

IPSOS i-renome



O produto i-renome

Pesquisa de opinião realizada junto à população brasileira, para avaliar o conhecimento e a notoriedade de marcas.



Seu objetivo é contribuir e facilitar o processo para empresas e escritórios de advocacia atenderem aos requerimentos comprobatórios para obtenção do reconhecimento de alto renome junto ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).



Resolução do INPI – Alto Renome

De acordo com o INPI:

“Considera-se de alto renome a marca que goza de uma autoridade incontestável, de um conhecimento e prestígio diferidos, resultantes da sua tradição e qualificação no mercado e da qualidade e confiança que inspira, vinculadas, essencialmente, à boa imagem dos produtos ou serviços a que se aplica, exercendo um acentuado magnetismo, uma extraordinária força atrativa sobre o público brasileiro em geral, indistintamente, elevando-se sobre os diferentes mercados e transcendendo a função a que se prestava primitivamente, projetando-se apta a atrair clientela pela sua simples presença.”

Com o objetivo de estabelecer a forma de aplicação do disposto no art. 125 da Lei nº 9.279/1996 (LPI), o INPI publicou em agosto de 2013 a Resolução 107, aditada em outubro de 2016 pela Resolução 172, facilitando o processo para obtenção do reconhecimento do alto renome de uma marca. Uma das principais alterações é a possibilidade do pedido ser feito de maneira autônoma ao INPI, não havendo mais necessidade de estar vinculado a alguma oposição ou nulidade administrativa.

A nova resolução destaca ainda a importância da pesquisa de mercado como um dos principais documentos de comprovação dos quesitos fundamentais para que uma marca seja considerada possuidora de tal status.

Resolução do INPI – Alto Renome

Comprovação junto ao INPI

Segundo o INPI, a comprovação da alegada condição de alto renome deverá estar vinculada a:

3

QUESITOS FUNDAMENTAIS

- I. Reconhecimento da marca por ampla parcela do público brasileiro em geral;
- II. Qualidade, reputação e prestígio que o público brasileiro em geral associa à marca e aos produtos ou serviços por ela assinalados;
- III. Grau de distintividade e exclusividade do sinal marcário em questão.

Resolução do INPI – Alto Renome

Tipos de marcas, segundo o INPI

Nominativa

É aquela formada por palavras, neologismos e combinações de letras e números.

Figurativa

Constituída por desenho, imagem, ideograma, forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo, e palavras compostas por letras de alfabeto como hebraico, cirílico, árabe etc.

Mista

Combina imagem e palavra.

Tridimensional

Pode ser considerada marca tridimensional a forma de um produto, quando é capaz de distingui-lo de outros produtos semelhantes.

i-renome

SOBRE A PESQUISA

A pesquisa Índice Renome é formatada para atender às condições dispostas na Resolução 107/2013, aditada pela Resolução 172/2016 do INPI, que passou a recomendar o uso de pesquisas de mercado para comprovação dos quesitos I e II do art. 3º, necessários para o reconhecimento do status de alto renome de uma marca.

COMO FUNCIONA?

Por meio de perguntas-padrão que se utilizam de atributos-chave para comprovar a notoriedade de uma marca, o Índice Renome avalia o conhecimento da marca pelo público, assim como a sua imagem e reputação.

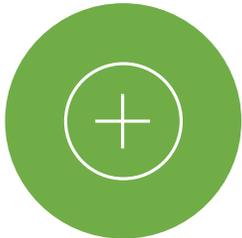
A pesquisa é realizada em âmbito nacional, com uma amostra representativa da população brasileira de dezesseis anos ou mais, através do BUS, um serviço regular da Ipsos-Ipec.

Áreas de abordagem

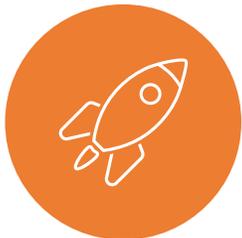
A pesquisa contempla a realização de perguntas-padrão que abordam:



Conhecimento da marca;



Associações espontâneas e estimuladas da marca a diferentes categorias;



Avaliação de oito atributos de notoriedade (em baterias de atributos, sendo que cada três itens correspondem a uma pergunta fechada).

Caso haja necessidade de avaliar outros aspectos da marca, como identidade visual, público consumidor ou outras marcas familiares, um valor adicional será orçado e cobrado à parte, conforme o caso.

Diferenciais

Índice Renome

A partir da nossa experiência em pesquisas de opinião, o Índice Renome conta com:

- Amostra com 2.000 entrevistas, com erro de amostragem máximo de 2 pontos percentuais.
- Abrangência nacional, permitindo a leitura dos resultados nas diferentes regiões do país.
- Entrevistas pessoais e domiciliares que garantem a representatividade de todas as classes sociais na amostra.
- Calendários mensais para realização da pesquisa a partir do BUS*.
- Rápida execução: aproximadamente um mês entre aprovação do questionário e entrega dos resultados.
- Investimento com excelente custo-benefício.

*Calendário sujeito à confirmação em função do número mínimo e suficiente de perguntas.

O que está incluído na entrega

O cliente receberá um relatório descritivo dos resultados encontrados, com gráficos pelos totais e tabelas com oito cruzamentos padrão:



Cruzamentos adicionais podem ser solicitados pelo cliente no momento da contratação da pesquisa, sem custos adicionais. Cruzamentos solicitados posteriormente implicarão em acréscimos no valor original, conforme o caso.

Procedimentos

Padrão



Ao menos 20% dos questionários são criticados e verificados;



100% dos questionários são submetidos a um teste eletrônico de consistência para verificação de coerência das respostas;



A Ipsos-Ipec é associada à **ABEP** (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) e é regida ainda pelos padrões éticos da **ESOMAR** (European Society for Opinion and Marketing Research).

Condições gerais

- Máximo de cinco perguntas por marca.
- Bateria de atributos – cada três itens correspondem a uma pergunta fechada.
- Acréscimo de perguntas ao padrão do produto terá custo adicional por pergunta, fechada ou aberta, de acordo com a tabela do BUS.
- Tabelas ou apresentações em inglês terão custos adicionais, precificados sob demanda.
- Cruzamentos extras ou relatórios analíticos terão custos adicionais, precificados sob demanda.
- A execução da pesquisa fica condicionada ao calendário de execução do BUS.

Importante

Limitação de responsabilidade

A Ipsos-Ipec não possui qualquer vínculo com o INPI. A contratação da pesquisa Índice Renome e os resultados obtidos contribuem para o processo, mas não garantem a obtenção do status de alto renome da marca.

O INPI avalia os resultados das pesquisas de forma independente e em conjunto com diversas outras informações, sendo o legítimo e único responsável pelo deferimento ou não do processo.

IPSOS-IPEC BUS



O produto

O **BUS** é uma pesquisa regular nacional que viabiliza estudos específicos de diversas empresas em uma única pesquisa, com excelente custo-benefício. Cada cliente recebe os resultados das perguntas que contratou de forma exclusiva e confidencial.



Informações que pode fornecer

Sobre as mais diversas questões, tais como:



Pesquisas de atitudes e opinião da população frente à expectativas e problemas econômicos, políticos, sociais e culturais



Perfil socioeconômico e demográfico da população e segmentos: usuários de categorias e marcas



Incidência, frequência e hábitos de uso de produtos, serviços e bens duráveis



Atitudes e imagem com relação a produtos, marcas, serviços, empresas e órgãos governamentais



Posse de bens duráveis; uso de cartões de crédito, etc.



Monitoramento contínuo de informações e tendências sobre produtos, serviços, lançamentos e relançamentos



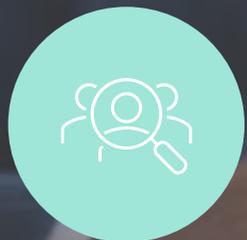
Conhecimento de marcas e lembrança de propagandas



Hábitos e consumo de meios e veículos de comunicação de massa

Metodologia

Planejamento



Entrevistas pessoais e domiciliares

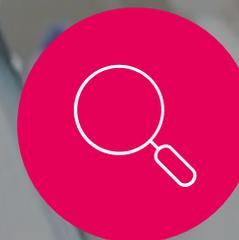
Realizadas em dias úteis, diurno, noturno e nos finais de semana. Isso é importante para cobrir a presença do público-alvo em casa



Questionário

Desenvolvido pela Ipsos-Ipec e aprovado pelo cliente

Cobertura Nacional



Pesquisa Quantitativa



Metodologia

Amostra

O **BUS** utiliza uma amostra probabilística até o penúltimo estágio de seleção, representativa da população brasileira, com 16 anos ou mais, elaborada com as bases mais atualizadas do CENSO e PNAD, selecionada em 3 estágios, com controle pelas seguintes cotas:

- **Sexo**
- **Faixa Etária**
- **Escolaridade**
- **Ramo de atividade do entrevistado e se é empregado ou autônomo**

A amostra do BUS é representativa em cada onda e, portanto, comparável entre ondas. Isso é importante para objetivos de monitoramento e para acessar amostras minoritárias, acumulando-se resultados de

sucessivas ondas.

São realizadas **2.000 entrevistas** em âmbito nacional com:

- **Homens e Mulheres**
- **De 16 anos ou mais**
- **Das classes socioeconômicas A, B, C e DE (Critério Brasil).**

Para amostra nacional, a margem de erro é de no máximo 2 pontos percentuais com 95% de intervalo de confiança. Os dados podem ser projetados para o total da população com 16 anos ou mais.

Por ser uma amostra proporcional ao universo pesquisado, não há necessidade de ponderação.



Procedimentos

Padrão



As entrevistas são realizadas por uma equipe de entrevistadores devidamente treinados e supervisionados;



Ao menos 20% dos questionários são criticados e verificados;



100% dos questionários são submetidos a um teste eletrônico de consistência para verificação de coerência das respostas;



A Ipsos é associada à **ABEP** (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) e é regido ainda pelos padrões éticos da **ESOMAR** (European Society for Opinion and Marketing Research).

O que está incluído na entrega

O cliente receberá um relatório de tabelas com oito cruzamentos padrão:

- Sexo
- Faixa etária (16-24 / 25-34 / 35-44 / 45-59 / 60+)
- Classificação econômica Brasil (A+B / C / D+E)
- Regiões geográficas (Norte + Centro-Oeste / Nordeste / Sudeste / Sul)
- Grau de Instrução
- Tamanho da cidade (Até 50.000 / 50.001 – 500.000 / 500.000+)
- Renda familiar (em salários mínimos)
- Condições do município (Capital / Periferia / Interior)

Condições gerais



Forma de pagamento:

Será emitida fatura no valor integral após a aprovação do projeto, com vencimento no último dia útil do mês de realização da pesquisa.



Condições para contratação:

- Mínimo de **3 perguntas por cliente**
- Perguntas filtro serão cobradas como perguntas normais

O formato das perguntas deve ser validado pela equipe de atendimento da Ipsos-Ipec. Questões com estrutura complexa poderão ter valores diferenciados.

O contratante pode solicitar até 2 cruzamentos adicionais permitidos pelo questionário sem custos adicionais, desde que os mesmos sejam de baixa complexidade e solicitados até o período final do campo. Pedidos simples feitos após este prazo, pedidos mais complexos e pedidos que excedam a quantidade determinada serão cobrados à parte, com valores a depender da complexidade. Nesses casos, um orçamento será apresentado para aprovação do cliente antes da execução dos pedidos.

ENTRE EM CONTATO

comunicacao.ipsos@ipsos.com