

KRISTIANO KIYOSHI KAMEI

**A PROPRIEDADE INDUSTRIAL E O PROCESSO DE INOVAÇÃO E CONTROLE:
UMA ANÁLISE DAS 100 MAIORES EMPRESAS BRASILEIRAS**

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas no curso de graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. José Wladimir Freitas da Fonseca


**CURITIBA
2013**

TERMO DE APROVAÇÃO

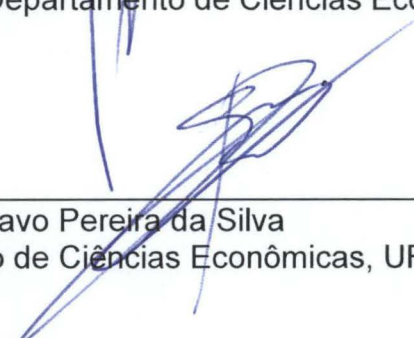
KRISTIANO KIYOSHI KAMEI

A PROPRIEDADE INDUSTRIAL E O PROCESSO DE INOVAÇÃO E CONTROLE: UMA ANÁLISE DAS 100 MAIORES EMPRESAS BRASILEIRAS

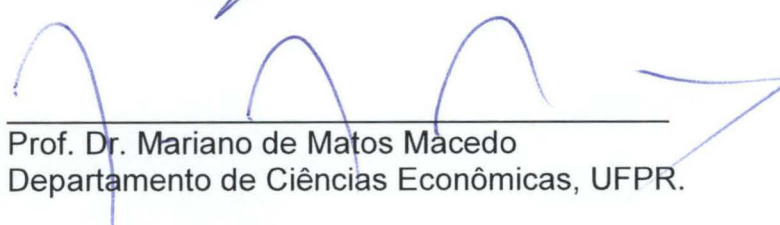
Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas no curso de graduação em Ciências Econômicas, pela seguinte banca examinadora:



Prof. Dr. José Wladimir Freitas da Fonseca
Orientador - Departamento de Ciências Econômicas, UFPR.



Prof. Dr. Gustavo Pereira da Silva
Departamento de Ciências Econômicas, UFPR.



Prof. Dr. Mariano de Matos Macedo
Departamento de Ciências Econômicas, UFPR.

Curitiba, 01 de novembro de 2013.

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo apresentar uma análise do comportamento das cem maiores empresas (em termos de vendas líquidas) brasileiras de controle brasileiro em relação à apropriação de suas inovações por meio do sistema de proteção às propriedades industriais. O objetivo é demonstrar se existe um padrão de proteção de suas marcas, desenhos industriais, patentes de invenção, modelos de utilidade entre os setores, e, se sim, como é o comportamento diante do contexto jurídico-econômico brasileiro.

Palavras-chave: empresas, inovação, propriedade industrial, setor

ABSTRACT

The aim of this paper is to present an analysis how the one hundred largest companies (based on gross profit), with Brazilian control, over the appropriation of their innovations through the industrial properties protection system. The goal is demonstrate whether there is a sector pattern of protecting their trademarks, industrial design, patents of inventions, utility model and if so, how it behaves on the economic-legal Brazilian's context.

Keyword: companies, innovation, industrial property, sector.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 INOVAÇÃO, APROPRIAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL	6
2.1 INOVAÇÃO, APROPRIAÇÃO E PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	6
2.2 PROPRIEDADE INDUSTRIAL E ESTUDOS EMPÍRICOS	10
2.2.1 Patente.....	11
2.2.2 Marcas.....	13
2.2.3 Desenho industrial.....	16
3 ESTUDO DE CASO DAS 100 MAIORES EMPRESAS DE CONTROLE BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS	17
3.1 CARACTERÍSTICAS DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS POR SETOR.....	18
3.2 IMPACTO ECONÔMICO DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS	20
4 CORRELAÇÃO ENTRE AS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
APÊNDICES	35
ANEXO	41

1 INTRODUÇÃO

Entende-se por propriedade intelectual como os bens de propriedade imaterial, ligados a um direito de oportunidade de exploração de uma criação literária, estética, ou de uma solução técnica, cujo valor de troca merece proteção pelo Direito (Barbosa, 2003).

Historicamente, a proteção dos direitos oriundos de atividades intelectuais iniciou com a concessão de privilégios sobre obras literárias a partir do século XV, na Europa. Porém foi somente no século XVII que surgiram as primeiras regras para padronizar o tratamento dos direitos autorais. Os primeiros indícios de registro de marcas e patentes foram em 1623, na Inglaterra, e, um século e meio depois, surgiu a Revolução Industrial (1760-1860), onde se extinguiu a exclusividade de desenvolvimento de determinada atividade econômica por critérios de distribuição geográfica de mercado, privilégios da nobreza e restrições do sistema feudal, prestigiando, assim, a inovação técnica, o utensílio e a ferramenta.

Um momento extremamente relevante para a evolução desse ramo foi a criação da União de Paris (1883), quando surgiu a Convenção Internacional, a qual declara os princípios disciplinares da Propriedade Intelectual e na qual o Brasil é integrante desde seu início até hoje. A Convenção de Paris consolidou o conceito de Propriedade Intelectual e forneceu uma nova perspectiva, principalmente no tratamento da matéria industrial. O direito do inventor sobre suas invenções e do empresário sobre seus sinais distintivos (marcas) se identificam como bens imateriais, de forma que sua exploração econômica implica investimentos importantes às empresas.

No Brasil, Coelho (2006) comenta que, inicialmente, o Direito brasileiro disciplinava separadamente as concessões de invenções dos registros de marcas, onde em 1882 surgiu a primeira lei a respeito das invenções e, em 1887, a respeito das marcas. Entretanto, o critério de tratamento da matéria industrial em leis separadas foi abandonado em 1923, com a criação da Diretoria Geral da Propriedade Industrial, órgão este que centralizou administrativamente questões pertinentes ao registro de marcas e concessões de patentes.

Na segunda década do século XX há uma mudança de cenário, caracterizado por um ambiente mercadológico agressivo e de extrema concorrência,

onde nele sobrevivem somente empresas que desenvolvem criteriosas estratégias no sentido de se proteger e enfrentar as turbulências naturais, peculiares à atividade individualmente desenvolvida. Assim, esse novo cenário obrigou as maiores empresas brasileiras, além de foco centrado, a superar-se enquanto unidade e a proteger suas Propriedades Intelectuais frente à constante inovação tecnológica. A inovação no mercado de propriedades intelectuais tem como base, além do progresso científico constante e tecnologia de ponta, a apropriação do bem intangível que rege a Propriedade Intelectual: o conhecimento, permitindo à empresa gerar lucros, ainda que temporários.

A forma como esse conhecimento é visto foi, então, sendo modificado significativamente nas últimas décadas, assumindo o papel de ativo intangível nas empresas, e começou a ser amplamente valorizado no cenário nacional e internacional. Dessa forma, a Propriedade Industrial, ramo da Propriedade Intelectual, é compreendida como um bem intangível e se tornou um indicador no desempenho da apropriação econômica e como resultado do esforço inovador.

No entendimento de Veloso (2013, p. 1):

Bens Intangíveis são aqueles [...] que não podem ser tocados ou vistos, porque são incorpóreos (não tem corpo), ou seja, ativo intangível poderia ser definido, em termos práticos, como aquele que possui valor econômico, mas carece de substância física.

Diante da importância desses ativos no atual contexto industrial, este estudo procura analisar o comportamento dos bens intangíveis das cem maiores empresas (baseando-se nas vendas líquidas) do Brasil, de controle nacional, na modalidade de Propriedade Industrial (patenteamento de Invenções e Modelos de Utilidade e registro de Marcas e Desenhos Industriais), cruzando a revisão da literatura com o índice do *quantum* de Propriedades Industriais existentes na amostra coletada. O objetivo é traçar um panorama da realidade brasileira quanto à apropriação das inovações por meio das propriedades industriais e verificar se há um padrão de comportamento entre os setores. Ressalta-se que o Anexo I traz conceitos, propriedades, características e leis a respeito da Propriedade Industrial.

O trabalho encontra-se subdividido em cinco partes fundamentais. Além desta introdução, a segunda parte traz uma revisão a respeito dos conceitos sobre inovação, apropriação, propriedade intelectual e industrial, e ainda aborda alguns estudos empíricos das propriedades industriais. A terceira parte apresenta os

resultados da pesquisa desenvolvida em órgãos específicos, que revelam os índices de registro de marcas e desenhos industriais e concessão de patentes de invenção e modelos de utilidade. A quarta parte discute os índices das categorias por meio de índices estatísticos de propriedade industrial como forma de apropriar-se da inovação. Ao fim, sumaria-se as considerações finais.

2 INOVAÇÃO, APROPRIAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL

O objetivo desta seção é procurar compreender a inovação no contexto da apropriação e da propriedade intelectual. Para tanto, num primeiro momento buscou-se as bases teóricas de Schumpeter (1942) e da teoria evolucionista, representada aqui por Dosi (1982), Teece (1986), Even (2009); Malerba e Orsenigo (1996) apud PENEDER (2010) e Greenhalgh e Rogers (2010). Num segundo momento, procura-se apresentar a propriedade industrial no contexto da inovação.

2.1 INOVAÇÃO, APROPRIAÇÃO E PROPRIEDADE INTELECTUAL

Entende-se por inovação tecnológica a aplicação de ideias inovadoras em certo produto, processo ou em algum aspecto peculiar de determinada atividade empresarial, que possibilite render lucros extras à empresa e, por consequência, melhorar sua imagem.

No entendimento de Schumpeter (1942), a inovação tecnológica é a forma pela qual uma empresa garante lucros a partir de monopólios temporários de concorrência capitalista. O autor apontou a “destruição criadora” para explicar a base da estrutura capitalista, do sistema de concorrência e das diferentes combinações desse campo. Explica que a inovação é, portanto, a combinação entre novos e diferentes materiais, ideias, recursos, métodos de produção, produtos, tecnologias, novas fontes de oferta, matérias-primas e bens semimanufaturados. Para Schumpeter, a concorrência com base nessas novas combinações determina a superioridade da firma em relação ao custo de produção ou na qualidade do produto ou serviço, e atinge não apenas a margem de lucro e a produção do concorrente, mas afeta suas estruturas e a sua própria existência quando destrói criando algo novo, ou cria algo destruindo o existente.

No conceito de Dosi (1982), a dinâmica na competição e inovação das firmas fundamenta-se em dois pilares: paradigmas e trajetórias tecnológicas, com destaque para os conceitos de cumulatividade do progresso técnico, oportunidade tecnológica e apropriação privada dos efeitos da mudança técnica. Explica que o

processo de seleção de dada tecnologia ocorre no interior de um paradigma tecnológico (estágios de desenvolvimento das tecnologias), no qual vários conjuntos de procedimentos orientam a investigação a respeito de um problema tecnológico. Os paradigmas definem como a tecnologia será alcançada e qual será o padrão de soluções, dado um nível de cumulatividade do progresso técnico. As trajetórias tecnológicas podem ser definidas como as reações às diversas combinações de várias tecnológicas, ou seja, como essa mudança será apropriada.

Malerba e Orsenigo (1996) apud Peneder (2010) falam sobre os regimes tecnológicos que modelam e restringem a gama de comportamentos da empresa, no tocante à estratégia tecnológica e aos tipos de organização. Os tipos de organização podem ser de vários tipos como: exploração de tecnologias existentes, prospecção de novas tecnologias, imitação, etc. As possibilidades de estratégias tecnológicas são diretamente proporcionais às oportunidades tecnológicas, grau de cumulatividade e complexidade da base de conhecimento.

Os regimes tecnológicos, segundo os autores, combinam oportunidade, grau de cumulatividade de conhecimento e condições de apropriação. As condições de oportunidade relacionam-se à facilidade da inovação e consideram determinado montante de recurso investido, onde um nível elevado gera mais incentivos à inovação. No entendimento de Malerba e Orsenigo (1996) apud Peneder (2010), a acumulação de conhecimento tem relação direta com a capacidade da empresa em realizar inovações contínuas caso já tenha algum conhecimento estocado. A cumulatividade ou estocagem de conhecimento indica que a inovação atual figura como base de inovação futura - firmas que inovam no atual momento estão propensas a inovar também no futuro. As tecnologias diferenciam-se nas suas propriedades e no conhecimento também.

Greenhalgh e Rogers (2010, p. 6) definem conhecimento como sendo,

[...] toda base de evidência científica e especialização humana que é ou pode ser útil na produção e fornecimento de produtos e invenção de novo *design* de produtos ou processos. O conhecimento pode ser codificado, como por exemplo, uma fórmula química ou um algoritmo de computação, ou pode ser tácito, como por exemplo, saber fazer algo, mas que não existe fórmula. (traduzido pelo autor)

A apropriação do conhecimento possibilita que firmas inovadoras se tornem capazes de obter retorno do investimento com a inovação. Está relacionada com a

possibilidade de proteger determinada inovação contra quem imita, como as propriedades intelectuais.

No pensamento de Teece (1896), o regime de apropriação condiciona a capacidade que o inovador tem de capturar lucros gerados com a inovação segundo fatores econômicos do ambiente inserido. Esse mesmo autor comenta que alguns fatores determinam o regime de apropriação, que são: a natureza da tecnologia e quão eficazes são os mecanismos legais de proteção da propriedade intelectual.

Assim, o regime de apropriação pode ser forte ou fraco, onde o regime será forte quando os mecanismos de proteção à propriedade intelectual resultarem em patentes ou de características específicas de determinado produto ou serviço, possibilitando à empresa inovadora obter lucro em determinado período. O regime de apropriação se dá quando o inovador adota estratégias que obstruam a ação dos imitadores de determinada produção. Regimes fracos são aqueles onde o inovador necessita promover a adoção de várias estratégias para dificultar os imitadores.

Even (2009) relaciona que, pelo fato da propriedade intelectual ter as características de bem público (não rival e não exclusivo), existem dificuldades à sua apropriação. A não rivalidade indica que esses bens intangíveis podem ser consumidos por diversos indivíduos sem perder sua utilidade, embora se dispersem rapidamente e que seu conteúdo possa ser copiado ou clonado, sem que se esgote a possibilidade de sua utilidade. A não exclusividade refere-se à incapacidade de excluir um terceiro de utilizá-lo, de forma que, dada a facilidade de ser imitado, a empresa não é incentivada a alocar recursos para desenvolver o invento.

Esse é o principal argumento da apropriabilidade ter como fundamento o regime da propriedade intelectual, pois se entende que a proteção à propriedade intelectual é uma forma de garantir os direitos e os estímulos aos investimentos em inovações.

A convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) define como propriedade intelectual:

“a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.”

A Organização Mundial do Comércio (OMC) criou o TRIPS – *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Acordo sobre Aspectos do Direito de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio), do qual o Brasil tornou-se signatário desde 1994. O TRIPS estabelece um padrão de proteção mínima à propriedade intelectual, e os países que o assinaram obrigaram-se a revisar suas leis nacionais de modo a adaptá-las a esse padrão.

As razões que induzem muitos países promulgarem leis para proteger a Propriedade Intelectual nos diversos campos deve-se a necessidade de oferecer proteção legal ao direito de seus criadores, possibilitar aos cidadãos o acesso de suas criações; fomentar a criatividade, divulgar e aplicar resultados inerentes à criatividade individual e/ou coletiva; promover práticas comerciais equitativas que contribuam para o desenvolvimento social e econômico do país (WIPO, 2004).

No Brasil, o Direito brasileiro normatiza a propriedade intelectual em três ramos específicos:

a) Propriedade industrial (Lei 9.279/1996), que envolve: a concessão de patentes de invenção e de modelos de utilidade; o registro de marcas e o registro de desenho industrial; a repressão às falsas indicações geográficas; e a proteção ao segredo industrial e a repressão à concorrência desleal;

b) Direitos autorais e conexos (Lei 9.610/98) que oferecem proteção: às obras literárias, artísticas e científicas (obras de arte, obras arquitetônicas, representações teatrais e musicais, textos literários, trabalhos científicos, entre outros);

c) Proteção *sui generis*: envolve aqueles direitos que não se enquadram nas áreas acima, total ou parcialmente.

Comenta Mello (2009, p. 373) que: “o tema dos efeitos econômicos da propriedade intelectual pode ser tratado em três níveis de análise distintos, embora relacionados entre si”: i) no plano microeconômico; ii) no ponto de vista social (macroeconômico); e iii) no ponto de vista normativo. Do ponto de vista microeconômico a propriedade intelectual é um instrumento útil para elaborar diferentes estratégias, que norteiem decisões sobre investimentos, inovação e outras modalidades. A propriedade intelectual é um meio de apropriabilidade do esforço econômico inovativo, cujos efeitos são detectáveis no plano microeconômico de uma empresa.

Do ponto de vista social, é analisado o fortalecimento ou enfraquecimento do poder de mercado ao impactar positivamente ou não no bem-estar e no ritmo inovativo de certos setores e também no desenvolvimento de muitos países.

Partindo da perspectiva normativa a propriedade intelectual é um instrumento útil na elaboração das políticas públicas, para estimular ou desestimular o comportamento das firmas.

Mello (2009) ainda complementa que,

[...] os efeitos sociais dependem fortemente do uso estratégico do instrumento jurídico (2 depende de 1). O entendimento desses efeitos pode ser usado para fins normativos, orientando as escolhas de políticas de propriedade intelectual, cuja eficácia também depende do papel desses direitos no nível micro (3 depende de 2 e de 1) - (MELLO, 2009, p. 373-374).

De acordo com o Ministério da Ciência e Tecnologia (2007) apud PEREIRA (2010), a inovação dos produtos e serviços com a introdução de tecnologias permite que a imagem do empreendimento seja fortalecida, de forma que os clientes passem a apreciar produtos ou serviços. Atualmente, segundo o autor, é fundamental a elaboração de políticas públicas para proteger a propriedade intelectual, como instrumento de apoio, mas também as políticas públicas devem servir de eixos estratégicos para subsidiar financiamentos com foco em novos formatos de produtos e tecnologias de maior alcance, aperfeiçoando assim a gestão de fundos setoriais.

2.2 PROPRIEDADE INDUSTRIAL E ESTUDOS EMPÍRICOS

Propriedade industrial é uma subdivisão da propriedade intelectual e abrange especificamente as criações que possam ser aplicadas em algum tipo de indústria. Envolve os direitos sobre as patentes de invenção, os modelos de utilidade, as marcas, os desenhos industriais, a repressão à concorrência desleal, entre outros. O direito à proteção depende de cessão ou registro em órgão competente. No Brasil, esse órgão é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que executa as normas que regulam a propriedade industrial, tendo em vista sua função social, econômica, jurídica e técnica, onde o prazo máximo de validade da proteção varia de acordo com o tipo de propriedade industrial.

Desta forma, o INPI é o órgão encarregado da aplicação da legislação nacional relativas à Propriedade Industrial e tem como principal função, analisar e julgar os pedidos de patentes de invenção, modelos de utilidade, desenhos industriais e marcas, assim como aprovar e averbar os contratos de transferência de tecnologia.

Maria Tereza Leopardi Mello (2009, p. 375) evidencia que: “há diversos trabalhos empíricos que buscam identificar e mensurar os efeitos da propriedade intelectual, a partir do levantamento de dados e estudos estatísticos” e relata sobre os cuidados na análise do potencial efeito que reportam sobre a propriedade intelectual que, embora utilizando metodologias diferentes, muitas conclusões são comuns ou compatíveis, mas os resultados não devem ser generalizados como uma característica-padrão. Tais estudos serão apresentados nas subseções a seguir juntamente com as definições das propriedades industriais que serão abordadas neste estudo.

2.2.1 Patente

A patente é um privilégio concedido pelo Estado ao seu inventor, para que explore exclusivamente o objeto de invenção por determinado período de tempo. Deste modo, é uma espécie de prêmio conferido aqueles que realizam algum esforço intelectual para desenvolver processos ou produtos que apresentem inovação ou avanço tecnológico, onde assegura ao titular o uso exclusivo do objeto da patente por determinado período de tempo, possibilitando, assim, a recuperação do investimento desde o processo de pesquisa até a concretização da patente.

Especificamente no Brasil, a Lei da Propriedade Industrial - LPI – (Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996) prevê duas naturezas (tipos) de proteção por patentes: as patentes de invenção e as patentes de modelo de utilidade.

Uma invenção pode ser definida, de acordo com a Universidade do Maranhão (2012) como:

A criação de algo até então inexistente, que resulta da capacidade intelectual de seu autor e que representa uma solução nova para um problema existente, visando um efeito técnico em determinada área tecnológica. As invenções podem ser referentes a produtos industriais

(compostos, composições, objetos, aparelhos, dispositivos, etc.) e atividades industriais (processos, métodos, etc.).

Exemplos de invenções: curativo *band-aid*, ferro elétrico, alfinete de segurança, caneta esferográfica, telefone, etc.

O modelo de utilidade, no entendimento de Coelho (2006), está relacionado com uma melhoria técnico-funcional de determinado objeto, equipamento ou bem no uso, fabricação ou parte dele, desde que o aprimoramento seja novidade e que o estado da técnica não seja interpretado de maneira vulgar ou comum. Por exemplo: a tesoura para canhoto; tesoura de poda semiprofissional; tesoura de poda com cabo giratório, que acompanha o movimento da mão, facilitando o corte, e por ser anatômico e ergonômico, proporciona maior conforto ao operador; tesoura de poda própria para podar galhos e ramos de árvores onde não é possível alcançar com as tesouras normais.

A Lei de Propriedade Industrial prevê a Invenção e o Modelo de Utilidade, protegidos por patente, todo e qualquer processo ou produto desde que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e ser fabricado ou utilizado industrialmente.

Atualmente, o INPI demora aproximadamente oito anos para conceder a patente e nos termos da Lei a patente de invenção vigora por vinte anos, ao passo que o modelo de utilidade vigora por quinze anos, contados a partir da data de depósito.

O resultado do estudo de Mello (2009, p. 379) demonstrou divergências setoriais no uso da propriedade intelectual como meio de apropriação da inovação, e coloca o seguinte:

Em geral, o papel das patentes tende a ser mais significativo em setores baseados na ciência, em que a atividade de P&D é internalizada nas empresas inovadoras. Há unanimidade em apontar a química e a farmacêutica [...] como indústrias que o uso da patente é privilegiado em relação a outros meios de reter vantagens decorrentes da inovação.

Arundel e Kabla (1998) analisaram a propensão a patentear e mediram o percentual de inovações para cada pedido de patente tendo como base as maiores empresas europeias. Apontam que a propensão a patentear das inovações de produtos foram maiores do que das inovações de processo. No primeiro caso, os setores com maior propensão foram o farmacêutico, químico, a indústria da

construção, mineração, siderurgia e metalurgia, enquanto os setores têxtil, de vestuário e metais básicos tiveram uma menor propensão de patenteamento.

De acordo com os autores, a taxa de propensão a patentear, tanto para inovações de produto como de processo, aumenta (entendendo as patentes como sendo um método de proteção eficaz) de acordo com o tamanho da empresa - especialmente as exportadoras - e, ao contrário da observação de Mello, gastos em P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) não surtiram efeito.

Um estudo desenvolvido por Hu e Jefferson (2006) apud WIPO (2009) teve como finalidade analisar o comportamento dos pedidos de patenteamento em uma amostra de empresas industriais chinesas, de médio e grande porte, onde revelou que o P&D tem influência positiva sobre o patenteamento dessas empresas, nos setores de máquinas elétricas e eletrônicos. Concluíram ainda que a propensão de patentear aumenta, também, segundo o porte da empresa, especialmente, nos setores de bebidas e produtos farmacêuticos.

López et al. (2009) apud WIPO (2009) comentam que os modelos de utilidade são denominados patentes triviais ou patentes inovadoras e, por serem utilizados apenas no incremento ou em inovação menor, possui poucos estudos empíricos. Afirmam ainda que são garantidos direitos exclusivos ao inventor quando não houver requisitos necessários para a patente de invenção como novidade e que poderia adequar-se melhor às pequenas e médias empresas.

2.2.2 Marcas

Segundo a legislação brasileira (art. 122, da LPI), marca é o sinal (símbolo, expressão, elementos figurativos, logotipo) distintivo, visualmente perceptível, destinado a identificar e distinguir produtos e serviços de uma empresa. Assim, a marca para ser registrada deve constituir, obrigatoriamente, um sinal visualmente perceptível.

A questão da apropriação da inovação pela marca tem sido objeto de uma série de trabalhos, tentando descobrir empiricamente, quais são os mecanismos utilizados pelas empresas para se apropriar dos benefícios da inovação. Os resultados do estudo de Levin, Klevorick, Nelson, Winter (1987) mostram que

existem várias estratégias de apropriação, variando entre os setores e também com o tamanho da empresa. A marca registrada é uma dessas estratégias.

Baldwin et al. (1998) apud WIPO (2009) estudaram a apropriabilidade inovativa nos setores da comunicação, financeiro e serviços, onde relataram haver relação entre diferentes apropriações e a eficácia desses serviços, mostrando que o instrumento mais comum de proteção da propriedade industrial ainda é a marca registrada. Oportunamente, Hanel (2005) analisou a indústria manufatureira e, ao observar a legalidade da Propriedade Industrial no Canadá, identificou que 2/3 das empresas utilizam pelo menos uma modalidade de Propriedade Industrial (no caso, registro da marca). Já o patenteamento mostrou-se utilizado em praticamente 25% das empresas canadenses.

Greenhalgh e Rogers (2005) comentam que na análise econômica se distingue processo de inovação de produto inovador, mas alguns analistas também distinguem novos produtos que aumentam a variedade de produtos (inovação horizontal) daqueles que oferecem um aumento significativo na qualidade do produto (inovação vertical). Claramente, como já vimos na subseção acima, novidade é uma condição essencial para a concessão de uma patente, de forma que se espera que as empresas solicitem patentes sempre que criarem processos significativamente originais ou produtos inovadores. Assim, as patentes são entendidas como inovações de processo e de produtos de alta qualidade, e que se diferenciem radicalmente dos processos e produtos anteriores.

Ao contrário das patentes, os registros de marcas tendem a ser fortemente associados com a oferta ao mercado de novas variedades de produtos que não são notavelmente novidade. A base jurídica para uma marca é construída sem muita referência ao conceito econômico de inovação, sendo a marca definida como sinal ou logotipo que identifica a fonte de origem da produção e, portanto, fornece um sinal de qualidade e confiabilidade ao cliente. No entanto, como as empresas estão constantemente investindo na diferenciação de produtos e na publicidade de suas marcas distintas, com o objetivo de aumentar a fidelidade dos clientes aos seus produtos, esta atividade de competição, inevitavelmente, deverá envolver algum grau de inovação, mesmo que apenas incremental.

No entanto, as novas variedades de produtos, que aumentam a diversificação horizontal, normalmente irão fornecer muito mais opções para os clientes, refletindo, assim, uma melhoria que os autores chamam de “inovação do bem-estar”. Além

disso, no setor de serviços, as inovações apropriadas pelos registros de marcas podem ainda incluir inovações verticais em áreas onde o patenteamento não é possível devido à natureza do serviço do produto (GREENHALGH e ROGERS 2005).

Greenhalgh e Rogers, em seu estudo feito em 2054 empresas do Reino Unido, concluíram que o setor de serviços, ao contrário do setor manufatureiro, deposita poucas patentes, mas é muito intensivo nos registros de marcas. Portanto, na ótica da inovação, as marcas fornecem um cenário mais preciso do que as patentes. No setor manufatureiro, mesmo onde as patentes são possíveis, as marcas também serão procuradas ao lado dessas patentes para dar proteção e identificação ao produto e, conseqüentemente, manter a fidelidade do cliente.

Alguns autores têm tentado relacionar o registro das marcas com diversos indicadores econômicos. Baroncelli et al. (2005), por exemplo, realizou um estudo para o Banco Mundial e fez uma análise global das marcas. Neste estudo, foram observados, pelo protocolo de Madrid, os registros efetuados em uma centena de países ao longo do período 1994 a 1998. Compararam a frequência de designação em vários países por parte dos solicitantes dos setores de importação e exportação. Eles notaram que os países que registram o maior número de marcas no exterior são exportadores em sua maior parte (e também os países com maior nível de renda). Argumentaram que a atividade exportadora implica a necessidade de ser reconhecida no exterior, o que explica por que a maioria dos países exportadores usam mais marcas no exterior. Relatam, porém, que a distribuição global de marcas, embora concentrada nos países com maior nível de renda, não é tão desigual como a distribuição global de patentes. Na verdade as empresas de países em desenvolvimento podem ter uma propensão maior a se diferenciar por meio de investimentos em marcas em vez de em novas tecnologias (patentes), as quais são investimentos mais caros.

Aaker (2004) estudou extensivamente como as marcas criam valor. Neste contexto investiga como os gestores podem resolver o *trade-off* entre o ganho de curto prazo e de longo prazo ao utilizar marcas comerciais para apoiar a inovação. Aaker mostra como uma estratégia de marca coerente pode desempenhar um papel crítico no sucesso de uma inovação, especialmente no longo prazo, ao combiná-las com outras estratégias de apropriabilidade, como por exemplo, as patentes. Não importa o quão bem patenteado (ou protegido) um novo produto ou processo está,

mas se a empresa não consegue vendê-lo, não poderá se apropriar dos lucros que seriam gerados pela inovação. Entretanto, uma vez que as marcas fornecem os direitos exclusivos e cria uma relação de qualidade aos consumidores, o lucro pode ser auferido quando as duas formas de proteção à propriedade industrial são combinadas.

2.2.3 Desenho Industrial

Para registrar o desenho industrial, o objeto deve ter forma nova e original, diferente de tudo o que existe no mercado, e passível de fabricação industrial. É considerado algo original quando apresenta certo distintivo com relação aos demais produtos existentes no mercado e mereça o registro de sua patente (COELHO, 2006). O registro de Desenho Industrial é adequado a uma grande variedade de produtos industrializados como relógios de pulso, joias, calçados, objetos de uso doméstico, mobiliário, veículos, brinquedos, estamparias têxteis, entre outros.

Não há dúvidas de que a elaboração de formas novas e originais faz com que os produtos industriais tenham um maior apelo visual em relação aos seus concorrentes, representando um acréscimo ao valor comercial, facilitando seu marketing e também a sua comercialização. Por conta disso, a maior justificativa para se proteger o Desenho Industrial é incentivar o investimento em pesquisa e desenvolvimento de formas originais, capazes de gerar inovação.

O titular poderá impedir, durante a vigência do registro, que terceiros produzam, vendam ou importem, sem o seu consentimento, artigos ou produtos que incorporem ou se assemelhem ao objeto registrado. Esse privilégio temporário funciona como uma recompensa ao esforço de criação de formas plásticas diferenciadas em relação ao que já existia anteriormente no mercado.

O INPI não realiza o exame quanto a aspectos da novidade ou originalidade, sendo recomendável requisitar parecer de mérito quanto à novidade e originalidade do desenho industrial. Caso venha ser copiado por um terceiro desautorizado o parecer é indispensável para a liminar nas ações judiciais. O desenho industrial vigora por um período de dez anos e pode ser prorrogado por mais três períodos de cinco anos, totalizando 25 anos de proteção intelectual para um mesmo registro.

Não foram encontrados estudos empíricos a respeito desse tipo de proteção industrial.

Assim, após analisar como se dá o processo de apropriação da inovação por meio da propriedade intelectual, em específico pelas propriedades industriais, e verificar alguns exemplos de estudos empíricos voltados a essa forma de apropriação, nas seções a seguir será analisado o perfil do Brasil, porém no nicho específico das cem maiores empresas brasileiras (em termos de vendas líquidas segundo o anuário especial da Revista Exame Melhores & Maiores 2012) de controle brasileiro.

3 ESTUDO DE CASO DAS 100 MAIORES EMPRESAS DE CONTROLE BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS

O objetivo desta seção é demonstrar o panorama brasileiro frente à apropriação das inovações por meio das propriedades industriais. A partir da amostra das cem maiores empresas (em relação às vendas líquidas), de controle nacional, coletada no relatório anual da Revista Exame Melhores & Maiores Empresas 2012, iniciou-se a coleta das quantidades de registro de Marcas e Desenhos Industriais, e de concessão de Patentes de Invenção e Modelos de Utilidade, no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) do Brasil.

No sentido de se obter os índices de Propriedade Industrial, analisaram-se dezessete setores dentro da amostra coletada: atacado, auto-indústria, bens de capital, bens de consumo, comunicação, diversos, energia, indústria da construção, mineração, papel e celulose, produção agropecuária, química e petroquímica, serviços, siderurgia e metalurgia, telecomunicações, transporte e varejo. É oportuno mencionar que no *ranking* publicado pela Revista Exame constam todas as empresas instaladas no Brasil, tanto de controle nacional como estrangeiro, totalizando 1000 empresas.

Na amostra coletada, das cem maiores, 87 utilizavam pelo menos uma Propriedade Industrial. Na Marca Registrada havia 9.051 registros e nas Patentes de Invenção concedidas havia 1.312 (vigentes a partir de 1/jan/93). No Modelo de Utilidade havia 142 concessões (vigentes a partir de 1/jan/98). No item Desenho

Industrial havia 563 registros (consideradas as que ainda estão em vigor e também as que foram prorrogadas e autorizadas a partir de 1/jan/88). Entretanto, para ilustrar melhor os mecanismos e especificidades de proteção da Propriedade Industrial deverá ser explorado o Anexo I, ao final deste estudo.

Nestes termos, a presente seção está dividida da seguinte forma: inicia-se com as características por setor, buscando índices estatísticos, concentrações e relações entre as propriedades. Na segunda subseção pretende-se analisar o impacto econômico das propriedades industriais.

3.1 CARACTERÍSTICAS DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS POR SETOR

O relatório Melhores e Maiores 2012 da Revista exame considerou as empresas que publicaram suas demonstrações contábeis no Diário Oficial dos estados até o dia 13 de maio de 2012, ou seja, empresas que fecharam seu balanço patrimonial em 31 de dezembro de 2011. A Tabela 1 mostra que houve maior concentração, por número de empresas, nos setores de energia, atacado e serviços no ano de 2011. Nas tabelas 1 e 2 visualiza-se que a quantidade de empresas por setor não é diretamente proporcional ao total de Registro de Marcas, Desenho Industrial e concessão de Patentes de Invenção e Modelos de Utilidade.

Tabela 1 – distribuição e participação setorial a partir da amostra das 100 maiores empresas em 2011

SETOR	N. EMPRESAS/SETOR
Atacado	12
Auto-indústria	1
Bens de Capital	1
Bens de Consumo	8
Comunicações	1
Diversos	1
Energia	22
Indústria da Construção	8
Mineração	3
Papel e Celulose	3
Produção Agropecuária	3
Química e Petroquímica	5
Serviços	10
Siderurgia e Metalurgia	6
Telecomunicações	3
Transporte	5

continua

Varejo 8

Fonte: Exame Melhores e Maiores (2012).

Nota: Adaptada pelo Autor.

Tabela 2 – Total de propriedades industriais no período¹ de janeiro de 1993 a janeiro de 2012

SETOR	MARCAS	(%)	PATENTES INVENÇÃO	(%)	MODELOS UTILIDADE	(%)	DESENHOS INDUSTRIAIS	(%)
Total	9051	100	1312	100	158	100	563	100
Atacado	781	8,63	2	0,15	3	1,90	14	2,49
Autoindústria	15	0,17	0	0,00	1	0,63	0	0,00
Bens de Capital	0	0,00	8	0,61	1	0,63	10	1,78
Bens de Consumo	2589	28,60	60	4,57	7	4,43	199	35,35
Comunicação	1314	14,52	7	0,53	1	0,63	1	0,18
Diversos	10	0,11	2	0,15	1	0,63	0	0,00
Energia	1270	14,03	916	69,82	34	21,52	37	6,57
Indústria de Construção	200	2,21	15	1,14	5	3,16	161	28,60
Mineração	232	2,56	155	11,81	63	39,87	3	0,53
Papel e Celulose	421	4,65	23	1,75	8	5,06	3	0,53
Produção Agropecuária	84	0,93	1	0,08	1	0,63	3	0,53
Química e Petroquímica	136	1,50	60	4,57	3	1,90	12	2,13
Serviços	387	4,28	18	1,37	24	15,19	72	12,79
Siderurgia e Metalurgia	166	1,83	30	2,29	3	1,90	46	8,17
Telecomunicações	538	5,94	12	0,91	1	0,63	1	0,18
Transporte	163	1,80	3	0,23	1	0,63	0	0,00
Varejo	745	8,23	0	0,00	1	0,63	1	0,18

Fonte: INPI (2013).

Nota: Elaborada pelo Autor.

A Tabela 3 mostra o número de registros e concessões de Propriedade Industrial no Brasil, divididos em setores de serviço e de indústria. Verifica-se que o registro de marcas nos setores de serviços (43,51%) vai contra a conclusão do estudo de Greenhalgh e Rogers (2005), em que o registro de marcas é predominante nos setores de serviços. Entretanto, há quase que uma total concentração de patentes nos setores de indústria (96,65%). Esse último fato corrobora as conclusões dos estudos de Mello (2009), Hu e Jefferson (2006) apud WIPO (2009) e Greenhalgh e Roger (2005). Segundo eles, as patentes são mais significativas nos setores baseados fortemente na ciência, em que há grandes investimentos em P&D internalizados nas inovações. Os desenhos industriais seguem o mesmo raciocínio das patentes de invenção, uma vez que é necessário investimentos em P&D para a criação de novas formas.

¹ Considerando cada propriedade industrial com seus respectivos períodos de vigência e prorrogações explicitados anteriormente

Tabela 3 – Propriedades industriais dos setores de serviços e industriais

	MARCAS	(%)	PATENTES INVENÇÃO	(%)	MOD. UTILIDADE	(%)	DESENHOS INDUSTRIAIS	(%)
TOTAL SETORES DE SERVICOS	3938	43,51	44	3,35	32	20,25	89	15,81
Atacado	781	8,63	2	0,15	3	1,90	14	2,49
Comunicação	1314	14,52	7	0,53	1	0,63	1	0,18
Diversos	10	0,11	2	0,15	1	0,63	0	0,00
Serviços	387	4,28	18	1,37	24	15,19	72	12,79
Telecomunicação	538	5,94	12	0,91	1	0,63	1	0,18
Transporte	163	1,80	3	0,23	1	0,63	0	0,00
Varejo	745	8,23	0	0,00	1	0,63	1	0,18
TOTAL SETORES INDUSTRIAIS	5113	56,49	1268	96,65	126	79,75	474	84,19
Auto-indústria	15	0,17	0	0,00	1	0,63	0	0,00
Bens de Capital	0	0,00	8	0,61	1	0,63	10	1,78
Bens de Consumo	2589	28,60	60	4,57	7	4,43	199	35,35
Energia	1270	14,03	916	69,82	34	21,52	37	6,57
Indústria de Construção	200	2,21	15	1,14	5	3,16	161	28,60
Mineração	232	2,56	155	11,81	63	39,87	3	0,53
Papel e Celulose	421	4,65	23	1,75	8	5,06	3	0,53
Produção Agropecuária	84	0,93	1	0,08	1	0,63	3	0,53
Química e Petroquímica	136	1,50	60	4,57	3	1,90	12	2,13
Siderurgia e Metalurgia	166	1,83	30	2,29	3	1,90	46	8,17

Fonte: INPI (2013)

Nota: elaborado pelo Autor.

3.2 IMPACTO ECONÔMICO DAS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS

Analisando a Tabela 2 verifica-se no Brasil um maior número de proteções pelo registro de marcas e patentes de invenção, uma vez que são as duas formas com maior peso econômico. Os setores que mais se destacam com marcas registradas, oriundas do esforço inovador, são os setores de bens de consumo, comunicação e energia. E no caso das patentes de invenção, os setores de energia e mineração. Nos setores de comunicação e energia destacam-se as empresas Globo Comunicações e Participações S.A. e Petróleo Brasileiro S.A. (PETROBRAS), sendo a última enquadrada no padrão já tratado na revisão, quando evidenciou que empresas industriais depositam patentes e marcas para conquistar e fidelizar seus consumidores, além de acumular conhecimento.

Seemthamraju (2003) apud GREENHALGH e ROGER (2010) analisou 237 empresas norte-americanas para mensurar o valor que a marca apresenta ao consumidor e à empresa, pelo critério de análise empírica. Os resultados apontaram

uma associação positiva entre atividade de registro de marcas e desempenho da empresa nas vendas e no valor de mercado.

Griffiths et al. (2005) também estudaram o registro das marcas e, na sua abordagem, enfatizaram que seu volume tem associação direta com os lucros anuais de uma empresa. Entretanto, analisando as dez empresas com maior número de marcas, verificou-se que não há relação direta entre vendas líquidas e o volume dessas proteções. (Tabela 4). Ao contrário, no caso das patentes (Tabela 5), percebe-se que existe uma relação direta entre o lucro e número de patentes da empresa. Este fato pode ser entendido pelo grande dispêndio de recursos para se desenvolver uma patente, visto que a empresa não arcaria com altos custos se não visasse um alto retorno.

Tabela 4 – As 10 empresas com maior número de marcas registradas

RAZÃO SOCIAL	SETOR	RANKING	MARCAS
Hypermarcas S/A	Bens de Consumo	22	1873
Globo Comunicação e Participações S.A.	Comunicação	44	1314
Petróleo Brasileiro S.A. - Petrobras	Energia	11	606
Martins Comércio e Serviços de Distribuição S.A.	Atacado	147	313
Companhia Ultragaz S.A.	Energia	42	250
Telemar Norte Leste S/A	Telecomunicação	27	240
Natura Cosméticos S.A.	Bens de Consumo	25	227
Oi S/A	Telecomunicação	39	226
Vale S/A	Mineração	3	225
Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT)	Serviços	20	224

Fonte: INPI (2013) e Revista Exame Melhores & Maiores (2012).

Nota: elaborado pelo Autor (2013).

Tabela 5 – As 10 empresas com maior número de patentes de invenção

RAZÃO SOCIAL	SETOR	RANKING	PATENTES DE INVENÇÃO
Petróleo Brasileiro S.A. - Petrobras	Energia	1	793
Vale S/A	Mineração	3	153
Braskem S.A	Quím e Petroquímica	11	58
Natura Cosméticos S.A.	Bens de Consumo	65	43
Eletronorte	Energia	94	37
Coopersucar – Cooperativa de Sp	Energia	47	25
Gerdau Açominas S.A.	Sid. e Metalurgia	78	23
Cemig Distribuição S.A.	Energia	42	14
Duratex S.A	Ind da Construção	157	14
Companhia de Saneamento de Minas Gerais	Serviços	131	12

Fonte: INPI (2013) e Revista Exame Melhores & Maiores (2012).

Nota: elaborado pelo Autor (2013).

A Tabela 6 mostra que no setor de bens de consumo há uma concentração na empresa Hypermarcas S/A, a qual dispõe de variado portfólio de produtos em farmacêutica e no consumo, figurando marcas como Bozzano, Engov, Jontex,

Avanço, Cenoura & Bronze, entre outras. Greenhalgh e Roger (2010) asseguram que empresas como essa adotam a estratégia de múltiplas marcas para obter maior venda com produtos substitutos, na expectativa de que um aumento no preço dos produtos da Hypermарcas induziria também ao aumento da demanda de substitutos diretos (PYNDICK e RUBINFELD, 2002).

Tabela 6 – Distribuição do registro de marcas no setor de bens de consumo

RAZÃO SOCIAL	QUANTIDADE DE MARCAS	(%)
JBS S/A	213	8,22
Sadia S.A.	8	0,31
BRF - Brasil Foods S/A	1	0,04
Natura Cosméticos S.A	227	8,76
Marfrig Alimentos S/A	130	5,02
Cooperativa Central Oeste Catarinense	61	2,36
Hypermарcas S/A	1873	72,32
Seara Alimentos S/A	77	2,97
TOTAL	2590	100

Fonte: INPI (2013).

Nota: Elaborado pelo Autor.

Visto do ângulo macroeconômico, seria pouco provável que o setor de bens de consumo sofra alterações no poder de mercado (Hypermарcas com poder de monopólio, por exemplo), devido à existência de inúmeros concorrentes, incluindo empresas com controle estrangeiro e oferta de substitutos próximos ou perfeitos. No entanto, as empresas Globo e Petrobras, com poucos concorrentes diretos para bens e serviços, apresentam vantagens competitivas que podem permitir maior poder de mercado.

O estudo de Luna et al. (2007) diferenciou as firmas que depositaram somente patentes, daquelas que depositaram somente marcas e apontam que esse tipo de firma tem perfil agressivo quando procuram diferenciar seus produtos e serviços com *marketing* e inovação tecnológica. Relataram que uma firma que procura diferenciar seus produtos e que deposita somente marcas está sujeita ser aceita ou reprovada pelo consumidor. No entanto, uma empresa que deposita somente patentes obtém ganhos de performance tecnológica e seu consumidor associa a firma a uma imagem positiva e criadora.

Nas patentes de invenção o setor de energia se sobressai, alavancado pela empresa Petrobras (Tabela 2) ao desempenhar a exploração mineral, um recurso de propriedade comum. Entre as cem maiores empresas estudadas 22 pertenciam ao setor de energia e somente a Petrobras atua na extração mineral. Notou-se maior

concentração da propriedade industrial na atividade, podendo gerar vantagem competitiva e maior poder de mercado.

Mello (2009, p. 394) aponta que a “patente é [...] criada para impedir, temporariamente, a imitação do produto [assim] sempre acarretará em [...] restrição à concorrência”. Nesse mesmo sentido, Schumpeter (1942) aponta que o monopólio temporário e a inovação são fundamentais na obtenção de lucro. Uma empresa em destaque, muito provavelmente, segue o pensamento da Teoria Schumpeteriana, onde esse mesmo autor afirma que as tecnologias, mercadorias e métodos de produção inovadores determinam superioridade ao negócio. Na inovatividade o esforço da Petrobras é protegido principalmente por patentes.

A Petrobras faz parceria tecnológica com muitas universidades, institutos de ensino e pesquisa em rede colaborativa, desenvolve novos produtos e conceitos, aprimorando os que já existem para tornar seu produto (combustível e lubrificante) mais eficiente. O trabalho auxilia a indústria petroquímica e gasquímica a aproveitar o petróleo e o gás natural extraído.

No *ranking* da amostra analisada, após o setor de energia, o setor de mineração está logo em seguida, porém participa sem muita expressividade no total geral das patentes registradas. A Vale S.A. domina o setor com praticamente 98% das Patentes de Invenção (Tabela 7).

Tabela 7 – Distribuição de patentes de invenção no Setor de Mineração

RAZÃO SOCIAL	QUANT. PATENTES	(%)
Vale S/A	154	97,47
Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração	3	1,90
Nacional Minérios S/A	1	0,63
TOTAL DE PATENTES NO SETOR MINERAÇÃO	158	100

Fonte: INPI (2013).

Nota: Elaborado pelo Autor.

Ainda de acordo com a Tabela 7, percebe-se uma concentração das patentes de invenção da Vale S/A como apropriação da inovação. Um regime de apropriabilidade pode conduzir ao monopólio pela vantagem competitiva, que no entendimento de Mello (2009) é fator gerador de barreira para novos entrantes, dado o alto nível tecnológico que o setor impõe. É importante comentar que o grande número de patentes da Vale, invariavelmente resulta, em grande parte, dos processos de produção (http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/busca_patentes).

A concessão de patentes de modelos de utilidade mostrou concentração maior no setor de energia, mineração e serviços (Tabela 2), de forma que as empresas que possuem mais que dez patentes nesse tipo de propriedade industrial são: Cemig Distribuição, Correios, e Vale S/A respectivamente.

No quesito desenho industrial a América Latina tem a característica de diferenciar sua indústria e diversificar seus produtos/serviços, especialmente nos setores de bens de consumo, construção e serviços (WIPO 2009). O Brasil se enquadra nessa característica, como podemos perceber na Tabela 2. As empresas que mais se destacam na inovação como forma ornamental dos produtos e sua apropriação foram a Duratex e a Natura. Daí decorre a vantagem competitiva de mercado, que pode fazer com que a empresa detenha certo poder de mercado. No entanto, o perigo é que ofertem produtos substitutos diretos e que o concorrente imite seus produtos ou tenham desenhos industriais e que a empresa detentora do domínio não perceba vantagem no registro do produto.

4 CORRELAÇÃO ENTRE AS PROPRIEDADES INDUSTRIAIS

Nesta seção procura-se analisar a combinação de quatro modalidades de propriedade industrial e se há correlação em menor ou maior grau. Em outras palavras, o objetivo é verificar se há uma tendência das empresas de, ao proteger um tipo de propriedade industrial, protegerá juntamente com outra.

Inicialmente, optou-se pelo tratamento dos dados, adicionando uma unidade em todas as modalidades de proteção industrial em todas as empresas e, após, houve a aplicação de logaritmo (Tabela 8) para homogeneizar e normalizar a distribuição amostral, permitindo, assim, uma melhor leitura dos resultados. É importante observar que não existe logaritmo de 0 na base 10, e é por esse motivo que foi acrescentado uma unidade em cada modalidade das empresas. Dessa forma, após a devida análise dos resultados, deve-se lembrar que muitas empresas não possuem nem um ou mais tipo de propriedade industrial (ver Apêndice 1).

Melhor explicando, será analisado o valor de R^2 , que vai de 0 a 1 inteiro e demonstra a correlação entre as variáveis (X-Y), ou seja, quanto mais próximo de 1,

maior será a relação comum entre os elementos que constituem os pares analisados (X está correlacionado a Y e vice-versa).

Tabela 8 – Dados amostrais por setor

SETORES	MARCAS	PAT INVENÇÃO	MOD UTILIDADE	DES INDUSTRIAL
Atacado	2,90	1,15	1,15	1,41
Auto-indústria	1,20	0,00	0,00	0,00
Bens de capital	0,00	0,95	0,00	1,04
Bens de consumo	3,41	1,83	1,15	2,32
Comércio	3,12	0,90	0,00	0,30
Diversos	1,04	0,48	0,00	0,00
Energia	3,11	2,97	1,75	1,77
Indústria de construção	2,32	1,36	1,08	2,23
Mineração	2,37	2,20	1,81	0,78
Papel e celulose	2,63	1,41	1,00	0,78
Produção agropecuária	1,94	0,60	0,48	0,78
Química e petroquímica	2,15	1,81	0,85	1,23
Serviços	2,60	1,45	1,52	1,91
Siderurgia e metalurgia	2,24	1,56	0,90	1,72
Telecomunicações	2,73	1,18	0,48	0,60
Transporte	2,23	0,90	0,70	0,70
Varejo	2,88	0,90	0,90	0,95

Fonte: INPI (2013).

Nota: Elaborada pelo autor.

A partir das quatro modalidades de propriedade industrial analisadas, combinadas duas propriedades industriais a duas (Gráficos 1, 2, 3, 4, 5 e 6), demonstrou haver, no geral, baixa correlação entre elas, até mesmo entre marcas e patentes de invenção que são as duas proteções mais utilizadas pelas empresas (Gráfico 1).

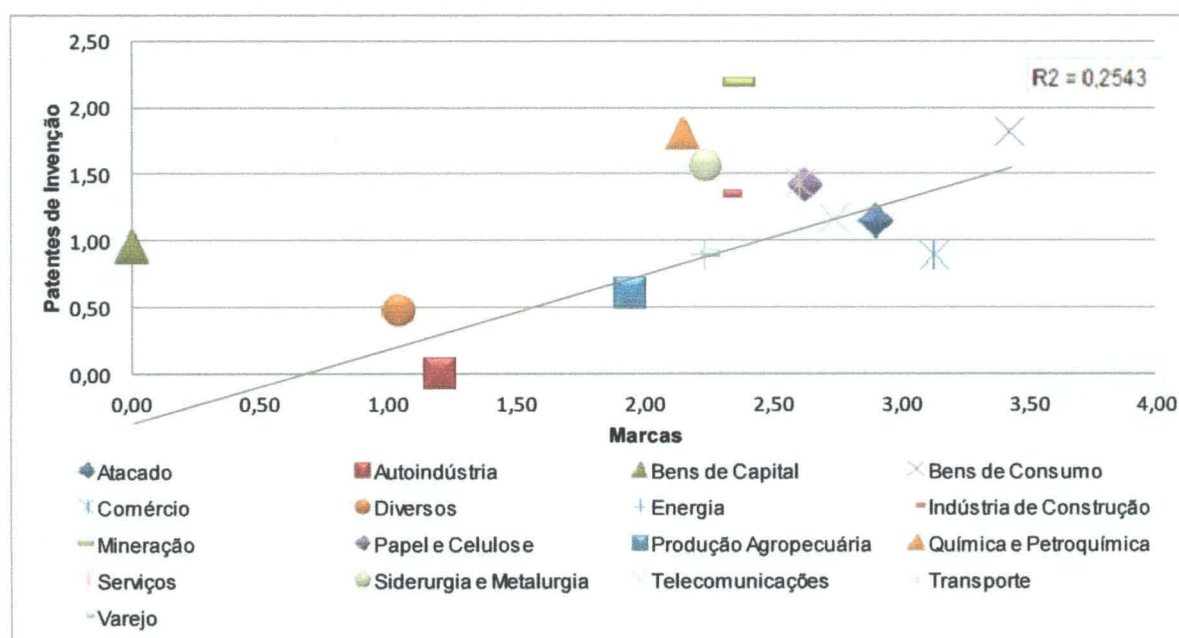


Gráfico 1 – Distribuição das marcas e patentes de invenção por setor

Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor.

O Gráfico 1 mostra haver baixa correlação entre o registro de marcas e patentes de invenção. Nota-se que o R2 de 25,43% é puxado, principalmente, pelo setor de energia que investiu recursos na apropriação dessas duas modalidades de propriedade industrial. Nesse setor já foi visto que a grande representante é a Petrobras, onde desenvolve métodos e processos para desenvolver novos produtos ou componentes de produtos. Por exemplo: a Petrobras produz óleos básicos lubrificantes do tipo naftênico e óleo mineral isolante (Isovolt Petrobrás®) utilizando um processo de refino mais moderna (Hidrorrefino) e petróleo importado. Petróleos do tipo naftênico são bastante escassos no mundo, e seu elevado preço no mercado internacional e baixa disponibilidade, levaram a empresa a priorizar estudos no sentido de buscar fontes de matérias-primas alternativas e desenvolver o processo de produção.

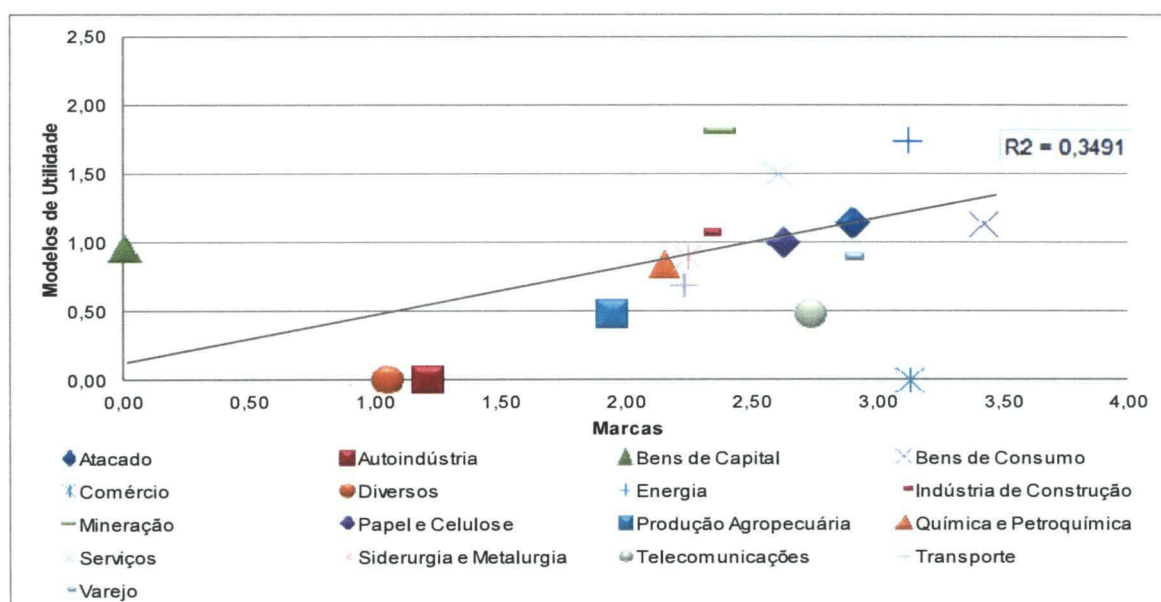


Gráfico 2 – Distribuição das marcas e modelos de utilidade por setor
Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor.

O Gráfico 2 mostra a correlação entre modelos de utilidade e marcas e o Gráfico 3 entre marcas e desenhos industriais. Verifica-se que ambas as correlações são fracas. No Gráfico 2, o que deixa o R2 de 34% são os setores de mineração (principalmente Vale S/A) e os setores de bens de consumo e energia. Esses últimos, devido ao fato de possuírem várias empresas representantes, dentre a amostra analisada.

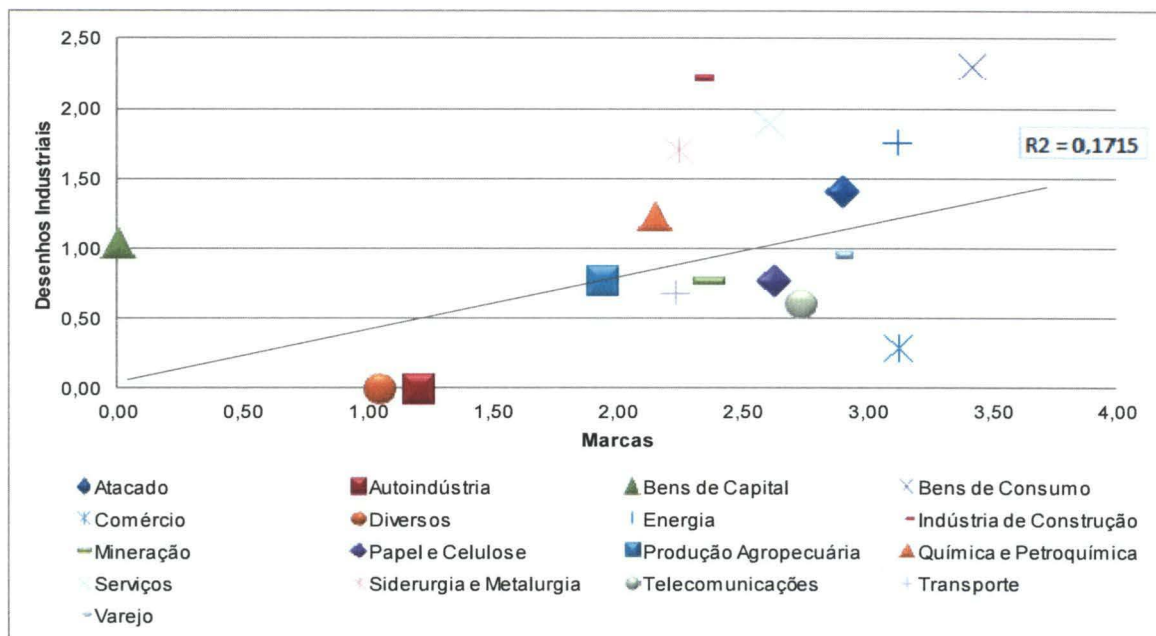


Gráfico 3 - Distribuição das marcas e desenhos industriais por setor
Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor

A correlação mais forte encontrada entre duas modalidades de propriedade industrial em uma mesmo setor (Gráfico 4), foi para patentes de invenção e modelos de utilidade. Os modelos de utilidade como já foi visto, podem ser incrementos de invenção já existentes, os quais justificariam a elevada relação, quando comparada a outros Gráficos. Poderia ser o caso das empresas Cemig Distribuição, do setor e energia, e da Vale S/A, do setor de mineração,.

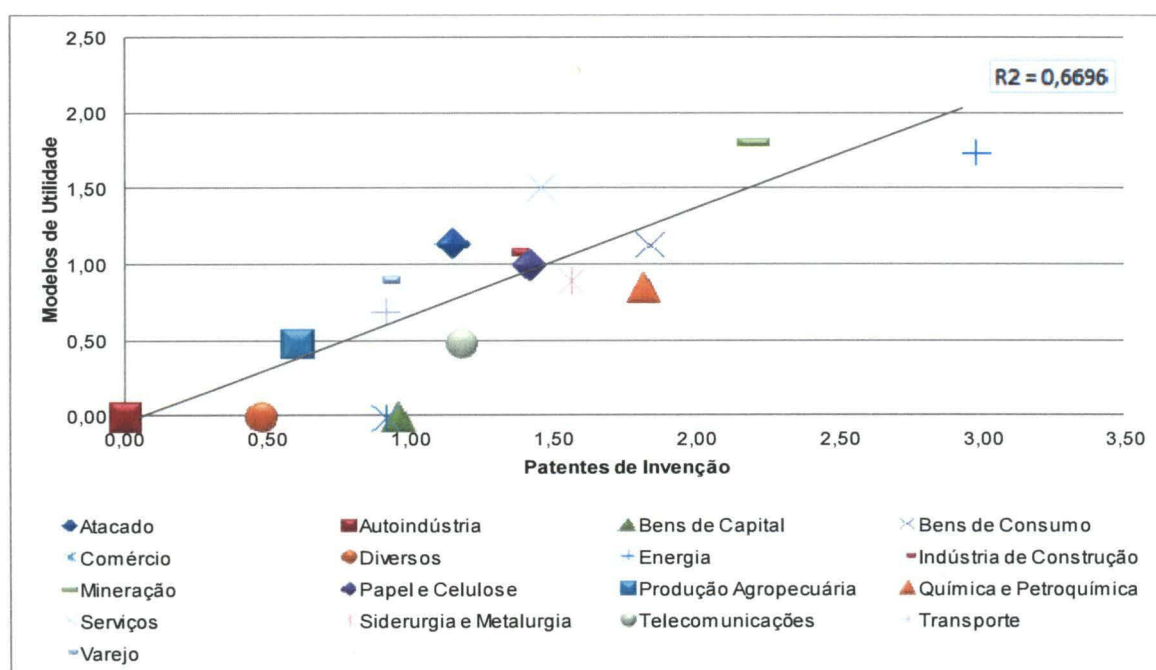


Gráfico 4 - Distribuição das patentes de invenção e modelos de utilidade por setor
Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor

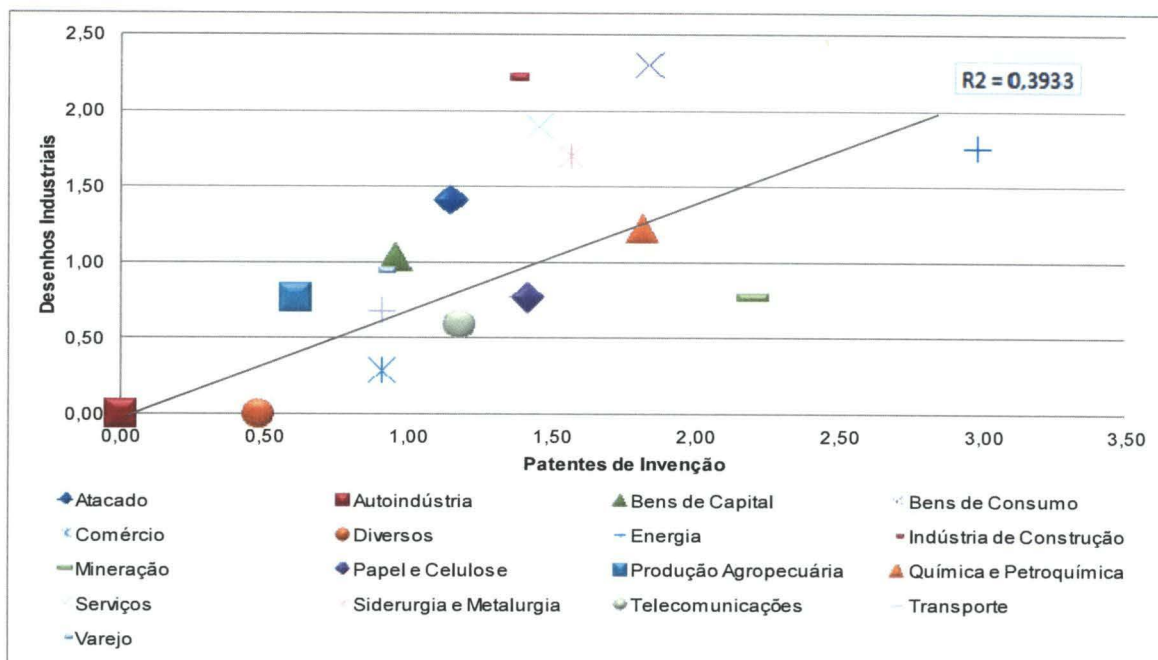


Gráfico 5 - distribuição das patentes de invenção e desenhos industriais por setor
Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor.

De acordo com o Gráfico 5 houve maior correlação principalmente nos setores de energia (Petrobras, principalmente) e bens de consumo (essencialmente Natura Cosméticos e Sadia).

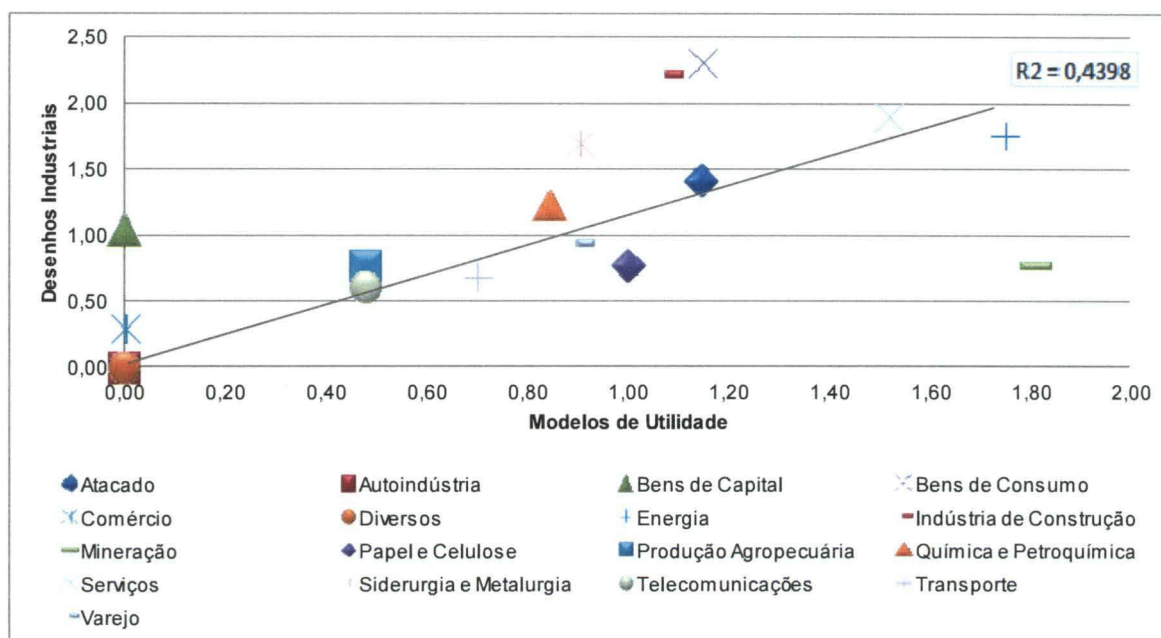


Gráfico 6 - Distribuição dos modelos de utilidade e desenhos industriais por setor
Fonte: INPI (2013), elaborado pelo Autor.

Na relação modelos de utilidade e desenhos industriais do Gráfico 6, notou-se uma maior correlação para serviços, energia e mineração. Entretanto, essas duas

formas de proteção industrial são as menos utilizadas pelas empresas, onde muitas delas não possuem ao menos nem uma proteção de modelo de utilidade e/ou desenho industrial (ver ANEXO 1).

Assim, nota-se que as empresas brasileiras pouco utilizam o direito de propriedade industrial no âmbito de patentes (de invenção e modelo de utilidade), quando comparado ao registro de marcas. No país, o cenário é fraco, porém, presente. Para Falvey et al. (2004) há maior proteção nos países em desenvolvimento, pois estimulam a importação dos investimentos diretos externos e dos bens de alta tecnologia. Estes autores relatam que em países ricos a inovação é estimulada pelo ganho de monopólio da propriedade intelectual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos objetivos inicialmente traçados, este artigo buscou analisar o comportamento das cem maiores empresas brasileiras, na venda líquida e de controle brasileiro, quanto à apropriação da inovação por meio da propriedade industrial. Os resultados apontaram que em termos macroeconômicos, o poder de mercado – fortalecimento/enfraquecimento - das empresas pode impactar positivamente no bem estar das empresas (pelo aumento em número ou qualidade de produto) e, especialmente, com a inovação dos setores. Por outro lado, poderá afetar negativamente quando, ao obter elevado poder de mercado, aumentar os preços dos produtos e serviços. A proteção da propriedade industrial colabora para o desenvolvimento de muitos países com base no aumento da perspectiva normativa da propriedade intelectual como instrumento para elaborar as políticas públicas e estimular a competitividade (MELLO, 2009).

Os dados coletados demonstraram que as maiores empresas do Brasil de controle brasileiro, assim como os países da América Latina, ainda têm o perfil de competição baseado principalmente pela diferenciação e diversificação dos produtos e serviços por meio das marcas registradas, forma de proteção em que não se exige inovação tecnológica avançada. A partir dos resultados verificou-se que as empresas brasileiras se enquadram nas conclusões tiradas pelos estudos empíricos citados, principalmente quando analisados os setores de serviços separados dos setores de produtos industrializados, uma vez que os setores de serviço tem baixa propensão a patentear em relação aos setores industriais.

O conhecimento sobre o número de propriedades industriais registradas, nas modalidades estudadas, poderia facilitar o governo a desenvolver políticas públicas para o incremento das empresas e dos centros de pesquisa, destinando recursos para desenvolver a inovação tecnológica e favorecer a industrialização. Assim, as políticas setoriais são fundamentais para o crescimento e desenvolvimento do país, mas dependem em certo grau dos resultados de análises como apresentadas neste estudo.

Com base na amostra coletada, pode-se concluir que não é possível gerar um padrão de proteção para a propriedade industrial frente às significativas diferenças de propriedades industriais existentes (em quantidade) entre empresas

do mesmo setor, como, por exemplo, no setor de energia. Enquanto a Petrobras possui 793 concessões, houve empresas que não apresentaram sequer uma patente de invenção. Crê-se que para formular um padrão de proteção intelectual nos setores brasileiros seria necessário adotar algumas medidas, como aumentar o número de empresas na amostra, retirar as empresas que causam discrepância nos dados (como por exemplo a Petrobras e a Vale) e separar por grupos com base na venda líquida, número de funcionários, entre outros fatores.

É necessário evoluir quando o assunto é utilizar a proteção da propriedade intelectual. Atualmente, o registro de uma patente no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) demora de 8 a 10 anos, o que traz prejuízos à economia e à inovação e dificulta a própria interpretação do indicador. As patentes registradas neste ano, por exemplo, referem-se, no geral, a inovações realizadas há cerca de uma década. A demora na concessão de patentes é apontada como um entrave à inovação no país, pois gera incerteza para os investidores e permite que exploradores se aproveitem indevidamente de inventos e ideias que aguardam a formalização do depósito de solicitação de patente. Assim, o governo, além de desenvolver políticas públicas voltadas ao incentivo à inovação, deveria também reavaliar o sistema de propriedade intelectual brasileiro.

REFERÊNCIAS

- AAKER, D. (2004). **Leveraging the corporate brand**, *California Management Review* 46 (3), Spring, p. 6-18. Disponível em: <<http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1358445385.4558brand96.pdf>> acesso em 10 jun 2013.
- ARUNDEL, A.; KABLA, I. What Percentage of Innovations are Patented? Empirical Estimates for European Firms. **Research Policy**, Vol. 27: 127-141, 1998. Disponível em: <<http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=15400>> acesso em 16 mar 2013.
- BARONCELLI, E.; FINK, C.; JAVORCIK, B. S. (2004), **The Global Distribution of Trademarks: Some Stylised Facts**, World Bank Policy Research Working Paper 3270, 2004. Disponível em <<http://elibrary.worldbank.org/docserver/download/3270.pdf?expires=1381534242&id=id&accname=guest&checksum=510C3FD2E2E13F09B30679A523F4C1DD>> acesso em 16 jul 2013.
- BLIND, K.; EDLER, J.; SCHMOCH, U.; ANDERSON, B.; HOWELLS, J.; MILES, I.; ROBERTS, J.; GREEN, L.; EVANGELISTA, R.; HIPPE, C. Patents in the Service Industries: final report. Fraunhofer Institut für Systemtechnik UndInnovationsforschung. **Karlsruhe**, 2003. Disponível em: <ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/indicators/docs/ind_report_fraunhofer1.pdf> Acesso em 15 mar 2013.
- CHABCHOUB, N.; NIOSI, J. Explaining the propensity to patent computer software. **Technovation**, Vol. 25: 971-978, 2005. Disponível em <<http://www.er.uqam.ca/nobel/r21010/document/propensity.pdf>> Acesso em 17 mar 2013.
- COELHO, F.U. **Curso de direito comercial**. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. **Research Policy**, v. 11, p. 147-162, 1982. Disponível em: <<http://www.ige.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/296/213#.UUZrLRysiSo>> Acesso em 17 mar 2013.
- EVEN, Y. Appropriability and property. **American University Law Review**, Washington, v. 58, n. 6, p. 1417-1476, Jul. 26, 2009. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1272831>>. Acesso em: 10 mar. 2013

GREENHALGH, C.; ROGERS, M. **Innovation, intellectual property, and economic growth**. Princeton University Press, 2010.

GREENHALGH, C.; ROGERS, M. **Intellectual property activity by service sector and manufacturing firms in the UK, 1996-2000**. December 2005. Disponível em <<http://www.oiprc.ox.ac.uk/papers/EJWP1405.pdf>> Acesso em 01 mar 2013.

GRIFFITHS, W.E.; JENSEN, P.H.; WEBSTER, E. **The Effects on Firm Profits of the Stock of Intellectual Property Rights**. May 2005. Disponível em <<http://www.ipria.org/publications/wp/2005/IPRIAWP05.2005.pdf>> Acesso em 08 mar 2013

HANEL, P. **Current intellectual property protection practices of manufacturing firms in Canada in intellectual property and innovation in the knowledge-based economy**, J. Putnam (ed.), Industry Canada, 2005. Disponível em: <http://pages.usherbrooke.ca/gredi/wpapers/01_09_ph.pdf> Acesso em 07 mar 2013.

HU, A. G.; JEFFERSON, G. **A great wall of patents: what is behind china's recent patent explosion?** mimeo, 2006. Disponível em <<http://cc.shu.edu.tw/~econ/DOCUMENT/cte/CT/ChinaEcon-3.pdf>> Acesso em 16 mar 2013.

LEVIN, R. C.; A. K.; KLEVORICK, R.R.; NELSON and S.G. WINTER (1987). **Appropriating the Returns from Industrial Research and Development**. Brookings Papers on Economic Activity, no.3, p. 783-820. Disponível em <<http://pt.scribd.com/doc/164483099/Levin-Klevorick-Nelson-Winter-Gilbert-Griliches-Appropriability-P-D-BPEA-1987>> Acesso em 16 jul 2013

LUNA, F.; BAESSA, A.; ALVES, P. F. **Impacto das marcas e patentes no desempenho econômico das firmas**. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2007/artigos/A07A155.pdf>> Acesso em 16 03 2013

MELLO, M. T. L. Propriedade intelectual e concorrência. **Revista Brasileira de Inovação**. Rio de Janeiro, n. 8, v. 2, p.371-402, jul./dez. 2009. Disponível em <<http://www.ige.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/388/274#.UUZsPBysiSo>>. Acesso em 15 mar 2013.

PENEDER, M. **Technological regimes and the variety of innovation behaviour**. Creating Integrated Taxonomies of Firms and Sectors. WIFO Working Papers, n. 362, 2010. Disponível em <[http://www.euklems.net/pub/no28\(online\).pdf](http://www.euklems.net/pub/no28(online).pdf)>. Acesso em 16 mar 2013

PEREIRA, J. M. **Fragilidades e perspectivas do sistema de proteção à Propriedade intelectual no Brasil**. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Campus Ponta Grossa - Paraná – Brasil. Revista Gestão Industrial, v. 06, n. 03: p. 22-39, 2010.

PIMENTEL, L. O.; BARRAL, W. (org). **Propriedade intelectual e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo, 1997

TEECE, D. J. Profiting from technological innovation: implications for integration, collaboration, licensing and public policy. **Research Policy**, v.15, n.6, 1986, p. 285-305. Disponível em:
<<http://www.mbs.edu/home/jgans/tech>>. Acesso em 15 mar. 2013.

_____. WIPO intellectual property handbook: policy, law and use. **WIPO Publication**, n. 489 (E). Second Edition. Geneva, 2004. Disponível em:
<<http://www.wipo.int/about-ip/en/iprm/index.html>>. Acesso em: 16 mar 2013.

_____. **WIPO The economics of intellectual property**. Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition. Jan 2009. Disponível em:
<http://www.wipo.int/freepublications/en/economics/1012/wipo_pub_1012.pdf >. Acesso em: 16 mar. 2013.

VELOSO J. J. **O que é ativo Intangível**. Disponível em
<http://www.jjveloso.com/docencia/Arquivos/ContabIntermediaria/Apres_AtIntang%C3%ADvel_3P_02S09.pdf>. Acesso em 07 jul 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – PROPRIEDADES INDUSTRIAIS..... 33

APÊNDICE 1 – PROPRIEDADES INDUSTRIAIS

Ranking	Razão Social	Setor	Tipo	Marcas	Patentes de Invenção	Modelos de Utilidade	Desenhos Industriais
1	Petróleo Brasileiro S.A. - Petrobras	Energia	Estatal	606	793	3	31
2	Petrobras Distribuidora S.A.	Atacado	Estatal	185	1	0	13
3	Vale S/A	Mineração	Privada	225	153	62	3
4	Ipiranga Produtos de Petróleo S/A	Atacado	Privada	108	0	0	0
11	Braskem S.A	Química e Petroquímica	Privada	79	58	1	12
20	Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - Ect	Serviços	Estatal	224	3	16	71
22	Jbs S/A	Bens de Consumo	Privada	213	1	0	1
24	Tam - Linhas Aéreas S.A	Transporte	Privada	98	0	0	0
25	Sadia S.A.	Bens de Consumo	Privada	8	9	1	13
26	Brf - Brasil Foods S/A	Bens de Consumo	Privada	0	0	0	0
27	Telemar Norte Leste S/A	Telecomunicações	Privada	240	3	0	0
28	Cosan Combustíveis e Lubrificantes S/A.	Atacado	Privada	22	0	0	0
31	Companhia Siderúrgica Nacional	Siderurgia e Metalurgia	Privada	38	3	0	10
36	Cia. Saneamento Básico do Estado de São Paulo-Sabesp	Serviços	Estatal	36	1	2	0
39	Tnl Pcs S.A.	Telecomunicações	Privada	72	0	0	0
42	Cemig Distribuição S.A.	Energia	Estatal	0	14	15	0
44	Globo Comunicação e Participações S.A.	Comunicações	Privada	1314	7	0	1
45	Construtora Norberto Odebrecht S.A.	Indústria da Construção	Privada	17	1	0	0

continua

47	Coop de Prod de Cana- Açúcar, Açúcar e Álcool Est Sp	Energia	Privada	3	25	0	0
48	Gerdau Aços Longos S.A.	Siderurgia e Metalurgia	Privada	0	0	0	0
51	Alesat Combustíveis S.A	Atacado	Privada	23	0	0	1
52	Oi S/A	Telecomunicações	Privada	226	9	0	1
53	Vrg Linhas Aéreas S/A	Transporte	Privada	63	0	0	0
56	Furnas Centrais Elétricas S.A.	Energia	Estatal	24	4	0	1
57	Amil Assistência Médica Internacional S/A	Serviços	Privada	41	0	0	0
59	Alberto Pasqualini - Refap S/A	Química e Petroquímica	Estatal	0	0	0	0
60	Itaipu Binacional	Energia	Estatal	9	0	0	0
63	Light Serviços de Eletricidade S.A.	Energia	Privada	39	7	0	0
64	Lojas Americanas S.A.	Varejo	Privada	61	0	0	0
65	Natura Cosméticos S.A.	Bens de Consumo	Privada	227	43	0	107
69	Companhia Paulista de Força e Luz - Cplf	Energia	Privada	8	9	1	0
70	Coamo Agroindustrial Cooperativa	Produção Agropecuária	Privada	64	0	0	3
73	Copel Distribuição S.A.	Energia	Estatal	0	0	0	0
74	Votorantim Cimentos S.A.	Indústria da Construção	Privada	6	0	0	0
75	Magazine Luiza S.A.	Varejo	Privada	64	0	0	0
76	Companhia Hidro Elétrica do São Francisco - Chesf	Energia	Estatal	1	0	0	0
78	Gerdau Açominas S.A.	Siderurgia e Metalurgia	Privada	9	23	1	0
79	Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia	Energia	Privada	14	3	0	1
80	Petrobrás Transporte Sa.	Transporte	Estatal	0	2	0	0

continua

81	Suzano Papel e Celulose S.A.	Papel e Celulose	Privada	148	8	1	0
82	Fertilizantes Heringer S.A.	Química e Petroquímica	Privada	32	2	1	0
84	Paranapanema S.A.	Siderurgia e Metalurgia	Privada	78	4	0	0
87	Marfrig Alimentos S/A	Bens de Consumo	Privada	130	0	0	0
88	Construções e Comércio Camargo Corrêa S.A.	Indústria da Construção	Privada	28	0	0	0
90	Mmc Automotores do Brasil Ltda	Autoindústria	Privada	15	0	0	0
91	Construtora Andrade Gutierrez S.A.	Indústria da Construção	Privada	9	0	0	2
94	Centrais Elétricas do Norte do Brasil S.A. Eletronorte	Energia	Estatal	21	37	0	0
97	Braskem Qpar S.A	Química e Petroquímica	Privada	0	0	0	0
99	Transportadora Associada de Gás S/A	Transporte	Estatal	0	0	0	0
101	Cielo S/A	Serviços	Privada	30	0	0	0
102	Celesc Distribuição S/A	Energia	Estatal	1	1	0	0
103	Amaggi Exportação e Importação Ltda	Atacado	Privada	0	0	0	0
106	Weg Equipamentos Elétricos S/A	Bens de Capital	Privada	0	8	0	10
107	Cemig - Geração e Transmissão S/A	Energia	Estatal	0	10	3	0
108	Copersucar S/A	Energia	Privada	27	0	0	0
109	B2 W- Companhia Global do Varejo	Varejo	Privada	175	0	0	0
110	Klabin S.A.	Papel e Celulose	Privada	123	10	6	3
112	Fibria Celulose S/A	Papel e Celulose	Privada	150	5	0	0
115	Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária Infraero	Serviços	Estatal	0	0	0	0
116	Cooperativa Central Oeste Catarinense	Bens de Consumo	Privada	61	0	0	0
121	Minerva S/A	Produção Agropecuária	Privada	1	1	0	0
123	Brazil Trading Ltda	Atacado	Privada	0	0	0	0
124	Sotreq S/A	Atacado	Privada	90	0	0	0

continua

128	Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração	Mineração	Privada	7	2	0	0
131	Companhia de Saneamento de Minas Gerais	Serviços	Estatal	29	12	5	1
135	Companhia Estadual de Águas e Esgotos	Serviços	Estatal	1	0	0	0
136	Gerdau Comercial de Aços S.A.	Siderurgia e Metalurgia	Privada	0	0	0	0
140	Arthur Lundgren Tecidos S.A. - Casas Pernambucanas	Varejo	Privada	185	0	0	1
141	Construtora Queiroz Galvão S.A.	Indústria da Construção	Privada	14	0	0	0
142	Hypermarcas S/A	Bens de Consumo	Privada	1873	2	5	78
145	Cotia Vitória Serviços e Comércio S/A	Atacado	Privada	0	0	0	0
146	Cesp - Companhia Energética de São Paulo	Energia	Estatal	4	1	0	0
147	Martins Comércio e Serviços de Distribuição S.A.	Atacado	Privada	313	0	1	0
150	Companhia Energética de Pernambuco - Celpe	Energia	Privada	14	2	0	0
151	Cia. Zaffari Comércio e Indústria	Varejo	Privada	33	0	0	0
152	Vale Fertilizantes S/A	Química e Petroquímica	Privada	25	0	0	0
153	Cooperativa Regional de Cafeicultores Em Guaxupé Ltda.	Atacado	Privada	23	1	1	0
154	Companhia Ultragaz S.A.	Energia	Privada	250	4	1	4
155	Mrs - Logística S/A	Transporte	Privada	2	1	0	0
156	Unimed-Rio Cooperativa de Trabalho Médico do Rj Ltda	Serviços	Privada	0	0	0	0
157	Duratex S.A	Indústria da Construção	Privada	101	14	3	159
160	Empreendimentos Pague Menos S/A.	Varejo	Privada	43	0	0	0
161	Liquigás Distribuidora S.A.	Energia	Estatal	207	2	6	0
162	Redecard S.A.	Serviços	Privada	10	2	0	0

continua

164	Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos S/A	Atacado	Privada	17	0	0	0
166	C. Vale Cooperativa Agroindustrial	Produção Agropecuária	Privada	19	0	0	0
167	Seara Alimentos S/A	Bens de Consumo	Privada	77	5	0	0
168	Companhia Brasileira de Alumínio	Siderurgia e Metalurgia	Privada	41	0	1	36
171	Casa da Moeda do Brasil	Diversos	Estatal	10	2	0	0
173	Petróleo Sabbá S.A.	Atacado	Privada	0	0	0	0
178	Construtora Oas Ltda.	Indústria da Construção	Privada	2	0	0	0
179	Raízen Energia S/A	Energia	Privada	0	0	0	0
182	Companhia Piratininga de Força e Luz	Energia	Privada	0	3	5	0
183	Delta Construções S.A.	Indústria da Construção	Privada	23	0	1	0
184	Drogaria São Paulo S/A	Varejo	Privada	5	0	0	0
185	Contax S.A.	Serviços	Privada	16	0	0	0
187	Nacional Minérios S/A	Mineração	Privada	0	0	0	0
188	Centrais Elétricas Brasileiras S.A.	Energia	Estatal	37	1	0	0
190	Lojas Riachuelo S.A.E Controlada	Varejo	Privada	179	0	0	0
191	Centrais Elétricas Pará S.A	Energia	Privada	5	0	0	0
Total				9051	1312	142	563

FONTE: INPI (2013) e Exame Melhores & Maiores

Elaboração: O autor

ANEXO

Manual Propriedade Industrial - ABIMAQ/IPD-Maq 3
Núcleo de Apoio ao Patenteamento

PROPRIEDADE INTELECTUAL

DEFINIÇÃO

A Convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI (WIPO em inglês) - define como Propriedade Intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

PROPRIEDADE INTELECTUAL INCLUI

- 1) Obras Literárias, Artísticas e Científicas;
- 2) Interpretação de artistas intérpretes, fonogramas e emissões de radiodifusão;
- 3) Invenções em todos os campos de atividade humana;
- 4) Descobertas científicas;
- 5) Desenhos Industriais;
- 6) Marcas de Comércio, de serviços e nomes comerciais;
- 7) Proteção contra a concorrência desleal; e,
- 8) Demais direitos nos terrenos industrial, científico, literário e artístico

PROPRIEDADE INTELECTUAL DIVIDE-SE EM DOIS CAMPOS

DIREITOS DE AUTOR: Faz parte do Direito Civil, e sua proteção não depende de formalidades de registro, de pagamentos de taxas, sua duração é longa, independentemente de exploração da obra.

PROPRIEDADE INDUSTRIAL (direitos sobre as criações industriais): Faz parte do direito Comercial, e sua proteção depende da concessão de um título pelo Estado (patente), estão sujeitos a pagamentos de taxas, o prazo de proteção é menor e a lei estabelece sanções para a não exploração.

NORMAS CONSTITUCIONAIS

A Constituição Federal de 5 de outubro de 1988, no seu artigo 5º, que trata dos direitos e deveres individuais e coletivos, estabelece o direito à proteção das criações intelectuais:

Inciso XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei deixar.

Inciso XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

LEGISLAÇÃO ORDINÁRIA

Lei n.º 9.279, de 14/05/96 - Lei da Propriedade Industrial

Lei n.º 9.456, de 25/04/97 - Lei da Proteção de Cultivares

Lei n.º 9.609, de 19/02/98 - Lei da Proteção da Propriedade Intelectual de Programas de Computador "Lei de Software"

Lei n.º 9.610, de 19/02/98 - Lei de Direitos do Autor

Lei n.º 10.973, de 02/12/04 - Lei de Inovação - Estabelece medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, com vistas à capacitação e ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento industrial do País, nos termos dos artigos 218 e 219, da Constituição Federal.

PRINCIPAIS TRATADOS INTERNACIONAIS

⇒ Convenção da União de Paris de 1883 (CUP) – Propriedade Industrial

⇒ Convenção de Berna de 1886 (CUB) - Direitos Autorais

⇒ Acordo TRIPS (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)

⇒ Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes - 1970 (Patente Cooperation Treaty)

PROPRIEDADE INDUSTRIAL

DEFINIÇÃO

A Propriedade Industrial é o ramo da Propriedade Intelectual que trata das criações intelectuais voltadas para as atividades de indústria, comércio e prestação de serviços e engloba a proteção das invenções (patente de invenção e modelo de utilidade), desenhos industriais, marcas, indicações geográficas, bem como a repressão da concorrência desleal.

PROPRIEDADE INDUSTRIAL PROTEGE

⇒ Patente de Invenção (PI)

- ⇒ Patente de Modelo de Utilidade (MU)
- ⇒ Desenhos Industriais (DI)
- ⇒ Marcas
- ⇒ Indicações Geográficas
- ⇒ Repressão à Concorrência Desleal

SISTEMA BRASILEIRO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

O Sistema de Propriedade Industrial no Brasil é constituído, basicamente, pela Lei da Propriedade Industrial; a Convenção de Paris; os Tratados Internacionais; e, os Atos Normativos e Resoluções do Instituto da Propriedade Industrial (INPI).

LEI DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A Lei n.º 9.279 - Lei da Propriedade Industrial – (LPI) - foi promulgada em 14 de maio de 1996 e entrou em vigor um ano após a sua publicação (15/05/97). É a atual lei brasileira que regula as obrigações e os direitos com relação à propriedade industrial: patentes; modelo de utilidade; desenhos industriais; marcas; indicações geográficas, transferência de tecnologia; proteção contra a concorrência desleal.

A LPI revogou e substituiu a antiga Lei n.º 5.772, de 21 de dezembro de 1971 (Código da Propriedade Industrial – CPI).

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma Autarquia Federal, criada em 1970, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, dotado de personalidade jurídica com autonomia administrativa, financeira e patrimônio próprio, com sede na Cidade do Rio de Janeiro.

No âmbito nacional, o INPI é o órgão competente por executar as normas que regulam a propriedade industrial, tendo em vista sua função social, econômica, jurídica e técnica.

Desta forma, o INPI é o órgão encarregado da aplicação da legislação nacional relativas à Propriedade Industrial e tem como principal função, analisar e julgar os pedidos de patentes de invenção, modelos de utilidade, desenhos industriais e marcas, assim como para aprovar e averbar os contratos de transferência a de tecnologia.

PATENTES

CARTA PATENTE

Carta Patente é um título de propriedade temporário, outorgado pelo Estado, por força de lei, sobre uma invenção ou modelo de utilidade, aos inventores ou outras pessoas

físicas ou jurídicas detentoras do direito sobre a criação. Em contrapartida, o inventor se obriga a revelar detalhadamente todo o conteúdo técnico da matéria protegida pela patente. Durante o prazo de vigência da patente, o titular tem o direito de excluir terceiros, sem sua prévia autorização, de atos relativos à matéria protegida, tais como fabricação, comercialização, importação, uso, venda, etc.

TIPIFICAÇÃO

O sistema brasileiro contempla para as criações no campo industrial as seguintes formas de proteção:

Como patentes:

- Patente de Invenção – P.I.
- Modelo de Utilidade – M.U

Como registro:

- Desenho Industrial – D.I.

PATENTE DE INVENÇÃO

Patente de Invenção (PI), é a invenção propriamente dita; resultante do exercício da capacidade de criação do homem, que represente uma solução para um problema técnico específico, dentro de um determinado campo tecnológico e que possa ser fabricada ou utilizada industrialmente.

MODELO DE UTILIDADE

De acordo com o artigo 9º, Lei de Propriedade Industrial, é considerado modelo de utilidade (MU) “o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresenta nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.”

VIGÊNCIAS DAS PATENTES

O prazo de validade de uma Patente de Invenção é de 20 anos, contados da data de depósito (data de apresentação do pedido no INPI) – art. 40, LPI. Após este prazo a patente cai no domínio público, e o titular perde todos os direitos de propriedade sobre a invenção.

O prazo de validade de um Modelo de Utilidade é de 15 anos, contados da data de depósito (data de apresentação do pedido no INPI) – art. 40, LPI. Após este prazo a patente cai no domínio público, e o titular perde todos os direitos de propriedade sobre o modelo de utilidade.

A LPI, nos artigos 84 e 85, determina que para manter o pedido de patente (PI e MU) em vigor ou conservar a patente de invenção concedida (PI ou MU) deve-se efetuar o pagamento de anuidade a partir do 24º mês a contar da data do depósito, durante todo o tempo de tramitação do pedido de patente e da vigência da patente. Igual obrigação se aplica aos certificados de adição. O pagamento da retribuição anual é obrigatório. Na falta de pagamento o pedido será arquivado e a patente concedida será extinta (art. 86, LPI).

DIREITO DE EXCLUSIVIDADE

O sistema patentário brasileiro adota o princípio de first-to-file (primeiro a depositar), adotado na maioria dos países. Assim, no caso de conflito entre mais de um inventor, o direito à patente será concedido ao primeiro de depositar o pedido.

O direito de exclusividade confere ao titular da patente, durante o prazo de vigência, o direito de direcionar a exploração comercial da invenção. Sem o consentimento do titular, terceiros estão excluídos dos atos de exploração comercial, tais como: fabricação, comercialização, importação, uso, venda, etc. (art. 42, LPI)

Pode o titular da patente, se não desejar realizar a exploração direta, autorizar terceiros a explorarem sua patente, recebendo pagamentos (royalties), normalmente baseados no preço de venda líquido praticado pelo(s) licenciados(s).

O QUE PODE SER PATENTEADO

É patenteável qualquer invenção que atenda aos requisitos legais previstos nos artigos 8º e 9º, da LPI - novidade, atividade inventiva e passível de aplicação industrial (requisitos essenciais de patenteabilidade).

REQUISITOS PARA PATENTEAMENTO DE MODELO DE UTILIDADE

Para a concessão de patente de modelo de utilidade, devem ser atendidos os seguintes requisitos:

- 1) Novidade (nova forma ou disposição)
- 2) Atividade Inventividade
- 3) Aplicação Industrial
- 4) Melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

NOVIDADE

Este requisito legal de patenteabilidade está previsto no artigo 11, da LPI. O Brasil adota o conceito de novidade absoluta, isto é, para ser considerado novo, o invento não pode ter sido tornado acessível ao público por qualquer meio de divulgação no Brasil ou no

exterior, anteriormente à data do depósito do pedido de patente junto a repartição governamental (INPI).

ATIVIDADE INVENTIVIDADE - Não Obviedade

Este requisito legal de patenteabilidade está previsto no artigo 13, da LPI. Além de ser nova, a invenção ou modelo de utilidade, não pode decorrer de maneira óbvia ou evidente dos conhecimentos já existentes na técnica, por pessoa versada naquele campo de técnica considerada. Se a invenção é dita como óbvia, é considerada não patenteável.

APLICAÇÃO INDUSTRIAL

Este requisito legal de patenteabilidade está previsto no artigo 15, da LPI. É a possibilidade da invenção, ou modelo de utilidade, ser fabricada ou utilizada industrialmente (qualquer tipo de indústria).

SUFICIÊNCIA DESCRITIVA

O Instituto de Propriedade Industrial, com base no artigo 24, da LPI e no Ato Normativo n.º 101, de 14.06.89, item 1.2.i, sustenta que a suficiência descritiva também é um requisito de patenteabilidade.

O QUE NÃO PODE SER PATENTEADO

O artigo 10, da LPI, indica o que não se pode patentear, por não preencherem os requisitos de patenteabilidade. Destacamos algumas matérias elencadas:

1) Descobertas: não são consideradas invenções, pois não resulta da criação do homem. Consiste na revelação ou identificação de um fenômeno da natureza. Invenções são patenteáveis; descobertas não são.

2) Criações puramente intelectuais e abstratas: exemplos- método rápido de divisão, para desenhar objetos, ensinar idiomas.

3) Apresentação de informações; obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas; programas de computador, são criações que não têm aplicação industrial. São protegidas por lei específica.

4) O todo ou parte de seres vivos naturais e os materiais biológicos encontrados na natureza.

O QUE NÃO SÃO PATENTEÁVEIS

Existem matérias que, a princípio, podem ser consideradas invenção ou modelo de utilidade, suscetíveis de patenteabilidade; no entanto, a legislação patentária, no artigo 18, da LPI, apresenta proibições de ordem política ou filosóficas.

BUSCA DE ANTERIORIDADE

Quando da elaboração de um pedido de patente, é altamente aconselhável, mas não obrigatório, que o interessado no depósito realize a busca prévia de anterioridade, para verificar se a invenção é nova ou se já existem possíveis depósitos de patentes com a mesma técnica já reivindicadas ou conhecidas, impeditiva à concessão da patente. A busca de anterioridade pode ser solicitada no banco de dados de patentes de escritórios de patentes e no do INPI; e, pode ser gratuita ou paga

PROCEDIMENTO BÁSICO PARA REGISTRO E CONCESSÕES DE PATENTES

Para elaboração de um pedido de patente, deve-se observar as regras previstas nos artigos 19 a 37, da LPI.

1) Apresentar em formulário próprio do INPI o pedido de patente (DEPÓSITO). O pedido deve conter: relatório descritivo, reivindicação, desenho, resumo, comprovante de recolhimento da retribuição cabível.

2) O pedido de patente será mantido em sigilo - prazo mínimo: 18 meses – prazo máximo: 36 meses. Após este prazo o pedido terá sua publicação notificada na Revista da Propriedade Industrial (RPI).

3) Solicitar formalmente ao INPI o pedido de exame técnico, até no máximo 36 meses contados do depósito.

4) Na hipótese de solicitações ou determinações nascidas do exame técnico procedido, o depositante será intimado para manifestação no prazo de noventa dias.

5) Concluído o exame técnico, o examinador emite um parecer técnico expondo suas conclusões – deferimento (concessão da patente) ou indeferimento (o depositante poderá interpor recurso contra a decisão de indeferimento, no prazo de 60 dias).

6) Deferido o pedido, a decisão é publicada e o depositante é intimado para, no prazo de 60 (sessenta) dias, efetuar o pagamento de retribuição correspondente à expedição da cartapate, sob pena de seu arquivamento,

7) É obrigatório efetuar o pagamento de anuidade a partir do 24º mês a contar da data do depósito, durante todo o tempo de tramitação do pedido de patente e da vigência da patente. Prazo: até 90 (noventa) dias do início do período anual a que corresponder a anuidade a ser paga.

CUSTOS PARA REGISTRO DA PATENTE

A Lei da Propriedade Industrial, no artigo 228, prevê que para os serviços prestados pelo INPI será cobrada a retribuição. A Tabela de Retribuição pelos serviços prestados pelo INPI pode ser acessada no site do INPI.

EXTINÇÃO DA PATENTE

A Lei da Propriedade Industrial, no artigo 78, prevê as causas de extinção da patente de invenção (PI), modelo de utilidade (MU) e certificado de adição.

- 1) pela expiração do prazo de vigência;
- 2) pela renúncia do titular, ressalvado o direito de terceiros (art. 79, da LPI);
- 3) pela caducidade por falta de exploração efetiva da patente (arts. 80/83, LPI): caducará a patente, de ofício ou a requerimento de qualquer pessoa com legítimo interesse, se, decorridos 2 anos da concessão da primeira licença compulsória, esse prazo não tiver sido suficiente para prevenir ou sanar o abuso ou desuso;
- 4) pela falta de pagamento da retribuição anual;
- 5) pela falta de procurador devidamente qualificado e domiciliado no Brasil (art. 217, LPI).

NULIDADE ADMINISTRATIVA

O artigo 51, da LPI, dispõe que o processo de nulidade administrativa pode ser instaurado no prazo de 6 meses, contados da concessão, pelo INPI, de ofício, ou qualquer pessoa com legítimo interesse. Os casos de nulidade administrativa estão previstos nos incisos I a IV, do artigo 50, da Lei da Propriedade Industrial:

- I) na falta de atendimento dos requisitos legais (arts. 6º a 10, da LPI)
- II) quando o relatório e as reivindicações não atenderem ao disposto nos arts. 24 e 25, da LPI.
- III) caso o objeto da patente se estenda além do conteúdo do pedido originalmente depositado;
- IV) quando no processamento de pedido de patente tiver sido omitido qualquer das formalidades essenciais, indispensáveis à concessão.

NULIDADE JUDICIAL

O procedimento da ação judicial de nulidade da patente está previsto nos artigos 56 e 57, da LPI. A nulidade judicial pode ser proposta a qualquer tempo da vigência da patente (encerrada ou não a instância administrativa), pelo INPI ou qualquer pessoa com legítimo interesse (art. 56, da LPI).

O parágrafo primeiro do artigo 56, dispõe que a nulidade da patente poderá ser argüida, a qualquer tempo, como matéria de defesa.

CRIMES CONTRA AS PATENTES

A lei protege o titular da patente, prescrevendo um dever jurídico de abstenção por terceiros não autorizados de explorar a invenção. Assim, denomina-se CONTRAFAÇÃO o

crime cometido por aquele que não observa o direito de exclusividade conferido ao titular da patente.

A LPI, prevê os tipos de contrafação nos artigos 183, 184 e 185:

Art. 183 - Comete crime contra patente de invenção ou de modelo de utilidade quem:

I - fabrica produto que seja objeto de patente de invenção ou de modelo de utilidade, sem autorização do titular; ou

II - usa meio ou processo que seja objeto de patente de invenção, sem autorização do titular.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 184 - Comete crime contra patente de invenção ou de modelo de utilidade quem:

I - exporta, vende, expõe ou oferece à venda, tem em estoque, oculta ou recebe, para utilização com fins econômicos, produto fabricado com violação de patente de invenção ou de modelo de utilidade, ou obtido por meio ou processo patenteado; ou

II - importa produto que seja objeto de patente de invenção ou de modelo de utilidade ou obtido por meio ou processo patenteado no País, para os fins previstos no inciso anterior, e que não tenha sido colocado no mercado externo diretamente pelo titular da patente ou com seu consentimento.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

Art. 185 - Fornecer componente de um produto patenteado, ou material ou equipamento para realizar um processo patenteado, desde que a aplicação final do componente, material ou equipamento induza, necessariamente, à exploração do objeto da patente.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

Art. 188 - Os crimes deste capítulo caracterizam-se ainda que a violação não atinja todas as reivindicações da patente ou se restrinja à utilização de meios equivalentes ao objeto da patente.

DESENHO INDUSTRIAL - DI

DEFINIÇÃO

A LPI, no artigo 95, define Desenho Industrial como: toda forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando um novo e original no aspecto visual externo e que contenha possibilidades de fabricação industrial.

A Lei da Propriedade Industrial, Lei n.º 9.279/96, nos artigos 95 a 121, regula as disposições legais sobre Desenho Industrial.

PRAZO DA VIGÊNCIA

O registro de desenho industrial, perante o INPI, vigorará pelo prazo de 10 (dez) anos contados da data do depósito, prorrogáveis por mais 3 (três) períodos consecutivos de 5 anos cada (art. 108 da LPI).

Assim, ao titular do registro de desenho industrial é conferido o direito de exclusividade para exploração comercial pelo tempo limitado de, no máximo, 25 (vinte e cinco) anos contados da data do depósito.

Para manter o registro de desenho industrial concedido, o titular deve pagar os quinquênios referentes ao quinto ano e o décimo ano, contados a partir da data do depósito (art. 120, LPI).

Se houver interesse em pedir as renovações, o pedido deverá ser formulado durante o último ano de vigência do registro, instruído com o comprovante do pagamento da respectiva retribuição (art. 108, parágrafo primeiro, LPI).

REQUISITOS PARA REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL

Os desenhos industriais, assim considerados quando não incidentes nas exceções previstas nos arts. 98 e 100, da LPI, devem atender aos requisitos de:

1. Novidade (art. 96, da LPI): aplica-se aos desenhos industriais o mesmo requisito de novidade adotado no caso de patentes.

2. Utilização ou Aplicação Industrial: requisito semelhante ao da aplicação industrial da patente. Assim, o objeto de desenho industrial deve visar a reprodução em grande escala

3. Originalidade: o art. 97, da LPI, estabelece que o desenho industrial é considerado original quando dele resulte uma configuração visual distintiva em relação ao objeto anterior. São considerados originais os objetos ou padrões gráficos cuja forma não se identifica com nenhum padrão conhecido.

MATÉRIA NÃO ENQUADRADA COMO DESENHO INDUSTRIAL

A LPI, no art. 98, determina que não se considera desenho industrial qualquer obra de caráter puramente artístico, que tem proteção estabelecida na Lei de Direitos do Autor

MATÉRIA NÃO PASSÍVEL DE PROTEÇÃO COMO DESENHO INDUSTRIAL

No art. 100, a LPI dispõe que não são registráveis como desenho industrial:

1. O que for contra a moral e aos bons costumes (invenções contrárias aos cultos religiosos e aos sentimentos dignos de respeito e veneração) ou que ofenda a honra ou imagem das pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimentos dignos de respeito.

2. A forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

PROCEDIMENTOS PARA REGISTRO DE DESENHOS INDUSTRIAIS

Para elaboração de um pedido de desenho industrial, deve-se observar as regras previstas nos artigos 101 a 106, da LPI e as disposições estabelecidas nos Atos Normativos, n.ºs 130/97 e 161/02, do INPI

A entrega do pedido deve conter: requerimento, relatório descritivo, reivindicações, campos de aplicação do objeto e os desenhos ou fotografias do mesmo. Efetivado o depósito, e não estando o objeto inserido nas proibições dos artigos 100, 101 e 104 da LPI, o mesmo será automaticamente concedido.

Após ser expedido o certificado de registro de desenho industrial, que confere ao titular os direitos previstos na LPI, o registro será válido por 10 anos sendo prorrogável por 3 períodos sucessivos de 5 anos cada, totalizando uma proteção de 25 anos a partir da data de depósito. O exame substantivo quanto a novidade e originalidade será opcional.

O pedido de registro com sigilo deve ser feito na ocasião do depósito. Com isto, o certificado será publicado após o prazo de 180 (cento e oitenta) dias contados da data do depósito.

EXTINÇÃO DO DESENHO INDUSTRIAL

Quanto à extinção do registro de desenho industrial, o artigo 119, da LPI, estabelece que o direito ao desenho industrial extingue-se:

- 1) pela expiração do prazo de vigência;
- 2) renúncia do titular, ressalvado os direitos de terceiros;
- 3) falta de pagamento dos quinquênios;
- 4) pela falta de procurador devidamente qualificado e domiciliado no Brasil (art. 217, LPI).

Os registros de desenho industrial não estão sujeitos à caducidade por falta de exploração.

NULIDADE DE REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL

Concedido o registro de desenho industrial, o próprio INPI ou terceiros que se sintam prejudicados podem requerer sua nulidade administrativa ou judicial. Os procedimentos de nulidade do registro do Desenho Industrial estão regulados nos artigos 112 a 118, da LPI. O prazo para requerimento da nulidade administrativa do registro de desenho industrial é de 5 (cinco) anos da concessão desse registro. O próprio INPI ou qualquer pessoa interessada

poderá promover o processo de nulidade administrativa do registro, nas hipóteses previstas nos arts. 112 e art. 113, da LPI:

1. se concedido em desacordo com a Lei (art. 112)
2. por titularidade (art. 6º)
3. por falta de novidade (arts. 7º e 96)
4. por não ser considerado desenho industrial (art. 95)
5. por não ter originalidade (art. 97)
6. por ser objeto puramente artístico (art. 98)

No caso de nulidade judicial de registro de desenho industrial, a ação judicial poderá ser instaurada durante toda a vigência do registro, pelo INPI ou qualquer pessoa com legítimo interesse (art. 118, da LPI).

CRIMES CONTRA OS DESENHOS INDUSTRIAIS

Os artigos 187 e 188, da LPI, dispõem sobre os crimes contra os desenhos industriais.

Considera-se crime praticado contra os desenhos industriais registrados, a fabricação, sem autorização, de produto que incorpore desenho industrial, ou imitação substancial.

Também comete crime contra registro industrial, quem, para utilização com fins econômicos: exporta, importa, vende, expõe ou oferece à venda, tem em estoque, oculta - objeto que incorpore ilicitamente desenho industrial.

MARCAS

DEFINIÇÃO DE MARCAS

A marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respectiva embalagem, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas. O Direito Marcário brasileiro não permite o registro de sinais sonoros, olfativos e gustativos.

Segundo a legislação brasileira (art. 122, da LPI), marca é o sinal (símbolo, expressão, elementos figurativos, logotipo) distintivo, visualmente perceptível, destinado a identificar e distinguir produtos e serviços de uma empresa. Assim, a marca para ser registrada deve constituir, obrigatoriamente, em sinal visualmente perceptível.

RAZÕES PARA REGISTRAR A MARCA

1) confere ao titular da marca o direito exclusivo de impedir que terceiros comercializem produtos idênticos ou semelhantes com uma marca igual ou semelhante, que possa causar confusão entre os consumidores;

2) podem ser um fator importante para tornar o consumidor fiel aos produtos ou serviços relacionados à marca registrada;

3) uma marca registrada pode ser um ativo de valor para a empresa

4) uma marca registrada pode ser licenciada, constituindo numa fonte de renda (royalties);

5) podem ser úteis para obtenção de financiamento junto às instituições de crédito

SINAIS QUE NÃO PODEM CONSTITUIR MARCA

A Lei da Propriedade Industrial, nos incisos I a XXXIII, do artigo 124, indica casos específicos que impedem o registro de uma marca. Em regra, podemos apontar os seguintes casos:

- a) sinais desprovidos de caráter distintivo;
- b) sinais constituídos de símbolos oficiais pertencentes a órgãos públicos (armas, brasão, bandeira, medalha...);
- c) sinal contrário à moral e bons costumes;
- d) expressão de caráter genérico, comum ou vulgar;
- e) reprodução ou imitação de sinais já registrados;
- f) sinais que indiquem falsamente a origem de um produto;
- g) sinais ou expressões empregados apenas como meio de propaganda;
- h) sinais constituídos, exclusivamente, pela forma imposta pela própria natureza do produto, pela forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma que confira um valor substancial ao produto;
- i) sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio.

QUEM PODE REQUERER O REGISTRO DE MARCA

Qualquer pessoa, física ou jurídica, nacional ou estrangeira, que exerça atividade lícita pode requerer o registro de marca. É obrigatório, entretanto, que o requerente comprove a compatibilização entre os produtos ou serviços produzidos/comercializados ou prestados, com aqueles que serão identificados pela marca.

Portanto, ao formular o requerimento de registro de marca, o requerente deve, obrigatoriamente, comprovar que atua no ramo de atividade dos produtos ou serviços que serão identificados pela marca.

PRAZO DE VALIDADE DO REGISTRO DE MARCA

A LPI, no artigo 133, estabelece que o prazo de validade do registro de marca é de 10 (dez) anos, contados a partir da data de concessão, que pode ser prorrogado, a pedido do titular, por períodos iguais e sucessivos de 10 (dez) anos.

O pedido de prorrogação deverá ser formulado na vigência do último ano do registro, instruído do comprovante de pagamento da taxa de retribuição. Na hipótese do pedido de prorrogação não ter sido efetuado até o termo final da vigência do registro, o titular do registro de marca poderá fazê-lo nos 6 (seis) meses subsequentes, mediante o pagamento de uma taxa extra de retribuição.

DIREITOS CONFERIDOS PELO REGISTRO DE MARCA

O titular do registro de marca, regularmente registrada no INPI, tem direito de uso exclusivo em todo o território nacional e o direito de impedir terceiros de utilizarem a marca igual ou semelhante (art. 129, da LPI).

Pode o titular de registro de marca ceder, a título gratuito ou oneroso, ou licenciar o uso da marca a terceiros, mediante o pagamento de remuneração (royalties), mediante contrato de licença de uso de marcas, sujeito a averbação no INPI (art. 130, da LPI).

PROCEDIMENTO PARA O REGISTRO DE MARCA

Para obter o registro de uma marca é necessário apresentar o pedido ao INPI que o examinará com base nas normas legais previstas na Lei de Propriedade Intelectual (LPI) e nos fatos e resoluções administrativas do INPI.

1º passo: Em primeiro lugar, deve o interessado no registro de uma marca realizar a correta classificação dos produtos ou serviços, de acordo com a Classificação de NICE.

2º passo: Após a adequada classificação, é recomendável realizar a busca prévia para verificar se existe marca idêntica ou semelhante já solicitada ou registrada. (a busca pode ser solicitada gratuitamente no site do INPI)

3º passo: Apresentar o pedido de registro de marca (DEPÓSITO) elaborado em formulário estabelecido pelo INPI, devidamente preenchido e assinado pelo depositante. O formulário deverá ser acompanhado do comprovante de pagamento da taxa do serviço de registro.

4º passo: Após o depósito, o INPI realiza o exame preliminar para verificar se o pedido atende as exigências formais, ou seja, se o formulário foi corretamente preenchido e instruído com os documentos necessários.

5º passo: Concluído o exame formal, o INPI promove a PUBLICAÇÃO, na Revista da Propriedade Industrial (RPI), iniciando-se a partir desta publicação o prazo de 60

n(sessenta) dias para eventual interposição de oposição por parte de terceiros. Igual prazo (60 dias) é concedido para o depositante manifestar-se sobre a oposição apresentada.

6º passo: Decorrido o prazo de oposição, ou se interposta findo o prazo de manifestação do depositante, o INPI efetiva o EXAME DE REGISTRABILIDADE DO PEDIDO, durante o qual poderão ser formulados exigências que devem ser respondidas no prazo de 60 (sessenta) dias. Se a exigência não for respondida o pedido é arquivado; sendo respondida, dá-se seguimento ao exame.

7º passo: Concluído o exame, é proferida a decisão, deferindo ou indeferindo o pedido de registro de marca. Deferido o Pedido, deve o titular, no prazo de 60 (sessenta) dias, efetuar o pagamento da taxa relativas à expedição do Certificado de Registro e da taxa do primeiro decênio (10 anos) de vigência do registro.No caso de indeferimento do pedido de registro de marca, o depositante pode interpor recurso contra a decisão de indeferimento, no prazo de 60 (sessenta) dias.

8º passo: Após o pagamento das taxas previstas no passo anterior, o INPI publica na RPI, a decisão de concessão do registro de marca. A partir desta publicação, inicia-se o prazo de vigência da marca (10 anos).

EXTINÇÃO DOS DIREITOS DO REGISTRO DE MARCA

De acordo com o artigo 142, da LPI, o titular de um registro de marca perde o direito de uso, nas seguintes hipóteses:

- 1) expiração do prazo de vigência;
- 2) renúncia;

3) caducidade: o titular de registro de marca tem a obrigação de utilizá-la para mantê-la em vigor. Sua utilização dever iniciar-se no prazo de 5 anos a partir da datada concessão do registro, sob pena de caducar o registro. O procedimento para reconhecimento da caducidade está previsto nos arts. 143 a 146, da LPI.

- 4) falta de procurador devidamente qualificado e domiciliado no Brasil (art. 217, LPI).

NULIDADE DO REGISTRO DE MARCA

A Lei de Propriedade Industrial, nos artigos 165 a 175, prevê a possibilidade de ser declarada a nulidade administrativa ou judicial do registro de marca, quando concedida em desacordo com as disposições desta lei.

1) Procedimento Administrativo: o procedimento pode ser instaurado pelo próprio INPI ou terceiro interessado/prejudicado, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de expedição do certificado de registro;

2) Procedimento Judicial: a ação judicial interposta perante o Poder Judiciário Federal, pode ser proposta pelo INPI ou terceiro interessado/prejudicado, no prazo de 5 (cinco) anos, contados da concessão do registro.

CRIMES CONTRA AS MARCAS

A Lei da Propriedade Industrial, tipifica os crimes cometidos contra o registro de marca., nos artigos 189 a 191. Assim, considera-se crime a conduta que:

1) é crime reproduzir, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imitar de modo que possa induzir confusão, ou alterar marca registrada de outrem, já oposta em produto colocado no mercado;

2) é crime importar, exportar, vender, oferecer ou expor à venda, ocultar ou manter em estoque produtos com marca ilegalmente reproduzida ou imitada;

3) é crime importar, exportar, vender, oferecer ou expor à venda, ocultar ou manter em estoque produto da indústria ou comércio contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem;

A LPI, no artigo 191, com a intenção de proteger os símbolos oficiais do Estado (brasão, armas, distintivos oficiais), considera crime a reprodução ou imitação destes símbolos oficiais em marcas, nomes comerciais, insígnias ou sinais de propaganda, ou usas essas reproduções ou imitações com fins econômicos.