

O Aumento do e-commerce no Brasil e a Importância da Contratação de Serviços de Online Brand Protection

Por Marianna Furtado de Mendonça

De acordo com os dados divulgados pela 42ª edição do Webshoppers (Ebit|Nielsen, em parceria com a Elo), o e-commerce brasileiro registrou um crescimento de 47% no primeiro semestre de 2020, sua maior alta nos últimos 20 anos. De acordo com a publicação, o crescimento do faturamento foi impulsionado pela alta de 39% no número de pedidos, para 90,8 milhões, em relação ao primeiro semestre de 2019. As vendas aumentaram 47%, para R\$ 38,8 bilhões, no mesmo período.

A pesquisa ainda revela que os adeptos do e-commerce no Brasil cresceram 40%, chegando a 41 milhões no total, visto que a necessidade e o aumento na confiança sobre os pagamentos online levaram 7,3 milhões de brasileiros a comprar online pela primeira vez. Dentre essas 41 milhões de pessoas que estão no e-commerce, 58% são os chamados heavy users (consumidores com mais de quatro compras no semestre), dos quais 20% com mais de dez pedidos nesse período.

O aumento do e-commerce no Brasil faz com que também aumente a importância e necessidade de se proteger as marcas no ambiente digital que como mostram os números acima, alcançou relevância crucial para os negócios e a boa fama da própria marca e seus respectivos titulares.

Se por um lado, o e-commerce e a prestação de serviços remoto prestados em ambiente digital foram alternativas para manter os negócios ativos durante a pandemia, encurtou distâncias e revolucionou a forma de comunicação e de alcançar consumidores, trazendo novas oportunidades de negócio; por outro, facilitou a atuação dos infratores e mal-intencionados.

Os exemplos de uso indevido online de marcas são diversos: websites desenvolvidos com o intuito de aplicar golpes, em funcionamento sob um nome de domínio registrado contendo marca alheia; compra de termos de pesquisa para prática de concorrência desleal ou disputa por tráfego; uso não autorizado de marcas famosas para prática de associação indevida e pirataria, dentre outras ameaças.

O impacto financeiro trazido às sociedades empresárias pelo uso desautorizado de marcas no ambiente digital é substancial, resultando em perda de receita, aumento dos custos de atendimento ao cliente e exposição à responsabilidade legal por negligenciar e permitir que terceiros utilizem suas marcas para fraudar consumidores e outras más práticas.

Assim, as sociedades empresárias precisam estar cada vez mais atentas para o fato de que, no ambiente digital, a proteção desse investimento exige uma abordagem proativa e estratégica.

É exatamente neste cenário que os chamados serviços de Online Brand Protection têm se mostrado de suma importância para o gerenciamento estratégico de proteção da marca no mundo digital, prevenindo o uso indevido da marca por terceiros e o consequente abalo da reputação e confiança do cliente que o uso desautorizado do sinal em questão certamente acarretaria.

Tais serviços se propõem a fazer a gestão estratégica de todos os aspectos da proteção online de uma marca, desde o registro e auditoria de nomes de domínio, monitoramento da presença da marca online, adoção de medidas extrajudiciais para a proteção da marca e, quando necessário, medidas judiciais.

A experiência na prestação desse serviço nos tem evidenciado que, com as ferramentas certas, os serviços de proteção de marca no ambiente digital surgem como uma alternativa eficaz para mitigar todas as formas de abuso de marca nos canais digitais, proporcionando aos seus titulares a possibilidade de reforçar de forma consistente seus direitos de marca on-line. É um investimento que traz não só retornos financeiros, mas como frutos no tocante à boa imagem e reputação de uma marca.

Marianna Furtado de Mendonça, advogada, sócia de Montauray Pimenta, Machado, Vieira de Mello Advogados Associados