

**Petição de Marca****Recurso contra indeferimento de pedido de registro de marca - valor por classe****Número da Petição:** 850240311055**Número do Processo:** 929063775**Dados Gerais****Nome:** YOLOVEYO CONFECÇÕES DE PEÇAS DO VESTUÁRIO LTDA - ME**CPF/CNPJ/Número INPI:** 34091592000116**Endereço:** RUA BAGDA , 137 - AREIAS - CAMBORIU - SC**Cidade:** Camboriu**Estado:** SC**CEP:** 88345-113**Pais:** Brasil**Natureza Jurídica:** Microempresa assim definida em lei**e-mail:** regina-de-carvalho@hotmail.com**Classes objeto do recurso**

- NCL(11) 35

Texto da Petição

Tem a presente petição o objetivo de apresentar tempestivamente o recurso contra o o Indeferimento publicado na RPI 2781 de 24/04/2024

Anexos

Descrição	Nome do Arquivo
Recurso	RECURSO YOLOVEYO ART 124 INC XIX PROC 929063775.pdf
Taxa	TAXA RECURSO.pdf
Comprovante pagto	comprovante pagto taxa recurso.pdf

☒ Declaro, sob as penas da lei, que todas as informações prestadas neste formulário são verdadeiras.

Obrigado por acessar o e-Marcas.

A partir de agora, o número 850240311055 identificará a sua petição junto ao INPI. Portanto guarde-o, a fim de que você possa acompanhar na Revista Eletrônica da Propriedade Industrial - RPI (disponível em formato .pdf no portal www.inpi.gov.br) o andamento da sua petição. Contudo, tratando-se de serviço pago, a aceitação da petição está condicionada à confirmação do pagamento da respectiva GRU (Guia de Recolhimento da União), que deverá ter sido efetuado previamente ao envio deste



Esta petição foi enviado pelo sistema e-Marcas (Verso 4) em 24/06/2024 às 20:54

AO

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL
DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – (INPI)

PROCESSO no. 929.063.775

DATA DO DEPOSITO: 29/12/2022

CLASSE: 35 – Para assinalar os serviços de Comércio (através de qualquer meio) de artigos do vestuário; Comércio (através de qualquer meio) de roupas; Consultoria em gestão de negócios

TITULAR: YOLOVEYO CONFECÇÕES DE PEÇAS DO VESTUARIO LTDA - ME

INDEFERIMENTO PUBLICADO: RPI 2781 de 24/04/2024



MARCA:

YOLOVEYO CONFECÇÕES DE PEÇAS DO VESTUARIO LTDA - ME, já qualificado na petição em anexo, requerente do pedido de registro em epígrafe, ao tomar conhecimento do despacho publicado na **RPI 2781 de 24/04/2024** que indeferiu o pedido registro **929.063.775 de 29/12/2022** e inconformado com a decisão, vem, respeitosamente, por sua bastante procuradora, infra-assinado, à presença dos Ilustres Examinadores de Marcas desse Instituto, com arrimo na Legislação vigente, apresentar, tempestivamente, o presente, necessário e indispensável. Com fundamento no art. 212, caput da Lei nº **9.279/96**.

RECURSO CONTRA INDEFERIMENTO DO PEDIDO

Com fundamentos na lei n.º 9.279 de 14 de maio de 1996, o Ilustríssimo Senhor examinador do conceituado INPI, tendo examinado os arquivos de registros concedidos, achou por bem enquadrar o pedido de registro da recorrente no artigo 124 incisos XIX.

“Não são registráveis como marcas”

Inciso XIX – Reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo da marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia;

Tendo a **recorrente** analisado o r. Despacho publicado na **RPI 2781 de 24/04/2024**, discorda do parecer do Ilustre examinador, considerando os seguintes motivos e razões que passa a expor:

I- DA TEMPESTIVIDADE

O presente Despacho de Indeferimento do pedido foi publicado em **24/04/2024 (terça-feira)**. Conforme o dispositivo acima citado, o recurso deve ser interposto dentro de sessenta (60) dias a contar da publicação da decisão de indeferimento. O termo inicial para a contagem do prazo é **25/04/2024 (quarta-feira)** e o final é **22/06/2024 (Sábado)**. Sendo um Sábado, o termo final prorroga-se para o primeiro dia útil subsequente, **24/06/2024 (segunda-feira)**, o que justifica a tempestividade do presente recurso.

II- DA NECESSIDADE DE REVISÃO DA DECISÃO

É importante esclarecer que os termos **YOLOVEYO**, são expressões fracas, onde contem pouco caráter distintivo, onde pode ser encontrada como nome comercial de várias empresas de diversos ramos de atividade, conforme mostra resumo de busca realizada nas redes sociais. Vejamos:

A Recorrente, no exercício regular de suas atividades, requereu o pedido de registro para a marca mista **“YOLOVEYO”**, processo 929.063.775 de **29/12/2022**, na classe 35.

Tal pedido de registro foi indeferido por esse órgão, sob a alegação de anterioridade impeditiva, com fundamento no artigo 124, inciso XIX, da Lei 9.279/96, consubstanciada no pedido de registro: Conforme detalhes do despacho.

Detalhes do despacho: A marca reproduz ou imita os seguintes registros de terceiros, sendo, portanto, irregistrável de acordo com o inciso XIX do Art. 124 da LPI: Processo 822293013 (YOYO FASHION). Art. 124 - Não são registráveis como marca: XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia;

Portanto, com o devido respeito, a decisão encontra-se equivocada de equívoco, pois o Sr. Examinador olvidou-se de atentar para detalhes capazes de alterar o resultado do pleito para a sua concessão, haja vista não violar direito de terceiro.

Todavia, tal despacho não pode ser mantido, visto que a marca suscitada como impedimento para a concessão da marca pleiteada pelo Recorrente, diante da análise do caso concreto, é imprestável a fundamentar a decisão de indeferimento, razão pela qual o presente recurso deve ser conhecido e provido com base nos fundamentos abaixo declinados:

III - DAS ORIGENS DA MARCA





Primeiramente, a Recorrente em nenhum momento intencionou “copiar” a marca apontada como supostamente impeditiva, por este instituto, quando resolveu efetivar o depósito da marca **“YOLOVEYO” na classe 35** junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, do qual foi indeferido o pedido de registro, com base no inciso XIX do artigo 124 da LPI, conforme publicado na **RPI 2781, em 24/04/2024**. Conforme abaixo|:

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (24/06/2024 às 20:10:50)

Marca: "YOLOVEYO"

Foram encontrados 2 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
914725335	21/05/2018	 YoLoveYo	 Registro de marca em vigor	CRIANÇA BONITA CONFECÇÕES LTDA ME	NCL(11) 25
929063775	29/12/2022	 YOLOVEYO	 Aguardando apresentação e exame de recurso contra o indeferimento	YOLOVEYO CONFECÇÕES DE PEÇAS DO VESTUÁRIO LTDA -ME	NCL(11) 35

Páginas de Resultados:

1

A Recorrente ao agir de boa-fé, solicitou BUSCA no RADICAL no banco de dados deste R. Instituto, e com se pode perceber, não foi localizado nenhum processo do qual pudesse colidir com o referido pedido, motivo pelo qual o recorrente deu prosseguimento ao registro da marca.

Portanto, está a Recorrente, exercendo o direito que lhe cabe, não concorda e contesta tal decisão proferida pelo INPI a qual julga a marca "YOLOVEYO" como inviável tendo em vista registros anteriores existentes.

IV - DOS FATOS:

Conforme verificado na publicação do RPI 2781 de 24/04/2024 pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial constatamos que o ilustríssimo examinador entendeu que deveria ser indeferido o pedido 929.063.775 de 29/12/2022, marca (YOLOVEYO) com base na anterioridade dos registros abaixo alegando para tal, suposta anterioridade impeditiva e invocando o artigo 124, inciso XIX, da LPI:

Processo 822293013 (YOYO FASHION). Art. 124 - Não são registráveis como marca: XIX

“Art. 124. Não são registráveis como marca: XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia.” (Grifo nosso).

Portanto, não pode o recorrente concordar com tal entendimento, visto que o indeferimento publicado na marca de sua titularidade, não se enquadra nas hipóteses de incidência do art. 124, XIX, da LPI, onde será esclarecido a seguir.

O objetivo da referida disposição legal é evitar a possibilidade de o público consumidor ser levado a erro, dúvida ou confusão ao adquirir um produto ou utilizar um serviço cuja origem julgava ser outra, bem como evitar prejuízos aos titulares de marcas, que teriam sua clientela desviada e sofreriam danos de difícil reparação.

Além do mais, marca depositada do recorrente, a saber, pedido n.º **929.063.775 de 29/12/2022**, teve como pedido publicado pela **RPI 2715 de 17/01/2023**, Despacho n.º 003, como preceitua a Lei da propriedade industrial n.º 9.279/96 – por ocasião do exame **Artigo 158** da mesma lei, dando prazo de 60 (sessenta) dias para apresentação de oposição, o presente pedido foi indeferido por critério do próprio examinador pois não houve oposição de terceiros e todavia as marcas não se confundem, pois a apresentação da marca da recorrente é composta de logotipia com cunho distintivo próprio, sendo que a anterioridade apontada, trata-se de uma marca também mista de cunho próprio, onde as duas em confronto, jamais fariam confusão com o público consumidor.

De modo que as titulares dos registros, hoje apontados como impeditivo, não apresentaram em tempo hábil oposição, como reza o **Artigos 159 e 160** da mesma lei. Justificando assim, a convivência pacífica no mercado como dantes, ao longo dos mais de **09 (Nove) anos** de existência do recorrente.

De introito, salienta-se que a recorrente desde a efetuação do depósito, vem utilizando a expressão “YOLOVEYO”, como marca, sem que houvesse qualquer litígio entre a marca da recorrente e a marca impeditiva, caracterizando desse modo uma convivência pacífica ao longo dos anos sem trazer qualquer confusão ao público consumidor.

V- SÍNTESE DO PROCESSO

Com base na aplicação do inciso XIX do art. 124 da LPI, o E. Órgão decidiu indeferir o pedido de registro referente à marca mista “YOLOVEYO”, sob nº **929.063.775 de 29/12/2022**, para assinalar os produtos da classe 35 (NCL-11), tendo em vista a anterioridades dos registros sob n.º:

PROCESSO	MARCA	CLASSE	PRODUTOS
822293013	YOYO FASHION	35	COMERCIALIZAÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E SEUS ACESSÓRIOS PARA USO MASCULINO, FEMININO, INFANTIL E JUVENIL, A SABER: SAIAS, BLUSAS, VESTIDOS, CALÇAS, CAMISAS, CAMISETAS, ROUPAS ÍNTIMAS, MEIAS, AGASALHOS ESPORTIVOS, MALHAS DE LÃ, JAQUETAS, CASACOS, MAIOS E BIQUINIS, CALÇADOS, BONÉS, CINTOS.

Com a devida vênia à decisão desse Instituto, a Recorrente não pode com ela concordar, visto que as marcas em questão são suficientemente distintas e capazes de conviver pacificamente no mercado, conforme será demonstrado a seguir.

O art. 124, inciso XIX, da LPI, que assim reza:

"Art. 124. Não são registráveis como marca:

(...)

XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca.

Ocorre que, com a devida vênia, não assiste razão alguma ao absurdo e equivocado indeferimento em apreço, uma vez que a marca “”, da recorrente, não consiste em reprodução ou imitação de marca alheia, não apresenta qualquer risco de confusão ou associação e, portanto, merece o lícito registro perante esta r. Autarquia Federal, conforme será amplamente articulado adiante.

Primeiramente, Excelentíssimo Presidente, convém aludir que a Recorrente é sociedade séria, e que não compactua, em hipótese alguma, com atos contrários aos usos honestos e tampouco com reprodução ou imitação de sinais alheios.

Nesse sentido, cumpre o Recorrente esclarecer que depositou a marca “**YOLOVEYO**” buscando resguardar este signo em **seu conjunto, seu todo singular e indivisível**, e pelo fato de estar utilizando a referida expressão há um considerável lapso temporal, adquirindo ingente prestígio perante o seu público, de boa fé e sem causar quaisquer prejuízos a terceiros, sendo este sinal característico de seu título de estabelecimento.

Outrossim, desafia ainda mais a demasiada hipótese de reprodução ou imitação levantada o fato que o termo “**YOYO**”, empregado parcialmente na marca da Recorrente e certamente objeto do equivocado conflito vislumbrado pelo Ilustre Examinador, possui um reduzido grau de distintividade quando isolado ou acompanhado de um outro termo também de baixo potencial criativo.

VI - DA ANÁLISE DOS CONJUNTOS MARCÁRIOS COMO UM TODO INDIVISÍVEL – SUFICIENTE DISTINTIVIDADE CONFERIDA PELOS LOGOTIPOS – AUSÊNCIA DE CONFUSÃO DO PÚBLICO CONSUMIDOR.

Partindo-se para uma análise sobre uma possível e efetiva colidência entre cada um dos sinais marcários aqui em análise, verifica-se também que não há que se falar em infringência ao disposto no inciso XIX do art. 124 da LPI, diante da impossibilidade de confusão do público consumidor, ou de associação entre as marcas. Observemos o dispositivo em comento:

Art. 124. Não são registráveis como marca:
(...)

XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, **suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia**;

O próprio Manual de Marcas desse respeitado INPI, em seu item 5.9.1, estabelece que a apreciação de uma possível colidência “leva em conta a capacidade distintiva **do conjunto em exame**, inibindo a apropriação a título exclusivo de sinais genéricos, necessários, de uso comum ou carentes de distintividade em virtude da sua própria constituição” (grifou-se).

Trata-se de uma análise do conjunto marcário como um todo, o tout indivisível, do direito francês. Isso quer dizer que os elementos das marcas não devem ser analisados em sua individualidade, mas sim o conjunto marcário como um todo. Clóvis da COSTA RODRIGUES, citando as decisões do CPI/45, ensinava o seguinte:

“b) De mais a mais, **em se tratando de examinar se uma marca imita a outra, devem as duas ser apreciadas conforme a impressão de conjunto deixada no observador. Um ou outro elemento isolado da marca**

não influi, se se encontra basicamente diferenciada a impressão do conjunto.

c) A marca desse recorrente nº 917687248, de 31/12/2019, cuja cópia se anexa, é complexa, formada pelos vários elementos ali descritos, constituindo um conjunto, do qual não pode sua propriedade destacar qualquer dos elementos que o constituem, e elegê-lo, a seu critério, como sendo elemento essencial e característico de sua marca; quando, em verdade, **o que a deve caracterizar é a fisionomia do conjunto, o seu aspecto geral, jamais esse ou aquele dos seus elementos componentes considerados isoladamente.**”

Feitas tais considerações, a análise da distintividade entre as marcas sob exame não deve ser feita em suas minúcias, em seus detalhes separadamente considerados, mas sim **analisando-se o seu todo, toda a impressão do conjunto perante o consumidor.**

É que, ao deferir o registro de uma marca, o que o INPI faz não é conceder a exclusividade de utilização de cada um de seus elementos individualmente considerados, mas sim a exclusividade de utilização de todo aquele conjunto, como um todo, incluídos os elementos nominativos, figurativos, disposição espacial, jogo de cores, tipografia utilizada etc.

O próprio Superior Tribunal de Justiça já teve a oportunidade de enfrentar o tema, deixando claro que a análise de distintividade não pode ignorar o conjunto marcário como um todo:

“(...) A marca mista é aquela constituída pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou de elementos nominativos, cuja grafia se apresente de forma estilizada. Embora, em princípio, seja admissível o registro de uma mesma marca nominativa para produtos de classes diversas, o mesmo já não se dá com as marcas mistas, pois nessas a imagem de um produto passa

necessariamente para o outro na percepção visual do consumidor, ou seja, no caso de marca mista, a parte figurativa e estilizada não pode coincidir com a do produto/serviço em confronto.

A proteção que o registro marcário visa a conferir ao titular da marca comercial é quanto ao seu conjunto. Apesar de o aproveitamento parasitário. Ser repellido pelo ordenamento jurídico pátrio, independentemente de registro, tal circunstância é de ser aferida a partir do cotejo, pelo conjunto, das marcas comerciais, sendo desimportante o elemento nominativo, individualmente considerado, sobretudo nas marcas de configuração mista, como é a que foi registrada pela autora. (...)”

(Resp. 1237752/PR, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Rel. p/ Acórdão Ministro MARCO BUZZI, QUARTA TURMA, julgado em 05/03/2015, de 27/05/2015).

Dito isto, no cotejo entre os conjuntos marcários das marcas sob análise, verifica-se que inexiste qualquer possibilidade de confusão do público consumidor ou associação entre as duas marcas, afastando-se, em definitivo, qualquer possibilidade de infração ao disposto no inciso XIX do art.124 da LPI:

VII- DA SUFICIENTE DISTINTIVIDADE ENTRE AS MARCAS EM CONFRONTO

Não merece prosperar o despacho de indeferimento ora recorrido, senão porque o despacho de indeferimento não resiste a um confronto analítico que se proceda entre os signos marcários em questão.

Nesse particular, a Recorrente pede vênia para ressaltar que a marca objeto do pedido de registro em testilha foi requerida na forma MISTA, de maneira a conferir ao sinal em apreço suficiente cunho de originalidade e distintividade em relação aos signos apontados como suposta anterioridades impeditivas.

Com efeito, confrontando-se as marcas em apreço tem-se

MARCA DA RECORRENTE	MARCA IMPEDITIVA
 (MARCA MISTA)	YOYO FASHION

Partindo-se da premissa de que os conjuntos marcários devem ser analisados em conjunto, e não com os seus elementos dissociados, é evidente a total distintividade entre os sinais da Oposta e da Opoente, tanto no que se refere aos seus elementos figurativos, tipografia utilizada, esquema de cores e disposição espacial de seus elementos. Evidentemente, trata-se de impossível associação entre as marcas ou possibilidade de confusão do público consumidor.

Sobre esse último aspecto, sabe-se que o que a LPI veda não é a identidade ou semelhança pura e simples das marcas, mas sim aquela que seja **“suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia”**, conforme claramente estabelecido no inciso XIX do art. 124. Sobre esse detalhe, confira-se os dizeres da doutrina:

“A parte final do inciso é de suma importância e concretiza a preocupação do legislador em evitar excessos ou injustiças na aplicação da proibição legal. Com efeito, o dispositivo obriga o examinador a analisar, no caso concreto, a possibilidade de confusão ou associação entre as marcas, uma vez que, dependendo das circunstâncias fáticas, duas marcas idênticas ou semelhantes, identificando produtos ou serviços da mesma natureza, podem conviver pacificamente, sem induzir consumidores a erro.”

Em um aparente conflito de marcas, além da análise do conjunto marcário como um todo, é fundamental identificar a possibilidade ou não de confusão do público consumidor. Mesmo existindo uma semelhança entre os sinais (o que não acontece no presente caso), acaso ela não seja apta a causar confusão ou associação entre as marcas no mercado consumidor, não há que se falar na impossibilidade de convivência entre elas.

Verifica-se, desde logo, sem necessidade de maiores questionamentos que a marca da recorrente, com seu logotipo, não tem como causar confusão entre as referidas marcas. A marca da recorrente não é capaz de despertar a lembrança, ainda que fugaz, da marca impeditiva. Assim, quanto ao aspecto da configuração do desenho das letras, francamente, não podemos visualizar uma colidência, semelhança, capaz de causar confusão entre o desenho da marca da recorrente com a da marca registrada.

Na análise de Irineu Strenger, renomado jurista especialista em propriedade industrial, dentro das funções econômicas das marcas, "a atividade de uma empresa se torna notória e penetrante no mercado que opera com o emprego de elementos de relação que destaquem, unifiquem e individualizem a presença dessa atividade diante dos consumidores. Entre os possíveis elementos utilizáveis, figuram, preferencialmente, os sinais distintivos." (Grifamos).

Tais elementos bastam para que o consumidor se identifique com marca, sendo satisfatórios para não gerarem confusão ou associação entre uma possível colidência de marcas.

Observando as marcas acima, as peculiaridades de cada uma se evidenciam de tal forma, que qualquer pessoa comum tem condições seguras de perceber e distinguir as gritantes diferenças de ambas, que se exteriorizam notadamente no aspecto visual, ressaltando-se que a marca registrada é totalmente dessemelhante da marca apontada como colidente. Só pelo exercício da lógica do absurdo, é que se poderia aventar a possibilidade de colidência entre os signos cotejados.

Destarte, conforme se verifica em todo acima reproduzido, a marca da recorrente foi criada de forma a distinguir-se das demais, tornando-se única e, portanto, sem equipolência de conteúdo e sem a menor possibilidade de causar confusão com qualquer outra marca, dentro de seu ramo de atividade, ou, mesmo de segmento diverso ao seu.

Quanto a este aspecto, a recorrente traz à colação, ensinamentos do grande tratadista da propriedade industrial, João da Gama Cerqueira, “in Tratado da Propriedade Industrial”, volume 2, pág. 919:

PRINCÍPIOS DE ANÁLISE E COLIDÊNCIA.

- 1º) – *As marcas não devem ser confrontadas, mas apreciadas sucessivamente, a fim de verificar se a impressão causada por uma recorda a impressão deixada pela outra.*
- 2º) – *As marcas devem ser apreciadas, tendo-se em vista não as suas diferenças, mas as suas semelhanças.*
- 3º) – *Finalmente, deve-se decidir pela impressão de conjunto das marcas, e não pelos seus detalhes.*

Assim, quanto ao aspecto da configuração do desenho das letras, francamente, não podemos visualizar uma colidência ou semelhança, capaz de causar confusão entre os desenhos das marcas em confronto.

Em acepção semelhante, ensina o IDS – Instituto Dannemann Siemsen de Estudos de Propriedade Intelectual: "Em nosso sentir, a demonstração de que as marcas em disputa, em pleno uso quando da postulação ao registro, não dão lugar à confusão ou à associação torna irrazoável a alegação de irregistabilidade". (grifamos).

Fábio Ulhoa Coelho ainda acrescenta: "Destaco que duas marcas iguais ou semelhantes até podem ser registradas na mesma classe, desde que não se verifique a possibilidade de confusão entre os produtos ou serviços a que se referem".

O entendimento mais frequentemente adotado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) é que empresas com marcas semelhantes podem coexistir de forma harmônica no mercado, desde que não causem confusão ao consumidor.

De acordo com decisões do STJ, para se impedir o registro de uma marca são necessários pelo menos três requisitos: imitação ou reprodução no todo ou em parte de uma marca ou com acréscimo de marca alheia; semelhança ou afinidade entre produtos; ou a possibilidade de confusão ou dúvida no consumidor. (Grifos nossos).

Em julgamento do recurso especial (Resp 989105), a ministra Nancy Andrighi salientou que a proteção da marca tem duplo objetivo no ordenamento jurídico. "Por um lado, garante o interesse de seu titular. Por outro lado, protege o consumidor, que não pode ser enganado quanto ao produto que compra ou ao serviço que lhe é prestado".

Para que haja violação da Lei de Propriedade Intelectual é preciso existir efetivamente risco de ocorrência de dúvida, erro ou confusão no mercado entre os produtos ou serviços dos empresários que atuam no mesmo ramo.

Em decisão da Quarta Turma, no exame do recurso das empresas Decolar Viagens e Turismo Ltda. e Decolar.com Ltda., ficou decidido que ambas deveriam conviver harmonicamente no mercado apesar da semelhança dos nomes.

Confrontadas as marcas, conclui-se pela total diversidade de imagens e elementos distintivos, sendo certo que a jurisprudência sólida e interativa comprova que não se admite a exclusividade para com as marcas constituídas de expressões que integram o domínio público.

No caso em pauta, a coexistência das marcas “YOLOVEYO” e a marca apontada como impeditiva, não enseja engano do consumidor/usuário ou práticas desleais de concorrência mercadológica. Além do que, o fundamento de proteção à propriedade imaterial é nuclearmente a vedação à concorrência desleal, que se traduz em enriquecimento sem causa, ou seja, o que se quer coibir, basicamente, é o enriquecimento sem causa através da concorrência desleal.

Isto posto, uma vez afastada qualquer semelhança entre os conjuntos marcários de cada um dos sinais aqui em análise, não há que se falar em infringência ao disposto no art. 124, XIX, da LPI.

Ainda que exista algum elemento em comum entre a marca do Recorrente e a marca citada como impedimento, **a impressão global dos signos Recorridos é suficientemente distintiva**, inexistindo qualquer possibilidade de confusão ou associação.

Cabe lembrar ainda que a possibilidade de confusão ou associação é requisito material para a colidência de sinais distintivos, como disposto no artigo 124, inciso XIX da LPI:

Art.124. Não são registráveis como marca:

(...)

XIX – reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que, com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, **suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia.**

Assim, sendo o conjunto da marca “YOLOVEYO” da Recorrente é diferente das marcas citadas como anterioridades, o pedido de registro em tela está em consonância com a legislação ora em vigor, não incidindo na proibição legal que fundamentou a decisão de Indeferimento.

VIII- DA CONCESSÃO DE OUTRAS MARCAS IDÊNTICAS E DA APLICAÇÃO DA ISONOMIA CONSTITUCIONAL

Corroborando com a possibilidade de revisão e reforma da decisão de indeferimento da marca “YOLOVEYO” da Recorrente, está o fato de que o termo (YOYO) São fracos, de pouco caráter inventivo, motivo pelo qual pode ser encontrado em vários registros já concedidos.

Sendo assim, a recorrente realizou diversas buscas, perante este Instituto, onde foi constatado a existência de outros registros de marcas consubstanciadas com a expressão “YOYO”, **solicitadas diversas classes, das quais comercializam SERVIÇOS IDENTICOS OU AFINS, que tiveram seus registros concedidos, onde convivem pacificamente**, considerando o conjunto marcário e o caráter comum da expressão. Isso demonstra que ambas as expressões “YOYO” se encontram desgastadas. Vejamos:

Número	Prioridade		Marca	Situação	Titular	Classe
822293013	31/05/2000	N	YOYO FASHION	Registro de marca em vigor	CONFECÇÕES YO YO FAHION LTDA.	NCL(7) 35
840261934	12/09/2012	M	BRAZILIAN YOYO	Registro de marca em vigor	ZAFIRA - INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS PLÁSTICOS LTDA -EPP	NCL(10) 35
925213152	15/12/2021	N	YOYOU	Registro de marca em vigor	YOYOU WELLNESS COMERCIO VAREJISTA DE COSMETICOS, VESTUARIO E ACESSORIOS LTDA	NCL(11) 35
925711217	11/02/2022	M	EYOYO	Registro de marca em vigor	OITAVA MALL ON LINE MAGAZINE LTDA ME	NCL(11) 35

Sobre esses elementos nominativos, utilizados por mais de uma marca, assim estabelece o Manual de Marcas do INPI, em seu tópico 5.11.3:

"Quando o elemento em comum entre dois sinais já faz parte de diversas marcas registradas de diferentes titulares, fica reduzida a possibilidade de confusão ou associação indevida entre os mesmos, já que é razoável supor que o público-alvo se encontra

habituação à presença de tal elemento em marcas de diferentes produtores/fornecedores naquele segmento de mercado. Em tais circunstâncias, o risco de conflito entre os signos só ficará caracterizado no caso de reprodução ou imitação capaz de gerar impressão de conjunto gráfica, fonética ou ideologicamente semelhante à anterioridade de terceiro."

Desta forma demonstra-se a possibilidade de convivência pacífica, não só entre as marcas **"YOLOVEYO" da marca citada**, bem como com as outras similares já concedidas pelo INPI, que tem alguma (ou total) semelhança em sua grafia/fonética/ segmento de atuação.

Além do mais, entende o Recorrente que deve ser aplicado à sua marca o mesmo tratamento que foi concedido às marcas em questão; o **PRINCÍPIO DO TRATAMENTO ISONÔMICO** insculpido na Constituição Federal de 1988.

Registre-se também que, de acordo com a **teoria da distância**, desenvolvida e consagrada pela doutrina alemã, não cabe ao titular de um registro de marca exigir que a concorrência observe, quando do depósito de pedido de registro de nova marca, distância maior da sua do que a já existente no mercado. É o que defende expoente jurista e estudioso na matéria, Carlos Henrique de Carvalho Fróes, em parecer emitido às folhas 204/224 dos autos do processo nº 93.0011708-4, em conformidade com o que apregoa Gert W. Seeling:

"Segundo essa teoria, não pode o titular de uma marca exigir de uma marca concorrente que ela mantenha uma distância maior do que a que existe em relação a outras marcas já registradas no mesmo segmento mercadológico."

Como sublinha SEELING, essa teoria tornou-se um sólido pilar da jurisprudência alemã e foi confirmada, por diversas vezes, pelo mais alto tribunal do país, o 'Bundesgerichtshof', repousando, essencialmente, sobre uma comparação da distância entre a primeira

marca e as demais existentes, de um lado, e, do outro, entre a primeira marca e a que se acha em causa, a mais nova.”

É também neste sentido que vêm se manifestando os juízes e desembargadores dos nossos Tribunais, conforme se nota do julgado transcrito a seguir:

“Tratamento discriminatório a ser afastado em face de registros semelhantes concedidos. A marca, para efeito de colidência vedada, deve ser examinada sob visão global, de conjunto, abrangente inclusive de formação figurativa, gráfica ou fônica.” (TRF, 5a Turma, A.C. 38484. D.J. de 17/02/1983, p. 1.152.) (Grifos nossos.)

“Outro argumento desfavorável à pretensão é o fato de terem sido registradas, antes do registro efetuado pelo recorrente, outras marcas relativas à mesma atividade ou atividade afim, com o elemento DIVA, que representa, ao ver da autora, o fator de confusão de ambas as marcas.” (A.C. 49846, julgada em 15/05/1980 pela 2a Câmara Cível do 1o Tribunal de Alçada do Rio de Janeiro.).

Isto posto, se a marca citada já coexiste com marcas anteriormente mencionada para assinalar serviços no mesmo seguimento e ou afins, não há como negar que é também possível coexistir com elas a marca mista **“YOLOVEYO”**, vez que as diferenças existentes entre está e aquela é suficiente para afastar qualquer possibilidade de confusão ou associação para o consumidor.

Portanto, o fato da marca registranda reproduzir os termos **“YOYO”** da marca citada não deve ser fator determinante para o indeferimento do presente pedido, pois o que a lei pretende é proteger o consumidor contra os riscos de erro, confusão ou associação, o que se encontra absolutamente afastado pela inegável diferença existente entre a marca registranda e a marca citada.

É inegável que todo o enfoque demonstrado coaduna-se, in totum, como a situação em tela. Assim, desnecessário se faz, trazer à baila enfadonhas compilações de jurisprudências firmadas por nossos tribunais ou extratos doutrinários que referendem as colocações defendidas.

É certo que a Lei da Propriedade Industrial foi introduzida com o fim principal de defender o titular de marca registrada anteriormente, e ainda, o de assegurar ao consumidor o respaldo de não ser induzido em confusão ou engano, ou seja, ***a lei só deve vetar a marca quando esta seja capaz de confundir o espírito dos consumidores ou prejudicar os negócios do titular de registro anterior, o que efetivamente não ocorre no caso em questão.***

Depreende-se então, que não há cabimento para a manutenção do **INDEFERIMENTO** do pedido em questionamento, ***sendo totalmente concebível a convivência lícita e pacífica das marcas no mercado, sem que haja a menor possibilidade de associação ou confusão por parte dos consumidores e, conseqüentemente, não trazendo prejuízo às titulares do registro e do pedido anterior.***

Restando, portanto, efetivamente demonstrada a possibilidade de registro da marca “YOLOVEYO”, face a manifesta ausência, salvo melhor juízo, de fundamentação legal quanto a aplicação do **Inciso XIX do Art. 124 da LPI**.

IX – DA PROTEÇÃO AO NOME EMPRESARIAL

Inobstante as marcas serem diversas, o deferimento da marca da Recorrente é medido que se impõe por ser direito tutelado pela lei, a Recorrente tem como data de sua constituição na JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SANTA CATARINA -SC - JUCESC, utilizando a marca interruptamente, inclusive, como nome fantasia desde a sua fundação em 2019.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 34.091.592/0001-16 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 02/07/2019
NOME EMPRESARIAL YOLOVEYO CONFECÇOES DE PECAS DO VESTUARIO LTDA		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) YOLOVEYO		PORTE ME
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 14.12-6-01 - Confeção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 46.42-7-01 - Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança 47.81-4-00 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada		
LOGRADOURO R BAGDA	NÚMERO 137	COMPLEMENTO *****
CEP 88.345-113	BAIRRO/DISTRITO AREIAS	MUNICÍPIO CAMBORIÚ
ENDEREÇO ELETRÔNICO		U.F. SC
ENDEREÇO *****		TELEFONE (47) 9174-9894
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 02/07/2019
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL *****		
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****

Razão que torna completamente descabido o indeferimento do registro da marca da Recorrente, sob o fundamento da anterioridade da marca.

O Brasil é signatário da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial – CUP, de 1883, da qual fez adesão em 1929. Posto isso, seus preceitos são tidos como princípios norteadores do ordenamento jurídico pertinente à matéria, que é

regulamentada por lei especial, vedada a contrariedade aos seus fundamentos.

O **RECORRENTE** é uma tradicional sociedade brasileira, legalmente constituída, que se notabilizou pela excelência dos serviços identificados pelo nome Fantasia “**YOLOVEYO**” que é parte essencial e por si só distintivo do seu Nome Empresarial desde **27/03/2015**, data do arquivamento dos seus atos constitutivos, perante a **JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SANTA CATARINA - JUCESC**, onde consta no **Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ**, o NOME COMERCIAL “**YOLOVEYO**”.

Nota-se que há mais de **05 (Cinco) anos**, a **RECORRENTE** vem utilizando a expressão “**YOLOVEYO**”. Nesse sentido, a **RECORRENTE** possui exclusividade, com amparo nas legislações nacionais e internacionais, conforme disposto no **Art. 8º da Convenção da União de Paris - CUP**, que vigora no Brasil nos termos do **Decreto nº 635/92** e inciso V, do **Art. 124, da Lei de Propriedade Industrial – LPI**.

“Artigo 8º - O nome comercial será protegido em todos os países da União sem obrigação de depósito ou de registro, quer faça ou não parte de uma marca de fábrica ou de comércio.”

“**Art. 124 – Não são registráveis como marca:**

V – Reprodução, imitação de elemento característico ou diferenciador de **título de estabelecimento** ou nome de empresa de terceiros, **suscetível de causar confusão ou associação com esses sinais distintivos.**”

O legislador constituinte de 1988, trilhou a mesma orientação ao garantir o direito constitucional da **RECORRENTE** no sentido de que:

“Art.5º

XXIX – a lei assegurará aos autores de inventos industriais, privilégio temporário para a sua utilização, bem como **proteção** às criações industriais, à propriedade das marcas, **aos nomes de empresas** e a outros signos distintivos, **tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento econômico e tecnológico do País.**”

Tal direito, além de previsto nas legislações nacionais e internacionais é também amparado pela jurisprudência que tem deixado assente a proteção ao nome de empresa:

“Com o advento do Decreto-Lei nº 1009/69, que só aludiu a título de estabelecimento, **a proteção ao nome comercial passou a se dar tão só pelo arquivamento dos atos constitutivos da firma ou sociedade no Registro de Comércio (Art. 166).** Atualmente, como se viu, **o direito ao uso exclusivo do nome comercial independe de depósito ou registro no INPI, e surge com a só constituição jurídica da sociedade, através do registro ou arquivamento de seus atos constitutivos no Registro do Comércio ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas. A proteção do nome comercial pelo só registro na Junta Comércio é a tradição do nosso direito, desde o Decreto nº 916 de 1890.**”

“I - Tanto o registro realizado nas juntas comerciais (denominação social ou **nome de fantasia**) quanto o levado a efeito junto ao INPI (marca), **conferem à empresa que os tenha obtido o direito de utilizar com exclusividade, em todo o território nacional, a expressão que lhes constitui o objeto como título de estabelecimento, como sinal externo capaz de distingui-la** perante a generalidade das pessoas, **de outras que operam no mesmo ramo de atividade.**

II – Havendo conflito, entre referidos registros, prevalece o mais antigo, em respeito aos critérios da originalidade e novidade.”

Ora, aplicando-se os fundamentos legais acima transcritos, ao caso em tela, resta absolutamente claro que a expressão **YOLOVEYO**, enquanto Nome FANTASIA Empresarial da **RECORRENTE**, desde 2019, possui ampla proteção legal contra a sua utilização por terceiros, justamente pela mencionada **proteção conferida ao seu Nome Empresarial pelo inciso V do mesmo dispositivo**.

Sobre o thema decidendum, impende esclarecer que o nome comercial compreende não só o nome da pessoa física ou jurídica, mas também a denominação social (títulos do estabelecimento), identificando a empresa no mundo do comércio e da indústria, sendo inerente ao nome o direito à exclusividade. A marca, por outro lado, consiste no sinal distintivo dos produtos fabricados, do comércio destes, bem como dos serviços prestados por uma determinada empresa. Para a proteção e exclusividade de uso tanto do nome comercial, quanto da marca, necessário se faz o efetivo registro no órgão competente: o do nome comercial, na respectiva Junta Comercial; o da marca, no INPI, valendo para o caso de conflito a precedência temporal da inscrição.

A **RECORRENTE** desde **02/07/2019** efetivou o arquivamento dos seus atos constitutivos perante a **JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SANTA CATARINA- JUCESC**, onde se encontra o ato que lhe atribuiu, desde então, direitos exclusivos sobre o Nome fantasia empresarial “**YOLOVEYO**”.

Oportuno trazer à colação o que preceitua a **Lei nº 8.934/94**, que dispõe sobre o registro público de empresas mercantis e, também o disposto nos artigos 61 e 62 do Decreto nº **1800/96** que a regulamenta, respectivamente:

Lei n 8.934/94.

“Art. 34. O nome empresarial obedecerá aos princípios da veracidade e da novidade”.

1. Em conformidade com o **Art. 5º** da referida Lei, cada junta comercial tem jurisdição na área de circunscrição territorial respectiva, ou seja, existirá uma junta comercial para cada estado da federação, o que referenda o princípio da territorialidade.

2. Em seu **Art. 31**, a Lei determina que “Os atos decisórios da junta comercial serão publicados no órgão de divulgação determinado em portaria do presidente, publicada no Diário Oficial do Estado e, no caso da Junta Comercial do Distrito Federal, no Diário Oficial da União”.

3. Já, no **Art. 33**, reza o seguinte: “A proteção ao nome empresarial decorre automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos de firma individual e de sociedades, ou de suas alterações”.

4. O **Inciso V** do **Art. 35** revela sobre a proibição de arquivamento dos atos de empresas mercantis com nome idêntico ou semelhante a outro já existente;

5. Por conseguinte, o **Art. 50** deixa claro quanto à interposição de recurso contra atos praticados pela junta comercial: “Todos os recursos previstos nesta lei deverão ser interpostos no prazo de 10 (dez) dias úteis, cuja fluência começa na data da intimação da parte ou da publicação do ato no órgão oficial de publicidade da junta comercial”.

Decreto nº 1.800/96.

“Art. 61. **A proteção ao nome empresarial, a cargo das Juntas Comerciais, decorre, automaticamente, do arquivamento** da declaração de firma mercantil individual, **do ato constitutivo de sociedade mercantil** ou de alterações desses atos que impliquem mudança de nome”.

“Art. 62. O nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade e identificará, quando assim o exigir a lei, o tipo jurídico da sociedade.

(...)

§ 2º Não poderá haver colidência por identidade ou semelhança do nome empresarial com outro já protegido”.

Levando-se em conta os artigos anteriormente citados, vimos que o arquivamento dos atos constitutivos do **RECORRENTE** passou legalmente por todo trâmite legal perante a **JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SANTA CATARINA - JUCESC**, inclusive com a publicação no Diário Oficial do Estado.

A hipótese diz com o uso do nome comercial e o resguardo do privilégio decorrente do registro.

As Juntas Comerciais, tendo como uma de suas finalidades a proteção ao nome comercial em respeito ao princípio da novidade, inscrito em tais dispositivos, não podem registrar nome semelhante aos que nela já se encontram registrados, quer coincidam ou não os ramos de atividade a que se dedicam o titular do registro e o pretendente, exatamente para evitar a confusão e a concorrência desleal.

Ademais, **o direito ao uso exclusivo do nome comercial em todo o território nacional não está sujeito a registro no INPI, e surge tão-só com a constituição jurídica da sociedade, mediante registro de seus atos constitutivos no Registro do Comércio**, devendo prevalecer o registro do nome comercial feito com anterioridade.

É inegável que todo o enfoque demonstrado coaduna-se, in totum, como a situação em tela. Assim, desnecessário se faz, trazer à baila enfadonhas compilações de jurisprudências firmadas por nossos tribunais ou extratos doutrinários que referendem as colocações defendidas.

Restando, portanto, efetivamente demonstrada a possibilidade de registro da marca “**ODONTO VALE**”, face a manifesta ausência, salvo melhor juízo, de fundamentação legal quanto a aplicação do **Inciso XIX do Art. 124 da LPI**.

X - CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto, verifica-se a ausência de exclusividade de utilização dos elementos nominativos individualmente por parte da marca que motivou o indeferimento do pedido de registro de marca da Recorrente, de forma que inexistem óbices ao seu registro, já que não há reprodução dos elementos nominativos da marca paradigma, bem como há suficiente distintividade entre os conjuntos marcários, de modo a inexistir qualquer possibilidade de confusão do público consumidor ou associação indevida entre as duas marcas.

Além do mais, o recorrente enfatiza e pleiteia um registro de marca onde tem sua apresentação como marca mista e seu próprio cunho distintivo com características próprias onde o seu diferencial está justamente por confrontar com a **marca mista apresentada como anterioridade impeditiva**, ou seja, os sinais marcários são distintos, não são gêmeos e cada uma guardam suas afinidades mercadológicas quando confrontados lado a lado.

Por conseguinte, só pela negação do direito compreender-se-ia o arrebatamento deste patrimônio por se tratar de uma sigla tradicional e já conhecida por sua clientela. Portanto, é necessário reconhecer o Recorrente o direito ao registro requerido da sua marca, uma vez que faz uso da mesma por (07) (Sete) anos, desde sua fundação até a data da prioridade do depósito, para distinguir ou identificar serviço idêntico, semelhante ou afim, sendo assim terá direito de precedência segundo consta no Art. 129 § 1º da Lei da Propriedade Industrial Nº. 9.279, de 14/05/96.

Assim, visando agir dentro do que a lei determina, a Recorrente faz menção à proteção prevista e conferida no artigo 4.º, inciso III, do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, que vem em seu favor e que assim disponibiliza sobre o assunto:

Artigo 4º - “A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus

interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:" (...)

Inciso III – “harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.” (Grifos nossos).

Portanto, assegurada pelo **art. 4º, inciso III do CDC**, a Recorrente buscando viabilizar os princípios acima mencionados nos quais se funda a ordem econômica, (art. 170, CF) sempre com base na boa-fé, não pode, pois, concordar que ela seja privada de obter **registro** junto ao órgão federal, responsável, **INPI**, para distinguir e assinalar seus serviços.

Desta forma, temos a certeza de que os Srs. Examinadores deste Emérito Instituto, sensíveis à matéria e aos argumentos apresentados acima, saberão analisar este assunto em profundidade, reconhecendo os direitos da recorrente que, desta maneira, confia plenamente na probidade profissional característica dos Srs. Examinadores deste INPI.

XI- DO PEDIDO

Diante de todo o exposto, o Recorrente espera que Vossa Excelência conheça as razões apresentadas no presente **RECURSO**, e dê provimento para o efeito de ser reformada a r. decisão ora recorrida, e conseqüentemente, ordenar o prosseguimento do processo nº **929.063775** da marca (Mista) **“YOLOVEYO”** até o seu deferimento (concessão), por ser ato de inconteste e serena **J U S T I Ç A!**



Nestes termos,
Pede Deferimento

Camboriú, SC, 24, de Junho de 2024.

CARVALHO & CIA MARCAS E PATENTES

REGINA MARIA DE CARVALHO
AGENTE CREDENCIADA AO INPI – API 802

INSTRUÇÕES:

A data de vencimento não prevalece sobre o prazo legal. O pagamento deve ser efetuado antes do protocolo. Órgãos públicos que utilizam o sistema SIAFI devem utilizar o número da GRU no campo Número de Referência na emissão do pagamento. Processo: 929063775 Serviço: 3000- Recurso contra indeferimento de pedido de registro de marca - valor por classe

Clique aqui e pague este boleto através do Auto Atendimento Pessoa Física.
Clique aqui e pague este boleto através do Auto Atendimento Pessoa Jurídica.

BANCO DO BRASIL

001-9

00190.00009 03112.325232 22211.720176 2 97860000047500

Nome do Pagador/CPF/CNPJ/Endereço

YOLOVEYO CONFECÇOES DE PECAS DO VESTUARIO LTDA ME CPF/CNPJ: 34091592000116

RUA BAGDA 137 AREIAS CAMBORIU SC, CAMBORIU -SC CEP:88345113

Sacador/Avalista

Nosso-Número

31123252322211720

Nr. Documento

31123252322211720

Data de Vencimento

23/07/2024

Valor do Documento

475,00

(=) Valor Pago

Nome do Beneficiário/CPF/CNPJ/Endereço

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUST CPF/CNPJ: 42.521.088/0001-37

RUA MAYRINK VEIGA 9 24 ANDAR ED WHITE MARTINS , RIO DE JANEIRO - RJ CEP: 20090910

Agência/Código do Beneficiário

2234-9 / 333028-1

Autenticação Mecânica

BANCO DO BRASIL

001-9

00190.00009 03112.325232 22211.720176 2 97860000047500

Local de Pagamento

PAGÁVEL EM QUALQUER BANCO ATÉ O VENCIMENTO

Nome do Beneficiário/CPF/CNPJ

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUST CPF/CNPJ: 42.521.088/0001-37

Data do Documento

24/06/2024

Nr. Documento

31123252322211720

Espécie DOC

DS

Aceite

N

Data do Processamento

24/06/2024

Uso do Banco

31123252322211720

Carteira

17

Espécie

R\$

Quantidade

xValor

Nosso-Número

31123252322211720

(=) Valor do Documento

475,00

Informações de Responsabilidade do Beneficiário

A data de vencimento não prevalece sobre o prazo legal.

O pagamento deve ser efetuado antes do protocolo.

Órgãos públicos que utilizam o sistema SIAFI devem utilizar o número da GRU n

o campo Número de Referência na emissão do pagamento.

Processo: 929063775

Serviço: 3000-Recurso contra indeferimento de pedido de registro de marca - v

alor por classe

Data de Vencimento

23/07/2024

Agência/Código do Beneficiário

2234-9 / 333028-1

(-) Desconto/Abatimento

(+) Juros/Multa

(=) Valor Cobrado

Nome do Pagador/CPF/CNPJ/Endereço

YOLOVEYO CONFECÇOES DE PECAS DO VESTUARIO LTDA ME CPF/CNPJ: 34091592000116

RUA BAGDA 137 AREIAS CAMBORIU SC,

CAMBORIU-SC CEP:88345113

Sacador/Avalista

Código de Baixa

Autenticação Mecânica

Ficha de Compensação

Página 31 de 32



Pagamento realizado com sucesso.

Forma de pagamento:

Débito em conta

Agência / Conta corrente:

3462 / 000010129215

Código de barras:

00190.00009 03112.325232

22211.720176 2 97860000047500

Data de Vencimento:

23/07/2024

Pagamento:

24/06/2024

Banco:

Bco Do Brasil S A

Valor nominal:

R\$ 475,00

Encargos:

R\$ 0,00

Descontos:

R\$ 0,00

Valor Pago:

R\$ 475,00

Nome do Beneficiário:

**Instituto Nacional Da Propriedade
Industrial . Inp**

Documento do Beneficiário:

042521088000137

Nome do pagador:

**Yoloveyo Confeccoes De Pecas Do
Vestuario Ltda Me**

Documento do pagador:

34.091.592/0001-16

Nome do pagador final:

Regina Maria De Carvalho

Documento do pagador final:

830.316.007-97

Data da transação:

24/06/2024 16:27:13

Autenticação bancária:

MBB3562726925CA911FDA8D

Central de Atendimento Santander

4004-3535 (Capitais e Regiões Metropolitanas)

0800-702-3535 (Demais Localidades)

SAC 0800-762-7777

Ouvidoria 0800-726-0322