

O POTENCIAL DE INOVAÇÃO E A QUESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NAS INDÚSTRIAS DA REGIÃO NOROESTE DO RS¹

Valquíria Marchezan Colatto Martins², Dieter Rugard Siedenberg³, Marcos Paulo Dhein Griebeler⁴.

¹ Projeto de Iniciação Científica vinculado ao grupo GEPITE

² Aluna do curso de Graduação em Administração da Unijuí, bolsista PROBIC/FAPERGS, val.colatto@gmail.com

³ Professor Doutor do Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí, Orientador, dieters@unijui.edu.br.

⁴ Professor Dr. em Administração do Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí, marcos.dhein@unijui.edu.br

INTRODUÇÃO

Diante da globalização atual as organizações precisam se tornar cada vez mais competitivas no mercado, oferecendo aos seus clientes produtos com maior qualidade e flexibilidade. Os consumidores passaram a ter maior acesso a informação, tornando-se mais exigentes e bem informados em relação aos produtos.

Para incentivar a inovação é necessária uma eficiente proteção à propriedade intelectual, assegurando o retorno dos recursos investidos no desenvolvimento e implantação das inovações. Com o surgimento da Era do Conhecimento cresceu a importância da propriedade intelectual como uma proteção e valorização econômica dos ativos intangíveis das organizações.

Conforme definição do Instituto de Propriedade Industrial - INPI a marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

Em relação a patente o INPI define como um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgado pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. Em contrapartida, o inventor se obriga a revelar detalhadamente todo o conteúdo técnico da matéria protegida pela patente.

De acordo com Dornelas (2012), infelizmente não é muito comum no Brasil o empreendedor iniciante (e até mesmo os mais experientes) pensar na proteção de sua ideia, depositando a patente de seu invento e, ainda, registrando a marca de sua empresa ou produto. No entanto essa é uma forma legal de se proteger da concorrência e ganhar espaço no mercado.

Conforme Sherwood (1992), a propriedade intelectual é o conjunto de duas coisas: A primeira são as ideias, invenções e expressão criativa, que são essencialmente o resultado da atividade privada. E a segunda seria o desejo do público de dar status de propriedade intelectual a essas invenções e expressões.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

Ainda no entendimento do autor, quando a propriedade intelectual é considerada como parte da infraestrutura de uma nação, a proteção à propriedade intelectual pode ser facilmente examinada por sua contribuição para a mudança técnica, difusão do conhecimento, expansão dos recursos humanos, financiamento da tecnologia, crescimento industrial e desenvolvimento econômico.

Com base nos tipos de inovação que uma organização pode desenvolver o Manual de Oslo (2004) define a inovação de produto e de processo sendo como:

- Inovação de produto: é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou uso previstos.
- Inovação de processo: é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado.

Com base no exposto estabeleceu-se como Objetivo Geral: Identificar se existe uma preocupação de proteger as inovações introduzidas pelas indústrias do noroeste do RS, através do registro da marca e de patente. Tendo como objetivo específico: Levantar e sistematizar junto às indústrias as ações voltadas para inovação de produto e processo.

METODOLOGIA

Os meios de investigação referem-se basicamente a dois tipos: pesquisa de campo (nas micro e pequenas indústrias da região noroeste do estado) e pesquisa documental e bibliográfica (visando o levantamento de dados secundários e, também, primários). A investigação aqui proposta pode ser classificada como metodológica, aplicada, de campo e documental/bibliográfica.

Para a pesquisa de campo foi elaborado um questionário usando como principal referência o Manual de Oslo em sua 3ª edição, criado pela OCDE (Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento). O questionário foi estruturado de forma a contemplar as atividades relacionadas à inovação de produto e processo, o período de análise deste estudo compreende os anos de 2010 até 2012, participaram da pesquisa 40 indústrias da região noroeste do RS.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo abrangeu as indústrias da região noroeste, sendo que das 40 empresas analisadas a maioria são microempresas, ou seja, possuem até 19 funcionários. Na questão referente à inovação de produto, que constava se a empresa havia lançado nos últimos três anos algum produto novo somente para a empresa, mas já existente no mercado, das empresas entrevistadas 45% afirmaram que realizaram essa ação. Enquanto que 30% indicaram que lançaram produto novo somente para a empresa e também algum produto que foi novo para o mercado. E 20% delas indicaram que todas as inovações foram novas para o mercado. Já 5% delas não inovaram no período nem para a empresa e nem para o mercado, conforme mostra o gráfico 1. Ainda se nota que 5% lançaram produto que não teria dado certo, ou seja, arriscaram, inovaram, mas este produto não teve a aceitação esperada pelo mercado.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

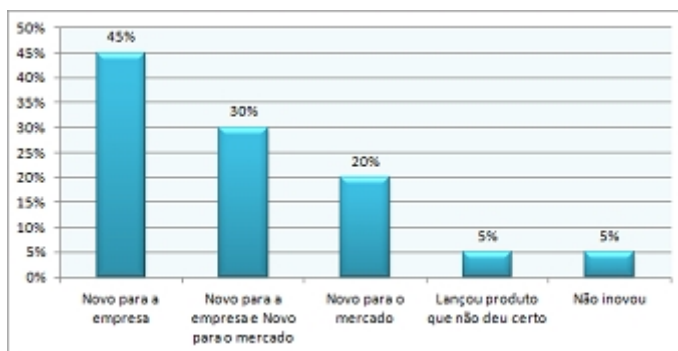


Gráfico 1 - Inovação de produto

Quanto a inovação de processo, na inovação “introdução de algum método novo na fabricação dos produtos”, 50% realizaram esta inovação. Já 12,5% implantaram um “novo sistema logístico ou método de entrega”, enquanto que 50% fizeram “aquisição de equipamentos ou softwares de apoio a produção”. Como se pode ver no gráfico 2.

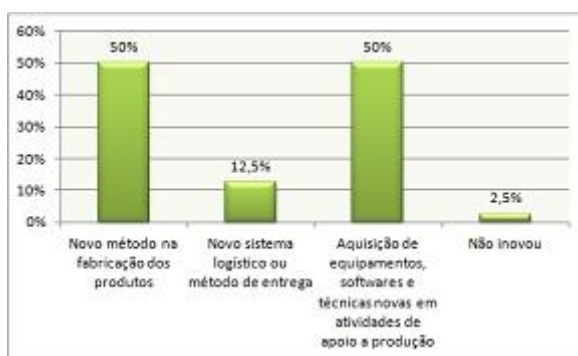


Gráfico 2 - Inovação de processo

Com base nos dados coletados sobre o registro de marca, conforme gráfico 3 pode-se evidenciar que 55% das empresas têm registro de marca e 45% não possuem. Apesar de mais da metade ter o registro de sua marca, não é um valor representativo. A marca é considerada um bem intangível, um ativo que não deve ser desprezado, visto que representa a identidade da empresa, pois seus produtos levam essa marca até os consumidores e é através dela que a empresa se torna reconhecida.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

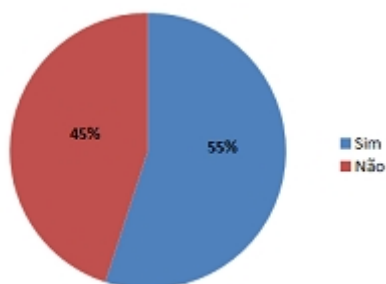


Gráfico 3 - Registro de marca

Quanto ao registro de patente, conforme gráfico 4, 70% não têm registro ou depósito de patente, as empresas que têm o registro representam 30% do total. Nota-se que há um fraco interesse em proteger as inovações criadas pelas empresas analisadas.

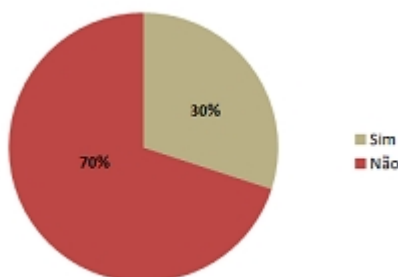


Gráfico 4 - Registro de patente

CONCLUSÕES

Com base nos resultados da pesquisa pode-se notar que as indústrias do noroeste do estado, apresentam inovações de produto e processo. Sendo a maior parte dos produtos que são desenvolvidos, novos somente para a empresa. Das inovações de processo procurou-se implantar principalmente novos métodos na fabricação dos produtos e aquisição de equipamentos e softwares de apoio a produção. As empresas que não apresentaram inovação de produto e nem de processo representam uma parcela bem reduzida.

Analisando os resultados obtidos se observa que as indústrias da região criam produtos novos, da mesma forma introduzem processos novos, mas quanto à propriedade intelectual se observa uma tênue preocupação com este critério. Um pouco mais da metade delas têm registro de marca, mas

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

quanto ao registro de patente, somente 30% possuem alguma patente em vigor ou solicitaram o pedido de depósito de patente.

Palavras-chave: propriedade intelectual; inovação; produto; processo.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi financiado pelo programa de bolsas de IC – PIBIC/UNIJUI e posteriormente pela bolsa BIC/FAPERGS.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Guia básico – Patentes. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_patentes.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Guia Básico de Marcas e Manual do Usuário Sistema e-Marcas. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_de_marcas_e_manual_do_usuario_sistema_emarcas.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO(OCDE) Manual de Oslo: Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica. Tradução: Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. 3. ed. [S.I.]. 2004. Disponível em: http://www.finep.gov.br/imprensa/sala_imprensa/manual_de_oslo.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2012.

SHERWOOD, Robert M. Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.