

# Propriedade Industrial e Inovação

Jorge de Paula Costa Avila  
Vice-Presidente do INPI

Seminário sobre Propriedade Intelectual como  
Instrumento Estratégico para o Desenvolvimento  
Industrial e Tecnológico

Fortaleza

5 de abril de 2005

# Política Industrial, Competitividade e Inovação

O objetivo da nova política industrial é alavancar o crescimento econômico.

Inovar é entendido, na nova política industrial, como fundamental para a sustentação e o aumento da competitividade.

O fomento à inovação é, portanto, uma dimensão central da nova PITCE.

# A Missão do Sistema de Propriedade Industrial

- Conferir valor de troca ao resultado do trabalho intelectual
  - Tornar economicamente interessante o esforço de inovação e agilizar sua disseminação
  - Fomentar o respeito ao consumidor e a construção de reputação
- **Favorecer o desenvolvimento, propiciando o avanço do conhecimento, a sua incorporação em novos e melhores produtos e serviços e a sua mais ampla disseminação.**

# Características e relevância do mercado de PI

- Geração de Propriedade Industrial (PI)
  - PI é conhecimento com valor de troca
  - PI é gerada a partir do investimento sobre o estoque de conhecimento disponível, protegido ou não
  - A geração de PI é tão mais intensa quanto mais se consegue acessar esse estoque (quantidade) e quanto mais se consegue operar sobre ele (aprender, pesquisar e desenvolver)

# Características e relevância do mercado de PI

- O mercado de PI
  - A “proteção” delimita direitos – calcados na noção de propriedade - e torna o conhecimento transacionável comercialmente. Permite estabelecer, assim, um **mercado** onde o conhecimento possa ser adquirido, compartilhado ou ofertado ao público.

# Características e relevância do mercado de PI

- O dinamismo do mercado de PI está fortemente relacionado à possibilidade de acesso ao conhecimento existente, assim como de cooperação técnica e financeira na geração de novos conhecimentos e no desenvolvimento de suas aplicações
- **As características do mercado de PI onde se está inserido constroem ou promovem a geração de inovação**

# Características e relevância do mercado de PI

- A forma de transacionar conhecimento, ou a natureza do mercado de PI, é peculiar de cada específica configuração do sistema de inovação setorial / local/ nacional

(pensar diferenças entre o que se entende por conhecimento proprietário no que tange a especialidades farmacêuticas, componentes eletrônicos, componentes de software, designs e marcas de produtos industriais)

# Características e relevância do mercado de PI

- A institucionalidade, ou as características do mercado de PI são conformadas
  - Pela legislação e pelas ações do Estado
  - E, especialmente,
  - **Pelo comportamento dos atores**

# Instituições de Pesquisa e PI

- A organização para a geração de PI facilita a obtenção de recursos para o financiamento de atividades de pesquisa
- A geração de PI favorece a cooperação, seja entre instituições de pesquisa, seja entre empresas, seja entre instituições e empresas. Favorece, assim, a obtenção de inovação (nas empresas) a partir dos resultados da pesquisa (realizada nas instituições)

# Gestão estratégica de PI

1. Compreender o mercado de PI no qual se está inserido
2. Prospectar a informação tecnológica disponível e as estratégias dos atores, e traçar trajetórias de geração de PI e inovação que façam sentido nesse mercado
3. Estruturar os resultados da pesquisa em portfólios de PI atrativos, com valor de troca cada vez maior.
4. Utilizar esse portfólio na construção de alianças tecnológicas e comerciais que viabilizem a inserção em mercados de maior inovatividade e dinamismo

- “market driven quality requires that we shorten our cycle times. This means we have to speed up the process of innovation. And that means there is less time to invent everything we need. We can’t do everything ourselves. IBM needs to have access to the inventions of others”

Gary Markovits, gerente de patentes da IBM

in Boyer (1990) apud Teece 2000.

- “you get value from patents in two ways: through fees, and through licencing negotiations that give IBM access to other patents. Access is far more valuable to IBM than the fees it receives from its 9.000 active US patents”

Roger Smith, IBM assistant general counsel,  
in Boyer (1990) apud Teece (2000)

# A Revitalização do INPI



# • Situação atual

- O INPI é pouco eficiente no exame e concessão de marcas e privilégios patentários
- Cidadãos e empresas brasileiras muito pouco se utilizam do sistema de PI.
  - Não há cultura de consulta ao estado da técnica, e se perdem oportunidades de inovação
  - Pouco se empregam os mecanismos de PI para a conquista e retenção de mercados: não se trabalham marcas, denominações de origem, etc

# **Diretrizes do Governo para a Reestruturação do INPI**

**Aumento da eficiência nas atividades de recepção, análise e registro de pedidos e recursos**

**Garantir a redução de prazos sem perda de qualidade nos exames**

- Fortalecimento do quadro funcional e da estrutura organizacional do INPI
- Acesso a bancos de dados de patentes (convênio EPO) de modo a agilizar os processos de busca
- Otimização e informatização radical dos processos
- Reaparelhamento e revisão das instalações: reforma e/ou construção de novas instalações prediais

# Diretrizes para a Reestruturação do INPI

Disseminação da cultura de propriedade intelectual como arma eficaz da competição

Estruturação das atividades de fomento ao uso da informação tecnológica, à geração e à comercialização de PI, especialmente pelas micro, pequenas e médias empresas

- Fomentar a utilização da informação contida nas patentes;
- Fomentar a criação de PI: o depósito de marcas, patentes, desenhos, indicações geográficas, etc.
- Fomentar a cooperação tecnológica por meio do licenciamento e de outras formas de compartilhamento e transferência de tecnologia.

- Digitalização da informação e desenvolvimento de mecanismos de acesso
- Contribuição ao desenho e operação das diferentes formas de proteção da PI;
- Orientação quanto à comercialização de PI

- Articulação institucional: parcerias com as demais instituições do Sistema Nacional de Inovação – universidades, institutos de pesquisa, instituições públicas de desenvolvimento (FINEP, BNDES, Bancos e agências estaduais de desenvolvimento, etc) e entidades públicas e privadas de suporte à atividade empresarial (INMETRO, IEL, sistema S, câmaras de comércio, etc)
- Intercâmbio de experiências e cooperação internacional

Muito obrigado !

