

## Posicionamento com relação à Propriedade Intelectual

**José Cláudio Terra & Eduardo Severiano**

A gestão da propriedade intelectual é algo que está no DNA das empresas mais avançadas e com ambições mais globais em termos de competição em mercados que demandam muita inovação e desenvolvimento tecnológico para serem competitivos. No Brasil, são muito poucas as empresas que têm uma atuação destacada no cenário mundial quando o assunto é o registro de patentes. Enquanto no cenário mais competitivo do mundo nos setores eletroeletrônico, de informática, farmacêutico e químico as empresas líderes mundiais registram milhares de patentes anualmente, no Brasil são raras as empresas que atingem várias dezenas ou centenas de patentes por ano. Estamos nos referindo a grandes empresas como Petrobras, Embraco, Embraer, Braskem, Vale, Natura e algumas outras poucas empresas.

Evidentemente, as patentes não são sinônimo absoluto de inovação, embora seja um bom indicativo de esforço em busca dela. Por outro lado, elas mostram certo grau de maturidade empresarial por parte das empresas que já tomaram a decisão de competir com base em conhecimento, know-how e com ambição global, pois não basta patentear, há que defender, se for o caso, as proteções conferidas pela patente.


Além disso, a propriedade intelectual da organização pode incluir também outros ativos intangíveis, tais como: marca, design (desenho industrial), software, topografia de circuito integrado, cultivares, indicação geográfica e outros segredos industriais.

Por outro lado, em muitos casos, as empresas podem preferir não patentear para não revelar alguns aspectos específicos do negócio ou da tecnologia para o mercado, ou ainda para manter a exclusividade após findo o período de 20 anos de proteção. É o caso clássico da fórmula química da Coca-cola.

Outro aspecto interessante é que as empresas, quando começam a “entrar no jogo” da propriedade intelectual, começam a perceber que muita informação sobre tendências tecnológicas e de caráter competitivo de seus mercados e de cada concorrente podem ser revelados quando se analisam o histórico de registro nas principais bases de patentes do mundo. Em alguns casos, é possível inclusive identificar concorrentes emergentes ou novos entrantes que não estavam a priori no radar da empresa.

A maturidade da empresa com relação à propriedade intelectual pode, portanto, atingir vários níveis. Há desde aquelas que absolutamente desconsideram a gestão deste tema até aquelas que a integram fortemente em sua estratégia de negócios, cultura e práticas organizacionais. Para aquelas que integram a propriedade intelectual em suas práticas, observamos que podem ir desde um nível apenas defensivo até um nível máximo visionário, conforme o quadro abaixo.

## POSICIONAMENTO COM RELAÇÃO À PROPRIEDADE INTELECTUAL

		Detalhamento do posicionamento
 Nível de Maturidade	<b>Defensivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedade industrial vista como uma questão legal</li> <li>• Atividade é normalmente conduzida por um departamento jurídico ou por advogados</li> </ul>
	<b>Controle de custos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupação com a redução dos custos</li> <li>• Apesar de ser vista como uma questão legal, os advogados têm uma visão de negócios ou dividem as atividades com empreendedores</li> </ul>
	<b>Geração de lucros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudança drástica na atitude da companhia indo de uma posição mais defensiva para ofensiva</li> <li>• Empresas controlam custos e buscam ações pró-ativas de geração de lucros</li> <li>• Propriedade industrial deixa de ser encarada legalmente e passa a ser vista como ativo de negócios</li> </ul>
	<b>Integrado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atividades extrapolam os departamentos de negócios</li> <li>• Atinge todas as áreas da empresa</li> <li>• Torna-se parte integrante de todas as operações, procedimentos e estratégias</li> <li>• Foco em processos de propriedade. Aqui o foco é no processo, não apenas na propriedade industrial</li> </ul>
	<b>Visionário</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foco é para fora da empresa</li> <li>• Identificação de tendências futuras na indústria e nos consumidores</li> <li>• Empresas antecipam revoluções tecnológicas e focam ativamente em se posicionar como líderes no seu campo, via aquisição ou desenvolvimento de propriedade industrial</li> </ul>

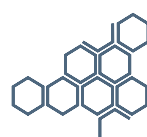
Fonte: Davis e Harrison (2001), adaptação pela TerraForum

A questão das patentes se torna ainda mais importante quando as empresas se engajam no modelo de inovação aberta ou “*Open Innovation*”, onde o compartilhamento de conhecimento é a espinha dorsal de trabalho. Quando as empresas possuem uma visão clara de sua propriedade intelectual, as negociações entre elas são facilitadas e muito mais convergentes. As empresas podem chegar mais rapidamente a acordos sobre o modelo de negócio e sobre a remuneração de cada uma das partes envolvidas no registro de uma patente.

\* \* \*

**José Cláudio C. Terra** é CEO da TerraForum.  
Seu email é [jcterra@TerraForum.com.br](mailto:jcterra@TerraForum.com.br)

**Eduardo Severiano** é consultor da TerraForum.  
Seu email é [eduardo.severiano@TerraForum.com.br](mailto:eduardo.severiano@TerraForum.com.br)

[www.terraforum.com.br](http://www.terraforum.com.br)**biblioteca**  
**TerraForum**

## ARTIGOS RELACIONADOS

Inovação na Gestão

(Falsos) Dilemas para determinar metas de inovação

Design thinking: uma nova abordagem para inovação

## A EMPRESA

A TerraForum Consultores é uma empresa de consultoria e treinamento em Gestão do Conhecimento (GC) e Tecnologia da Informação. Os clientes da empresa são, em sua maioria, grandes e médias organizações dos setores público, privado e terceiro setor. A empresa atua em todo o Brasil e também no exterior, tendo escritórios em São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Toronto, no Canadá. É dirigida pelo Dr. José Cláudio Terra, pioneiro e maior referência em Gestão do Conhecimento no país. Além disso, conta com uma equipe especializada e internacional de consultores.

## PUBLICAÇÕES TERRAFORUM

Winning at Collaboration Commerce

Gestão do Conhecimento e E-learning na Prática

Portais Corporativos, a Revolução na Gestão do Conhecimento

Gestão do Conhecimento - O Grande Desafio Empresarial

Gestão do Conhecimento em Pequenas e Médias Empresas

Realizing the Promise of Corporate Portals: Leveraging Knowledge for Business Success

Gestão de Empresas na Era do Conhecimento

Inovação - Quebrando paradigmas para vencer

Gestão de Conteúdo 360° - Integrando Negócios, Design e Tecnologia

Gestão 2.0