

**EXCELENTÍSSIMO JUÍZO DA 3ª VARA CÍVEL DA COMARCA DE ASSIS/SP**

**PROCESSO Nº:** 1006660-80.2022.8.26.0047.

**REQUERENTE/EXEQUENTE:** Cooperativa de Crédito Credimota – Sicoob Credimota.

**REQUERIDA/EXECUTADA:** E.P. da Fonseca Marketing.

**Bruno Henrique Sass**, engenheiro mecânico e de produção, com especialização em perícia em propriedade intelectual e inovação, perito judicial, nomeado nos autos do processo referenciado, após diligências e estudos que se fizeram necessários, vem respeitosamente, apresentar à consideração de Vossa Excelência as conclusões a que chegou, consubstanciadas no presente

## **LAUDO PERICIAL**

Nestes termos,  
Pede deferimento,

Assis/SP, 19 de novembro de 2025.



Bruno Henrique Sass

Engenheiro - CREA-SP: 5063479914

Especialista em Perícia em Propriedade  
Intelectual e Inovação

# LAUDO PERICIAL

**3ª VARA CÍVEL DA COMARCA DE ASSIS/SP**

**PROCESSO Nº:** 1006660-80.2022.8.26.0047.

**CLASSE-ASSUNTO:** Execução de Título Extrajudicial – Contratos Bancários.

**REQUERENTE/EXEQUENTE:** Cooperativa de Crédito Credimota – Sicoob Credimota.

**REQUERIDA/EXECUTADA:** E.P. da Fonseca Marketing.

## SUMÁRIO

<b>PRINCÍPIOS E RESSALVAS</b> .....	5
<b>1. OBJETIVO DA PERÍCIA</b> .....	5
<b>2. AGENDAMENTO DA VIDEOCONFERÊNCIA</b> .....	5
<b>3. HISTÓRICO RESUMIDO DO PROCESSO</b> .....	6
<b>3.1 ALEGAÇÕES DA REQUERENTE-EXEQUENTE</b> .....	6
<b>3.2 ALEGAÇÕES DA REQUERIDA-EXECUTADA</b> .....	7
<b>4. PERÍCIA</b> .....	8
<b>4.1 REPRESENTANTES</b> .....	8
<b>4.2 PROCEDIMENTOS ADOTADOS</b> .....	8
<b>5. REFERÊNCIAS TÉCNICAS APLICÁVEIS</b> .....	9
<b>5.1 ISO 10668:2010</b> .....	9
<b>5.2 ABNT NBR 14653-1:2019</b> .....	11
<b>6. ANÁLISE DE DOCUMENTOS</b> .....	13
<b>6.1 DOCUMENTOS PROTOCOLADOS PELAS PARTES</b> .....	13
<b>6.2 DOCUMENTOS COMPLEMENTARES SOLICITADOS PELO PERITO</b> .....	17
<b>7. AVALIAÇÃO DA MARCA “PENZE”</b> .....	17
<b>7.1 MEMÓRIA DE CÁLCULO</b> .....	19
<b>7.1.1 IDENTIDADE VISUAL</b> .....	19
<b>7.1.2 TAXAS INPI</b> .....	20
<b>7.1.3 PROCEDIMENTO DE REGISTRO</b> .....	20
<b>7.2 RESULTADO DA AVALIAÇÃO</b> .....	21
<b>8. CONCLUSÃO</b> .....	22

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Contrato social da Executada, com destaque para seu objeto na cláusula segunda. ...	14
Figura 2: Certificado de registro da marca PENZE NCL 42, processo nº 914189590. ....	15
Figura 3: Certificado de registro da marca PENZE NCL 35, processo nº 914189867. ....	16

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Orçamentos e média de Identidade visual. ....	19
Tabela 2: Soma das Taxas INPI. ....	20
Tabela 3: Orçamentos e média de Procedimento de registro. ....	20
Tabela 4: Resultado da avaliação. ....	21

## PRINCÍPIOS E RESSALVAS

O Laudo Pericial obedeceu criteriosamente aos seguintes princípios fundamentais:

- a. Foi elaborado com estrita observância dos postulados constantes do Código de Ética Profissional;
- b. Os honorários profissionais do Perito não estão, de forma alguma, sujeitos às conclusões deste laudo;
- c. O Perito não tem nenhuma inclinação pessoal em relação à matéria envolvida neste laudo, nem contempla, tanto no momento atual quanto no futuro, qualquer interesse nos bens relativos a esta perícia;
- d. No melhor conhecimento e crédito do Perito, as análises e conclusões expressas no presente trabalho são baseadas em dados, diligências e levantamentos verdadeiros e corretos, de acordo com os padrões normalmente aceitos.

## 1. OBJETIVO DA PERÍCIA

A perícia tem como objetivo realizar a avaliação da marca PENZE, representada pelos registros INPI nº 914189590 (Classe NCL 42) e nº 914189867 (Classe NCL 35), ambos penhorados nos autos, pertencentes à Executada E.P. da Fonseca Marketing, conforme determinado pelo juízo em decisão de fls. 647:

“Para avaliação das marcas penhoradas nos autos, reputo necessária a produção de prova pericial.”

Os certificados de registro encontram-se às fls. 611 a 615 dos autos.

## 2. AGENDAMENTO DA VIDEOCONFERÊNCIA

A diligência pericial para coleta de informações técnicas e definição de diretrizes metodológicas essenciais à avaliação da marca foi agendada e realizada dia 07 de outubro de 2025 (terça-feira), às 14h30min, por videoconferência.

### 3. HISTÓRICO RESUMIDO DO PROCESSO

#### 3.1 ALEGAÇÕES DA REQUERENTE-EXEQUENTE

- a) A Exequente é credora da Executada (E.P. da Fonseca Marketing) da quantia líquida, certa e exigível de R\$ 53.095,81 (cinquenta e três mil, noventa e cinco reais e oitenta e um centavos), atualizada até 30/06/2022;
- b) A dívida decorre do inadimplemento das seguintes Cédulas de Crédito Bancário (CCBs): CCB 443537 (Emissão: 30/10/2020, Operação: Empréstimo) e CCB 446295 (Emissão: 04/12/2020, Operação: Empréstimo);
- c) A Exequente requereu a admissão da execução, a citação da parte executada no endereço inicialmente mencionado, a expedição de certidão para averbação premonitória, conforme o artigo 828 do Código de Processo Civil;
- d) Requereu o deferimento da penhora no rosto dos autos sob n. 1003846-95.2022.8.26.0047 e 1010416-97.2022.8.26.0047 pois a Executada faria o depósito dos valores remanescentes da Ação de Busca e Apreensão;
- e) A Exequente requereu a obtenção de informações sobre a existência de ativos financeiros e/ou veículos pertencentes à Executada, a fim de viabilizar eventuais penhoras;
- f) A Exequente manifestou-se requerendo a suspensão do feito por 30 dias, até a decisão de uma ação de exigir contas (n. 10416-97.2022.8.26.0047);
- g) Sem prejuízo das penhoras no rosto dos autos, a Exequente requereu pesquisas via SisbaJud, RenaJud e InfoJud para localizar bens e ativos efetivos à satisfação da execução até o valor de R\$ 70.615,39 (detalhado na memória de cálculo de fls. 496);
- h) A Exequente requereu a inclusão do nome da Executada no Cadastro de Inadimplentes (SerasaJud), conforme o artigo 782, § 3º do CPC além de buscas em nome da Executada por meio do sistema SNIPER;
- i) A Exequente requereu a intimação pessoal da Executada, na pessoa do Sócio Eder Pires Fonseca, no endereço Rua Fagundes Varela, n. 961, para que indicasse bens à penhora, sob pena de aplicação de multa por ato atentatório à dignidade da justiça, conforme o artigo 774, inciso V e Parágrafo Único do CPC;

- j) A Exequente requereu a realização de pesquisa InfoJud para obter a Escrituração Contábil Fiscal (ECF) da devedora referente aos últimos 12 meses, que retornou negativa;
- k) A Exequente requereu a expedição de ofício à Receita Federal para obter a ECF do ano de 2022 e seguintes, justificando que o objetivo era "certificar acerca da atividade ou inatividade da pessoa jurídica";
- l) A Exequente requereu a penhora sobre os direitos das marcas pertencentes à Executada junto ao INPI: Marca: PENZE (Processo nº 914189590) e Marca: PENZE (Processo nº 914189867);
- m) Após a penhora das marcas, a Exequente requereu a nomeação de um perito para avaliar o valor da marca no mercado;
- n) A Exequente apresentou uma planilha de débito atualizada até outubro/2024 na qual foi considerado o abatimento realizado em virtude da sentença proferida em outro processo (n. 1010416-97.2022.8.26.0047), em que restou a quantia de R\$ 41.669,51 a ser executada.

### 3.2 ALEGAÇÕES DA REQUERIDA-EXECUTADA

- a) A Executada não interpôs embargos à execução, tampouco impugnou as penhoras de fls. 460-461, as quais visavam créditos em outros autos;
- b) Embora tenha sido intimada pessoalmente, na pessoa de seu representante legal Sr. Eder Pires da Fonseca, para indicar bens passíveis de penhora ou justificar sua impossibilidade, a Executada deixou o prazo decorrer sem manifestação;
- c) Após a penhora dos direitos de marca "PENZE" e a nomeação de perito para avaliação, a Executada apresentou a seguinte impugnação (fls. 709-713): argumentou que os documentos requisitados pelo Perito (como demonstrações financeiras, Declarações de IRPJ, balancetes) extrapolavam o objeto específico da perícia que é unicamente a apuração do valor da marca registrada "PENZE", e não a avaliação global da empresa (valuation corporativo); caso a exigência dos documentos fiscais e contábeis fosse mantida, a Executada requereu que lhe fosse

assegurada a possibilidade de indicar restrições fundadas no sigilo fiscal e empresarial (Art. 189, I, do CPC), classificando-os como documentos sigilosos.

## 4. PERÍCIA

### 4.1 REPRESENTANTES

Na data e hora previamente agendadas, compareceram à videochamada os seguintes representantes:

- Dr. Jesualdo Eduardo de Almeida Júnior, advogado da Executada;
- Eder Pires da Fonseca, único sócio da Executada.

### 4.2 PROCEDIMENTOS ADOTADOS

Foram adotados os seguintes procedimentos técnicos e metodológicos:

- a) Análise do conteúdo dos autos do processo;
- b) Entrevista com o sócio da Executada e seu representante durante a videoconferência;
- c) Requisição formal de documentos às partes, conforme petição juntada às fls. 700/702, contendo:
  - a. Demonstrações financeiras completas dos últimos 5 (cinco) anos;
  - b. Declarações de Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) dos últimos 5 (cinco) anos;
  - c. Balancetes do ano corrente;
  - d. Contrato Social atualizado e alterações contratuais;
  - e. Certidão de inteiro teor atualizada da Junta Comercial;
  - f. Certidões de registro da marca PENZE junto ao INPI (processos nº 914189590 e 914189867; e, complementarmente
  - g. Contratos de licenciamento ou cessão de uso da marca;
  - h. Relatórios de investimentos em marketing ou publicidade;
  - i. Portfólio de clientes ou comprovações de uso comercial da marca;
- d) Análise dos documentos juntados;

- e) Consulta a fontes externas, como o site oficial do INPI, para consulta à base de dados e obtenção da Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados pelo INPI;
- f) Orçamento de marca similar junto a escritórios especializados;
- g) Avaliação da marca pelo método de custo conforme ISO 10668:2010 e ABNT NBR 14653-1:2019.

## 5. REFERÊNCIAS TÉCNICAS APLICÁVEIS

### 5.1 ISO 10668:2010

Essa norma estabelece um padrão internacional para avaliação de marcas. A versão a qual este Perito teve acesso está no idioma estrangeiro inglês, por esse motivo apenas os trechos mais relevantes estarão transcritos em tradução livre.

#### **ativo**

direito legal ou recurso organizacional controlado por uma entidade e com capacidade de gerar benefícios econômicos

#### **marca**

ativo intangível relacionado a marketing, incluindo, entre outros, nomes, termos, sinais, símbolos, logotipos e designs, ou uma combinação destes, destinados a identificar bens, serviços ou entidades, ou uma combinação destes, criando imagens e associações distintivas na mente das partes interessadas, gerando assim benefícios/valores econômicos

#### **ativos intangíveis**

ativo não financeiro identificável sem substância física

#### **valor monetário da marca**

#### **valor da marca**

valor econômico da marca em unidades monetárias transferíveis



NOTA O resultado obtido pode ser um valor econômico único ou uma gama de valores

### **Conceito de valor**

O valor monetário de uma marca deve representar o benefício econômico conferido por uma marca ao longo de sua vida útil econômica esperada. Geralmente, o valor monetário deve ser calculado com base nos fluxos de caixa, determinados por referência a ganhos, lucros econômicos ou economias de custos.

### **Abordagem de renda**

A abordagem de renda mensura o valor da marca por referência ao valor presente dos benefícios econômicos esperados a serem recebidos ao longo da vida útil restante da marca.

As etapas seguidas na aplicação da abordagem de renda devem incluir a estimativa dos fluxos de caixa após impostos esperados atribuíveis ao ativo ao longo de sua vida útil restante, e a conversão desses fluxos de caixa após impostos para valor presente por meio de desconto com uma taxa de desconto apropriada.

### **Abordagem de Mercado**

A abordagem de mercado mede o valor com base no que outros compradores no mercado pagaram por ativos que podem ser razoavelmente semelhantes aos que estão sendo avaliados. A aplicação desta abordagem deve resultar numa estimativa do preço que se espera razoavelmente que seja obtido se a marca fosse vendida.

### **Abordagem de custo**

A abordagem de custo mensura o valor de uma marca com base no custo investido na construção da marca ou no seu custo de substituição ou reprodução.

NOTA Baseia-se na premissa de que um investidor prudente não pagaria mais por uma marca do que o custo de substituição ou reprodução da marca.

O custo real investido na marca deve abranger todos os custos gastos na construção e proteção da marca até a data do valor. O custo de substituição da marca deve incluir o custo de construção de uma marca semelhante de utilidade equivalente aos preços aplicáveis no momento da análise de avaliação. O custo de reprodução deve representar o custo a ser incorrido, na data do valor, para recriar uma marca semelhante e deve ser ajustado para levar em conta potenciais perdas de reconhecimento e força.

### **Considerações ao aplicar a abordagem de custo**

A abordagem de custo pode ser utilizada quando as outras abordagens de avaliação não podem ser implementadas e existem dados confiáveis para estimar o custo.

## **5.2 ABNT NBR 14653-1:2019**

Essa norma apresenta as diretrizes para avaliação de bens, da qual foram utilizados termos e definições, métodos e diretrizes para apresentação do laudo de avaliação. Seus trechos relevantes estão transcritos a seguir:

### **avaliação de bens, de seus frutos e direitos**

análise técnica para identificar valores, custos ou indicadores de viabilidade econômica, para um determinado objetivo, finalidade e data, consideradas determinadas premissas, ressalvas e condições limitantes

### **bem intangível**

bem não identificado materialmente (por exemplo, fundo de comércio, marcas e patentes)

### **custo**

total dos gastos diretos e indiretos necessários à produção, manutenção ou aquisição de um bem, em uma determinada data e situação

### **custo de reedição**

custo de reprodução, descontada a depreciação do bem, tendo em vista o estado em que se encontra

### **custo de reprodução**

custo necessário para reproduzir um bem idêntico, com a consideração de seus insumos pertinentes, sem considerar eventual depreciação

### **custo de substituição**

custo de reedição de um bem, com a mesma utilidade e características assemelhadas ao avaliando

### **memória de cálculo**

demonstrativo dos procedimentos utilizados para a obtenção dos resultados da avaliação

### **Método da quantificação de custo**

Identifica o custo do bem ou de suas partes por meio de orçamentos sintéticos ou analíticos, a partir das quantidades de serviços e respectivos custos diretos e indiretos.

## 6. ANÁLISE DE DOCUMENTOS

### 6.1 DOCUMENTOS PROTOCOLADOS PELAS PARTES

Os documentos juntados aos autos do processo foram analisados tecnicamente para contextualizar a origem e as características dos registros da marca PENZE a serem avaliados.

A Executada é sociedade unipessoal que tem por objeto o ramo de atividade de: “Marketing digital e tradicional, consultoria e assessoria em transformação digital; Desenvolvimento de softwares, aplicativos, ferramentas digitais, hospedagem de sites; Agência de Publicidade e Propaganda; Treinamento em informática e edição de livros; Atividades de telecomunicações e pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; e Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos”.

CONTRATO SOCIAL POR TRANSFORMAÇÃO DE EMPRESÁRIO

**E. P. DA FONSECA MARKETING LTDA**

SÃO PAULO - SP

**EDER PIRES DA FONSECA**, brasileiro, solteiro, maior, empresário, nascido em 31/07/1986, inscrito no CPF sob nº. 321.234.568-37 e portador da cédula de identidade RG nº. 40.571.604-7-SSP/SP expedido em 18/11/2015, residente e domiciliado Rua Fagundes Varela, nº. 961, Vila Ribeiro, município de Assis, Estado de São Paulo, CEP 19.802-150;, Titular da Empresa Individual denominada **E. P. DA FONSECA MARKETING**, com sede na Rua Antônio da Silva Cunha Bueno, nº. 209, Jardim Paulista, município de Assis, Estado de São Paulo, CEP 19.815-080, registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo sob o NIRE 35.802.048.811 em data de 20/04/2011, com início das atividades em 20/04/2011, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 13.538.507/0001-45; nos termos do Artigo 1.052, do Novo Código Civil, aprovado pela Lei nº. 10.406/2002, transforma seu registro de **EMPRESÁRIO INDIVIDUAL** em **SOCIEDADE UNIPESSOAL**, a qual regerá, doravante, pelo presente **CONTRATO SOCIAL**, conforme cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA**

A sociedade girará sob a denominação social de:

**E. P. DA FONSECA MARKETING LTDA.,**

e terá sua sede na Avenida Paulista, nº. 1.636, Sala 1504, Bela Vista, município de São Paulo, Estado de São Paulo, CEP 01.310-200.

**Parágrafo Único** – A sociedade ora constituída assume todo o ativo e passivo da firma cedente **E. P. DA FONSECA MARKETING**, registrada na junta comercial do Estado de São Paulo sob o NIRE 35.802.048.811 em data de 20/04/2011, com início das atividades em 20/04/2011 e inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 13.538.507/0001-45.

**CLÁUSULA SEGUNDA**

A sociedade tem por objeto o ramo de atividade de: "Marketing digital e tradicional, consultoria e assessoria em transformação digital; Desenvolvimento de softwares, aplicativos, ferramentas digitais, hospedagem de sites; Agência de Publicidade e Propaganda; Treinamento em informática e edição de livros; Atividades de telecomunicações e pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; e Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos".

**CLÁUSULA TERCEIRA**

O Capital Social é de R\$ 30.000,00(trinta mil reais), divididos em 30.000(trinta mil) quotas, de valor nominal de R\$ 1,00(um real) cada uma, que são totalmente subscritas e integralizadas, em moeda corrente nacional e conforme instrumentos anteriores, estando assim distribuído entre o sócio da Sociedade Unipessoal:

Figura 1: Contrato social da Executada, com destaque para seu objeto na cláusula segunda.

A Executada é titular de dois registros da marca PENZE, ambos na apresentação mista, nas classes NCL 42 e NCL 35, sob os processos nº 914189590 e nº 914189867, respectivamente.

Trata-se de uma mesma marca, cuja proteção foi requerida em duas classes distintas da Classificação de Nice. Seus certificados de registro estão nas fls. 611/613 e fls. 614/615 dos autos e anexados a este laudo (Anexos 1 e 2).

**Certificado de registro de marca**

**Processo nº: 914189590**

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e do uso exclusivo, certifica que a marca abaixo reproduzida encontra-se registrada nos termos das normas legais e regularmente em vigor, mediante as seguintes características e condições:



Data de depósito: 19/02/2018  
Data da concessão: 26/03/2019  
Fim da vigência: 26/03/2029

Titular: E.P DA FONSECA MARKETING - ME [BR/SP]  
CNPJ: 13538507000145  
Endereço: Rua Capitão Assis nº 1900, Vila Ouro Verde, 19816030, Assis, SÃO PAULO, BRASIL

Apresentação: Mista  
Natureza: Marca de Serviço  
CEE(4): 4.15.11, 27.5.1 e 29.1.13  
NCL(11): 42  
Especificação: Análise de sistemas [informática]; Atualização de software de

Figura 2: Certificado de registro da marca PENZE NCL 42, processo nº 914189590.

**Certificado de registro de marca**

**Processo nº: 914189867**

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e do uso exclusivo, certifica que a marca abaixo reproduzida encontra-se registrada nos termos das normas legais e regularmente em vigor, mediante as seguintes características e condições:



Data de depósito: 19/02/2018  
Data da concessão: 26/03/2019  
Fim da vigência: 26/03/2029

Titular: E.P DA FONSECA MARKETING - ME [BR/SP]  
CNPJ: 13538507000145  
Endereço: Rua Capitão Assis nº 1900, Vila Ouro Verde, 19816030, Assis, SÃO PAULO, BRASIL

Apresentação: Mista  
Natureza: Marca de Serviço  
CIE(4): 4.15.11, 27.5.1 e 29.1.13  
NCL(11): 35  
Especificação: Assessoria em gestão de negócios; Atualização de material

Figura 3: Certificado de registro da marca PENZE NCL 35, processo nº 914189867.

Como é possível observar, a composição nominativa e figurativa da marca é idêntica nos dois registros, variando apenas a classe de enquadramento.

A definição oficial da Classe NCL 42, conforme a Classificação Internacional de Nice adotada pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) e pela OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual), é: “serviços científicos e tecnológicos, bem como serviços de pesquisa e concepção a eles relativos; serviços de análise e pesquisa

industrial; concepção e desenvolvimento de hardware e software de computadores.” A Classe 35, por sua vez, tem por definição “serviços de publicidade; gestão de negócios comerciais; administração comercial; trabalhos de escritório.”

Ambos os registros foram concedidos em 26/03/2019 e possuem vigência até 26/03/2029. O titular deverá proceder à renovação no último ano de vigência (art. 133, LPI), mediante pagamento das retribuições pertinentes, sob pena de extinção do registro.

Para fins desta avaliação, cumpre registrar que ambos os registros da marca PENZE utilizaram especificações pré-aprovadas, e suas retribuições foram pagas no prazo ordinário para o primeiro decênio de vigência do registro e expedição do respectivo certificado (atos correspondentes aos códigos 389 e 372 da Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados pelo INPI – Anexo 3), conforme depreende-se da análise de seus processos de registro encontrados por consulta à base de dados do INPI.

## **6.2 DOCUMENTOS COMPLEMENTARES SOLICITADOS PELO PERITO**

Em atendimento ao pedido deste Perito formulado nas fls. 700/702 dos autos, foram juntados aos autos documentos pertinentes à análise da situação econômica da Executada. Contudo, referidos documentos (tais como declarações fiscais e contábeis da empresa), obtidos por meio de requisição judicial, contêm informações protegidas por sigilo fiscal, nos termos do art. 198 do Código Tributário Nacional. Destarte, os dados individualizados de faturamento e demais elementos econômico-financeiros não serão reproduzidos neste laudo, sendo utilizados unicamente para subsidiar a análise técnica e para a definição do método de avaliação aplicável.

A análise das demonstrações fiscais e contábeis dos últimos três exercícios evidenciou a ausência de movimentação operacional significativa, com inexistência de receitas decorrentes da exploração da marca no período.

## **7. AVALIAÇÃO DA MARCA “PENZE”**

Considerando que a abordagem de renda requer a projeção de fluxos de caixa futuros atribuíveis exclusivamente ao ativo, bem como a disponibilidade de dados históricos

financeiros que permitam estimar o desempenho econômico da marca ao longo de sua vida útil remanescente, sua aplicação se revela tecnicamente inviável no presente caso. A análise das demonstrações fiscais e contábeis da executada evidenciou a inexistência de receitas provenientes da exploração da marca PENZE nos últimos exercícios, o que impede a modelagem de fluxos de caixa representativos e confiáveis. Ademais, não foram identificadas transações públicas ou bases comparáveis de mercado envolvendo marcas de pequeno porte no segmento de marketing digital e tecnologia, o que inviabiliza, de igual modo, a adoção da abordagem de mercado em razão da ausência de um mercado secundário líquido e verificável para ativos dessa natureza.

Assim, optou-se pela adoção do método de custo, que reflete o dispêndio necessário para reprodução ou substituição da marca, mais adequado às circunstâncias atuais. Especificamente, será calculado o custo de substituição do bem, que consiste no custo de construção de uma marca semelhante de utilidade equivalente aos preços aplicáveis no momento da análise de avaliação.

Cabe ressaltar que pela própria natureza da marca, cuja imagem está intrinsecamente vinculada à sua história, reputação e percepção construída ao longo do tempo, seu valor não decorre apenas de elementos reprodutíveis, mas da relação simbólica e distintiva que estabelece com o mercado. Assim, ainda que se apliquem métodos reconhecidos de avaliação, há limitações inerentes à quantificação do custo efetivo de sua substituição.

Isto posto, para atender ao objetivo deste laudo, os seguintes custos serão considerados:

1. Identidade visual, incluindo logo, manual da marca e aplicações para redes sociais;
2. Pesquisa de anterioridade e enquadramento NCL;
3. Taxas do INPI aplicáveis por classe (códigos 389 e 372) com desconto para microempresa;
4. Honorários de consultor em propriedade intelectual pelo depósito e acompanhamento até decisão do INPI.

Para simplificação, serão doravante denominados Identidade visual (1), Taxas INPI (3) e Procedimento de registro (2 e 4).

## 7.1 MEMÓRIA DE CÁLCULO

Os orçamentos para Identidade visual e Procedimento de registro foram obtidos de empresas atuantes no mercado, descobertas por anúncios em site de buscas e por pesquisas na web. Suas identificações foram anonimizadas, estando, contudo, devidamente registradas em controle pessoal do Perito, estando à disposição do Juízo se assim considerar necessário.

### 7.1.1 IDENTIDADE VISUAL

Foi cotado o valor para criação da Identidade visual de uma marca do tipo mista para empresa de marketing digital.

Tabela 1: Orçamentos e média de Identidade visual.

Orçamento A	R\$ 2.499,00
Orçamento B	R\$ 1.500,00
Orçamento C	R\$ 3.000,00
Orçamento D	R\$ 858,40
Orçamento E	R\$ 729,90
Orçamento F	R\$ 820,00
<b>Média</b>	<b>R\$ 1.567,88</b>

### 7.1.2 TAXAS INPI

As Taxas INPI foram obtidas diretamente da Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados pelo INPI (Anexo 3), documento obtido do site oficial do Instituto. Foi considerado o valor da retribuição com redução de 50%, uma vez que a Executada é microempresa.

Tabela 2: Soma das Taxas INPI.

Código 389 – Classe 35	R\$ 440,00
Código 389 – Classe 42	R\$ 440,00
Código 372 – Classe 35	R\$ 0,00
Código 372 – Classe 42	R\$ 0,00
<b>Soma</b>	<b>R\$ 880,00</b>

### 7.1.3 PROCEDIMENTO DE REGISTRO

O orçamento identificado como “Orçamento G” (R\$ 8.334,00) apresentou composição de custos ampliada, incluindo despesas facultativas e contingenciais no contexto do Procedimento de registro (criação de identidade visual, vigilância e monitoramento de marca e atos administrativos eventuais perante o INPI), não representando o custo de substituição básico da marca objeto da avaliação. Por essa razão, foi tratado como valor atípico (outlier) e excluído do cálculo de média representativa.

Tabela 3: Orçamentos e média de Procedimento de registro.

Orçamento G	R\$ 8.334,00
Orçamento H	R\$ 2.100,00
Orçamento I	R\$ 4.800,00
Orçamento J	R\$ 4.470,00
<b>Média (H, I e J)</b>	<b>R\$ 3.790,00</b>

## 7.2 RESULTADO DA AVALIAÇÃO

Tabela 4: Resultado da avaliação.

Identidade visual	R\$ 1.567,88
Taxas INPI	R\$ 880,00
Procedimento de registro	R\$ 3.790,00
<b>Soma dos custos</b>	<b>R\$ 6.237,88</b>

Data de referência: novembro de 2025.

## 8. CONCLUSÃO

O presente Laudo Pericial teve como objetivo a avaliação da marca PENZE, pertencente à Executada E.P. da Fonseca Marketing, representada pelos registros INPI nº 914189590 (Classe NCL 42) e nº 914189867 (Classe NCL 35), objeto de penhora nos autos.

Em observância às diretrizes da ABNT NBR 14653-1:2019 e da ISO 10668:2010, e diante das limitações de dados, optou-se pela abordagem de custo (custo de substituição). Este método é aplicável quando outras abordagens não podem ser implementadas e existem dados confiáveis para estimar o custo, refletindo o dispêndio necessário para substituição de um bem.

O custo de substituição (custo necessário para construir uma marca semelhante de utilidade equivalente aos preços aplicáveis no momento da análise de avaliação) foi determinado pela soma dos gastos essenciais para o registro e a composição visual da marca, englobando: 1. Identidade visual; 2. Taxas obrigatórias do INPI (Códigos 389 e 372) com redução para microempresa; e 3. Custos do procedimento de registro (honorários de consultor em propriedade intelectual).

Com base nos critérios técnicos e metodológicos adotados no presente laudo, o valor da marca PENZE, titularizada pela empresa E.P. da Fonseca Marketing e representada pelos registros INPI nº 914189590 e nº 914189867, foi apurado em R\$ 6.237,88 (seis mil duzentos e trinta e sete reais e oitenta e oito centavos), considerando a data de referência de novembro de 2025.

## 9. ENCERRAMENTO

O signatário encerra o presente Laudo Pericial, datado e assinado digitalmente, contendo 23 (vinte e três) folhas e 3 Anexos.

### DOCUMENTOS ANEXOS:

**Anexo 1** - Marca PENZE Classe 42 Processo 914189590

**Anexo 2** – Marca PENZE Classe 35 Processo 914189867

**Anexo 3** - Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados pelo INPI

Assis/SP, 19 de novembro de 2025.



Bruno Henrique Sass

Engenheiro - CREA-SP: 5063479914

Especialista em Perícia em Propriedade  
Intelectual e Inovação