

A gestão da Propriedade Intelectual como vantagem competitiva

Diogo Dias Teixeira *

A importância de gerir corretamente os ativos intelectuais da empresa.

Além do controle de qualidade ao qual produtos e serviços são submetidos, atualmente as empresas buscam um diferencial competitivo também na proteção da tecnologia e do conhecimento agregado às suas atividades. A gestão desorganizada ou deficiente de ativos intangíveis - os chamados bens da Propriedade Intelectual - pode ocasionar a perda do dinheiro investido em P&D ou mesmo fazer com que a empresa deixe de ocupar fatia considerável do mercado com exclusividade.

Essa nova postura corporativa decorre do desenvolvimento tecnológico, que permite sejam reproduzidos, quase que perfeitamente, quaisquer produtos ou tecnologias encontradas no planeta. Assim, uma empresa que gere inadequadamente seus ativos

intangíveis, pode ver um vultoso investimento feito em pesquisa ir por água abaixo, quando o concorrente, sem o ônus da inovação, passa a se aproveitar gratuitamente das criações por ela desenvolvidas, conseguindo oferecer um preço melhor no mercado.

Embora certos casos de usurpação possam ser combatidos na esfera judicial, a falta de cautela prévia muitas vezes impossibilita qualquer ação por parte da empresa que foi vítima desse tipo de prática. Na realidade, mesmo em situações em que a tomada de medidas judiciais é possível, a falta de cuidado anterior dificulta – ou difere - a obtenção de uma decisão favorável.

Conseqüentemente, para garantir que a pesquisa e o know-how sejam transformados em vantagem competitiva, as empresas, além de protegerem seus negócios através das já consagradas marcas e patentes, começam a tomar medidas que facilitam a proteção dos demais ativos intelectuais envolvidos em suas atividades, tais quais os métodos de fazer negócio, bancos de dados, estudos de mercado, embalagens, campanhas publicitárias, slogans, etc.

É a partir dessa recente demanda empresarial que surgem as primeiras dúvidas. Por exemplo, certamente alguns advogados já se perguntaram: como é possível proteger um novo método de fazer negócio, eis que referido método não pode ser registrado como

marca, patente, desenho industrial ou, nos termos da Lei 9.610/98, receber a proteção do Direito Autoral?

Ainda que possa ser fácil achar uma solução para a indagação apresentada no parágrafo anterior, nem todas as respostas serão simples, o que tem aumentado bastante a demanda por profissionais da área. O profissional responsável por desenhar a estratégia de gestão deve conhecer, além do emaranhado de leis e tratados internacionais, as alternativas de exploração comercial dos ativos intelectuais da empresa. Ressalte-se, não fosse pela escolha adequada da estratégia de gestão de conhecimento, todos nós conheceríamos a fórmula da Coca-Cola, que inadequadamente estaria estampada numa carta patente ou num contrato qualquer.

Outro ponto de suma importância é identificar corretamente (através de uma due diligence especializada), todos os ativos intelectuais da empresa, pois muitas vezes as empresas registram patentes e marcas dos seus produtos, mas deixam de proteger os processos de fabricação por elas desenvolvidos, que, da mesma forma, poderiam gerar royalties ou outras espécies de remuneração.

Em outras palavras, não só produtos e serviços levados ao mercado de consumo devem compor a lista de ativos intelectuais da empresa, é importante considerar os ativos embutidos nas atividades intermediárias ou internas.

Para ficar mais claro, seria como uma empresa buscar proteção não só para os produtos que comercializa ou para a marca que os distingue no mercado, mas também para o software que gerencia a entrega dos produtos aos clientes, desenvolvido internamente. Enfim, deve-se considerar tudo que garante alguma vantagem à empresa, ainda que indiretamente.

E nunca é demais ressaltar que “gerir adequadamente a Propriedade Intelectual de uma empresa” significa cuidar das criações desde o berço, pois muitas vezes não se trata de proteger o que já está criado, mas sim de garantir que o que está por vir poderá ser protegido e explorado da melhor forma possível.

Enfim, são evidentes as vantagens de uma gestão adequada da Propriedade Intelectual, eis que afasta concorrentes da exploração da tecnologia, conhecimento ou método desenvolvido, reservando, conseqüentemente, uma fatia de mercado ao criador. Essa reserva de mercado é a única forma de recuperar o investimento empreendido em P&D. Portanto, atenção à gestão de PI, pois não adianta chorar o conhecimento divulgado!

* Advogado graduado pela Universidade Mackenzie. Pós-graduado em Direito da Propriedade Intelectual pela Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.

Especialista em Direito Eletrônico pelo IPEC – Instituto Paulista de Educação Continuada.
Coordenador do Grupo de Trabalho sobre projetos de lei da ABDA – Associação Brasileira de Direito Autoral. Consultor na área de Tecnologia da Informação e Propriedade Intelectual. Atua no escritório BIAZZO SIMON ADVOGADOS.

Disponível em:< <http://www.direitonet.com.br/artigos/x/34/44/3444/> >Acesso em.: 17 mai. 2007.