

## PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO VANTAGEM COMPETITIVA PARA AS ORGANIZAÇÕES

Juliane Iaczkinski<sup>1</sup>  
Paula Regina Zarelli Rocha<sup>2</sup>  
Fernanda Mendes Bezerra<sup>3</sup>

### Resumo

Diante de um mercado globalizado, competitivo e repleto de inovações tecnológicas, é pertinente que as empresas brasileiras verifiquem a importância da utilização da propriedade intelectual como instrumento competitivo fundamental, tanto para a geração de negócios nas empresas como em benefícios para a sociedade. O objetivo deste estudo é identificar a propriedade intelectual como vantagem competitiva para organizações. Para isso, contempla o valor da marca, o registro de patentes, o processo de proteção, a propriedade intelectual como parte do capital intelectual na gestão do conhecimento e as dificuldades encontradas no processo de registro da propriedade intelectual no Brasil. A metodologia adotada na elaboração deste artigo remete à pesquisa bibliográfica, relacionada com a propriedade intelectual; pesquisa qualitativa e estudo de caso em uma Indústria de utensílios domésticos de alumínio localizada na cidade de Francisco Beltrão, Paraná. Os resultados da pesquisa apontam que existe falta de incentivo para o aumento de registros de patentes no Brasil. Indicam também que a prática deste tipo de gestão acrescenta credibilidade ao produto e contribui para o conceito de empresa inovadora, além garantir o monopólio temporário da patente e conseqüentemente o poder de excluir terceiros de fabricarem, usarem, venderem ou importarem a invenção. Confere ainda proteção do investimento em novas tecnologias garantindo vantagens competitivas devido a rentabilidade superior se comparada o uso de tecnologias já conhecidas. Do ponto de vista prático, relata como vantagens do registro da propriedade intelectual dos produtos inovadores na organização do estudo, a eliminação de possíveis defeitos que ocorrem com frequência em utensílios domésticos de alumínio, como por exemplo, desprendimento de partes; a eliminação de formação e acúmulo de resíduos nocivos produzidos; a redução de custos com transporte e tempo de produção além de manter adequadamente o estoque de peças; a elevação da vida útil da panela; a reciclagem do alumínio sem perda de características químicas e mecânicas; a preservação dos recursos naturais, evitando a busca por matéria prima virgem na natureza.

**PALAVRAS CHAVE:** Propriedade intelectual; Vantagem competitiva; Registro de Patentes.

### 1 INTRODUÇÃO

A gestão da propriedade intelectual é estratégica para as empresas ganharem competitividade no mercado e representa uma extraordinária ferramenta para gerar a inovação na indústria. Através dela, gestores de empresas podem explorar novas oportunidades, monitorar a concorrência e identificar o nível de investimento e desenvolvimento de produtos e processos (JUGMANN e BONETTI, 2010).

Na gestão da propriedade intelectual, o conhecimento se manifesta como diferencial competitivo no mercado, pois a exploração de recursos habituais de negócio, em muitas situações, já não representa o maior ativo das empresas. Alguns bens intelectuais, como o conhecimento criado a partir das atividades desenvolvidas

<sup>1</sup> Especialista em Gestão Empresarial – Unioeste.

<sup>2</sup> Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento – UFSC.

<sup>3</sup> Professora Dra do Curso de Graduação em Ciências Econômicas – Unioeste.



pela organização e os conhecimentos passíveis de proteção legal, são fatores que agregam valor a organização.

Em Ferreira (2010), tem-se que muitas empresas ainda desconhecem a importância econômica e estratégica da propriedade intelectual. A proteção dos direitos sobre criação intelectual e tecnológica é um assunto novo e pouco conhecido para grande parte das empresas.

Cavalcante (2010) afirma que o tema propriedade intelectual tem que fazer parte da agenda empresarial brasileira. Ideias e invenções, devidamente protegidas por legislação, podem se transformar em bens e aumentar a competitividade das empresas. Além disso, tem função social e de disseminação de conhecimento, de transferência de tecnologia e de desenvolvimento.

A propriedade intelectual, ainda bastante associada ao registro de marcas e a concessão de patentes, deve ser vista de forma mais ampla. As empresas precisam entender sobre sua atualidade e pertinência para maximizar a correta apropriação, proteção e comercialização dos bens imateriais e com isso gerar valor e vantagens para seus negócios (JUGMANN e BONETTI, 2010).

De acordo com Pacagnella Junior et al. (2009), as patentes são instrumentos utilizados pelas organizações para proteger suas invenções e inovações, compondo uma alternativa ao segredo industrial, ao “*Know-how*”, aos acordos de licenciamento e outras maneiras que buscam garantir a exclusividade da exploração comercial da tecnologia desenvolvida. Trata-se de um artifício, legal utilizado para impedir a apropriação da propriedade intelectual por terceiros que visam a sua utilização para benefício próprio.

Existem dois segmentos de patentes: privilégio de invenção que tem como função oferecer uma nova solução para problemas técnicos. Os problemas podem ser antigos, no entanto a solução, para receber o título de invenção deve ter inovação absoluta, isto é deve demonstrar características novas que ainda não sejam conhecidas e modelo de utilidade consiste em uma melhoria funcional, em algum produto já existente (INPI, 2011).

Para ser patenteável, a invenção, além de apresentar as características de inovação absoluta e atividade inventiva, tem que ter aplicação industrial, isto é, tem que poder ser produzida em grande escala. As patentes de invenção podem ser de produto ou de processo. A invenção de uma nova liga metálica é um exemplo de



invenção de produto ou um novo método no processo de fabricação de uma liga metálica é um exemplo de invenção de processo (JUGMANN e BONETTI, 2010). Ainda para os autores, a propriedade intelectual deve ser priorizada, por ser instrumento de grande importância para inovação e competitividade, o que torna necessário promover a construção de novas competências dentro das empresas.

Desta forma, o objetivo geral deste trabalho é **identificar a propriedade intelectual como vantagem competitiva para organizações.**

Para facilitar a compreensão das atividades propostas para realização deste estudo, este artigo está estruturado em mais cinco seções. Na seguinte é evidenciado o valor da marca como um bem patrimonial para as organizações. A terceira seção apresenta o que é patente, os direitos outorgados e ainda os procedimentos para requerer o registro de uma patente. A quarta seção aborda um novo modelo de gestão, que valoriza o conhecimento como uma nova ferramenta de competitividade e na quinta seção que antecede os resultados e as conclusões, uma breve discussão sobre as dificuldades encontradas durante o processo de registro de bens intangíveis e ainda os fatores que levam à falta de investimento na proteção de patentes no Brasil. A sexta demonstra os procedimentos metodológicos. Por fim, os resultados que apontam a falta de incentivo para o registro de patentes no Brasil, e ainda quais as vantagens que a indústria de alumínio em questão obteve com o registro de patentes, bem como as considerações finais e referências.

## 2 O VALOR DA MARCA

Durante muito tempo, o valor de um empreendimento estava concentrado apenas nos bens “físicos” de uma empresa, ou seja, seus imóveis, instalações, estoque de matéria prima, dinheiro entre outros ativos. No entanto, o que tem se observado nos últimos anos é uma transformação na visão da economia de mercado, apesar de os ativos físicos serem de grande importância, o mercado passou a valorizar outros fatores subjetivos, como indicadores do potencial de valor de um negócio chamado marca, a qual tem sido muito valorizada por refletir em si a garantia de qualidade nos produtos ou serviços, fidelização de clientes e ainda diferenciação da empresa em relação a seus concorrentes (NIETO *et al.*, 2006).

A Lei nº. 9.279/96 define marca da seguinte forma:

É todo sinal distintivo (palavra, figura, símbolo etc.) visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros



iguais ou semelhantes, de origens diversas, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

Logo, pode-se definir a marca com um elemento fantasia, representando um sinal característico que possa ser visto visualmente, o qual tem como escopo identificar e distinguir produtos ou serviços.

A marca é o que chama a atenção dos consumidores, muitas empresas vêem o nome como uma estratégia valiosa. O nome de uma marca é estratégico para o sucesso, pois não se trata apenas de um nome, mas um pedaço de propriedade intelectual que a companhia terá. Existem exemplos de marcas que se tornaram referência de um produto, que acaba levando em si o conceito do bem próprio como acontece com a Coca-Cola, Bombril, Gilette entre outras (MONTI, 2010).

Observada dentro do contexto das empresas, uma marca pode representar um ativo que, por sua vez, é o principal responsável pelo sobre preço do produto ou serviço prestado (CALDAS; GODINHO, 2011).

Segundo Caldas e Godinho (2011), não é comum as empresas mostrarem o patrimônio de marca em seus balanços patrimoniais, uma vez que o seu valor é arbitrário, e que, às vezes, tal valor pode ser muito superior à soma de toda a parte física de uma organização ou até mesmo pelo fato de grande parte das empresas não terem a ciência de quanto realmente vale a sua marca.

Sobre a marca é importante mencionar o seu valor, o quanto representa na mente do consumidor e o quanto ela consegue influenciar de forma emocional na decisão de compra. Esse valor intrínseco pode possibilitar uma concorrência de forma mais significativa.

Para Cavalcante *et al* (2004), *apud* Nieto *et al* (2006), muitas empresas se surpreenderiam se avaliassem suas marcas. Em não poucos casos, descobririam que o valor de suas marcas supera o valor de seus ativos.

Ainda na visão do autor, marca registrada pode ser considerada como patrimônio empresarial e o registro de marcas concede a proteção de todos os investimentos realizados na empresa. Os benefícios em registrar a marca são vários, por exemplo, ela pode ser incorporada ao ativo imobilizado e servir como garantia na obtenção de empréstimos.



De acordo com a lei de propriedade industrial – lei nº. 9.279, de 14/05/96, que trata da propriedade intelectual e dos direitos sobre bens imateriais, entre os quais marcas e patentes, qualquer bem ou direito intangível é passível de avaliação.

### 3 REGISTRO DE PATENTES

As patentes constituem uma das formas mais antigas de proteção do capital intelectual. O século XIX caracterizou-se pela consolidação da proteção patentearia em nível mundial (JANNUZI, AMORIM e SOUZA, 2007).

Patente é um título de propriedade temporária outorgada pelo Estado, por força de lei, ao inventor/autor ou pessoas cujos direitos derivem do mesmo, para que estas excluam terceiros, sem a prévia autorização de atos relativos a matéria protegida tais como fabricação, comercialização, importação, uso, venda etc (INPI, 2011).

Patentear uma invenção é proteger o trabalho, conhecimento e investimento nele aplicados. A patente garante ao titular o uso ou exploração exclusiva da mesma durante certo prazo. É patenteável a invenção que atenda os requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial conforme o art. 8 da lei de propriedade industrial nº 9279 de 14/05/1996.

O sistema de patentes, segundo Macedo (2001) *apud* Jannuzi, Amorim e Souza (2007), fornece o alicerce para a reunião, a classificação e a disseminação de informação tecnológica, contribuindo para racionalização dos recursos empregados em pesquisa e desenvolvimento.

Ahlert (1992) *apud* Jannuzi, Amorim e Souza (2007) esclarece que nas áreas com grande número de patentes, a preocupação principal é a identificação de “espaços vazios”, ou seja, a procura do que ainda não foi pesquisado, ao passo que, nas áreas com baixa densidade de depósitos, pode-se procurar informação em bancos de patentes estrangeiros, de modo a determinar a eventual disponibilidade de tecnologia não protegida no país.

Considerando as cinco forças competitivas que atuam em qualquer mercado, Porter (1980) *apud* Ferreira, Guimarães e Contador (2009), a patente estende seus efeitos sobre o grau de rivalidade dentro da indústria e sobre o nível da barreira de entrada contra novos concorrentes, proporcionando àquelas empresas que obtiveram alguma inovação em “tecnologia proprietária” uma vantagem competitiva



gerada a partir da atividade de apoio correspondente ao desenvolvimento tecnológico.

Ainda segundo Porter (1980) *apud* Ferreira, Guimarães e Contador (2009), uma transformação tecnológica aumenta a vantagem competitiva caso resulte em custo mais baixo ou em diferenciação e, ainda, se puder ser protegida contra imitações.

Tendo o intuito da patente o objetivo de promover os inventores do direito de propriedade industrial sobre suas invenções e correspondendo ele à outorga de direito exclusivo para uso de um processo específico ou para produção de um produto específico, durante um determinado período de tempo Gwartney; Stroup (1995) *apud* Ferreira, Guimarães e Contador (2009) definem que Monopólio de Patente representa um benefício estratégico que as empresas inovadoras devem gerir e transformar em efetiva vantagem competitiva.

Embora os motivos que podem levar a organização a patentear tecnologias possam variar segundo diversos aspectos, como o tamanho ou o mercado onde ela atua. Olsson; Mcqueen (2000) *apud* Pacagnella Junior *et al* (2009), argumentam que de forma geral existem nove razões para que se busque a proteção da propriedade intelectual por meio de patentes:

- As características comerciais das invenções da organização (potencial de comércio);
- Aspectos financeiros (obtenção de financiamento ou capital de risco);
- Deserção de pessoal;
- Oportunidades de licenciamento;
- Desejo de bloquear competidores;
- Reconhecimento do inventor;
- Melhorar a imagem do produto da empresa;
- Baixa efetividade de segredo industrial;
- Baixa efetividade de outras formas de manter a exclusividade da invenção.

Assim, o registro de patentes pode ocorrer por força da legislação ou como fator de vantagem competitiva.

### 3.1 O processo de proteção das patentes

O artigo 5º da Constituição de 1988 garante o direito à proteção de criações intelectuais, através da concessão de Cartas-Patentes e Registros de desenhos



industriais. No Brasil a lei nº 9.279/96 regula os direitos e obrigações relativas à propriedade industrial.

A instituição concedente do direito de patente no Brasil é o citado Instituto Nacional de Propriedade Industrial-INPI. Trata-se do órgão brasileiro responsável pela concessão de patentes, registro de marca, averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia empresarial, e por registro de programas de computador, desenho industrial e indicações geográficas.

O sistema de proteção da propriedade industrial brasileiro confere a carta-patente em duas modalidades:

- Privilégio de invenção (PI): A invenção deve atender aos requisitos de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial. O prazo de vigência é de 20 anos contados da data do depósito;
- Modelo de utilidade (MU): Nova forma ou disposição envolvendo ato inventivo que resulte em melhoria funcional do objeto. O prazo de proteção é de 15 anos contados da data de depósito.

O titular de uma patente de invenção poderá, ainda, solicitar certificado de adição para proteger o objeto da invenção. Terminado o prazo de direito concedido, a invenção cai em domínio público.

A validade de uma patente está limitada ao país que a outorga. Se uma invenção é patenteada em outro país, mas não é patenteada no Brasil, ninguém poderá obter a concessão no Brasil, mas qualquer interessado estará livre para explorá-la no território brasileiro, não cabendo qualquer pagamento de *royalties* pela utilização daquela tecnologia.

O processo brasileiro de registro de patentes é composto, segundo Humphreys (2006) *apud* Pacagnella Junior *et al* (2009), por quatro fases:

- Depósito: quando o requerente apresenta um relatório descritivo do objeto patenteadado, desenhos e outros;
- Publicação: declaração pública do objeto de patente (o que muitas vezes leva a organização a preferir o segredo industrial à patente);
- Exame: fase em que se avalia a patenteabilidade do objeto;
- Decisão: caso favorável garante a “carta-patente” ao solicitante.

Além de se tratar de um importante instrumento de proteção intelectual, as patentes são de suma relevância para o processo de difusão tecnológica, segundo Encaoua *et al* (2006) *apud* Pacagnella Junior *et al* (2009). Isto acontece devido ao





fato de que para se obter uma patente, e conseqüentemente a exclusividade de exploração de seu conteúdo, o inventor deve divulgá-lo, o que pode dar origem a novas tecnologias.

De acordo com informações obtidas no INPI para pleitear uma patente o interessado ou seu procurador deverá seguir os seguintes passos:

- a) Procurar o INPI, instituição no Brasil com a responsabilidade de tratar do assunto de concessão de patentes, do registro de marcas e de desenho industrial;
- b) No INPI, deve-se fazer uma busca prévia, sob orientações de examinadores habilitados daquela instituição, em pastas contendo patentes que tratam de assunto semelhante ao do interessado. O objetivo é constatar se já existe patente concedida sobre o assunto, ou seja, se há anterioridade. Este ponto é crucial para o empresário, pois a existência de anterioridade impede de antemão a continuidade de suas intenções. Se o interessado não puder ir ao INPI, sediado no Rio de Janeiro, poderá fazer a consulta pela internet ou por correspondência àquela instituição, que realizará a busca e enviará a resposta ao interessado. Em qualquer das formas, a busca é cobrada em função da quantidade dos documentos pesquisados;
- c) Se o interessado decidir ir avante deve elaborar o relatório descritivo, que deve: ser preenchido de modo padronizado; com exposição de idéias de forma clara e convincente; e mostrando que seu pedido de patente não tem anterioridades, mas tem o aspecto de novidade e preenche todas as formalidades exigidas pelo INPI;
- d) Uma vez preenchidas todas as formalidades, o interessado pode fazer o depósito do pedido de patente na sede do INPI, no Rio de Janeiro, ou em suas representações nos estados.

A partir daí, o processo segue várias etapas de exames: é publicado para que surjam eventuais contestações; o interessado pode ser chamado para prestar esclarecimentos etc. Só após todas as avaliações, a patente é concedida.

Caso ocorra durante o processo de patente copia de terceiros, o titular da patente poderá notificá-lo informando que o mesmo é o detentor do processo e que é assegurado por lei, solicitando a este terceiro que interrompa imediatamente a cópia sob pena de uma futura ação judicial. Após o registro concedido, o detentor poderá mover ação judicial contra este terceiro, sendo a indenização retroativa.

#### **4 PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO PARTE DO CAPITAL INTELECTUAL NA GESTÃO DO CONHECIMENTO**





Além de proteger a consagrada marca, patentear suas criações as organizações devem tomar algumas medidas que facilitam a proteção dos demais ativos intelectuais envolvidos em suas atividades, como por exemplo, os processos de fabricação por ela desenvolvidos, que da mesma forma poderiam gerar *royalties* ou outras formas de remuneração ou ainda competitividade, pois desta forma impossibilita o concorrente de utilizar o mesmo método de produção. As empresas devem considerar como capital intelectual, tudo que garanta alguma vantagem competitiva, mesmo que de forma indireta.

A economia baseada no conhecimento sugere que as organizações protejam cada vez mais seu capital intelectual, de forma a manter competências essenciais que subsidiem sua competitividade, na visão de Choy *et al* (2006) *apud* Pacagnella Junior *et al* (2009). Com o auxílio da utilização de patentes, é possível assegurar vantagem competitiva por meio da exploração comercial exclusiva de um determinado tipo de conhecimento com proteção legal, desencorajando eventuais cópias ou plágio por outras organizações.

Ferreira, Guimarães e Contador (2009) afirmam que em relação à área da Gestão do Conhecimento de uma organização, o resultado patrimonial obtido pelo desenvolvimento de pesquisas e das criações tecnológicas nessas firmas inovadoras precisa ser protegido contra imitadores, seja através do sigilo industrial, seja pelo método de proteção formal da patente sobre um dado produto ou processo.

De acordo com Teixeira (2011), são evidentes as vantagens de uma gestão adequada da Propriedade Intelectual, pois afasta o concorrente da exploração da tecnologia, conhecimento ou método desenvolvido, reservado desta forma, uma fatia de mercado ao criador, caso contrário uma gestão desorganizada ou deficiente de ativos intangíveis pode ocasionar perda de dinheiro bem como todo investimento aplicado em pesquisas, quando o concorrente sem o ônus da inovação, passa a se aproveitar gratuitamente das criações por ela desenvolvidas, conseguindo oferecer um melhor preço no mercado.

O Capital Intelectual tem se tornado um dos fatores de produção mais importantes, com influência significativa na inovação e alto valor agregado nas organizações.



## **5 DIFICULDADES NO PROCESSO DE REGISTRO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO BRASIL**

O registro de patentes é um indicador da inovação e o número de patentes conferidas a determinado país reflete seu dinamismo. No Brasil o registro de marcas ou patente ainda é pequeno, se comparado com outros países. De acordo com dados divulgados pelo INPI (2011), o Brasil está em 13º colocado no ranking global de produção do conhecimento, mas cai para 47º lugar entre as nações que mais geram inovações.

Enquanto os Estados Unidos – ao lado do Japão – são responsáveis por quase metade dos 6,3 milhões de patentes concedidos nos últimos 20 anos em todo o mundo, de acordo com relatório do World Intellectual Property indicators 2009, o Brasil é o 28º colocado (CNI, 2011). A distância é maior que as posições no ranking, pois nos Estados Unidos os ativos de propriedade intelectual chegaram a US\$ 5 trilhões, ou seja, mais de cinco vezes o orçamento do Brasil em 2009.

De acordo com Lamana e Kovalski (2011), quando o assunto é propriedade intelectual a situação Brasileira no contexto mundial é desconfortável, pois enquanto outros países priorizam a proteção à propriedade intelectual como política de estado, o Brasil possui uma insegurança jurídica em relação aos ativos intangíveis. Segundo INPI (2011), são vários os problemas internos que desestimulam o empreendedor a preocupar-se com a proteção, o principal deles vem do próprio INPI, que apesar de ter realizado várias novas contratações nos últimos tempos e também a informatização dos processos, possui burocratização intensa a quem deseja ter sua proteção garantida.

O Brasil lidera em relação aos prazos para obtenção de registro de marcas e patentes em relação a outros oito países. Enquanto o Brasil leva até oito anos para ser concedida uma patente, na Espanha, demora até três anos, podendo ser reduzido para dois anos, quando se requer urgência (LAMANA e KOVALESKI, 2011).

Como consequência deste sistema deficiente, muitos agentes inovadores não protegem suas criações e ficam a mercê de usurpadores, que na ausência de impedimento legal, copiarão a invenção ou aperfeiçoamento, o resultado muitas vezes é que o agente ou não inova ou mantém em segredo suas invenções ou aperfeiçoamentos, privando a sociedade de usufruir um produto inovador.



Cavalcante (2010) aponta que a população brasileira é, sabiamente criativa mas pouco inovadora, e novas idéias não são, necessariamente, transformadas em produto interno bruto. Não existe uma cultura da proteção da propriedade intelectual, e isso vale para as patentes, para o direito sobre marcas registradas e para os produtos protegidos por direito autoral (CAVALCANTE, 2010).

Recentemente o INPI realizou um seminário onde foi discutido o baixo registro de patentes no Brasil, e o que deve ser feito para estimular a inovação e a produção de patentes no Brasil, que são essenciais na economia atual. Neste evento o representante do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Marcos Vinícius de Souza, lembrou que a propriedade intelectual está cada vez mais importante num contexto de forte desenvolvimento tecnológico global - e muitas vezes baseado em parcerias internacionais (a inovação aberta). Para ele, surgiu uma "guerra pelo conhecimento", na qual a propriedade intelectual se tornou um instrumento fundamental. E a inovação se tornou ainda mais importante na política industrial do Governo Federal. Dentre os vários problemas citados que dificultam o registro de patente podemos destacar a dificuldade imposta pela legislação tributária para receber *royalties*, a dificuldade para obter a autorização de acesso aos recursos genéticos e naturais para gerar inovação onde foi sugerida a revisão da legislação nacional sobre propriedade intelectual (INPI, 2011).

As patentes têm sido amplamente utilizadas em análises sobre inovação tecnológica em setores, regiões e mesmo para comparação internacional entre países, destacando-se como exemplo a publicação *Compendium of Patent Statistics*, publicada anualmente pela *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OCDE, 2007). No entanto, a participação do Brasil no âmbito internacional é pequena, as patentes brasileiras registradas no USPTO *United States Patent and Trademark Office* representam menos de 0,005% do total (PACAGNELLA JUNIOR *et al.*, 2009).

A cada ano muitos brasileiros deixam de aproveitar oportunidades no exterior, porque não tem marcas e patentes protegidas. Em 2008, o INPI recebeu pedido de registro de 7 mil patentes por inventores nacionais, enquanto no *United States Patent and Trademark Office* USPTO (trata-se de um organismo receptor, responsável pela pesquisa internacional o qual também é uma autoridade de exame preliminar internacional para pedidos de patentes internacionais depositados, em



conformidade com o tratado de cooperação de patentes) foram depositados apenas 442 pedidos de patentes brasileiras.

É notável que o estímulo à proteção da propriedade intelectual podem levar o país a melhorar seus índices de desenvolvimento. Entretanto, o maior desestímulo à utilização das patentes como um instrumento competitivo pode configurar-se na atuação do governo em estabelecer a legislação.

## **6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A pesquisa bibliográfica foi realizada com base na fundamentação teórica obtida através de livros, revistas e artigos recorrendo a autores que estudaram e exploraram o referido tema. Também foram coletadas informações no site do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual INPI.

O estudo de caso foi realizado por instrumento de pesquisa entrevista, com perguntas abertas ao administrador de uma indústria de utilidades domésticas de alumínio localizada na cidade de Francisco Beltrão, a fim de saber quais as vantagens ou desvantagens a empresa obteve após registrar sua marca e patentear alguns dos processos de produção desenvolvidos por ela, caracterizando-se essencialmente por uma pesquisa qualitativa.

## **7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Para realização do presente estudo de caso, foi realizada uma visita técnica em uma empresa fabricante de utensílios de alumínio, e posteriormente realizada uma entrevista com perguntas abertas ao administrador e o responsável por marcas e patentes. A empresa não será identificada a fim de preservar sua identidade, e também pelo fato de a mesma ter vários pedidos de patente ainda em sigilo industrial no INPI.

Ao analisar a gestão apresentada pela empresa, observou-se que esta se trata de uma empresa dinâmica e inovadora, preocupada com os avanços tecnológicos e qualidade de seus produtos. A filosofia de trabalho é totalmente voltada para qualidade e para o cliente a fim de atender todas as suas necessidades, além de demonstrar compromisso com a responsabilidade Sócio Ambiental.

A preocupação com a propriedade industrial é bastante perceptível, uma vez que a organização conta com uma marca consolidada e reconhecida em todo o



território nacional. Um dos primeiros cuidados que os gestores tiveram, foi efetuar o registro da marca junto ao INPI, a fim de garantir o sucesso da identidade criada ao longo do tempo.

Além de investir em modernas máquinas para aumentar a produção, a empresa tem investido na criação de novas tecnologias que visam aprimorar o processo produtivo de painéis em geral e reduzir os impactos ambientais gerados através de procedimentos desenvolvidos de forma exclusiva para o setor em questão. A organização tem vários pedidos de “Privilégio de invenção” e “Modelo de utilidade” junto ao INPI, alguns ainda em andamento e outros que já foram concedidos e estão patenteados. Por este motivo os processos que garantem essas vantagens competitivas, não foram revelados.

No entanto, algumas das vantagens que a empresa obteve com estes novos processos foram citados como:

- Eliminação de possíveis defeitos que ocorrem com frequência em utensílios domésticos de alumínio, como por exemplo, desprendimento de partes.
- Eliminação de formação e acúmulo de resíduos nocivos produzidos.
- Redução de custos com transporte e tempo de produção além de manter adequadamente o estoque de peças.
- Elevação da vida útil da panela.
- Reciclagem do alumínio sem perda de características químicas e mecânicas. Preservando desta forma os recursos naturais, evitando a busca por matéria prima virgem na natureza.

Quando questionado se existe algum ponto negativo, se comparado aos processos tradicionais de produção, a resposta foi de que até o presente momento não foi observado nenhuma desvantagem.

Em relação à propriedade intelectual os pontos negativos observados foram em relação ao registro de patente, onde existe uma enorme demora do processo a ser julgado pelo INPI, ou ainda o risco do processo ser indeferido pelo órgão em questão, resultando no arquivamento da patente e perda do direito de privilégio, o que significa uma grande perda para a empresa, pois caso indeferido este será divulgado na revista RPI (Revista Propriedade Industrial), permitindo acesso a qualquer parte interessada.

Em relação à lucratividade a empresa se absteve em revelar números ou porcentagens, mas deixou bem claro de que sem dúvidas esta aumentou de forma



significativa o que tem garantido uma colocação diferenciada da empresa no mercado se comparada a outras indústrias concorrentes.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou identificar a propriedade intelectual como vantagem competitiva para organizações, desta forma, a pesquisa bibliográfica juntamente com o estudo de caso proporcionou visualizar quais as vantagens e questões competitivas que a prática da gestão da propriedade intelectual, especificamente o registro de marcas e patentes proporciona às empresas que optam por esta estratégia. Pode se afirmar, que a prática deste tipo de gestão acrescenta credibilidade ao produto e contribui para o conceito de empresa inovadora, além garantir o monopólio temporário da patente e consequentemente o poder de excluir terceiros de fabricarem, usarem, venderem ou importarem a invenção, confere proteção do investimento em novas tecnologias garantindo vantagens competitivas devido a rentabilidade superior se comparada o uso de tecnologias já conhecidas.

É importante o entendimento de que o conhecimento é o novo fator de produção da economia e para garantir as vantagens competitivas proporcionada por ele, é imprescindível a proteção dos bens intangíveis.

Com relação a analisar as dificuldades encontradas durante o processo de registro de patentes no Brasil, verificaram-se extensas dificuldades, pois este estudo possibilitou a demonstração que o principal fator inibidor que desestimula a utilização das patentes como um instrumento competitivo, é dado pela própria legislação. Neste caso o tempo de processamento do pedido de patente, é considerado o mais relevante, pois se comparado com outros países o Brasil leva mais do que o dobro de tempo para conceder uma patente, o que retarda o exercício dos direitos conferidos pelo privilégio de invenção.

Segundo a IEL (2011), o Brasil vem sendo prejudicado pela ausência da cultura de proteção dos bens intangíveis, pois há diversos casos de brasileiros que perderam o direito de patente devido a outros países terem se antecipado na proteção, como é o caso do chocolate de cupuaçu o “*Cupulate*”. Em 2002 um grupo do Acre foi impedido de fechar contrato para comercialização de geléias e bombons com a fruta porque uma indústria japonesa já tinha registrado como dela o processo de extração da gordura da semente e processo de produção do cupulate.



A propriedade intelectual é uma importante ferramenta para elevação do desenvolvimento econômico e tecnológico do país, pois ela atua diretamente na capacidade de inovação e criação deste. Não obstante os dados coletados durante a pesquisa bibliográfica, esta não é a realidade do Brasil, que não apresenta colocação elevada no ranking de países que tem suas tecnologias divulgadas em documentos de patentes.

Enfim, pode-se concluir que o sistema de propriedade intelectual não é apenas uma estrutura jurídica que tem como função somente o reconhecimento ao autor/inventor, mas é um mecanismo que colabora para a regulamentação, organização, exposição e utilização de informações alusivas à inovação para fins de aplicação industrial e conseqüentemente ascensão da indústria nacional e vantagem competitiva.

## 9 REFERÊNCIAS

AMORIM, Juliana Estevam de. **Projeto gestão da propriedade intelectual na Incubadora de Empresas de Base Tecnológica do Critt**. Disponível em: [www.redetec.org.br/publique/media/Oral\\_Tenille%20Rodrigues.pdf](http://www.redetec.org.br/publique/media/Oral_Tenille%20Rodrigues.pdf) Acesso em Julho de 2011.

BOLETIM TECNOLÓGICO SENAI INOVAÇÃO – [on line] Disponível em: [http://www.senai.br/upload/publicacoes/BoletimUNITEC\\_V\\_baixa.pdf](http://www.senai.br/upload/publicacoes/BoletimUNITEC_V_baixa.pdf) Acesso dia 02 de setembro de 2011.

BRASIL. Constituição. **Constituição da Republica Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

CALDAS, Alexandre; GODINHO, Luiz Antonio de Carvalho. **A percepção quanto o valor da marca**. Disponível em: [http://artigos.netsaber.com.br/resumo\\_artigo\\_2220/artigo\\_sobre\\_a\\_percepcao\\_quant\\_o\\_ao\\_valor\\_da\\_marca](http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_2220/artigo_sobre_a_percepcao_quant_o_ao_valor_da_marca) acesso em setembro de 2011.

CAVALCANTE, Carlos. **Ferramenta para Inovação**. Brasília, IEL, 2010.

FERREIRA, Ademir Antônio; GUIMARAES, Edilson Rodrigues; CONTADOR, José Celso. **Patente como instrumento competitivo e como fonte de informação tecnológica**. Gest. Prod., São Carlos, v. 16, n. 2, jun. 2009 . Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-) acesso em 19 de agosto de 2011.

FERREIRA, Paulo Afonso. **Conhecimento e Competitividade**. Brasília, IEL, 2010.

GOUVEIA, Flávia. **Inovação e patentes: o tempo de maturação no Brasil**. *Inovação Uniemp* [online]. 2007, vol. 3, no. 3, pp. 24-25. ISSN 1808-2394.

INSTITUTO EDUVALDO LODI – Revista Interação Ano 18 nº 2009. Março, abril, maio 2010. Disponível em < <http://jooademar.files.wordpress.com/2011/08/revista-iel.pdf> > acesso em: 19 de setembro de 2011.





INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI **Seminário discute baixo registro de patentes no Brasil.** Disponível em <<http://www.inpi.gov.br/noticias/seminario-discute-baixo-registro-de-patentes-no-brasil>> Acesso em: 31 de agosto de 2011.

IRIGARY, Hélio Arthur; VIANNA, Alexandre; NASSER, José Eduardo; LIMA, Luiz Paulo Moreira. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas.** Editora FGV 2008.

JANNUZZI, Anna Haydée Lanzillotti; AMORIM, Rita de Cássia Rocha; SOUZA, Cristina Gomes de. **Implicações da categorização e indexação na recuperação da informação tecnológica contida em documentos de patentes.** Ci. Inf., Brasília, v. 36, n. 2, ago. 2007. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652007000200003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652007000200003&lng=pt&nrm=iso)>. Acessos em 13 set. 2011.

JUGMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. **A Caminho da Inovação - Proteção e Negócios com Bens de Propriedade Intelectual: Guia para o empresário.** Brasília IEL 2010. 125 P.: il.

LAMANA, Sergio; KOVALESKI, João Luiz. **Patente e o desenvolvimento Econômico.** Disponível em [http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm\\_1518.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_1518.pdf) acesso em 15 de agosto de 2011.

LOBO, Thomaz Thedim. **Introdução à nova lei de Propriedade Industrial – lei nº9.279/96 Sistema de propriedade industrial patentes e desenho industrial, marcas modelos de contrato.** São Paulo Atlas 1997.

MATOS, Florinda. *Et al* **Gestão do capital intelectual: A nova vantagem competitiva das organizações.** Lisboa 2008. Disponível em: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/cog/v14n2/v14n2a07.pdf>

MONTI, Roberto. **Sua Marca, sua força.** Disponível em: <http://www.acesa.com/negocios/arquivo/marketing/2010/11/08-artigo/> acesso em junho de 2011.

NIETO, Ana Lucia; LUCIO, Denise Rodrigues; SEHN, Lucio; SILVA, Smiley William; RODRIGUES, Alice de Fatima. **Marcas e patentes – Ativos Intangíveis fundamentais.** Disponível em: [www.dcc.uem.br/semana\\_2006/anais/resultado.php?id=28](http://www.dcc.uem.br/semana_2006/anais/resultado.php?id=28) acesso agosto de 2011.

PACAGNELLA JUNIOR, Antônio Carlos et al. **Obtenção de patentes na indústria do Estado de São Paulo: uma análise utilizando regressão logística.** Prod., São Paulo, v. 19, n. 2, 2009 Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-65132009000200004&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132009000200004&lng=pt&nrm=iso)>. Acessos em 13 set. 2011.

PEREGRINO, Fernanda. **Capital Intangível. Sebrae – Faça diferente.** Abril de 2010. Disponível em <<http://www.facadiferente.sebrae.com.br/2010/04/26/capital-intangivel/>> Acesso dia 15 de agosto de 2011.

PROGRAMA PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA – CNI **Números.** Disponível em: [http://www.propintelectual.com.br/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=53](http://www.propintelectual.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=53) acesso em outubro de 2011.



SEBRAE - [on line] **Como requerer o registro de uma patente.** Disponível na internet via WWW: <<http://www.sebrae.com.br/>>

TEIXEIRA, Diogo Dias. **Gestão da propriedade intelectual como vantagem competitiva.** Boletim Jurídico, Uberaba/MG, a. 5, no 254. Disponível em: <<http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=1895>> Acesso em: 13 set. 2011.

