

ANÁLISE DE MARCAS SEGUNDO O INPI NO CONTEXTO MUNDIAL: A POSIÇÃO DOS NITs

Luiz Alberto Cardoso dos Santos – liluz2012@gmail.com

Professor - Instituto Federal of Sergipe

Marco Antonio Domingues – profdomingues@gmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Maria Geovânia Dantas Silva – geovania.ifs@gmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Robélius De Bortoli - robelius@yahoo.com.br

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Daniel Pereira Silva - silvadp@hotmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Resumo – A gestão da marca contribui para a realização da missão de uma instituição através da valorização de seus serviços. No caso dos Institutos Federais (IFs) este instrumento tem um papel importante, fornecendo visibilidade e contribuindo para concretização do seu papel na sociedade. O presente trabalho tem por objetivo apresentar uma análise das marcas segundo o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) no contexto mundial e a posição dos Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) dos IFs e do NIT do IF de Sergipe (NIT-IFS). A metodologia aplicada foi descritiva com lógica da pesquisa indutiva, o processo da pesquisa foi por intermédio da coleta de dados secundários, a abordagem do problema de forma qualitativa e quantitativa, tendo como resultado a pesquisa aplicada, o procedimento técnico é de pesquisa documental, sendo utilizado como instrumento a planilha eletrônica de dados. O registro de marcas pelo INPI teve um crescimento significativo a partir de 2008, sendo que 83% destes foram de residentes no Brasil. Dos 39 Institutos Federais, apenas 8 dos NITs possuem a sua marca registrada, e entre estes encontramos o NIT-IFS.

Palavras-chaves – Instituto Federal, Logomarcas, Marca, Núcleo de Inovação Tecnológica.

Abstract – Brand management contributes to the achievement of the mission of an institution through the enhancement of its services. In the case of the Federal Institutes (FIs) this instrument has an important role, giving visibility and contributing to the fulfillment of its role in society. The present work aims to present an analysis of the brands according to the National Institute of Industrial Property (INPI) in the world context and the position of the Technological Innovation Centers (NITs) of the IFs and the NIT of the IF of Sergipe (NIT-IFS). The applied methodology was descriptive with the logic of the inductive research, the research process was through the collection of secondary data, the approach of the problem in a qualitative and quantitative way, resulting in applied research, the technical procedure is documentary research, being used instrument of the electronic spreadsheet. Trademark registration by INPI grew significantly in 2008, with 83% of those registered in Brazil. Of the 39 Federal Institutes, only 8 of the NITs have their trademark, and among these we find the NIT-IFS.

Keywords - Federal Institute, Logos, Brand, Nucleus of Technological Innovation.

1 INTRODUÇÃO

Segundo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI (2017), marca é uma das formas utilizadas para distinção de produtos ou serviços de uma organização, na forma visualmente perceptível, sejam palavras, expressões ou letras com caráter distintivo, sejam números, desenhos, imagens, formas, cores, logomarcas, rótulos ou

combinações usadas para identificar os produtos e serviços de uma organização.

A gestão de uma marca por uma organização valoriza os produtos ou serviços disponibilizados por estas, pois estas “podem adquirir um alto poder de atração perante o público consumidor, o que as tornam mais cobiçadas e gera um maior valor agregado tanto à empresa quanto aos bens e aos serviços por ela ofertados, causando, consequentemente, uma maior influência nas relações de consumo.” (MEDEIROS FILHO e RUSSO, 2013, p. 418-419).

As logomarcas desenvolvidas pelos NITs dos IFs, sejam, ou não, registradas pelo INPI, teriam também este papel, de dar visibilidade a estes, mas observa-se que a maioria dos NITs, ou não registraram suas marcas, ou mesmo não a possuem, perdendo uma grande oportunidade de utilizar esta ferramenta.

O Núcleo de Inovação Tecnológica do Instituto Federal de Sergipe (NIT-IFS), desde 2015, teve o registro de sua marca concedido pelo INPI, utilizando-se desta marca como um diferencial de identificação.

Com isto, o objetivo principal deste trabalho é analisar as marcas concedidas pelo INPI diante do cenário mundial, além de mostrar o posicionamento da marca NIT-IFS diante das demais logomarcas dos Núcleos de Inovação Tecnológica dos Institutos Federais de Ensino.

2 REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com o INPI (2018, n.p) marca "é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa". Conforme a Lei nº 9279/96 - art. 122, todos os sinais distintivos visivelmente perceptíveis, exceto as proibições legais, podem ser registrados.

A marca pode promover integração social, unidade, responsabilidade, patriotismo e desenvolvimento econômico enfatizando assim a conscientização da importância da marca e a contribuição desta para a valorização da região onde está inserida (FEDOROVA; CHIZHEVSKAYA, 2014).

As possibilidades do uso da marca por organizações públicas, seja para dar visibilidade aos *stakeholders*, seja para agregar valor aos serviços, utilizando-se de um modelo de gestão desta, parece (segundo José Wilton Bessa Macêdo Sá) que pouco é utilizada por aquelas, diferente das organizações privadas, provavelmente por que a maioria não utiliza um modelo de gestão com fundamentação científica, mas, baseiam-se na intuição de seus gestores (SÁ, 2005, apud DEVONISH et al, 2015).

2.1. O INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL E O REGISTRO DE MARCAS

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), é uma autarquia federal criada em 1970, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria (INPI, 2018b).

Dentre as concessões estão o Registro de Marca, a qual segue a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996), sendo classificadas em marca de produto ou serviço, marca de certificação e marca coletiva.

2.2. O INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE E O SEU NIT

Com a promulgação da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2008), que criou os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, inicia-se a história do Instituto Federal de Sergipe (IFS). A instituição multicampi foi composta pela integração de duas autarquias federais, o Centro Federal de Educação Tecnológica de Sergipe (CEFET-SE), que possuía uma unidade descentralizada (UNED), localizada no município de Lagarto, e a Escola Agrotécnica Federal de São Cristóvão (EAFSC). Atualmente é constituído de 08 (oito) campi: Aracaju, São Cristóvão, Lagarto, Itabaiana, Estância, Glória, Nossa Senhora do Socorro, Propriá e Tobias Barreto, além de um campus em fase de implantação no município de Poço Redondo, e 01 (um) polo em Cristinápolis, tendo como órgão executivo a Reitoria, instalada em Aracaju, capital sergipana (IFS, 2016).

Criados pela Lei nº 10.973, de 02/12/2004, conhecida como Lei da Inovação (alterada a redação pela Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016, conhecida como Marco Legal da Inovação) e seu decreto regulamentador nº 9.283, de 07/02/2018 (que revogou o decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005), os Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) são estruturas instituídas nas Instituições Científicas e Tecnológicas (ICT) do Brasil, tendo como finalidade a gestão da política institucional de inovação (CAPACITE, 2012). O Núcleo de Inovação Tecnológica do IFS (NIT-

IFS) surgiu em 2008 e é o órgão responsável pela gestão da política de inovação tecnológica e de proteção ao conhecimento gerada por esta Instituição. É vinculado à Pró-reitora de Pesquisa e Extensão (PROPEX) e conta com a colaboração de professores, pesquisadores e de profissionais treinados nas áreas de proteção à propriedade intelectual e transferência de tecnologia.

Constitui Missão do NIT-IFS fortalecer o relacionamento do Instituto com a comunidade, envolvendo órgãos de governo, setor produtivo e demais organizações da sociedade civil, para a criação de oportunidades de inovação tecnológica para a transferência do conhecimento em prol do desenvolvimento econômico, tecnológico e social da região Nordeste e do País. Sua Visão é ser referência na geração, proteção, valorização e difusão de tecnologias inovadoras e como objetivos são: disseminar a cultura de inovação no IFS; orientar e sensibilizar alunos, professores e pesquisadores da Instituição para a PD&I (Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação); capacitar a equipe para atuar na área de gestão e PD&I; apoiar e estimular a transferência de tecnologia; institucionalizar o NIT no IFS, através da inserção do mesmo no Estatuto da Instituição (IFS, 2016).

3 METODOLOGIA

Para entendimento dos procedimentos metodológicos o enquadramento deste trabalho é enquadrado de forma sucinta como sendo de natureza do objetivo: descritiva; com lógica da pesquisa: Indutiva; sendo o processo da pesquisa: com a coleta dos dados de dados secundários, e a abordagem do problema qualitativa e quantitativa; o resultado da pesquisa: aplicada; o procedimento técnico: pesquisa documental.

A pesquisa foi desenvolvida a partir dos dados disponibilizados pelo INPI, em seu site, na forma de planilha eletrônica, a partir de onde os dados foram trabalhados mostrando a participação do objeto em estudo em relação ao todo e suas tendências na forma de tabela adaptada pelos autores com sua respectiva representação gráfica quando possível.

Os resultados foram obtidos a partir do tratamento dos dados de registro das marcas de forma estatística em função dos agrupamentos disponibilizados pelo INPI através da Assessoria de Assuntos Econômicos no período de 2000 a 2016: “Registro de Marcas”, “Registro de Marcas por Origem”, “Registro de Marcas por País” e “Registro de Marcas por Classificação de NICE”,

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

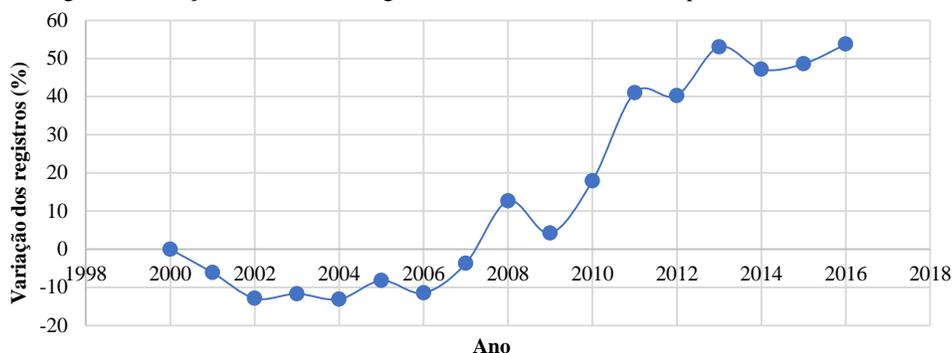
4.1. AVALIAÇÃO DA MARCA

Os NITs dos Institutos Federais e a suas Logomarcas foram analisados em relação a sua classificação segundo o INPI, a condição de existência da marca e seu registro, e avaliada desta forma seu posicionamento no contexto mundial.

Os dados estatísticos apresentados neste trabalho foram coletados do Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016, a partir das planilhas disponibilizadas no site <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas> consultado em 19/04/2018 às 10h12. (Fonte: INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0.)

De acordo com o Anuário Estatístico de Propriedade Industrial, o número de registro de marcas no mundo apresentou um período de instabilidade nos primeiros 10 anos (2000 a 2010), chegando a cair até 13% em 2004. A partir de então, houve um crescimento contínuo nos 7 anos seguintes, chegando no último ano do período analisado (2016), a registros 54% maiores que em 2000, conforme a Figura 1.

Figura 1. Variação do número de registros de marcas no mundo no período de 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

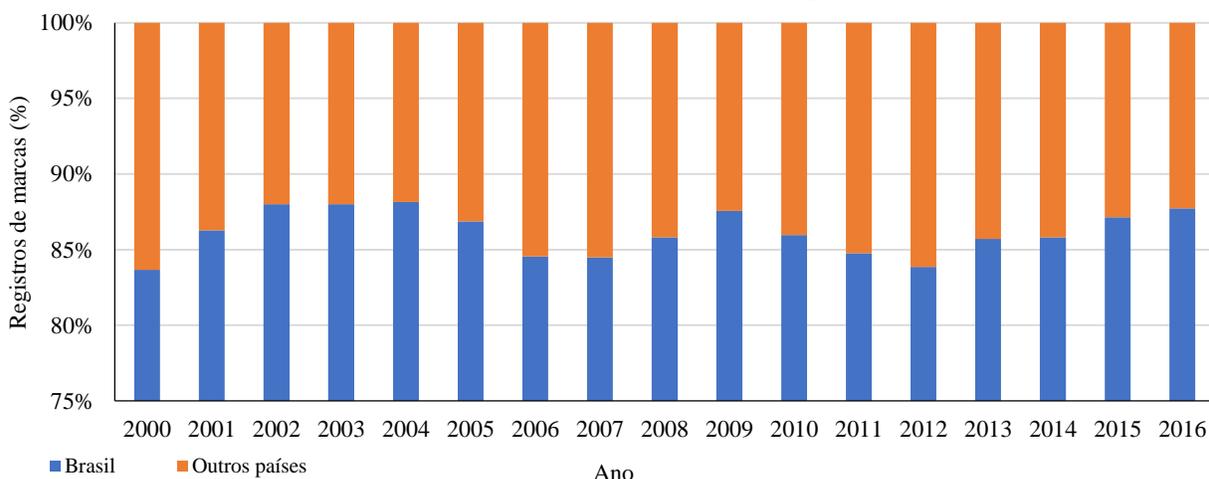
A Tabela 1, acompanhada da Figura 2 apresenta a variação do registro de marcas no INPI pelo Brasil e pelos 10 maiores depositantes no mundo. Nota-se uma participação do Brasil entre 83 e 88% em relação ao total de países, levando a concluir que esta propriedade industrial é bastante valorizada no território nacional.

TABELA 1
REGISTRO DE MARCAS POR PAÍS DOS 10 MAIORES DEPOSITANTES NO MUNDO

Nº	País	Ano															Total do período	Participação no total		
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			2015	2016
1	Brasil	86.900	84.574	80.712	81.781	80.071	83.002	77.547	83.828	99.363	94.255	103.988	122.458	120.431	134.492	130.120	132.782	137.878	1.734.182	82,1%
2	Estados Unidos	7.845	5.608	4.347	4.708	4.583	5.568	5.938	6.447	5.971	5.439	6.858	8.900	9.462	9.428	9.028	8.861	8.450	117.441	5,6%
3	Alemanha	2.082	1.883	1.598	1.561	1.417	1.575	1.975	2.063	2.553	1.831	2.205	2.857	2.631	2.658	2.716	2.536	2.713	36.854	1,7%
4	França	1.511	1.253	1.018	1.019	1.134	1.064	1.449	1.505	1.629	1.310	1.529	2.172	2.299	1.972	2.067	1.812	1.777	26.520	1,3%
5	Suíça	1.450	1.011	1.048	1.038	881	1.145	1.240	1.434	1.450	1.246	1.657	1.913	2.305	1.803	1.692	1.460	1.506	24.279	1,1%
6	Reino Unido	1.135	777	701	524	667	730	754	903	1.219	695	1.063	1.552	1.617	1.785	1.771	1.367	1.399	18.659	0,9%
7	Japão	585	647	636	743	640	744	691	869	989	921	1.180	1.375	1.733	1.586	1.397	1.184	1.128	17.048	0,8%
8	Itália	599	802	697	672	601	718	865	834	990	788	1.034	1.370	1.469	1.456	1.239	1.002	959	16.095	0,8%
9	Espanha	1.136	815	483	422	373	572	674	738	809	605	734	1.157	876	891	714	627	653	12.279	0,6%
10	Holanda	627	659	480	458	478	443	593	597	806	560	720	732	775	846	901	733	710	11.118	0,5%
Total de 10 países		103.870	98.029	91.720	92.926	90.845	95.561	91.726	99.218	115.779	107.650	120.968	144.486	143.598	156.917	151.645	152.364	157.173	2.014.475	95,4%
Total de 173 países		108.231	101.617	94.315	95.580	94.038	99.320	95.855	104.191	121.903	112.793	127.634	152.645	151.833	165.613	159.263	160.802	166.368	2.112.001	100%
Participação do Brasil		80%	83%	86%	86%	85%	84%	81%	80%	82%	84%	81%	80%	79%	81%	82%	83%	83%	Média	82%

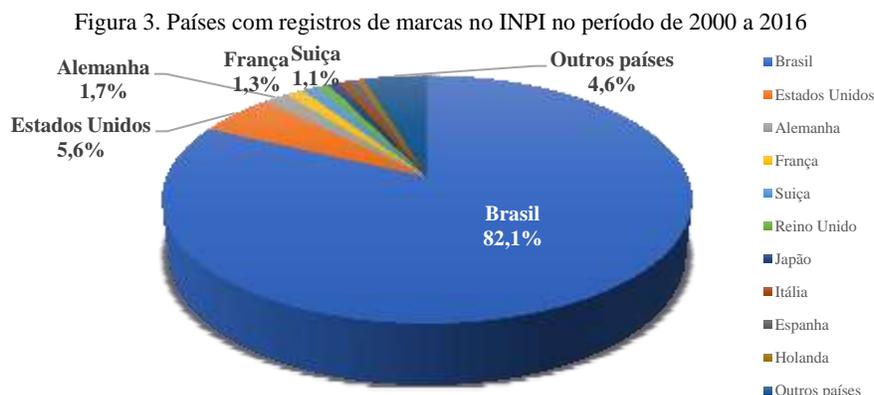
Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

Figura 2. Variação do número de registros de marcas no INPI no período de 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

Um comparativo de registros de marcas no INPI feito pelo Brasil e pelos 10 maiores depositantes no país é ilustrado na Figura 3. Além do Brasil, com 82,1%, destacam-se os Estados Unidos, com de 5,6%.

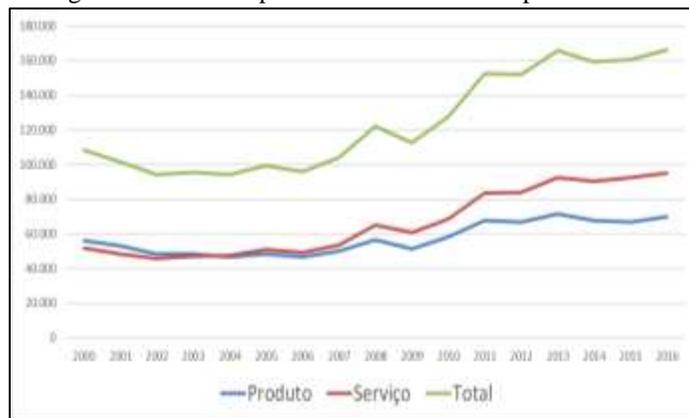


Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

Analisando os registros de marcas por natureza semelhante à do NIT-IFS (serviços), observou-se um crescimento maior do que a do crescimento de natureza "produtos" nos últimos 7 anos. Houve crescimento absoluto tanto da natureza do tipo "produtos" quanto da natureza do tipo "serviços" (Figura 4).

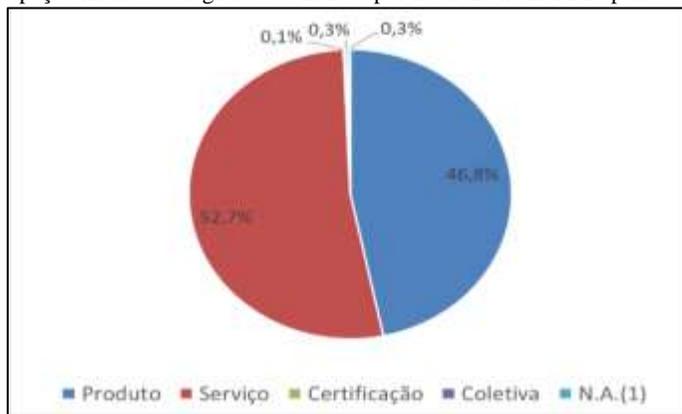
A Figura 5 mostra que participação média dos registros de marcas por natureza semelhante à do NIT-IFS (serviços) foi de 52,7% em relação ao total de registros no mundo, incluindo "produto" com 46,8%, serviço e certificação coletiva, bem como os não identificados por natureza (N.A), com participação irrelevante com menos de 0,5 % juntas.

Figura 4. Registros de marcas por natureza no INPI no período de 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

Figura 5. Participação média dos registros de marcas por natureza no INPI no período de 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

A Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice mostra, no período de 2000 a 2016, um comportamento irregular quanto ao registro de “serviços científicos e tecnológicos” em relação ao total de outras classificações (Tabela 2 e Figura 6). Observou-se que nos anos 2000 (7%), 2001 (9%) e 2006 (7%) tiveram os maiores picos, expressando o maior registro e em seguida se manteve com participação constante de 5%.

TABELA 2. REGISTRO DE MARCAS "SERVIÇOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS " EM RELAÇÃO A CLASSIFICAÇÃO TOTAL DO NICE – PERÍODO DE 2000 A 2016.

ANO	Serviços científicos e tecnológicos	Total	Participação
2000	1.214	17.645	7%
2001	1.803	20.241	9%
2002	551	17.242	3%
2003	316	10.610	3%
2004	333	12.280	3%
2005	776	17.816	4%
2006	2.421	32.552	7%
2007	6.933	128.117	5%
2008	3.143	60.126	5%
2009	2.836	64.057	4%
2010	2.749	64.425	4%
2011	2.790	60.391	5%
2012	2.496	55.186	5%
2013	1.750	36.935	5%
2014	3.996	85.810	5%
2015	4.498	96.050	5%
2016	4.782	99.938	5%
TOTAL	43.387	879.421	5%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

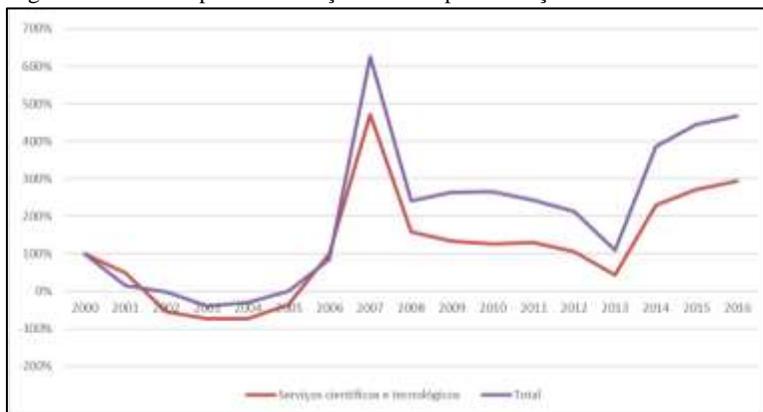
Figura 6. Registros de marcas por classificação de Nice no período de 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

A participação média dos registro de marcas "Serviços científicos e tecnológicos " em relação à classificação total do NICE foi de 5% em relação ao total de registros no mundo (Figura 7).

Figura 7. Percentual de registros de marcas por classificação de Nice para serviços científicos e tecnológicos entre 2000 a 2016



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de "INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v4.0."

Foi observado que no período 2000 a 2016 o registro de marcas de “serviços científicos e tecnológicos” em relação ao total de outras classificações por NICE acompanhou a tendência de variação percentual do total de registros, com base no ano de 2000, se mostrando acima em percentual nos anos de 2001 e 2006 se mantendo abaixo nos demais anos do período.

4.2. CARACTERIZAÇÃO DA MARCA NIT IFS SEGUNDO O INPI

Os dados da marca apresentados a seguir seguem a nomenclatura referendada de acordo com as informações do INPI constantes no processo Nº 905481151 com data do depósito em 30/10/2012 e data da concessão em 22/09/2015 (INPI, 2018). Quanto à apresentação da marca NIT IFS, ela se caracteriza como “Mista” e quanto à natureza, se caracteriza como “Serviço”.

Figura 8. Marca do NIT IFS



Fonte: INPI, 2018

A marca NIT IFS está relacionada aos seguintes produtos e/ou serviços, tais quais, assessoria, consultoria e informações no campo de processos tecnológicos, sendo classificada Nice (Classificação internacional de produtos e serviços para registro de marcas) como NCL (10) 42: NCL(10) – Versão 2016; CLASSE 42 – Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e projeto relacionados a estes; Serviços de análise industrial e pesquisa; Concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador . Classificação de Elementos Figurativos: CFE: 26.1.4.

Apesar da importância da gestão da marca para dar visibilidade aos Núcleos de Inovação Tecnológica dos Institutos Federais de Ensino, muitos destes ainda não possuem uma logomarca, ou quando a possuem, não a registraram, ou tiveram seus pedidos indeferidos pelo INPI.

De acordo com as Figuras 9 e 10, observou-se que, dos 39 IFs, somente foram identificadas logomarcas de 24 NITs, dos quais apenas 8 possuem suas marcas registradas no INPI e 3 tiveram seus pedidos indeferidos.

Figura 9. Logomarcas dos NITs por IFs sem marca registrada

		
IFAL – Instituto Federal de Alagoas	IFTM – Instituto Federal do Triângulo Mineiro	IFPR – Instituto Federal do Paraná
		
IFAM – Instituto Federal do Amazonas	IFPA – Instituto Federal do Pará	IFRJ – Instituto Federal do Rio de Janeiro
		
IFBA – Instituto Federal da Bahia	IFPB – Instituto Federal da Paraíba	IFRN – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
		
IFBAIANO – Instituto Federal Baiano	IFPE – Instituto Federal de Pernambuco	IFRS – Instituto Federal do Rio Grande do Sul
		
IFCE – Instituto Federal do Ceará	IF-Sertão Pernambucano – Instituto Federal do Sertão Pernambucano	IFSP – Instituto Federal de São Paulo
		
	IFPI – Instituto Federal do Piauí	

Fonte: Elaborado pelos autores.

O baixo percentual de NITs dos IFs que registraram suas marcas (20%), além de mais de um terço não terem nenhuma forma de identificação de seus NITs (38%), aponta para uma ínfima percepção destas instituições sobre a importância de terem uma identificação para seus núcleos de inovação, bem como, o registro destas marcas.

Não foram localizadas marcas para os IFs do Acre (IFAC – Instituto Federal do Acre), do Amapá (IFAP – Instituto Federal do Amapá), de Brasília (IFB – Instituto Federal de Brasília), de Goiás (IFGOIANO – Instituto Federal Goiano), do Maranhão (IFMA – Instituto Federal do Maranhão), de Minas Gerais (IFNMG – Instituto Federal do Norte de Minas Gerais), do Mato Grosso do Sul (IFMS – Instituto Federal do Mato Grosso do Sul), do Rio de Janeiro (IFF – Instituto Federal Fluminense e CPII – Colégio Pedro II), do Rio Grande do Sul (IFSul – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense), de Rondônia (IFRO – Instituto Federal de Rondônia), de Roraima (IFRR – Instituto Federal de Roraima), de Santa Catarina (IFSC – Instituto Federal de Santa Catarina e IFC – Instituto Federal de Catarinense) e do Tocantins (IFTO – Instituto Federal do Tocantins).

Figura 10. Logomarcas dos NITs por IFs com marca registrada

		
IFSE – Instituto Federal do Espírito Santo Processo 912083395	IFSUDESTEMG – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais - Processo 912718331	IFFarroupilha – Instituto Federal Farroupilha Processo 903659859
		
IFG – Instituto Federal de Goiás Processo 907360092	IFSULDEMINAS – Instituto Federal do Sul de Minas Gerais - Processo 904440052	IFS – Instituto Federal de Sergipe Processo 905481151
		
IFMG – Instituto Federal de Minas Gerais Processo 830850643	IFMT – Instituto Federal do Mato Grosso Processo 903358212	

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados do INPI.

5 CONCLUSÃO

Cumprindo o objetivo de análise quanto os registros de marcas realizados no INPI no mundo, observou-se um crescimento destes registros de forma mais consistente somente a partir de 2008, sendo que em torno de 83% destes registros, entre 2000 e 2016, são oriundos do Brasil, seguido pelos Estados Unidos (5,6%) e Alemanha (4,7%).

A natureza da marca registrada pelo NIT-IFS é do tipo serviço, sendo observado um crescimento maior desta natureza, a partir de 2004, e entre estes tipos de registros, utilizando-se da Classificação Nice, os registros de “serviços científicos e tecnológicos”, mais relacionados ao NIT-IFS, tem-se registrado uma estabilidade de 5% em relação às demais classificações.

Quanto à relação da marca registrada do NIT-IFS em relação aos demais institutos, este se encontra entre os únicos oito NITs que buscaram e obtiveram o registro de suas marcas pelo INPI, sendo que a maioria dos 39 NITs não conseguiram registrar, ou mesmo não possuem nenhuma marca em destaque.

Apesar do crescimento consistente no registro de marcas nos últimos anos, observa-se que a maioria dos NITs ainda não perceberam a importância de ter uma marca registrada a ser gerenciada e utilizada como ferramenta de visibilidade do núcleo para a comunidade. Alguns NITs até possuem suas marcas, mas não a registraram ou tiveram seus registros não concedidos.

O NIT-IFS, depositou sua marca em 2012, utilizando desta como forma de divulgação do próprio Núcleo.

REFERENCIAS

- BRASIL. Casa Civil. **Lei 11.892/2008** – Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Brasília, DF, 2008.
- BRASIL. Casa Civil. **Lei 9.279/1996** – Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF, 1996.
- BUCKHOUT, S; FREY, E.; NEMEC JUNIOR, J. Por um ERP eficaz. **HSM Management**, v. 3, n. 16., 1999.
- CARVALHO, V. R. Qualidade de vida no trabalho. In: OLIVEIRA, O. J. (Org.). **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. São Paulo: Thomson, 2004.
- DEVONISH, Isabela Menezes da Silva; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves; FRANÇA, Sérgio; MEIRIÑO, Marcelo. Uma pesquisa aplicada na identidade da marca: O caso de organização pública de ensino no Brasil. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, São Paulo, v. 20, n. 66, Jan./Jun. 2015.
- FEDOROVA, O. B.; CHIZHEYSKASA, E.L. Adapting Intellectual Property Evaluation Methods to the Region Brand Evaluatio. **Middle-East J. Sci. Res.**, 19 (1): 24-28, 2014.

IFS – Instituto Federal de Sergipe. **Institucional – Breve Histórico**. 2016. Disponível em: <http://www.ifs.edu.br/institucional> . Acesso em: 17/04/2018, 10h06.

INPI, Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Manual de Marcas**, revogada pela Resolução INPI/PR nº 177/2017. 2017 Disponível em: http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#2-O-que-%C3%A9-marca . Acesso em: 23/04/2018, às 09h27.

INPI, Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Instituto Nacional de Propriedade Intelectual:** Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. 2018a. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estrutura> . Acesso em: 29/07/2018, às 10h43.

INPI, Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Processo nº 905481151**, Dados atualizados até 17/04/2018 - Nº da Revista: 2467. 2018c. Disponível em: <https://gru.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=2729626>. Acesso em: 19/04/2018 às 09h48.

INPI CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS, Dados atualizados até 11/07/2018. 2018b. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/marcas/classificacao>. Acesso em: 12/07/2018 às 11h49.

INPI ESTATÍSTICAS. Disponível em http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas/arquivos/pagina-inicial/tabelas_propriedade-industrial_2018.zip . Acesso em 18 abril 2018.

KALAKOTA, R.; ROBINSON, M. **E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MEDEIROS FILHO, Adonis Reis de; RUSSO, Suzana Leitão. Análise das marcas de alto renome em vigência no Brasil. **Geintec**, Aracaju, v. 3, n. 5, p. 418-426, 2013.

OTANI, M.; MACHADO, W. V. A proposta de desenvolvimento de gestão da manutenção industrial na busca da excelência ou classe mundial. **Revista Gestão Industrial**, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 1-16, abr./jun. 2008.