



**Excelentíssimo Senhor, Doutor Juiz de Direito da 14ª Vara Cível
do Foro Central da Comarca da Capital do Estado de São Paulo.**

Processo 1139000-33.2016.8.26.0100

Procedimento Comum

**IBRAPPI - Instituto Brasileiro de Árbitros e Peritos
em Propriedade Intelectual Ltda.**, honrado com a nomeação por
parte desse r. Juízo, nos autos do processo em epígrafe, em que *Miguel
Al Makul* contende com *Jorge Al Makul* e *Casa Fortaleza Comércio de
Tecidos Ltda.*, vem, respeitosamente à presença de Vossa Excelência,
apresentar seu

Laudo Pericial

em 24 (vinte e quatro) páginas digitadas e convertidas para o *Portable
Document Format (PDF)*, todas digitalmente assinadas.

São Paulo, 24 de março de 2025.

**IBRAPPI - Instituto Brasileiro de Árbitros e Peritos
em Propriedade Intelectual Ltda.**

LAUDO PERICIAL

Comarca:	<i>Foro Central de São Paulo</i>
Vara:	<i>14ª Cível</i>
Processo:	<i>1139000-33.2016.8.26.0100</i>
Requerente:	<i>Miguel Al Makul</i>
Requerido(1):	<i>Jorge Al Makul</i>
Requerida(2):	<i>Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.</i>

I. OBJETO

A perícia judicial, nos termos da designação do r. Juízo (fls.919), objetiva avaliar os registros de marca registradas da Requerida (2), diga-se: vigentes junto ao INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, delimitados aos processos administrativos abaixo arrolados identificados pela ordem de titulares:

☐ Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
☐ 007137125	28/06/1972	 FORTALEZA	 Registro de marca em vigor	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(7) 24
☐ 007137117	28/06/1972	 FORTALEZA	 Registro de marca em vigor	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(7) 24
☐ 006881467	29/06/1972	 FORTALEZA	 Registro de marca em vigor	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	27 : 10
☐ 006881475	29/06/1972	 FORTALEZA	 Registro de marca em vigor	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	27 : 10

Por oportuno, como antecipado em Juízo (fls. 955/956), não há qualquer possibilidade de avaliar os registros de marca já extintos, anteriormente de titularidade da Requerida(3), pois não

constituem qualquer direito de uso exclusivo e, conseqüentemente, hoje não possuem qualquer valor econômico, quais sejam:

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
922723150	22/04/2021	 CF CASA FORTALEZA	 Pedido definitivamente arquivado	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(11) 24
922723176	22/04/2021	 CF CASA FORTALEZA	 Pedido definitivamente arquivado	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(11) 27
922723222	22/04/2021	 CF CASA FORTALEZA	 Pedido definitivamente arquivado	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(11) 24
922723257	22/04/2021	 CF CASA FORTALEZA	 Pedido definitivamente arquivado	CASA FORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA	NCL(11) 27

II. DILIGÊNCIAS

Na forma do artigo 474 do Código de Processo Civil, a Perita Judicial cientificou as partes litigantes do início dos trabalhos periciais, facultando a apresentação de documentos até a data de 17/02/2025, a saber:

De: ibrappi@ibrappi.com.br <ibrappi@ibrappi.com.br>
De: ibrappi@ibrappi.com.br [mailto:ibrappi@ibrappi.com.br]
Enviada em: segunda-feira, 10 de fevereiro de 2025 10:18
Para: rubens.elias.filho@eliasmatias.com; carla.elias@eliasmatias.com; carolina@petroniadv.com.br
Cc: eyabrao@uol.com.br; jur2.abraoadv@uol.com.br
Assunto: Início das diligências Processo 1139000-33.2016.8.26.0100, partes MIGUEL AL MAKUL x JORGE AL MAKUL e outros

Prezados Senhores

Na forma do artigo 474 do Código de Processo Civil, damos ciência aos Srs. advogados constituídos nos autos acerca do início das diligências com vistas à elaboração do Laudo Pericial.

Não tendo havido indicação de Assistentes Técnicos - ATs por quaisquer das partes, solicitamos sejam encaminhados para análise do IBRAPPI os documentos que entenderem necessários à elucidação da prova, e não juntados aos autos.



Pedimos fazê-lo em retorno ao presente e-mail, se digitalizados, até o dia 17/02/2025, copiando a todos.

Em se tratando de documentos físicos, devem ser enviados ao endereço abaixo, com pré-agendamento de dia e horário para recebimento.

Caso desejem os senhores causídicos participar de uma reunião virtual, queiram por favor manifestar-se a respeito em resposta ao presente e-mail.

Atenciosamente,



Avenida São Luís, nº 50 , Conjunto 51-C (Edifício Itália), República.
São Paulo/SP, Cep: 01046-926 - Telefone/fax: (11)5549.6377
endereço eletrônico (e-mail): ibrappi@ibrappi.com.br
www.ibrappi.com.br

As partes litigantes não encaminharam novos documentos, de modo que foram encerrados os contatos e o **IBRAPPI - Instituto Brasileiro de Árbitros e Peritos em Propriedade Intelectual Ltda.** prosseguiu com os trabalhos técnicos considerando a documentação juntada aos autos.

III. IDENTIFICAÇÃO DO MÉTODO

Avaliação de marcas, como de resto todas as avaliações voltadas aos aspectos econômicos de acervos intangíveis, tem por finalidade conferir um valor *provável* a aquilo que é avaliado, tendo em vista o momento em que ocorre, e a razão pela qual é avaliada.

Embora algum grau de oscilação sempre ocorra em uma avaliação, ou na escolha de alguns procedimentos, métodos ou

fórmulas que possam reter algum grau de subjetividade na interpretação, lida a Perícia com dados técnicos, públicos e transparentes disponíveis das marcas em cotejo.

No presente caso, de avaliação conjunta de títulos de propriedade industrial, iguais ou semelhantes, relativos a produto ou serviço idênticos, semelhantes ou afins, a grande dificuldade é determinar o método a ser utilizado, pois não há uma fórmula legal para se atingir o denominado “*valor justo de mercado*”, divergindo, inclusive os especialistas quanto à abordagem, de modo que, nos tópicos abaixo, a perícia judicial explicará a escolha da melhor técnica empregada diante dos métodos mais comumente utilizado pelos especialistas, diante da situação concreta.

III.I. INVIABILIDADE DO MÉTODO DE RENDA

A avaliação da marca pelo *método de renda*, o mais comum, projeta o benefício econômico que o intangível resultará ao

longo do tempo, de modo que, acompanhando o entendimento de Fernando Murcia¹, a doutrina de Cláudio França Loureiro² ensina que:

“a explanação do significado deste método é muito simples. Quanto ganharia determinada empresa possuindo a propriedade industrial e quanto ganharia a tal empresa sem a propriedade industrial”.

Assim, o êxito na avaliação da marca pelo *método de renda* está diretamente ligado à valoração da empresa pelo método do fluxo de caixa descontado, calculados em cenários **com** marca e **sem** marca. A diferença obtida na valoração da empresa, nestes dois cenários, resultará no valor da marca.

Especialistas entendem que o método de renda é o comumente mais aceito em avaliações de marcas, mas “quanto melhor estiver a empresa em termos econômico-financeiros, tanto mais valerá sua marca”³, independentemente do seu poder atrativo.

¹ Instituto dos Advogados de São Paulo (IASP): “Marcas: criação, construção e avaliação econômica”, acesso ao <https://www.iasp.org.br/events/marcas-criacao-construcao-avaliacao-economica/> em 22/09/2021, às 17h:29m.

² Ordem Dos Advogados do Brasil – Seccional de São Paulo (OAB/SP): “Propriedade Imaterial: Direitos autorais, propriedade industrial e bens de Personalidade”, Eliane Yachouh Abrão (organizadora), Editora Senac, São Paulo, ano 2006, p. 124.

³ “Avaliação econômico-financeira de uma marca genérica: Estudo prático”, Revista Brasileira de Mercado de Capitais, volume 16, número 42, Rio de Janeiro, ano 1991, p. 07.

Por outro lado, as empresas que amargam prejuízos financeiros inviabilizam a utilização do *método de renda*, uma vez o resultado obtido será negativo, podendo levar a valoração do intangível a zero.

No caso dos autos, embora solicitada documentação contábil de 05 (cinco) anos pretéritos, o documento fornecido para análise pericial limitou-se ao “Balancete de Verificação do primeiro semestre do ano de 2021 (fls. 595/850), assim considerado para determinar a liquidez da empresa, ou seja, a capacidade de pagamento a terceiros, lucratividade e rentabilidade, tudo com o auxílio dos relatórios elaborados por Auditorias independentes contratadas.

Esse documento revela que a empresa titular das marcas avaliadas amargava prejuízos financeiros que inviabilizam a utilização do *método de renda*, conforme atestado no quadro resumo do Balancete de Verificação do período de 01/01/2021 a 30/06/2021, fls. 607 dos autos, infra:

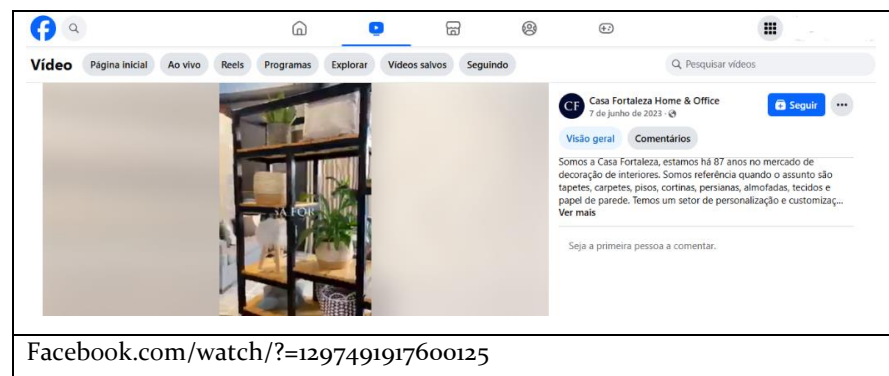
ATIVO	R\$ 13.391.601,22
PASSIVO	R\$ 28.997.883,54
RECEITA	R\$ 20.162.498,51
DESPESA	R\$ 35.768.780,83
PREJUÍZO	R\$ 15.606.282,32

Portanto, na avaliação das marcas objetos da perícia judicial não será adotado *método de renda*, o qual, em razão dos prejuízos apontados, levaria a valoração do intangível a zero se focados apenas os resultados financeiros, o que é inaceitável por haver boa reputação que sustenta a capacidade de gerar receitas futuras, ainda mais considerando a existência das marcas há 84 (oitenta e quatro) anos, observando-se que:

No Instagram, mesmo não sendo alimentado, a “Casa Fortaleza” possui 26,8 mil seguidores



No Facebook, igualmente não sendo alimentado, a “Casa Fortaleza” possui 16 mil seguidores,



III.II. INVIABILIDADE DO MÉTODO DE CUSTO

A avaliação da marca pelo *método de custo* busca quantificar os gastos envolvidos na criação e manutenção dos títulos da propriedade industrial avaliada, como se extrai do artigo “Métodos de avaliação de bens intangíveis”, de autoria de Cláudio França Loureiro⁴, *in verbis*:

O método de custo é uma estimativa de quanto custaria criar ou reproduzir determinada propriedade intelectual. Está fundamentado no princípio da substituição – o bem intangível vale quanto representaria o custo de criação (valor histórico) ou de reposição. Entre os custos históricos de determinado bem podem-se mensurar: custos de propaganda, custos do capital humano, custos do desenvolvimento do bem, custos de manutenção, custos de proteção do bem no caso de ações judiciais de infração, incluindo aí os honorários advocatícios.

James Malackowski, do IPC Group, LLC de Chicago, ao discorrer sobre esse método de avaliação comenta o seguinte exemplo: quanto custaria o valor de uma cópia de um programa de software? Uma resposta poderia ser o número de horas que gastaria um engenheiro para recriar o programa de software similar. O valor das horas gastas, independentemente do custo das horas, é uma indicação do valor do software.

⁴ “Propriedade Imaterial: Direitos autorais, propriedade industrial e bens de Personalidade”, Editora OAB/Senac, São Paulo, ano 2006, páginas 119/126.

Ainda na linha de Malackowski, o custo mais importante deste método – e muitas vezes desprezado – é o chamado custo da perda de oportunidade, isto é, o tempo gasto na reprodução ou reposição do bem intangível, tempo este que poderia estar sendo canalizado para as operações normais do negócio.

*O principal desatino em utilizar este método é ter certeza de que todos os custos de produção ou reposição foram incluídos na avaliação.
(....)*

Então, em quais situações a aplicação deste método é aconselhável?

O método de custo pode ser usado (i) para calcular o valor de um bem que tenha vários substitutos disponíveis no mercado; (ii) como complemento de análise de custo para lançamento de um novo produto; (iii) como simples comparativo a outros métodos de avaliação; (iv) para assegurar um valor mínimo para o bem intangível avaliado.

Assim, a utilização do *método de custo* exige a “consciência da marca”, obtida pelo aprimoramento das campanhas de *marketing*, que permitem ao consumidor tomar consciência da importância e significado da marca e quais os produtos estão associados a ela.

Essa métrica diz respeito à proposta de valor que o empreendimento teve ao longo de sua atuação no mercado, levando-se em conta o diferencial competitivo do intangível, que faz com que os consumidores escolham uma empresa em detrimento de outra, pois

os empreendimentos que desejam conquistar um valor de marca forte devem investir em estratégias de marketing digital e *branding* (gestão estratégica), buscando promover a marca de modo a torná-la mais desejada, relevante e singular na mente das pessoas, uma vez que, quanto mais positiva for a percepção dos clientes em relação a uma empresa, maior será o valor de marca desse negócio.

Desta forma, não sendo possível o detalhamento das campanhas de *marketing*, e, na ausência de pesquisas idôneas de opinião, não é possível mensurar o reconhecimento da marca para respectiva recriação e, conseqüente, utilizar o *método de custo* para avaliação, sendo esse o caso dos autos, nenhum desembolso voltado para marketing, e/ou publicidade conta nos documentos contábeis de fls. 595/850.

III.III. VIABILIDADE DO MÉTODO DE MERCADO

A perícia judicial entende que a avaliação das marcas, no presente caso, e dadas as circunstâncias específicas relacionadas a documentos apresentados e à falta de outros essenciais, deve ser realizada pelo “método de mercado”, de que trata o mesmo especialista Cláudio França Loureiro⁵ no mesmo artigo supra referido:

⁵ “Propriedade Imaterial: Direitos autorais, propriedade industrial e bens de Personalidade”, Editora OAB/Senac, São Paulo, ano 2006, páginas 119/126.

O método de mercado é o mais intuitivo dos métodos de avaliação. Este método é comparativo por natureza e tem como premissa a lei da substituição do bem. Pelo método de mercado o valor de um bem é determinado pelo quantum que recentemente foi pago por um bem similar. Este método aplica o princípio de que o valor real de um bem é quanto outros estariam dispostos a pagar por ele. (...)

Dessa forma, sugere Andrew Ross como premissas básicas para se aplicar este método:

- Mercado ativo com inúmeras ocorrências de licenças ou compra e venda de bens entre várias empresas.*
- Habilidade para identificar no mercado transações que reflitam a mesma substância econômica da sua operação, atentando para o valor da operação ou os royalties cobrados.*
- Na medida do possível ter acesso aos termos e condições do contrato da transação que servirá de base para comparação.*
- Fazer um exame das vantagens e desvantagens das partes envolvidas nas transações.*

Uma vez identificada a transação com a mesma substância econômica da que está sendo objeto de análise -- venda ou licença --, é importante, ainda, se ater a uma série de detalhes para que o método comparativo não se desvirtue.

Toma-se como exemplo um contrato de licença mediante pagamento de royalties. Além da identidade do objeto, é importante verificar que tipo de royalties foram estipulados no contrato, qual alíquota aplicada, qual base de cálculo, isto é, cada unidade vendida, faturamento e receita líquida.

Nem sempre o valor noticiado na operação de venda, retrata fielmente o valor do bem negociado. Há hipótese em que o valor pago em dinheiro não retrata o valor pago pela propriedade intelectual.

Além do dinheiro, a operação pode envolver pagamento em ações, comissões, contrato de licença, por isso, como acima anotado, é importante, na medida do possível, examinar o contrato da transação que servirá de base de base comparativa.

Andrew Ross, identifica as seguintes dificuldades para aplicar este método:

- Identificação correta das transações que reflitam a mesma substância econômica da sua operação. Em razão da singularidade de cada transação não é das tarefas mais fáceis encontrar similaridade de benefícios econômicos, riscos envolvidos e royalties utilizados.

- Seleção da base de cálculo e dos royalties. A escolha da base de cálculo e dos royalties deve-se levar em conta a situação atual econômica do mercado onde ocorrerá a operação. Fatores econômicos exógenos devem ser considerados quando da seleção da base de cálculo e dos royalties.

Por definição, cada propriedade intelectual tem seu valor intrínseco único, de forma que não existem duas transações comerciais exatamente iguais.

Assim, passa-se à avaliação dos registros das marcas anteriormente especificadas, seguindo o método de mercado, o mais adequado à espécie, por considerar que o valor real de um bem é, na verdade, o quanto eventuais compradores estariam dispostos a pagar por esse ativo intangível, atentos às especificidades de cada situação.

IV. QUANTIFICAÇÃO (MÉTODO DE MERCADO)

Inicialmente, a Perícia separou as marcas vigentes por “blocos”, considerando os elementos distintivos (diga-se elemento nominativo “Fortaleza”) e as Classes/ Especificações dos registros junto ao INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, quais sejam:

BLOCO 01 (Classe 24)			
	Processo	Marca	Classe
01	007137117	FORTALEZA	NCL(7) 24
02	007137125	 FORTALEZA	NCL(7) 24

BLOCO 02 (Classe 27)			
	Processo	Marca	Classe (antiga)
01	006881467	FORTALEZA	27 : 10
02	006881475	 FORTALEZA	27 : 10

A divisão por blocos é fundamentada no artigo 135 da Lei nº 9.279/96, pois registros com elementos distintivos colidentes, nas mesmas Classes/Especificações, deverão ser cedidos conjuntamente, implicando em um único valor marcário, nos seguintes termos:

Artigo 135 da Lei nº 9.279/96. A cessão deverá compreender todos os registros ou pedidos, em nome do cedente, de marcas iguais ou semelhantes, relativas a produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, sob pena de cancelamento dos registros ou arquivamento dos pedidos não cedidos.

Posteriormente, a perícia judicial efetuou buscas por marcas disponíveis à venda nos mesmos segmentos dos “BLOCOS” acima *identificados (BLOCO 01 – Classe 24 e BLOCO 02 – Classe 27)*, localizando somente disponibilidade para aquisição na Classe 24 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, no valor de **R\$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos reais)**, infra:

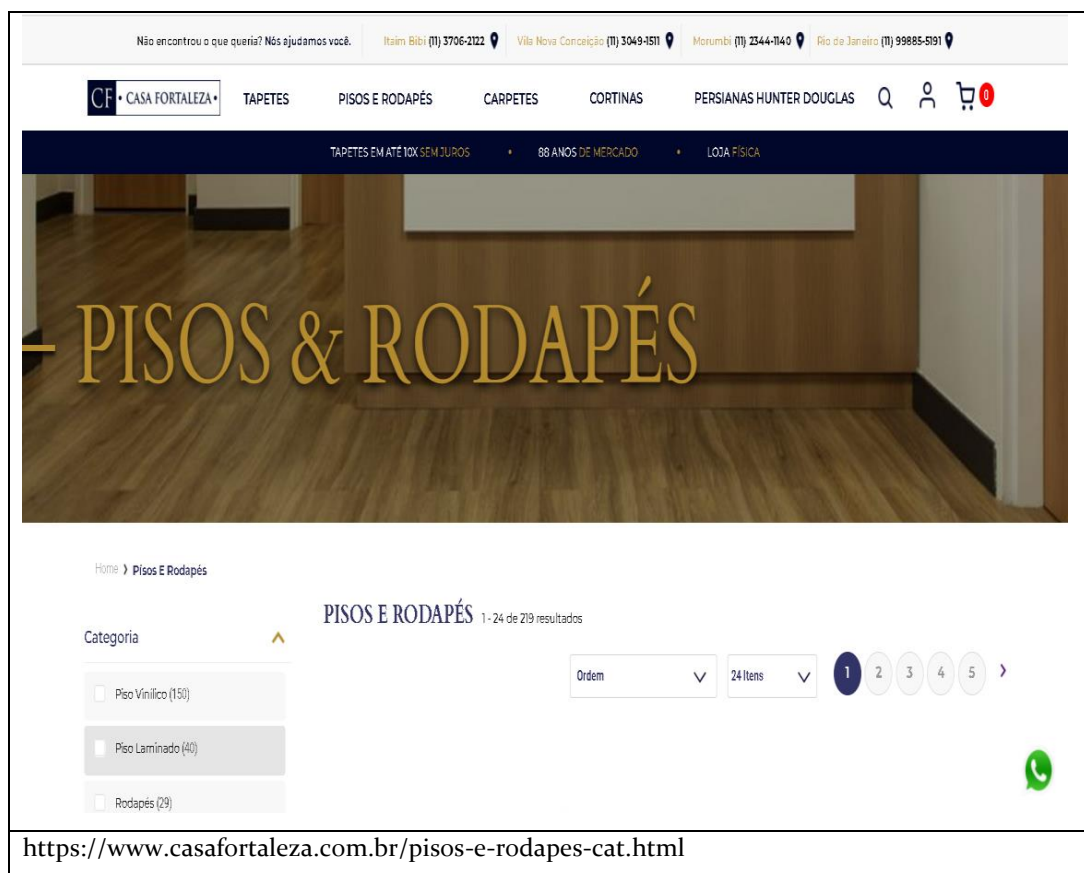


Por outro lado, a perícia judicial não localizou marcas disponíveis no para a Classe 27 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, seja com especificações de “*cortinas, tapetes em geral e materiais para revestimento de interiores*”, seja no ramo de materiais de construção, como “pisos e rodapés” que constam no objeto social da *Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.* e são comercializados em respectivo website, infra:



Instituto Brasileiro de Árbitros
e Peritos em Propriedade Intelectual

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 61.277.489/0001-38 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	
		DATA DE ABERTURA 26/09/1968	
NOME EMPRESARIAL CASA FORTALEZA COMERCIO DE TECIDOS LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 47.55-5-01 - Comércio varejista de tecidos			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 43.30-4-05 - Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores 47.44-0-05 - Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente 47.44-0-99 - Comércio varejista de materiais de construção em geral 95.29-1-99 - Reparação e manutenção de outros objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO R AFONSO BRAZ		NÚMERO 628	COMPLEMENTO *****
CEP 04.511-001	BAIRRO/DISTRITO VILA NOVA CONCEICAO	MUNICÍPIO SAO PAULO	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO CASAFORTALEZA@CASAFORTALEZA.COM.BR		TELEFONE (11) 5696-8200	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	



Assim, por ausência de outros elementos e de forma alternativa, para a Classe 27 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, a perícia judicial optou utilizar como parâmetros as marcas disponíveis no mercado para identificação de produtos de artigos do vestuário (Classe 25), mais próximos aos “cortinas e tapetes” da *Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.*, uma vez que todos são confeccionados por costuras em tecido.

Isto dito, a perícia judicial localizou disponibilidade de 21 (vinte e uma) marcas para aquisição na Classe 27 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, infra:

Valores em 100% do anúncio, pois corresponde à 01 (uma) classe			
 Biquíni Classes 25 e 35 Arys Swimwear R\$ 11.500,00 (por classe)	 Vestuário Classe 25 Polo Caiman R\$ 600.000,00	 Vestuário Classe 25 Brauna R\$ 264.500,00	ROSA BRASIL Vestuário Classe 25 Rosa Brasil R\$ 42.000,00
 Vestuário Classe 25 Crianola R\$ 500.000,00	 Calçados Classe 25 Praiver R\$ 50.000,00	 Vestuário Classe 25 G & H Sport R\$ 11.500,00	 Tecidos e Vestuários Classes 24 e 25 R778 Sports R\$ 12.500,00 (por classe)
 Vestuário Classe 25 HEADSHOT R\$ 3.680.000,00	IRON ROCK Vestuário Classe 25 Iron Rock R\$ 42.000,00	 Roupas Classe 25 Lovely Pets R\$ 100.000,00	 Vestuário Classe 25 SenhoritaStar R\$ 7.500,00
 Vestuário Classe 25 Mareca R\$ 100.000,00	OLD DENIM Vestuário Classe 25 OLD DENIM R\$ 42.000,00	 Vestuário Classe 25 Pathisa R\$ 485.000,00	 Vestuário Classe 25 Vanillerie R\$ 45.000,00
https://www.vilage.com.br/registro-de-propriedade-industrial/marcas-a-venda/?e-filter-ca761ff-classe_de_marcas=classe25			

Valores em 50% do anúncio, pois corresponde à 02 (duas) classe

 Vestuário Classes 14 e 25 Bitcoin R\$ 200.000,00	 Vestuário Classes 25 e 35 Pipeca Doce R\$ 450.000,00	 Vestuário Classes 25 e 35 Santa Justina R\$ 800.000,00
 Comércio Classes 25 e 35 Foster & Dante R\$ 287.500,00	 Vestuário Classes 25 e 35 Pudim de Leite Moda Infantil R\$ 45.000,00	

https://www.vilage.com.br/registro-de-propriedade-industrial/marcas-a-venda/?e-filter-ca761ff-classe_de_marcas=classe25

O preço médio localizado, considerando produtos equivalentes para a Classe 27 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, foi de **R\$ 302.130,95 (trezentos e dois mil, cento e trinta reais e noventa e cinco centavos)**, abaixo:

Marca 01	R\$ 11.500,00
Marca 02	R\$ 60.000,00
Marca 03	R\$ 264.500,00
Marca 04	R\$ 42.000,00
Marca 05	R\$ 500.000,00
Marca 06	R\$ 50.000,00
Marca 07	R\$ 11.500,00
Marca 08	R\$ 12.500,00
Marca 09	R\$ 3.680.000,00
Marca 10	R\$ 42.000,00

Marca 11	R\$ 100.000,00
Marca 12	R\$ 7.500,00
Marca 13	R\$ 100.000,00
Marca 14	R\$ 42.000,00
Marca 15	R\$ 485.000,00
Marca 16	R\$ 45.000,00
Marca 17	R\$ 100.000,00
Marca 18	R\$ 225.000,00
Marca 19	R\$ 400.000,00
Marca 20	R\$ 22.500,00
Marca 21	R\$ 143750,00
Valor total das marcas	R\$ 6.344.750,00
Total de marcas	21
Preço médio	R\$ 302.130,95

Assim, após análise técnica pelo “método de mercado”, a perícia judicial conclui que o conglomerado de marcas de titularidade da *Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.*, ainda vigentes e para esta data, é avaliado em **R\$ 629.261,90 (seiscentos e vinte nove mil, duzentos e sessenta e um reais e noventa centavos)**, conforme se ilustra:

MARCA	CLASSE	VALOR
007137117	24	R\$ 12.500,00
007137125	24	R\$ 12.500,00
006881467	27	R\$ 302.130,95
006881475	27	R\$ 302.130,95
TOTAL		R\$ 629.261,90

QUESITOS DO REQUERENTE (FLS. 965/966)

Quesito 01 - O designativo (signo) “Fortaleza” remete a associação com as marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza” considerado o ramo de atuação (decoração) da empresa?

Resp.: Existem somente registros das marcas “Fortaleza”, com especificações remissivas para as Classes 24 e 27 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Quesito 02 - As marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza” são difundidas, divulgadas, veiculadas e utilizadas pela executada, em conjunto ou separadamente?

Resp.: As redes sociais da Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda., titular das marcas “Fortaleza”, não são alimentadas.

Quesito 03 - Quais os meios de difusão, divulgação, veiculação e utilização das marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza”?

Resp.: Vide resposta ao quesito anterior.

Quesito 04 - Os executados deveriam tomar as providências para a manutenção do registro(andamento) da marca “CF FORTALEZA” sob o nº. 922723176, nº. 922723222, nº. 922723257e nº. 922723150 objeto de penhora e que tem como titular a própria executada CASAFORTALEZA COMÉRCIO DE TECIDOS LTDA

Resp.: O artigo 473, § 2º do Código de Processo Civil veda qualquer resposta com opinião pessoal, que certamente exceda o exame técnico ou científico do objeto da perícia.

Quesito 05 - Os executados ao deixarem de tomar as providências para a manutenção do registro (andamento) da marca “CF FORTALEZA” em franco prejuízo para a garantia do MM. Juízo e final liquidação da dívida com o exequente, tem responsabilidade de indenizar ou pode ser caracterizado ato atentatório à dignidade da Justiça

Resp.: Vide resposta ao quesito anterior.

Quesito 06 - Está consumado, está em curso ou existe a possibilidade de outro CNPJ/MF promover o registro da marca “CF FORTALEZA”?

Resp.: O artigo 473, § 2º do Código de Processo Civil veda qualquer resposta exceda o exame técnico ou científico do objeto da perícia, que no caso em concreto é a avaliação das marcas de titularidade da Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.

Quesito 07 - As marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza” alavancam vendas (expressão no mercado - fixação da marca para o consumidor - poder de venda) no mercado consumidor?

Resp.: Não há dados que possibilitem qualquer resposta técnica, de modo que a avaliação das marcas objeto da perícia utilizou-se do método de mercado.

Quesito 08 - Quais os CNPJ/MF (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda) que difundem, divulgam, veiculam e utilizam as marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza”?

Resp.: As marcas objeto de avaliação são de titularidade da Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda, inscrita no Cadastro de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda sob o nº 61.277.489/0001-38.

Quesito 09 - As marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza” estão ligadas ao GRUPOECONÔMICO dos executados (descrever o organograma

Resp.: O artigo 473, § 2º do Código de Processo Civil veda qualquer resposta exceda o exame técnico ou científico do objeto da perícia, que no caso em concreto é a avaliação das marcas de titularidade da Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.

Quesito 10 - Qual o valor, individual ou conjunto, em face do designativo (signo) “Fortaleza”, que se atribui para as marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza”?

Resp.: Vide conclusão do tópico “IV. QUANTIFICAÇÃO (MÉTODO DE MERCADO)”.

Quesito 11 - Qual o percentual de royalties, considerando a adjudicação das marcas “Fortaleza” e “CF Casa Fortaleza”, comumente fixado para licenças de uso de marca, segundo os registros do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Resp.: O artigo 473, § 2º do Código de Processo Civil veda qualquer resposta exceda o exame técnico ou científico do objeto da perícia, que no caso em concreto é a avaliação das marcas de titularidade da *Casa Fortaleza Comércio de Tecidos Ltda.*

ENCERRAMENTO

O presente Laudo Pericial contém 24 (vinte e quatro) páginas digitadas e convertidas para o *Portable Document Format (PDF)*, todas digitalmente assinadas.

São Paulo, 24 de março de 2025.

IBRAPPI - Instituto Brasileiro de Árbitros e Peritos em Propriedade Intelectual Ltda.

Responsável Técnica (1): Eliane Yachouh Abrão

Responsável Técnico (2): Pedro Pereira de Alvarenga Neto

Responsável Técnico (3): Silvio Ferreira de Souza