinal constituído por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantasiosa ou figurativa (INPI, 2022)

Marca figurativa ou emblemática é o sinal constituído por: Desenho, imagem, figura e/ou símbolo; qualquer forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente, ou acompanhado por desenho, imagem, figura ou símbolo [...]. Já marca mista, ou composta, o sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresente sob forma fantasiosa ou estilizada. E por fim marca tridimensional o sinal constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizar os produtos ou serviços a que se aplica. Para ser registrável, a forma tridimensional distintiva de produto ou serviço deverá estar dissociada de efeito técnico (INPI, 2022).

2 Breves Apontamentos Sobre A Marca Mabel

Desde criança quando se fala ou pensa em biscoitos e bolachas, sempre vem em mente a famosa rosquinha Mabel. A marca Mabel está presente a vários anos no Brasil, onde possui uma grande variedade de produtos relacionados a biscoitos doces, salgados e recheados. A história da marca Mabel começou quando os irmãos Nestore Scodro e Údelio Scodro vieram da Itália logo após

o término da Segunda Guerra Mundial para trabalhar no Brasil, onde inicialmente montavam e vendiam fornos e outros equipamentos para padarias na cidade de Mococa, interior do estado de São Paulo (MUNDO DAS MARCAS, 2016).

Em 1953 Nestore Scodro e Údelio Scodro fundaram a Mabel na cidade de Ribeirão Preto, interior de São Paulo, para produzir as famosas rosquinhas. Em 1962 a empresa inaugurou sua primeira fábrica, que produzia no máximo 500 quilos de rosquinhas e biscoitos por dia. Até 1967, os irmãos vendiam as deliciosas guloseimas em uma pequena frota de Kombi. No ano de 1975, foi inaugurado seu primeiro parque Industrial em Aparecida de Goiânia/Goiás. Em 2000, a empresa fabricou 4.7 milhões de toneladas de biscoitos, o que a colocou como a quarta maior indústria desse seguimento alimentício no país. Em 2001, Nabisco e Danone tentaram comprá-la, porém, os proprietários se recusaram a vender (MUNDO DAS MARCAS, 2016).

Em 2009, a MABEL trouxe ao mercado nacional uma linha de produtos com 100 calorias. Em 2012 foi o lançamento dos Sequilinhos. Em 2016, lançou rosquinhas, com coberturas de glacê, nos sabores torta de limão, torta de maracujá e coco com leite condensado (MUNDO DAS MARCAS, 2016).

Com passar dos anos a fábrica foi inovando cada vez mais, sempre em busca de novidades e lançamentos fortalecendo sua marca e conquistando o público com novos produtos tais como: rosquinhas, Rosca Banana e Canela e a Rosca Leite, e uma nova linha de produtos infantins denominada MABELOKOS (composta por 13 produtos, tendo como carro chefe os biscoitos recheados) que é livre de gordura trans, vitaminado e fonte de cálcio (MUNDO DAS MARCAS, 2016).

Nestore em uma de suas viagens aos Estados Unidos experimentou um snack, salgadinho de milho fabricado lá, verificou que poderia fazer um salgadinho melhor, onde após experimentos e testes surgiu o famoso salgadinho de milho chamado Skiny. O portfólio de produtos da Mabel cresceu e a marca tornou-se consolidada chegando a ter 5 fábricas no Brasil e exportar para 26 países expandindo seu ramo de negócios (LOPES, ONLINE).

Em 2016 o grupo PepsiCo anunciou a aquisição da Mabel, cuja categoria de biscoitos é a maior dentro do mercado de macrosnacks. O produto é consumido por 98% das famílias brasileiras, colocando o país como o segundo maior produtor de bolachas e cracker do mundo. A compra da Mabel – cujas marcas incluem Mabel, Elbi's, Kelly e Skiny – complementa o portfólio de alimentos da PepsiCo e cria novas frentes para expansão. Mabel se une a um portfólio de marcas PepsiCo admiradas no Brasil, como Elma Chips, Quaker, Toddy e Toddynho (ZELO, 2016).

3 Metodologia

A metodologia deste trabalho classificou-se como um estudo exploratório de caráter quantitativo, foi realizado um mapeamento tendo como base os registros de marcas.

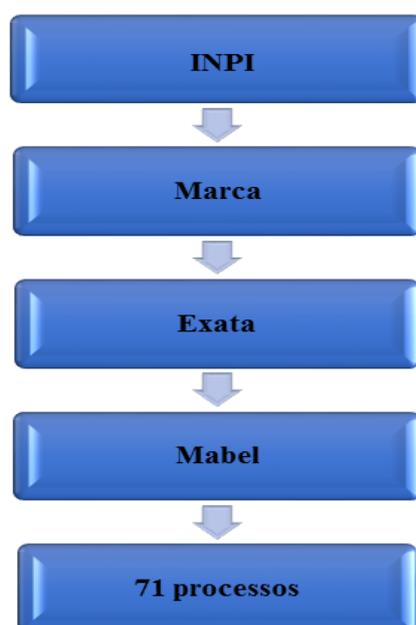
O mapeamento foi realizado na base de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), onde foram pesquisados os registros de marcas relacionados a marca Mabel e foram utilizadas estratégias de busca para obtenção dos dados. Primeiro, foi escolhida o tipo da pesquisa, sendo que neste campo optou-se pela opção “Exata”, e no campo Marca foi escolhida a palavra-chave “Mabel”, este filtro identificou setenta e um (71) registros.

O foco da pesquisa foi identificar todos os registros de marcas relacionadas a Mabel, sendo que este levantamento foi realizado em 22/02/2022 a 24/02/2022, bem como também foram verificados que existem depósitos de várias outras áreas do segmento, porém a pesquisa evidenciou

que para a Indústria de biscoitos mesmo existem poucos registros, sendo alguns voltados a outras áreas e segmentos diferentes dos alimentícios.

Os dados desta pesquisa foram analisados, e após isso no *Microsoft Excel* foram realizados de gráfico de linha, gráficos de pizza, gráfico de barras e tabelas, sendo que foram analisados aspectos relevantes tais como a evolução anual dos registros, situação da marca, apresentação da marca, natureza da marca, classe nacional e titular da marca.

Figura 1 – Fluxograma de busca de dados



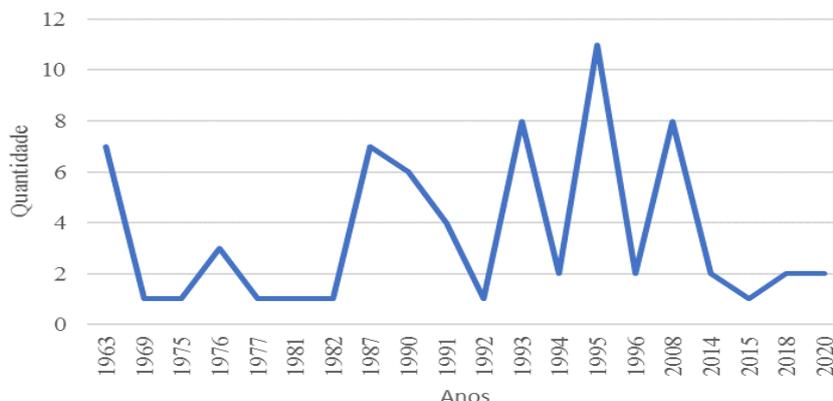
Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A Figura 1 destaca todas as etapas utilizadas para realizar a coleta de dados, pois apresenta a base de dados escolhida para a pesquisa, o tipo de pesquisa, a palavras-chave utilizada e a quantidade de processos encontrados que dizem respeito a marca Mabel, sendo setenta e um (71).

4 Resultados

Após a escolha da base de dados e escolha da palavra-chave foi encontrado um quantitativo considerável que diz respeito a pesquisa sobre a marca Mabel, no período de 1963 a 2020, a fim de identificar as marcas que estão sendo depositadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Figura 2 – Evolução anual de depósitos de registros de marcas no INPI (1963-2020)



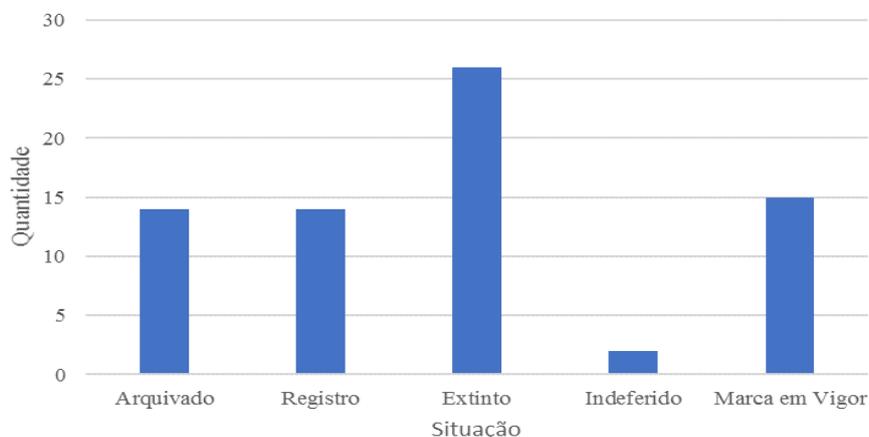
Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Figura 2 apresenta a evolução anual dos registros de marcas relacionados a marca Mabel, sendo identificados a partir de 1963 data dos primeiros registros, sendo encontrados sete (07) registros, em seguida só foi registrado a partir do ano 1969 com um (01) registro, novamente passaram alguns anos para outro registro apenas em 1975, com um (01) registro, 1976 com três (03) registros, em 1977, 1981, 1982, todos apresentaram um (01) registro.

No ano de 1987 apresentou sete (07) registros, em 1990 com seis (06) registros, em 1991 apresentou quatro (04) registros. Em 1992, 1993, 1994, 1995, 1996 apresentaram respectivamente, um (01), oito (08), dois (02), onze (11) e dois (02) registros. E somente em 2008, houve registros novamente, tendo apresentado oito (08) registros. Após isso, alguns anos seguintes não houve nenhum registro, e em 2014 apresentou dois (02) registros, 2015 apenas um (01), 2018 e 2020 ambos com dois (02) registros. O ano que apresentou um maior quantitativo sobre a marca Mabel foi 1995 com onze (11) registros.

Diante de tais informações constatou-se que a marca Mabel se preocupou em proteger sua marca desde o ano de 1963, o que coincide com a história de persistência e determinação da empresa em produzir resultados positivos e acelerar seu crescimento no mercado de consumo.

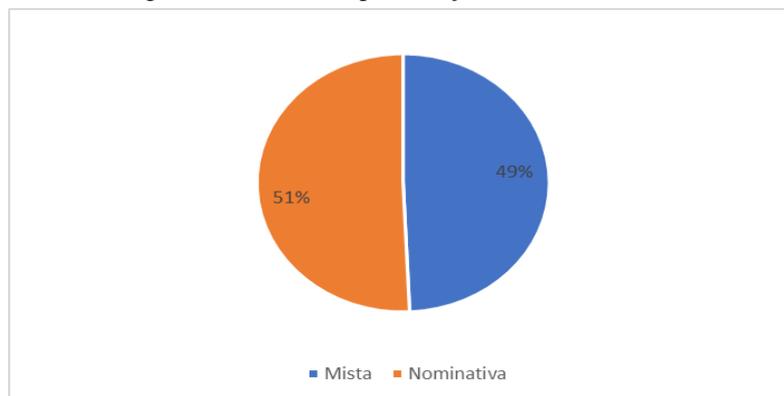
Figura 3 – Taxa de situação de pedidos de registros de marca



Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Figura 3 destaca a taxa de situação de pedidos de registros de marcas, referente a marca Mabel no INPI, onde evidencia que existem cinco situações, a saber: arquivado, registro, extinto, indeferido e marca em vigor. Nesse sentido percebe-se que a situação arquivada e registro ambos abrangem quatorze (14) dos depósitos de registro da pesquisa, em seguida a situação extinto com vinte e seis (26) registro, indeferido apresenta dois (02) e marca em vigor com quinze registros de depósitos, ou seja, destes o maior quantitativo apresentado foi a situação de registro de depósito extinto.

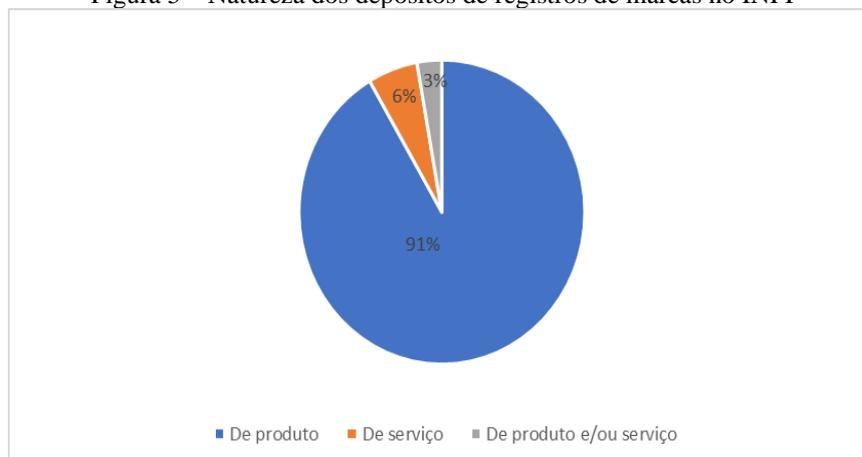
Figura 4 – Forma de apresentação de marca no INPI



Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Figura 4 salienta que com base na pesquisa relacionada a marca Mabel no INPI foram encontradas duas formas de apresentação das marcas, sendo mista e nominativa. Com base nisso percebe-se que a apresentação mista apresenta um percentual de 49%, sendo trinta e cinco (35) depósitos de registro de marcas e a apresentação nominativa um percentual de 51% o que caracteriza trinta e seis (36) dos depósitos, o que indica que a apresentação nominativa possui maior percentual.

Figura 5 – Natureza dos depósitos de registros de marcas no INPI



Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Figura 5 mostra a natureza dos depósitos de registros de marcas no INPI relacionados a marca Mabel, sendo estes natureza de produto, natureza de serviço, natureza de produto e/ou serviço. Na natureza de produto abrange 91%, na natureza de serviço abrange um percentual de 6% e na natureza de produto e/ou serviço abrange apenas 3%, o que evidencia que a natureza de produto possui maior quantidade na pesquisa.

Tabela 1 – Classificação Nacional de Produtos e Serviços referentes a marcas

Classe Nacional	Quantidade
Classe 01	1
Classe 03	2
Classe 04	1
Classe 07	3
Classe 08	2
Classe 09	3
Classe 12	2
Classe 13	2
Classe 14	2
Classe 19	1
Classe 20	2
Classe 21	1
Classe 25	1
Classe 28	2
Classe 29	4
Classe 30	12
Classe 31	1
Classe 32	9
Classe 33	12
Classe 35	2
Classe 37	1
Classe 40	3
Classe 41	1
Classe 44	1

Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Tabela 1 acentua a Classificação Nacional de Produtos e Serviços referentes a marca Mabel, sendo apresentadas as Classificações de maneira crescente iniciando-se pela Classe 01, sendo que a classe que aparece mais vezes na pesquisa foi a Classe 30 e 33 ambas em doze (12) depósitos de registros de marcas, em seguida a Classe 32 em nove (09) dos registros, sendo que estas classes são caracterizadas por classes de produtos.

Tabela 2 – Titulares dos depósitos de registros de marcas no INPI

Titular	Quantidade
Mabel Artigos de caça e pesca limitada	19
Cipa Indústria de Produtos Alimentares	16
Scodro – Administração e Participações	13
MMS Administração e Participações	10
M.S.R Joalheiros	2
Raízesse Especialista em Cachos Ltda.	2
Belmar Comércio, Importação e exportação de artigos náuticos e esportivos Ltda.	1
Comercial elétrico Mabel Ltda.	1
Mabel Alimentos S/A	1
Mabel locação turismo e comércio Ltda.	1
Magliani Joias e Biouterias Ltda.	1
Moraes S/A Indústria e Comércio	1
Sou empreendimentos educacionais Ltda.	1
Supermercado Guará Ltda.	1
Maria Bernadete Aguiar Lopes	1

Fonte: Elaborado pelos autores, através de dados coletados no INPI (2022)

A Tabela 2 esclarece todos os titulares dos depósitos de registros de marca no INPI da marca Mabel, onde fica evidente que a Mabel Artigos de caça e pesca limitada, possui o maior quantitativo de registros, sendo dezenove (19), em seguida a Cipa Indústria de Produtos Alimentares, com dezesseis (16) registros de depósitos, e a Scodro – Administração e Participações com treze (13) registros de depósitos, MMS Administração e Participações com dez (10) registros de depósitos, os demais titulares apresentam dois (02) ou um (01) registro.

5 Conclusão

Diante dos resultados apresentados, constatou-se que a marca Mabel, possui uma importante trajetória na indústria alimentícia relacionada a biscoitos no Brasil, onde encontra-se entre as maiores fábricas do ramo com excelente estrutura, funcionamento e alto investimento em inovações e tecnologia em busca de novos produtos com intuito de fortalecer sua marca. Percebeu-se que a marca Mabel além de está sempre em busca de novidades, investimentos e melhorias dos produtos, a todo momento esteve atenta a proteger e registrar sua marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), como demonstrado nos resultados.

Conforme mencionado acima a primeira fábrica Mabel foi fundada em 1953 na cidade de Ribeirão Preto, e exatamente dez anos após a abertura da empresa, em 06/11/1963 foi registrada a primeira marca no INPI, sendo de apresentação nominativa. Demonstrando mais uma vez que os proprietários além dos investimentos realizados nos produtos tangíveis também se preocuparam em proteger o ativo intangível da empresa, no caso a marca Mabel.

Sendo assim, conclui-se que a marca Mabel durante todo tempo de permanência no mercado consumerista, está presente em nosso país buscando inovação, tecnologia e proteção da marca, pois no processo de criação de novos produtos a empresa sempre registra sua marca no INPI. Demonstrando mais uma vez que a marca Mabel esteve constantemente se renovando e acompanhando as inovações trazidas pelo público consumidor.



6 Agradecimentos

Agradecemos a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo incentivo à pesquisa.

Referências

ANDRADE, M.C. F. SILVA, N.T.G. **O Comércio Eletrônico (E-Commerce): Um estudos dos Consumidores.** Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 98-111, jan./jun. 2017.

BRASIL. Lei Nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Lei que regula direitos e obrigações à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm Acesso em: 27 fev. 2022

CANDU, T. CARMINATTI, A. **Marcas em tempos de crise.** Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2020/06/10/marcas-em-tempos-de-pandemia.html>. Acesso em 28 fev. 2022.

INPI. **Guia Básico de Marcas e Manual 2022.** Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

LOPES, V. **História da Indústria Goiana.** Memorial da Indústria. Disponível em: <https://memorialdaindustriago.com.br/memorial/timeline/a-historia-da-mabel> Acesso em: 28 fev. 2022.

MUNDO DAS MARCAS. MABEL, 2016. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2010/07/mabel.html> Acesso em: 27 fev. 2022.

PORTO, P.C.R. **As Marcas De Certificação E Marcas Coletivas Como Instrumento De Inovação Nas Empresas Nacionais.** Disponível em: <https://www.dbba.com.br/artigos-publicacoes/> Acesso em: 28 fev. 2022.

Propriedade intelectual : um guia em forma de questões / (Org.) Suzana Leitão Russo ... [et al.]. – Aracaju : Associação de Propriedade Intelectual, 2016.

ZELO. **Pepsico anuncia compra da fabricante de biscoitos Mabel.** Jan. 2016. Disponível em: <https://revistazelo.com.br/gourmet/pepsico-anuncia-compra-da-fabricante-de-biscoitos-mabel/> Acesso em: 28 fev. 2022.