

Marca do Inmetro no campo da Avaliação da Conformidade: uso indevido

Inmetro brand in the field of conformity assessment: misuse

Ruth Epsztejn¹, Lucas Santos Heler¹

¹Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – Inmetro.

E-mail: repsztejn@inmetro.gov.br; lsheler@inmetro.gov.br

Resumo: Marcas identificam e diferenciam instituições, produtos e serviços, influenciando nas decisões de consumo. Os selos e etiquetas para atestação da conformidade contêm a marca do Inmetro, cujo alto reconhecimento acarreta o crescimento dos casos de uso indevido da marca. O artigo apresenta levantamento do uso indevido da marca do Inmetro nos sistemas da Ouvidoria de Inmetro e da Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade do Inmetro, aponta os setores de mercado mais afetados e apresenta propostas de ações para mitigação da prática desleal.

Palavras-chave: avaliação da conformidade; uso indevido da marca; propriedade industrial.

Abstract: Brands identify and differentiate institutions, products and services, influencing consumption decisions. The seals and labels for attestation of conformity bring the brand of Inmetro, whose high recognition leads to the growth of cases of misuse of the brand. The article presents a survey of Inmetro's misuse of its brand at the systems of Inmetro's Ombudsman and Inmetro's Legal Metrology and Quality Brazilian Network, points out the most affected market sectors and presents proposals for actions to mitigate unfair practices.

Keywords: conformity assessment; improper use of brand; industrial property.

1. INTRODUÇÃO

A marca é um dos ativos intangíveis mais valiosos das organizações. Uma marca forte aumenta o poder de negociação, fortalece a reputação institucional, alinha a comunicação em todos os pontos de contato, possibilita a entrada em novos mercados, permite reposicionar produtos e serviços, atrai capital humano e eleva o valor da organização.

A marca Inmetro goza de alta reputação e reconhecimento perante seus públicos, sendo

eleita por cinco vezes uma das 30 marcas mais lembradas no Brasil, em pesquisa realizada pela publicação especializada Superbrands com 16 mil executivos e consumidores, sendo a única autarquia do governo federal a ter sua marca destacada [1].

Como marca de uma instituição pública o Inmetro não visa o lucro, sendo o seu valor de natureza social ao prover confiança à sociedade brasileira nos campos da metrologia, da qualidade e da avaliação da conformidade, onde a marca é associada à defesa das relações de

consumo, inovação e competitividade da indústria brasileira - atributos também expressos em sua missão institucional.

Para o Inmetro, um importante ponto de contato da sua marca com os diversos públicos são os selos e etiquetas atribuídos aos produtos e serviços que passam por processo de avaliação da conformidade. Neste contexto, o valor agregado da marca é, em certo nível, transferido ao produto ou ao serviço que a recebe.

Pesquisas de imagem institucional junto à população revelam que 87% dos entrevistados que conhecem o Inmetro confiam no trabalho do Instituto. A pesquisa também aponta que 65% dos entrevistados optam por produtos com selo do Inmetro, ainda que sejam de marcas desconhecidas [2].

2. DISTINÇÃO ENTRE OS ITENS DE IDENTIFICAÇÃO DO INMETRO QUE APORTAM A MARCA INSTITUCIONAL

A atestação da conformidade de um objeto ou serviço se faz através de selos e etiquetas, símbolos que expressam a materialização de um amplo processo de avaliação da conformidade, onde as informações aos consumidores são disponibilizadas em diferentes níveis e com finalidades distintas.

O selo de identificação da conformidade, como é hoje chamado no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade é a evidência da atestação da conformidade e pode se apresentar das seguintes maneiras [3]: etiqueta colada no produto; layout desenhado em alto relevo no produto; certificado impresso em papel; listagem impressa; banco de dados informatizado.

A versão mais recente das regras para o uso do selo de identificação da conformidade foi estabelecida pela Portaria Inmetro nº 274, de junho de 2014 [4]. Alguns exemplos são apresentados na figura 1.

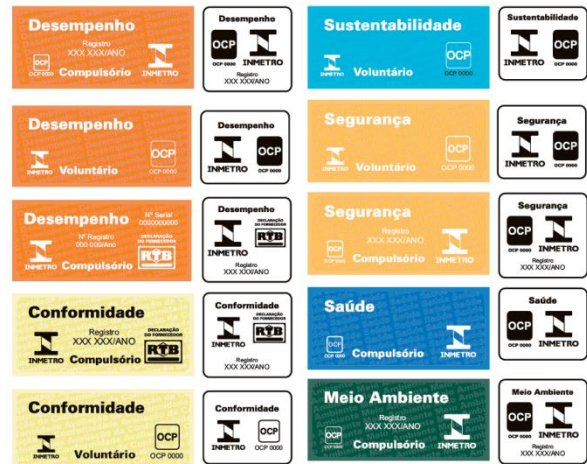


Figura 1. Exemplos de selos de identificação da conformidade.

A etiquetagem é uma forma de atestar o desempenho de um objeto, na maior parte das vezes consumidor de energia, conforme exemplos apresentados na figura 2.

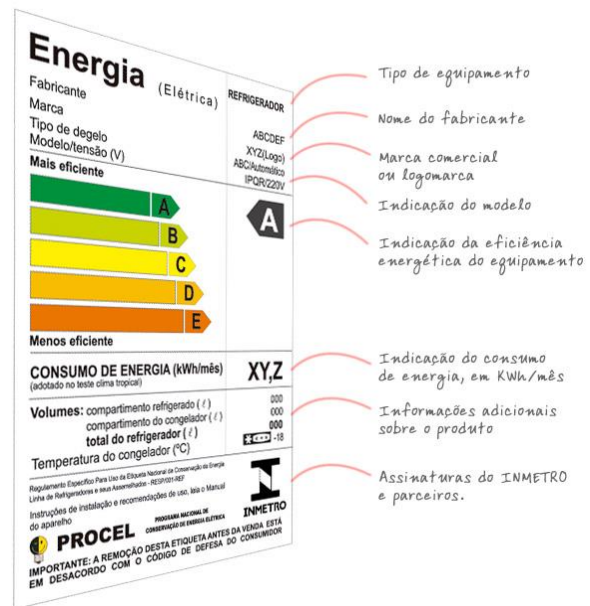


Figura 2. Modelo da etiqueta nacional de conservação de energia.

3. USO INDEVIDO DA MARCA DO INMETRO NO CAMPO DA AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE

O crescimento do uso indevido da marca, caracterizado pela aplicação não autorizada da marca por fabricantes, importadores e

comerciantes, pode acarretar problemas para o mercado, para consumidores e para o Inmetro, com efeitos na implantação de uma regulamentação técnica e de avaliação da conformidade eficaz.

Estima-se que setores produtivos mais afetados por essa prática são fragilizados por concorrência desleal, desencadeando práticas de mercado que induzem os consumidores ao erro, em prol de vantagens econômicas. O uso indevido da marca pode ocasionar: confusão dentre os consumidores sobre quais atributos, produtos ou serviços são avaliados pelo Inmetro; diminuição da importância finalística de uma regulamentação, em detrimento do apelo econômico; incremento dos riscos ao consumidor; compreensão equivocada da atuação do Instituto; dificuldade da implantação de novos Programas de Avaliação da Conformidade; descrédito dos Programas existentes; dificuldade em cumprimento da missão institucional do Inmetro, ou seja, de prover confiança; fragilidade política do Instituto em nível nacional e internacional; ocorrência de disputas judiciais.

4. METODOLOGIA

A metodologia adotada para a realização do estudo foi baseada em pesquisa bibliográfica referente à propriedade industrial e intelectual, estudos sobre *branding* e gestão de marcas em literaturas de *marketing* e publicações sobre avaliação da conformidade.

Foi realizado levantamento de informações em bancos de dados disponíveis no Inmetro: no Sistema de Atendimento ao Cidadão – SAC da Ouvidoria do Inmetro e na base da Rede Brasileira de Metrologia e Qualidade do Inmetro por meio do Sistema de Gestão Integrada da Rede Brasileira de Metrologia e Qualidade do Inmetro – SGI, a pesquisa compreendeu o período de 2011 a 2015. Realização da revisão dos resultados das pesquisas do Inmetro junto à população, indústria e formadores de opinião; harmonização dos dados pela categorização da

NCM – Nomenclatura Comum do Mercosul; identificação dos segmentos de mercado com maiores índices de uso indevido das marcas, selos e etiquetas do Inmetro; discussão dos dados levantados e proposição para mitigar uso indevido da marca do Inmetro.

3. DISCUSSÃO

O levantamento dos dados da Ouvidoria do Inmetro [5], no período 2011-2015 apontou 143 denúncias relacionadas aos usos indevidos da marca. A Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade (RBMLQ-I) expediu 1297 autuações relacionadas, no mesmo período, conforme relatório do Sistema de Gestão Integrada da RBMLQ-I [6], o que motiva o estudo das consequências dessas práticas desleais nos mercados de atuação do Inmetro, das ameaças ao cumprimento da sua missão e dos riscos para a imagem institucional.

A fim de harmonizar o levantamento de dados do levantamento do SAC (Ouvidoria) e do SGI houve necessidade de categorizá-los pela NCM, resultando no gráfico da figura 3.



Figura 3. Autuações e denúncias por uso indevido das marcas de 2011 a 2015 categorizados pela NCM.

Os resultados mostrados apontam que os materiais elétricos lideram a lista dos dez produtos com maior incidência de uso indevido da marca, com 55 registros (14,4% do total), seguidos dos aparelhos de iluminação (37 registros, 9,7% do total).

A tabela 1 relaciona os programas e regulamentos técnicos vigentes, conforme atualização de 15/02/2016 [7].

Tabela 1. Programas de Avaliação da Conformidade e Regulamentos Técnicos do Inmetro para Materiais Elétricos.

| Objeto | Portaria Inmetro |
|--|--------------------------------|
| Adaptadores de plugues e tomadas | Portaria n.º 324 de 21/08/2007 |
| Disjuntores | Portaria n.º 348 de 13/09/2007 |
| Dispositivos elétricos de baixa tensão | Portaria n.º 335 de 29/08/2011 |
| Estabilizadores de tensão monofásicos, com saída de tensão alternada, com tensão nominal de até 250 V em potências de até 3KVA/3KW | Portaria n.º 262 de 18/07/2007 |
| Fios, cabos e cordões flexíveis elétricos | Portaria n.º 640 de 30/11/2012 |
| Fusíveis tipo rolha e tipo cartucho | Portaria n.º 101 de 16/07/2001 |
| Interruptores para instalações elétricas fixas domésticas e análogas. | Portaria n.º 234 de 30/06/2008 |
| Plugues e tomadas para uso doméstico e análogo | Portaria n.º 85 de 03/04/2006 |
| Reatores eletromagnéticos para lâmpadas à vapor de sódio e lâmpadas à vapor metálico (Halogenetos) | Portaria n.º 454 de 01/12/2010 |
| Reatores eletrônicos alimentados em corrente alternada para lâmpadas fluorescentes tubulares retilíneas, circulares e compactas | Portaria n.º 267 de 21/09/2009 |
| Reatores para lâmpadas fluorescentes tubulares | Portaria n.º 20 de 29/01/2002 |
| Instalações elétricas de baixa tensão | Portaria n.º 51 de 28/01/2014 |
| Interruptores e/ou disjuntores e corrente diferenciais e residenciais | Portaria n.º 102 de 09/04/2009 |

4. PROPOSTAS DE AÇÃO PARA MITIGAÇÃO DO USO INDEVIDO DA MARCA DO INMETRO

Dentre as diversas ações para mitigação do uso indevido da marca do Inmetro podem ser ressaltadas: publicação de Portaria para regulamentar uso de marca institucional, selos e etiquetas de reconhecimento da conformidade com o objetivo de aprimorar a gestão do item; criação de área específica no Inmetro para monitoramento ativo do mercado visando tornar mais proativo o processo de identificação e tratamento dos casos de uso indevido da marca,

aumentando as ações coercitivas e orientativas no mercado; implementação de melhorias nos sistemas SAC e SGI, especialmente na interface de inserção dos dados, nas opções de relatórios, nas ferramentas de busca e na integração dos bancos de dados dos Estados a fim de facilitar a busca e a categorização do banco de dados do SAC e SGI.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentado não é exaustivo, sendo que, a implementação e monitoramento das ações propostas contribuirão para o fortalecimento da missão do Inmetro - prover confiança aos produtos e serviços comercializados no Brasil – permitindo relações comerciais mais justas e reconhecimento da indústria nacional.

6. REFERÊNCIAS

- [1] NUNES, Gilson. **Superbrands Brasil 2010**. São Paulo: Superbrands Ltda, 2011.
- [2] MDA, Pesquisa, INMETRO. **Pesquisa de imagem e satisfação da população em relação à atuação do Inmetro**. Lavras, 2015.
- [3] INMETRO. **Livreto de Avaliação da Conformidade**. ed. 2015. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/inovacao/publicacoes/acpq.pdf>>. Acesso em: 02 mar. 2016.
- [4] INMETRO. Portaria n.º 274, de 13 de junho de 2014. Regulamento para o Uso das Marcas, dos Símbolos, dos Selos e das Etiquetas do Inmetro. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/marcas/>>. Acesso em: 14 mar. 2016.
- [5] INMETRO. **SAC - Sistema de Atendimento ao Cidadão da Ouvidoria do Inmetro**. Disponível em: <www.inmetro.gov.br/sac>. Acesso em: 10 mar. 2016.
- [6] INMETRO. **SGI - Sistema de Gestão Integrada da Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade do Inmetro**. Disponível em: <<http://ias.inmetro.rs.gov.br/>>. Acesso em 10 mar. 2016.
- [7] INMETRO. Regulamentos Técnicos e Programas de Avaliação da Conformidade Voluntários de Produtos, Serviços, Processos e Pessoas. Disponível em: <<http://inmetro.gov.br/qualidade/rtepac/voluntarios.asp>>. Acesso em: 15 fev. 2016.