

## Programa Regional de Treinamento sobre Gestão de Ativos de Propriedade Intelectual com foco em Micro, Pequenas e Médias Empresas: Formação de Multiplicadores

XIV REPICT – Encontro Anual de Propriedade Intelectual e  
Comercialização de Tecnologia

### O impacto económico da Propriedade Intelectual: o apoio às MPEs



**Jaime Andrez**  
*Vogal do Conselho*  
*Professor Associado Convidado*



22 de setembro de 2011

---

# Paradigma Económico Actual

---

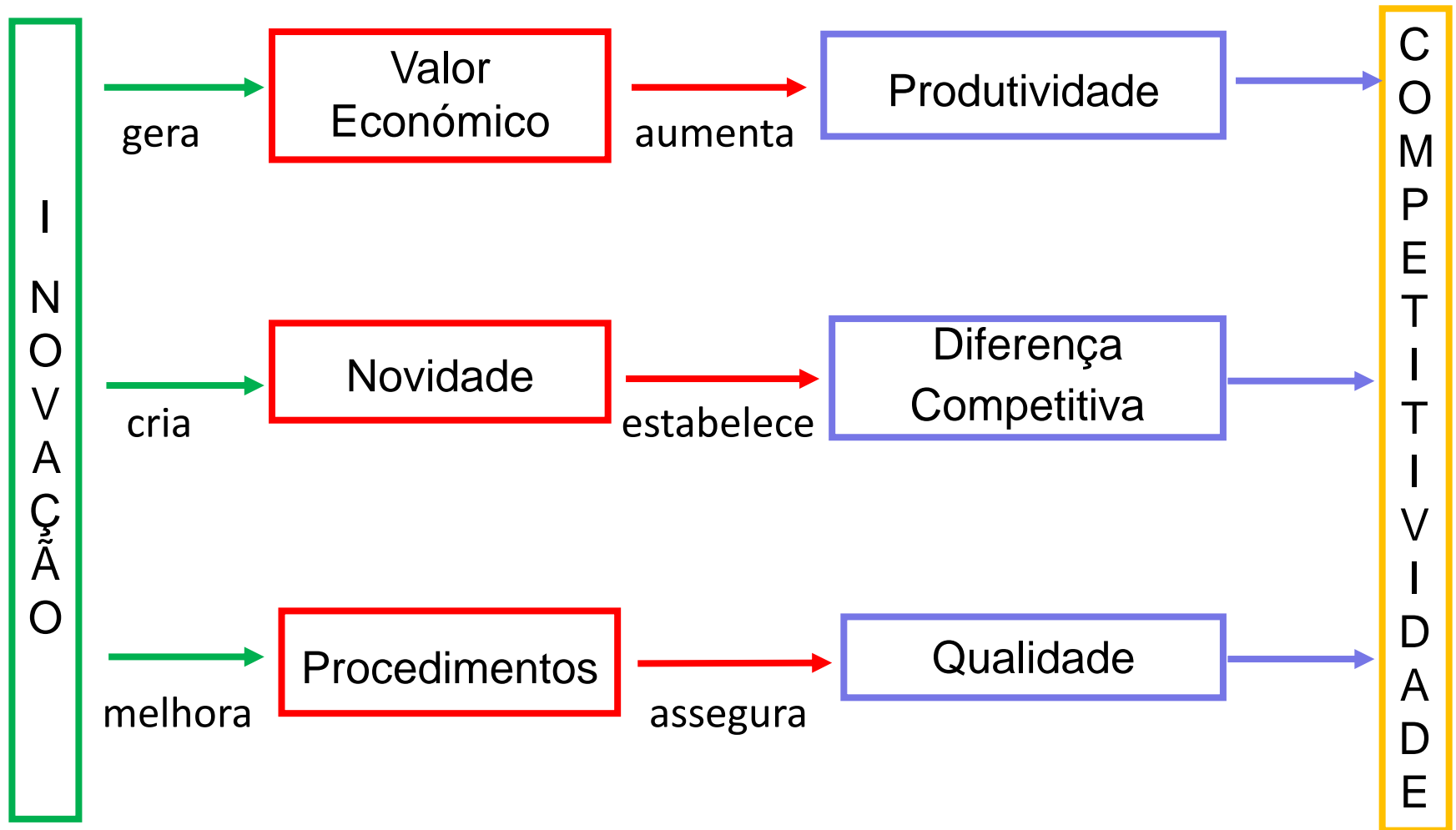
- Uma **globalização** que anula distâncias e dilata a base competitiva
- Uma **mutação constante** dos quadros de referência
- Uma **dependência económica** que implica parcerias estratégicas
- **Virtualização dos fatores** de competitividade
- Um **desequilíbrio económico** com quebras significativas da procura ▶
- **Viabilidade empresarial** ditada pela competitividade real das empresas

# Dinâmica da Inovação

---

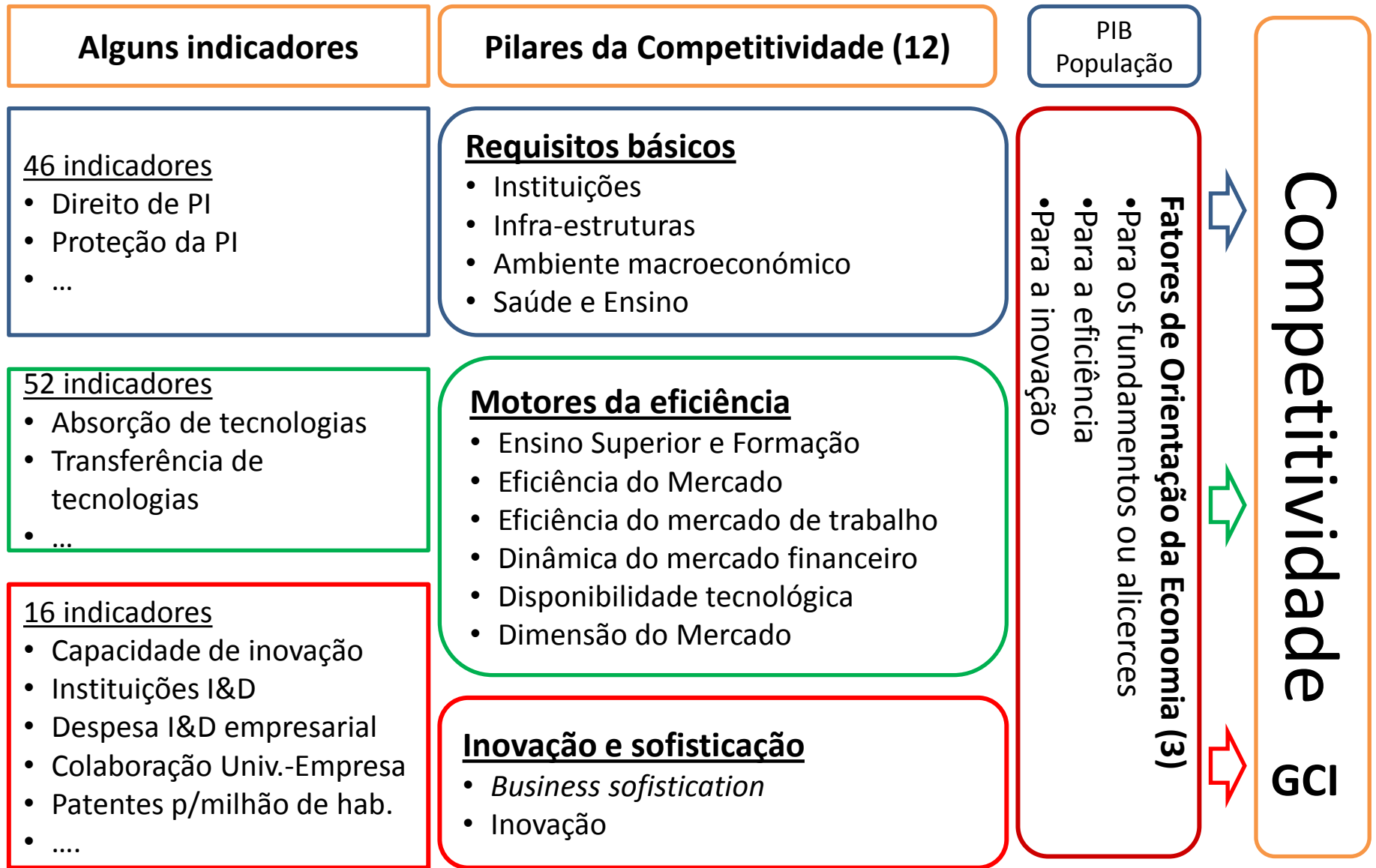
- O **sucesso no mercado global**, competitivo e virtual, depende de estratégias:
  - Eficiência
  - Diferenciação
  
- Neste quadro estratégico, **a inovação é fundamental**
  - A Inovação assume importância crescente como “motor” de desenvolvimento
  - Promove o crescimento (novos produtos, com menor custo e maior valor)
  - Constitui uma base de sustentação da competitividade (com impacto na qualidade, na diversidade e na produtividade)
  
- Uma nova e mais ampla noção de inovação, de acordo com o Manual de Oslo da OCDE (2005):
  - Tecnologia (processos e produtos)
  - Marketing
  - Organização

# Inovação e Competitividade



# Relatório Anual da Competitividade Global (2010)

## World Economic Forum



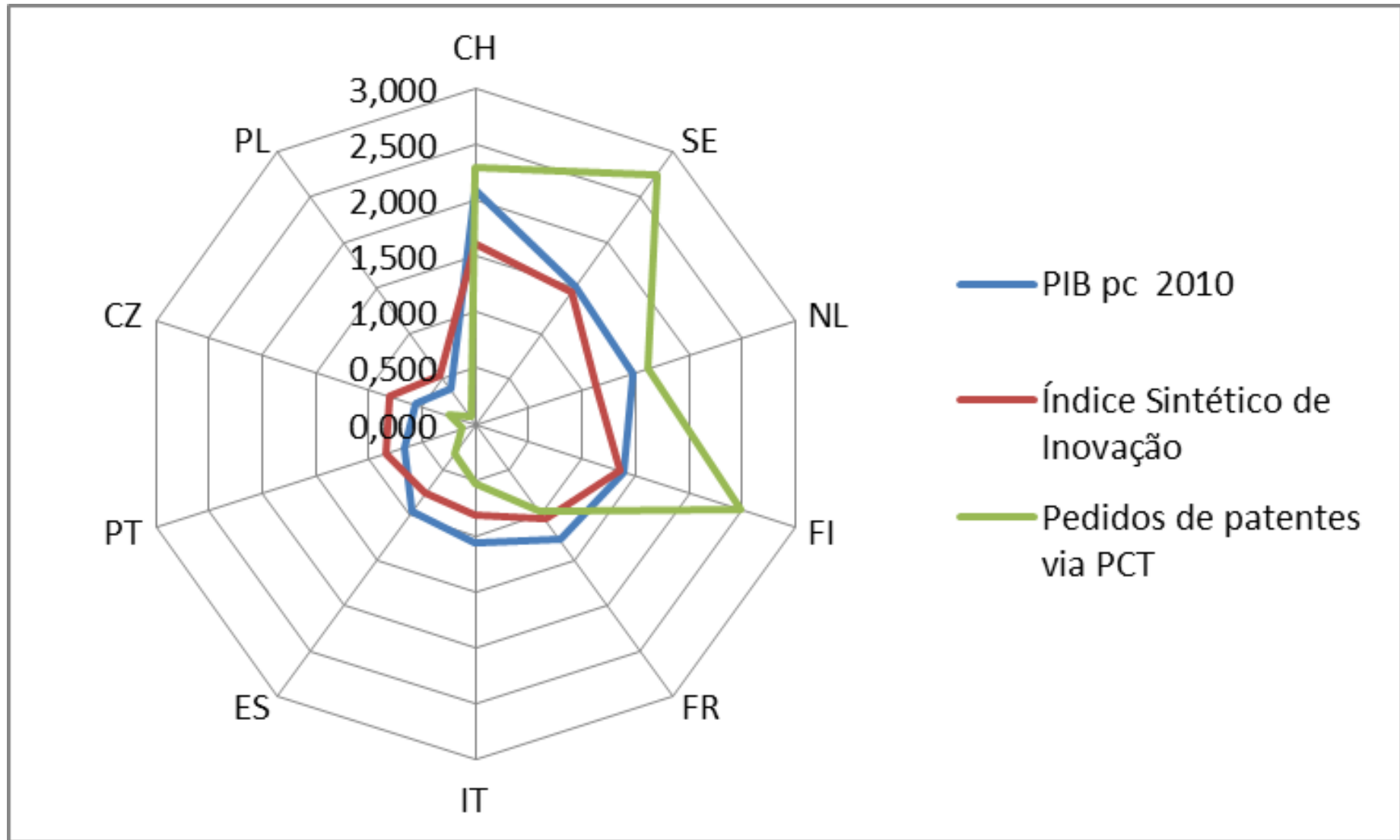
# Global Competitiveness Index (2010)

## World Economic Forum

País	GCI	Rank 2011/12	Rank 2010/11	Índice Relativo (GCI/7)	País	GCI	Rank 2011/12	Rank 2010/11	Índice Relativo (GCI/7)
SUIÇA	5,74	1	1	82% a 71%	URUGUAI	4,25	63	64	60% a 50%
SUÉCIA	5,61	3	2		RUSSIA	4,21	66	63	
EUA	5,43	5	4		COLOMBIA	4,20	68	68	
ALEMANHA	5,41	6	5		MARROCOS	4,16	73	75	
JAPÃO	5,40	9	6		ROMÉLIA	4,08	77	67	
REINO UNIDO	5,39	10	12		ARGENTINA	3,99	85	87	
CANADÁ	5,33	12	10		GRECIA	3,92	90	83	
FRANÇA	5,14	18	15		EL SALVADOR	3,89	91	82	
CHINA	4,90	26	27	EGIPTO	3,88	94	81	60% a 50%	
CHILE	4,70	31	30	EQUADOR	3,83	101	105		
ESPAÑA	4,54	36	42	KENYA	3,82	102	106		
R CHECA	4,52	38	36	BOLÍVIA	3,82	103	108		
TUNÍSIA	4,47	40	32	PAQUISTÃO	3,58	118	123		
POL	4,46	41	39	C. VERDE	3,58	119	117		
ITÁLIA	4,43	43	48	PARAGUAI	3,53	122	120		
PORTUGAL	4,40	45	46	VENEZUELA	3,51	124	122		
RSA	4,34	50	54	TIMOR LESTE	3,35	131	133		49% a 41%
BRASIL	4,32	53	58	ZIMBABUÉ	3,31	132	136		
INDIA	3,30	56	51	MOÇAMBIQUE	3,31	133	131		
MEXICO	4,29	58	66	ANGOLA	2,96	139	138		
TURQUIA	4,28	59	61	CHAD	2,87	142	139		

Fonte: The Global Competitiveness Report 2011-2012 (World Economic Forum)

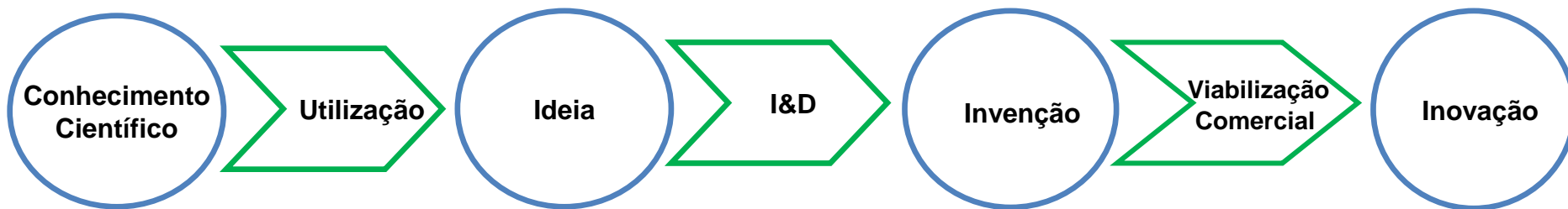
# Produtividade, Inovação e Propriedade Industrial



# Processo de Inovação

---

- **Inovar é um acto complexo**, longo, multi-actividade e multi-agente
- A **eficácia da inovação** depende dum ambiente de negócio favorável:
  - Concorrência dinâmica capaz de promover e difundir a inovação
  - Um “Sistema Empresarial” completo e qualificado
  - Uma regulação adequada dos **Direitos de PI** ▶
- **Actuação da PI**
  - A montante da inovação, na pesquisa do estado da técnica e na consulta do estado jurídico dos direitos
  - Na proteção, conferindo direitos únicos no âmbito das modalidades de PI
  - A jusante da concessão na vigilância empresarial





# Definição de Propriedade Industrial

---

**Conjunto de direitos** de utilização exclusiva

- temporários ou permanentes -

sobre o **resultado de investimentos** em inovação ▶

resultantes de

**I&D** (invenções) através de **Patentes e Modelos de Utilidade**

**Criação** (design) através de **Desenhos Industriais**

**Imagem** (marketing) através de **Marcas** ou outros sinais

# A inovação objeto da proteção

---

## **Tipo de Inovação**

**Produto ou Processo**

***Design***

**Marketing**

**Organização/Técnica**

## **Objeto de Proteção**

**Invenção**

**Criação**

**Imagem**

**Conhecimento**

## **Modalidade**

**Patente ou Modelo de Utilidade**

**Desenho ou Modelo**

**Marca e outros sinais distintivos do comércio**

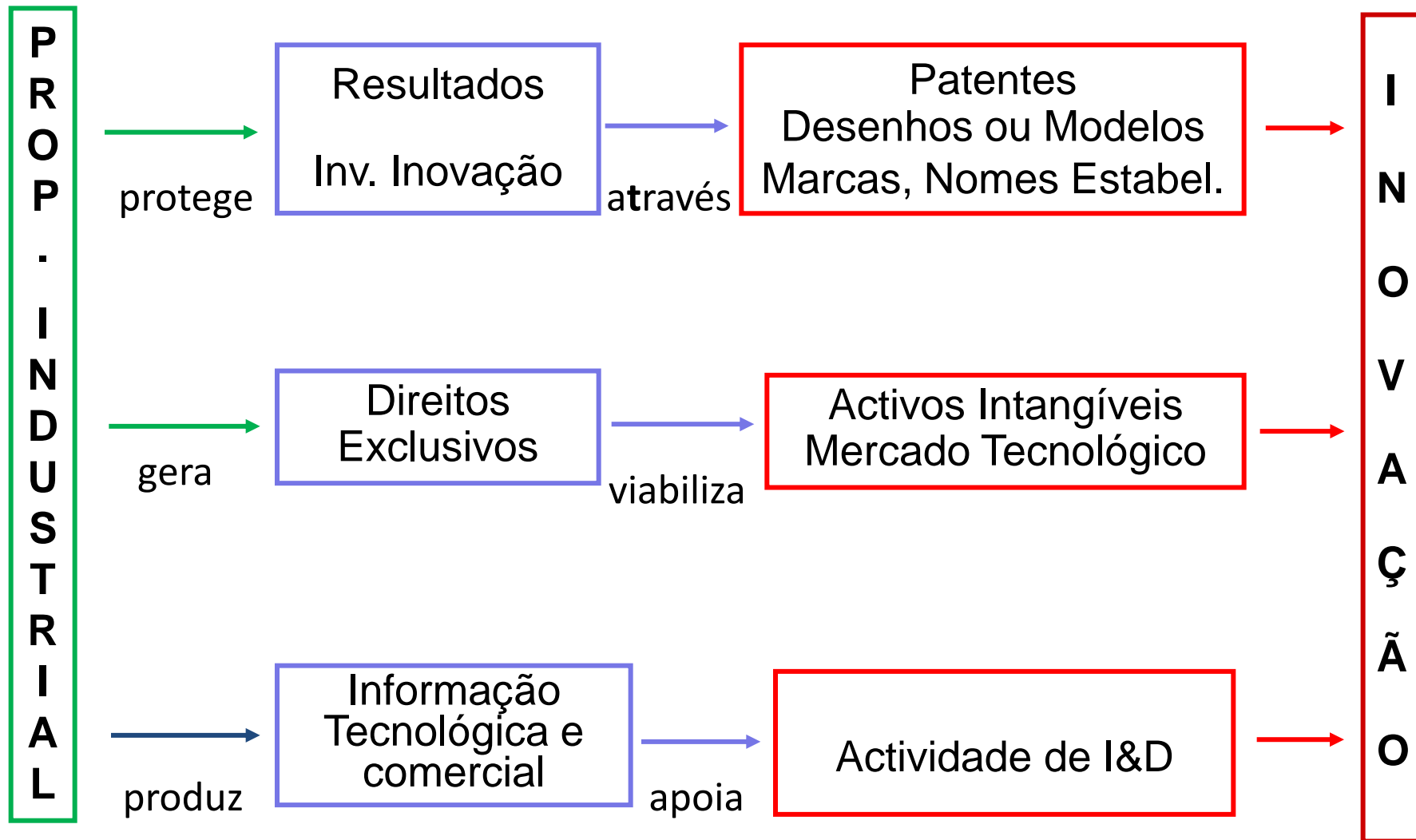
***Trade secrets, Business Methods, etc...***

# Visão da Utilidade Estratégica da PI

---

- **Inspira as actividades de investigação** através da informação que gera
- **Protege e rendibiliza** os resultados dos investimentos em inovação
- Promove **a inovação**, ao proteger os resultados da I&D
- Viabiliza o **mercado tecnológico** e a **disseminação** da inovação
- Representa um **instrumento protegido de diferenciação** real ou virtual
- Reforça a **imagem e a competitividade**
- Viabiliza o combate à **concorrência desleal** produzindo direitos únicos

# Propriedade Industrial e Inovação



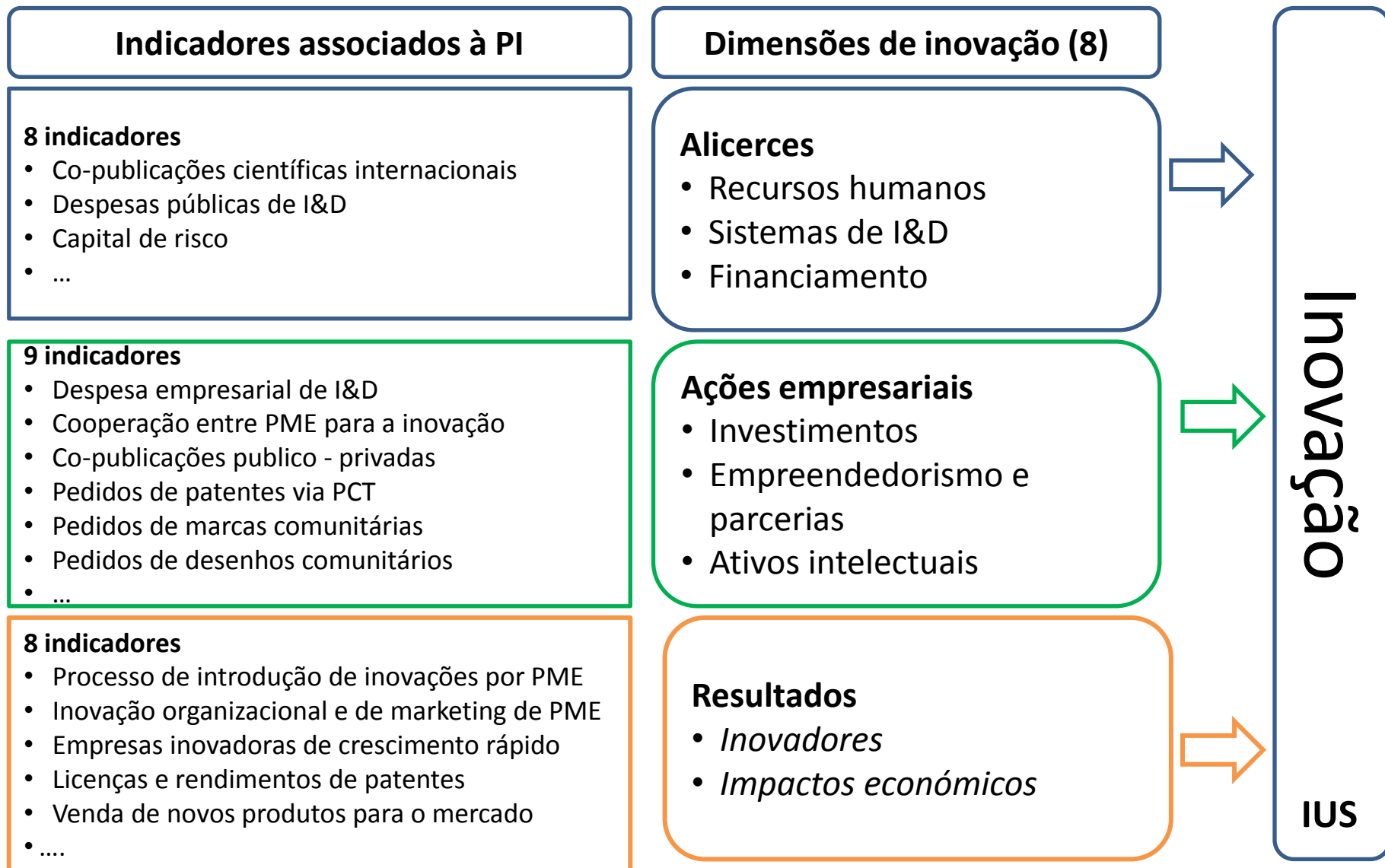
# Aspetos particulares da importância da PI

---

- Em termos **genéricos**: representa um direito legal único e um instrumento de diferenciação substancial ou virtual, reforçando a imagem e a competitividade da empresa a nível micro e macro, gerando valor
- **Marcas**: potencia a distribuição física, facilitando a distribuição comercial, amplia o conceito de negócio, induz a identificação do produto e acompanha o produto
- **Desenho industrial**: estimula elementos de sedução estética e otimiza a combinação funcional entre eficiência, conforto e segurança
- **Patentes**: viabiliza economicamente o esforço de I&D, estimula as actividades de I&D e potencia as relações de rede
- **Os DPI têm importância crescente no valor de mercado das empresas**  
*A Nestlé comprou a Rowntree por quase três X a sua capitalização bolsista*

# Innovation Union Scoreboard (2010)

Maastrich Economic and Social Research and training Centre on Innovation and Technology/DG JRC G3 EU Commission



# Fatores de inovação

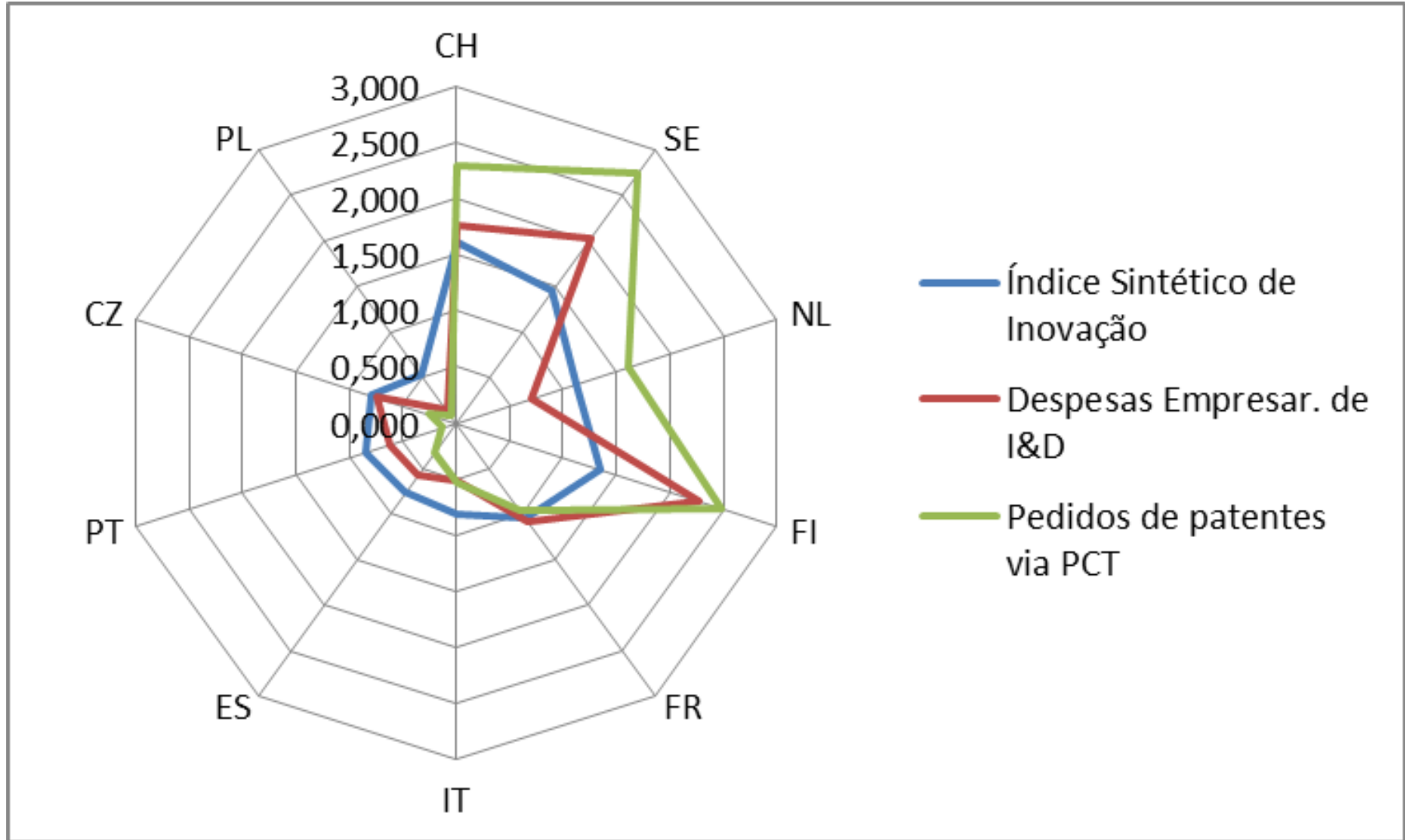
País	PIB pc 2010 (a)	Índice Sintético de Inovação	Despesas Públicas em I&D	Capital de Risco	Despesas Empresar. de I&D	PME inovativ. em parceria	Co-publicações publico-privada	Emprego em actividad. intensivas em conhecim.	Pedidos de patentes via PCT	Marcas Comunitárias	Desenhos Comunitários	Export. de serviços intensiv. em conhecimento
	1000 US\$	unidades	% PIB	% PIB	% PIB	% PME	/milhão hab.	% emprego	/bilhão PIB	/bilhão PIB	/bilhão PIB	% das export.
CH	67,246	0,831	0,740	0,162	2,200	9,400	198,500	19,650	9,130	10,120	8,120	33,650
SE	48,875	0,750	1,060	0,227	2,540	16,510	117,300	15,580	11,020	6,990	5,150	41,630
NL	47,172	0,578	0,960	0,110	0,880	12,970	90,000	14,820	6,440	7,740	4,560	35,560
FI	44,489	0,696	1,110	0,145	2,830	15,300	104,700	14,860	9,960	5,630	5,340	41,330
FR	41,019	0,543	0,810	0,115	1,370	13,520	31,800	13,480	3,860	4,030	3,820	33,890
IT	34,059	0,421	0,580	0,048	0,650	5,980	20,700	13,320	2,100	5,080	6,850	35,600
ES	30,639	0,395	0,670	0,072	0,720	5,340	15,900	11,340	1,280	6,170	3,370	n.d. (c)
PT	21,559	0,436	0,710	0,087	0,780	13,310	8,700	8,760	0,530	4,920	5,700	30,890
CZ	18,288	0,414	0,610	0,011	0,920	11,280	24,700	11,280	0,990	2,440	2,260	35,460
PL	12,300	0,278	0,410	0,043	0,180	6,400	2,500	8,870	0,310	2,820	4,610	30,600
EU27	32,110	0,516	0,750	0,110	1,250	11,160	36,200	13,030	4,000	5,410	4,750	49,430

(a) The Global Competitiveness Report 2010-2011 (World Economic Forum)

(b) Restantes indicadores: Innovation Union Scoreboard (IUS) 2010

(c) Não disponível

# Inovação, I&D Empresarial e Propriedade Industrial





# Pressupostos Estratégicos das PME

---

- Nos desafios da competitividade, as **PME enfrentam pressões acrescidas** ligadas ao fator discriminatório que representa a sua menor dimensão, em termos de acesso ao mercado, aos recursos, à tecnologia e ao financiamento
- Relevância socioeconómica das PME
  - **Representam a quase totalidade das empresas** e respondem por partes importantes do emprego, vendas, exportações e despesas de inovação.
  - São as micro e as pequenas empresas que **assegurando emprego e distribuição** de bens em todas as localizações regionais
  - **Têm especificidades próprias**, e não fragilidades, que lhes conferem tanto vantagens como desvantagens
- **Algumas PME não têm dimensão suficiente para possuírem**
  - Laboratórios de controle de qualidade
  - Centros de I&D
  - Departamento de *design*
  - Recursos Humanos especializados
  - Recursos Financeiros adequados

# Inovação *versus* Dimensão Competitiva

---

## ➤ A Envolvente pode prover serviços equivalentes

- Universidades
- Centros Tecnológicos
- Laboratórios do Estado
- Empresas de consultadoria
- Capital de risco
- Garantia mútua
- Regulação da Actividade
- Sistema Administrativo
- Sistema Educativo
- Sistema Fiscal
- Sistema Financeiro
- Sistemas de Incentivos

## ➤ Atuando sobre a envolvente:

- Actua-se sobre a **dimensão competitiva** das PME, e não sobre a sua dimensão física, medida em recursos próprios.
- As empresas, na verdade, competem com todos os recursos que mobilizam – externos e internos – o que exige uma envolvente também competitiva

## ➤ Dimensão Competitiva obtém-se pela:

- Internalização de recursos e competências: consultoria
- Partilha de Recursos e Competências: cooperação

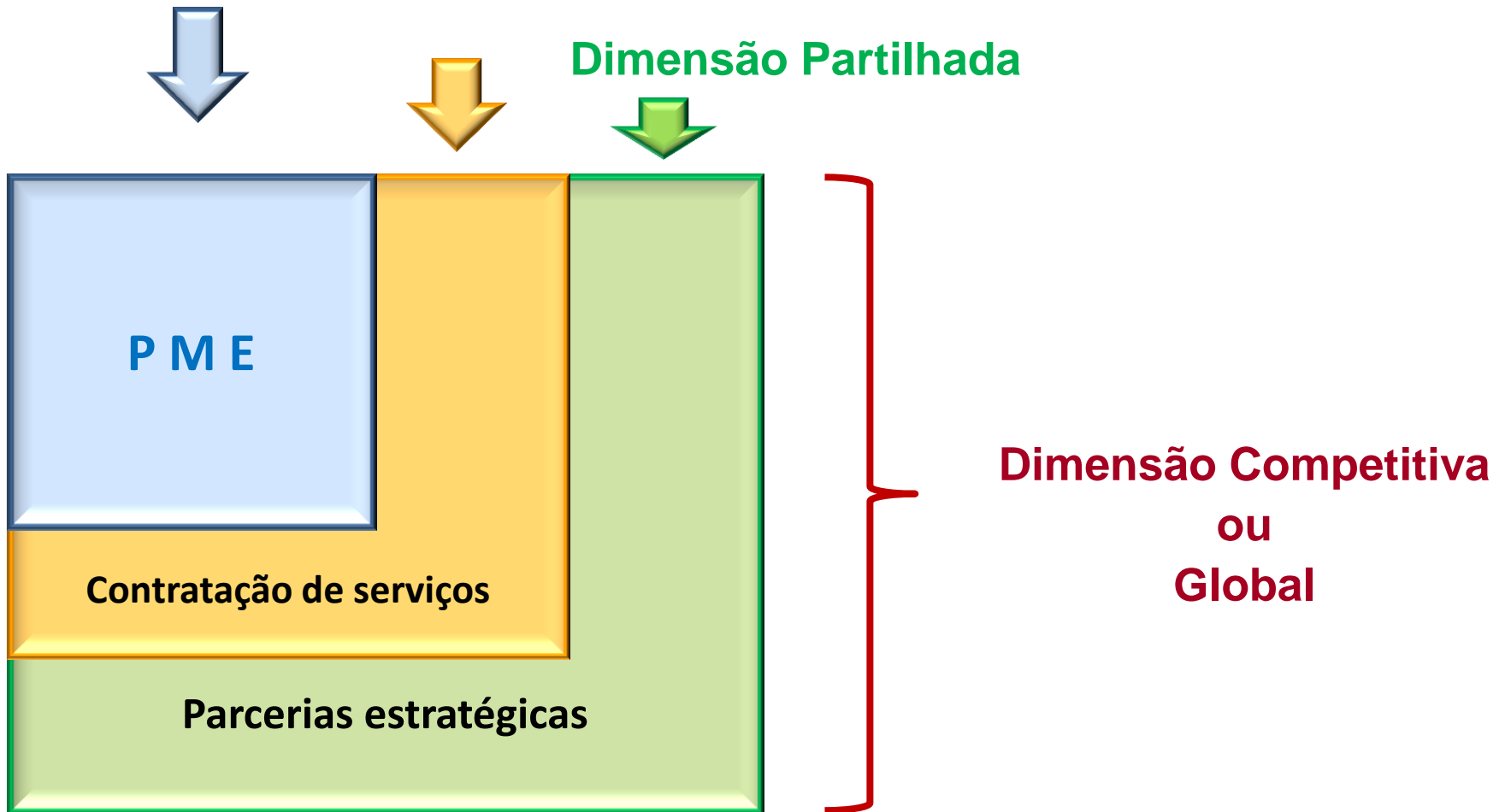
# Dimensão Competitiva das PME

## Componentes

Dimensão de partida

Dimensão Internalizada

Dimensão Partilhada

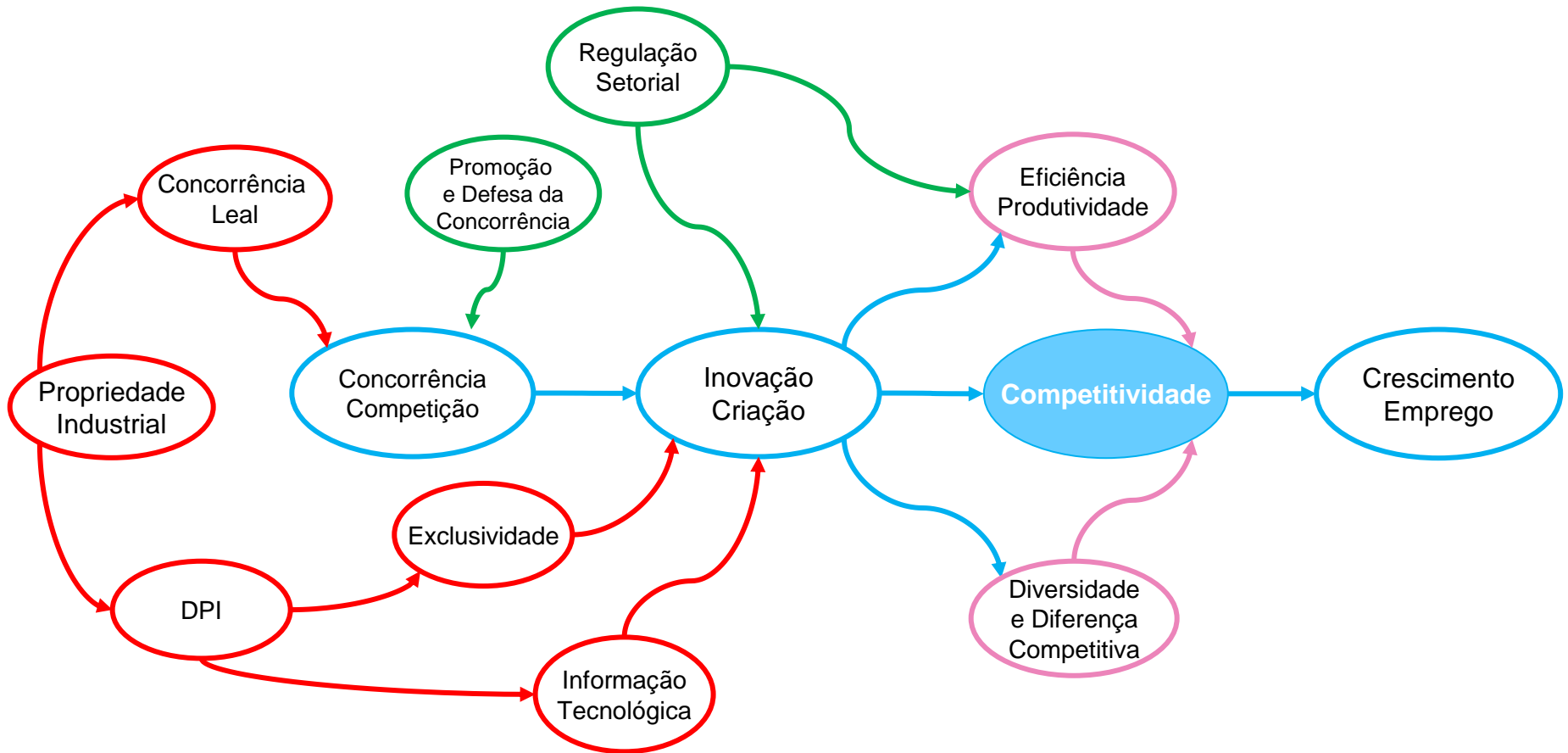


# Conclusões

---

- Ao **contrário de outras áreas de regulação** da concorrência que defendem intransigentemente **uma igualdade** das condições de funcionamento no mercado ...
  - ... **a PI protege a diferença** legitimada por estratégias de **investimento em inovação**
  - ... e, por isso, podemos afirmar que a **PI assumirá uma importância decisiva** no contexto de um Mundo cada vez mais global, virtual, que **aposta na inovação**
  
- A aposta na inovação implica investimentos em activos intangíveis, ▶
  - que têm de ser **rendibilizados**
  - e cujos resultados *podem ter* de **ser protegidos**
  - gerando **Direitos de Propriedade Industrial**
  
- **Os direitos de PI resultam de um investimento** em ativos intangíveis, no quadro das diversas **opções de inovação** e do seu Benefício / Custo:
  - Nem tudo o que se inventa será inovação
  - Nem tudo o que se inova deve ser protegido
  - Nem tudo o que é protegido é protegido para sempre
  - mas... **TODA a protecção deve ter valor económico**

# Síntese



**Muito obrigado**  
**pela vossa atenção!**

Jaime Serrão Andrez

[jaime.andrez@concorrencia.pt](mailto:jaime.andrez@concorrencia.pt)

Telefone: +351 21 790 2061

[www.concorrencia.pt](http://www.concorrencia.pt)