RUEDIGER
ADVOGADOS ASSOCIADOS
OAB/SC 1596/2009

Sua marca é realmente sua?

Do letreiro ao algoritmo: 5 cuidados para proteger marcas de hotéis e restaurantes

Circuito SIHORBS Orienta · Timbó

Gabriel Severo Venco Teixeira da Cunha · Advogado

ANTES DE COMEÇAR

Levante a mão

1 Sua marca está registrada no INPI?

2 O registro está no nome da empresa certa?

Guarde a resposta. Ela volta no final.

RUEDIGER
ADVOGADOS ASSOCIADOS
OAB/SC 1596/2009

Oito anos de reputação. Um registro de outro no INPI

EXEMPLO FICTÍCIO

Restaurante Casa da Serra

Ano 1
escolhe o nome, faz o logotipo e a fachada

Anos 2 a 7
clientela fiel, boas avaliações, perfil forte

Ano 8
decide abrir a 2ª unidade

Na expansão
descobre registro parecido de outra empresa no INPI

Trocar o nome agora significa refazer:

Fachada	Cardápios	Uniformes	Embalagens
Domínio	Perfis	Plataformas	**+ explicar ao cliente**

R$ 440

Taxa do INPI por classe, para ME, EPP e MEI, com especificação pré-aprovada.

Demais empresas: R$ 880. Se houver concessão, o 1º decênio não exige pagamento adicional.

Taxas oficiais, sem honorários profissionais. Fonte: INPI, tabela vigente desde 07/08/2025 (cód. 389).

CNPJ, domínio e @ não são marca

Empresa / CNPJ

O CNPJ identifica a empresa na Receita; o nome empresarial, no registro empresarial.

Domínio

É o endereço do site na internet.

Perfil @

Constrói audiência, não exclusividade.

Marca registrada

Protege a marca em todo o Brasil, nos limites das atividades e direitos abrangidos pelo registro.

A pergunta não é “há quanto tempo eu uso?”, e sim **“que direito eu tenho sobre esse nome?”**

Lei 9.279/1996 (Lei da Propriedade Industrial), art. 129: a propriedade da marca se adquire pelo registro validamente expedido.

Para cada um: o erro mais comum e o que fazer na segunda-feira

Os 5 cuidados

1. Escolha um nome que possa ser seu
2. Registre no nome certo
3. Proteja o portfólio, não só a placa
4. Vigie o algoritmo
5. Revise antes de crescer

Comece pelo nome e por quem é o titular dele

1 Escolha um nome que possa ser seu

- Pesquise no INPI **antes** do logotipo e da fachada.
- Nomes genéricos ou descritivos, como “Colonial” ou “Bierhaus”, **podem ter proteção limitada**.
- **Quanto mais original o nome, mais forte a proteção.**

AMANHÃ pesquise seu nome e variações em busca.inpi.gov.br

2 Registre no nome certo

- Registro em nome de um sócio **sem acordo** que reflita isso na empresa.
- Logotipo feito pela agência **sem contrato de cessão** de direitos.
- Compra do ponto **sem a marca no contrato**.

AMANHÃ confira se o titular corresponde aos acordos da empresa

Proteja o portfólio, não só a placa



Nice NCL (13) 2026: restaurante e hospedagem, Classe 43; cervejas, Classe 32. Servir chope no restaurante não exige, por si só, registro na Classe 32.

- Cada nome que ganha reputação própria é um ativo próprio.
- Nem tudo se protege do mesmo jeito: serviço e produto vendido fora seguem caminhos diferentes.
- **Primeiro mapeie o negócio. Depois desenhe o pedido.**

Vigie o algoritmo e revise antes de crescer

4 Vigie o algoritmo

CASO REAL · STJ (2022)

Uma empresa usou a marca de uma concorrente em anúncios patrocinados no Google.

Resultado: concorrência desleal reconhecida e indenização de R$ 10 mil.

Também acontece: perfil falso do hotel cobrando sinal de reserva por PIX.

AMANHÃ busque seu nome no Google e nas plataformas, como cliente

5 Revise antes de crescer

- Nova unidade, franquia, sócio ou venda: **a marca entra na auditoria**.
- O registro vale **10 anos** e precisa ser renovado.
- Pedido parecido publicado? Há **60 dias** para apresentar oposição.

AMANHÃ ponha a marca no checklist de expansão, ao lado de ponto e alvará

RUEDIGER
ADVOGADOS ASSOCIADOS
OAB/SC 1596/2009

Se acontecer amanhã: primeiro a prova, depois a resposta

1

Prove

Print com link, data e hora. Em caso grave, ata notarial.

2

Verifique

Quem usa, desde quando, o que está registrado e em qual classe.

3

Responda na medida

Denúncia na plataforma, notificação e, se preciso, ação judicial.

Antes de acusar alguém publicamente, preserve as provas e avalie a resposta adequada.

Em caso de golpe ou perfil falso, avise também os seus clientes pelos canais oficiais.

RUEDIGER
ADVOGADOS ASSOCIADOS
OAB/SC 1596/2009

A pergunta deve vir antes do investimento

01 **Posso usar?**
Alguém já tem direito sobre esse nome no meu ramo?

02 **Posso registrar?**
O nome é distintivo e o pedido cobre o meu negócio?

03 **Posso crescer?**
A proteção acompanha a 2ª unidade, o produto próprio, a franquia?

Antes da próxima fachada, campanha ou unidade: essa marca é realmente sua?

www.ruediger.adv.br
Blumenau · SC