

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

ELTON FERREIRA BARBOSA

O USO DA MARCA COMO INDICADOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA

Rio de Janeiro
2011

ELTON FERREIRA BARBOSA

O USO DA MARCA COMO INDICADOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento - Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação.

Orientador: Prof^o. Dr. Eduardo Winter

Rio de Janeiro
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

B238d Barbosa, Elton Ferreira.
O uso da marca como indicador de atividade econômica / Elton Ferreira Barbosa
-- 2011.

167 f.; tabs.; quadros.

Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) —
Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, Coordenação
de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade
Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2011.

Orientador: Dr. Eduardo Winter

1. Marca – Indicador. 2. Propriedade Intelectual – Marcas. 3. Marcas – Aspecto
econômico. I. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Brasil). II. Winter,
Eduardo. III. Título.

CDU: 347.772:330(81)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Elton Ferreira Barbosa

O USO DA MARCA COMO INDICADOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA

Rio de Janeiro, 30 de março de 2011.

Eduardo Winter, D. Sc. (INPI)

Patrícia Pereira Peralta, D. Sc. (INPI)

Ricardo Sichel, D. Sc (UNIRIO)

ATA DE DEFESA

À minha família.

AGRADECIMENTOS

Ao professor e orientador Eduardo Winter pela acuidade na transmissão do conhecimento, pela compreensão e orientação nos momentos em que não encontrava os caminhos e por ter me incentivado desde o início a ir adiante, quando a idéia de indicadores de marcas e cruzamento de marcas e patentes eram aparentemente exóticas.

Às professoras Patrícia Pereira Peralta e Elizabeth Ferreira Silva pelos caminhos apontados que foram de fato bastante úteis para este trabalho.

Aos professores que me brindaram com sua dedicação em prol de uma formação robusta durante o mestrado, nomeadamente: Araken Alves de Lima, Carlos Maurício Ardisson, Dirceu Teruya, Leandro Malavota, Sérgio Paulino e Vinicius Bogéa Câmara, além de Patrícia e Elisabeth já citadas.

Aos colegas do mestrado, da Academia, da Diretoria de Marcas e do INPI como um todo, representados nas pessoas de Evanildo Vieira dos Santos, Patricia Eleonora Trotte Caloiero, Éderson Alves Assis, Bernardo Carneiro Horta e Anderson Castro e Silva.

À minha mãe e avó (*in memoriam*) pelo que se privaram...

Aos que partiram e que sei que do mundo da luz olham por mim.

À sociedade brasileira a quem o Estado deve servir.

Art. 3.º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil (...) II - garantir o desenvolvimento nacional;

Art. 5º (...) XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

Art.218 – O Estado promoverá e incentivará o desenvolvimento científico, a pesquisa e a capacitação tecnológicas.

(...) § 2o - A pesquisa tecnológica voltar-se-á predominantemente para a solução dos problemas brasileiros e para o desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional.

Art. 219 - O mercado interno integra o patrimônio nacional e será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e sócio-econômico, o bem-estar da população e a autonomia tecnológica do País, nos termos de lei federal. (Constituição da República Federativa do Brasil, 1988)

RESUMO

Neste trabalho aborda-se a recente e ainda diminuta discussão teórica (nacional e internacional) da possibilidade dos depósitos de marcas funcionarem como indicadores de atividade econômica. A abordagem deste estudo é na verificação da hipótese de que os depósitos de marcas funcionam como indicadores especificamente de atividade econômica. A análise sobre dados macroeconômicos, em duas vertentes: i) nacional; ii) internacional. No caso nacional, a análise não invalidou a hipótese, necessitando de um aprofundamento nas contas nacionais e metodologia. No caso internacional, a hipótese do depósito de marcas foi comprovada parcialmente no que tange a observação macroeconômica mundial, notadamente a partir de 1999. A conclusão do trabalho enseja diversas outras abordagens, seja no escopo, no método e na construção teórica, sendo um convite a novos estudos. Finalizando, foram realizados dois estudos de caso em áreas consideradas estratégicas (Farmacêutica e de Sementes) em que são demonstradas possibilidades da utilização dos indicadores de marcas combinados com outros indicadores para políticas de desenvolvimento.

Palavras Chaves

Marcas – Indicadores – Propriedade Intelectual

ABSTRACT

This work deals with the recent theoretical discussion and still low (national and international) the possibility of trademark applications act as indicators of economic activity. The approach of this study is to verify the hypothesis that the trademark applications specifically function as indicators of economic activity. The analysis is done on two sections and on macroeconomic data: i) national ii) international; Where national analysis has not been proved, but did not invalidate the hypothesis, requiring a deepening national accounts and methodology. In case the hypothesis of the international deposit of proven brands partially with respect to global macroeconomic observation, especially since 1999. The question of labor entails a number of other approaches is in scope, in method and theory construction, and an invitation to further studies. Finally, we conducted two case studies in areas considered strategic (Pharmaceutical and seeds) that are demonstrated possibilities of using the indicators of brands combined with other indicators for policy development.

Key words

Trademark – Indicators - Intellectual Property

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Figura 1 - Sistema de Marcas (Brasil).....	35
Figura 2 – A figura 2 apresenta como está configurada a inserção do sistema de marcas no sistema econômico nacional.....	37
Tabela 1 - Principais empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos (1995 - 2003).....	77
Tabela 2 – Depósitos de marcas de empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos em três recortes temporais: origem até 06/2008, origem até 2003, (1995 – 2003).....	78
Tabela 3 – Correlação: depósitos de marcas das principais empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos em três recortes temporais: (1995 – 2003), origem até 2003, origem até 06/2008...	79
Tabela 4 - Situação dos depósitos de marcas de empresas nacionais do setor de fármacos (jun 2008).....	79
Tabela 5 – Apresentação e natureza dos depósitos de marcas de empresas nacionais do setor de fármacos (1923 – jun 2008).....	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil (2000-2009).....	40
Gráfico 2 - Depósitos de Marcas no Brasil por Volume e Evolução % (2000-2009).....	42
Gráfico 3 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Evolução % (2000-2009) .	45
Gráfico 4 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Linha de Tendência (2000-2009).....	46
Gráfico 5 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Volume e Proporção (2000-2009).....	47
Gráfico 6 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular na década, Total.....	48
Gráfico 7 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil), por origem do titular, Volume (2000-2009).....	49
Gráfico 8 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil), por origem do titular, Proporção (2000-2009).....	49
Gráfico 9 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular, Evolução % (2000-2009)....	50
Gráfico 10 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular, Linha de Tendência (2000-2009).....	51
Gráfico 11 - Depósitos de Marcas de Produtos no Brasil por Classe (2000-2009), acima de 2.500 depósitos médios por ano.....	52
Gráfico 12 - Depósitos de Marcas de Produtos no Brasil por Classe (2000-2009), abaixo de 2.500 depósitos médios por ano.....	53
Gráfico 13 - Depósitos de Marcas de Serviços no Brasil (2000-2009).....	54
Gráfico 14 – Depósitos de Marcas nos 15 Maiores Países em Volume.....	56
Gráfico 15 – Depósitos de Marcas no Mundo (1985-2008) por origem do titular, nacionais e internacionais.....	58
Gráfico 16 – Depósitos de Marcas nos Países mais depositados em 2009.....	59
Gráfico 17 – Depósitos de Marcas nos Países Mais Depositados em 2009, excluídos Índia, Japão e México).....	60
Gráfico 18 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009, por Classes (Produtos e Serviços).....	61
Gráfico 19 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009 por Classes de Produtos.....	61
Gráfico 20 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009 por Classes de Serviços.....	62
Gráfico 21 - Produto Interno Bruto nominal (2008) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo.....	66
Gráfico 22 - Produto Interno Bruto nominal (2009) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo.....	67
Gráfico 23 - Produto Interno Bruto nominal (2010) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo.....	67
Gráfico 24 – Maiores Depositantes de Patentes por Família no Mundo (Residentes 2007), Maiores Depositantes de Patentes no Mundo (2007) e Depósitos de Patentes no Brasil (2007).....	69
Gráfico 25 – Evolução em % dos Depósitos de Marcas (residentes e não residentes) e PIB entre 1985 e 2008.....	70
Gráfico 26 – Linha de Tendência Linear da Evolução em % dos Depósitos de Marcas (residentes e não residentes) e PIBs entre 1985 e 2008.....	72
Gráfico 27 – Evolução % da Balança Comercial de Importação, dos Depósitos de Marcas e PIB do Brasil.....	73
Gráfico 28 - Balança de Pagamentos do Brasil, Royalties e Licenças (1990-2010).....	74

Gráfico 29 – Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes.....	91
Gráfico 30 - Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes.....	92
Gráfico 31 - Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes.....	92
Gráfico 32 – Sobreposição dos depósitos de marcas no Brasil, em todas as classes: Monsanto, Agrocerec e EMBRAPA.....	93

LISTA DE SIGLAS

BC - Banco Central do Brasil

BM Banco Mundial

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

EPO – Escritório Europeu de Patentes

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial

FMI - Fundo Monetário Internacional

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

OHAMI - Organização para a Harmonização do Mercado Interno

OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual

ONU - Organização das Nações Unidas

PINTEC - Pesquisa de Inovação Tecnológica

SINPI - Sistema Integrado da Propriedade Industrial

USPTO - United States Patent and Trademark Office

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
OBJETIVO GERAL	17
OBJETIVO ESPECÍFICO	17
JUSTIFICATIVA	17
METODOLOGIA	18
CAPÍTULO I	
1. DISCUSSÃO TEÓRICA	19
1.1 O CONCEITO.....	19
1.1.2 Arcabouço histórico constitucional sobre marcas no Brasil	21
1.2 A UTILIZAÇÃO DOS DEPÓSITOS DE MARCAS COMO INDICADORES.....	23
1.2.1 A discussão no Brasil	24
1.2.1.1 Eduardo da Motta e Albuquerque.....	24
1.2.1.2 Francisco Luna, Adriano Baessa e Patrick Franco Alves.....	25
1.2.1.3 Elisângela Santos da Silva.....	26
1.2.2 A discussão internacional	27
1.2.2.1 Ulrich Schmoch.....	27
1.2.2.2 Sandro Mendonça, Tiago Santos Pereira e Manuel Mira Godinho....	28
1.2.2.3 Claes Malmberg.....	29
1.2.2.4 Valentine Millot.....	30
CAPÍTULO II	
2. O SISTEMA DE MARCAS NO BRASIL	31
2.1. O CONCEITO DE SISTEMA DE MARCAS.....	31
2.1.2 A interação do Sistema de Marcas com os Sistemas Maiores	35
CAPÍTULO III	
3. OS DEPÓSITOS DE MARCAS	38
3.1 OS DEPÓSITOS DE MARCAS NO INPI (ou no Brasil).....	38
3.1.1 Os Depósitos de Marcas no Brasil entre 2000 e 2009	38
3.2 O DEPÓSITO DE MARCAS NO MUNDO.....	54
3.2.1 O Depósito de Marcas no Mundo entre 1985 e 2008	57
3.2.2 O Depósito de Marcas no Mundo em 2009 (Estimativa)	58
3.2.2.1 Análise por Classe.....	60
CAPÍTULO IV	
4. COMPARANDO INDICADORES – TESTANDO A HIPÓTESE	63
4.1 PIB, MARCAS E PATENTES.....	63
CAPÍTULO V	
5. ESTUDO DE CASO Nº 1: MARCAS E PATENTES NO SETOR DE FÁRMACOS BRASILEIRO – UM ESTUDO PRELIMINAR	75
5.1 INTRODUÇÃO.....	75
5.2 MARCAS E PATENTES NO SETOR DE FÁRMACOS BRASILEIRO....	76
5.3 METODOLOGIA.....	80

5.3.1 Fonte primária.....	80
5.3.2 Fonte secundária.....	80
5.3.3 Nota metodológica.....	80
5.4 CONSIDERAÇÕES.....	81
CONCLUSÃO	83
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
APÊNDICE A	91
ANEXO A	96

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa a analisar os depósitos de marcas realizados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), comparando-os com os depósitos realizados nos países que compõe a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e permitindo o exame da hipótese de que os depósitos realizados no Mundo e no INPI sejam possíveis indicadores para observação de atividade econômica.

A abordagem basilar do conceito de marcas será a jurídica expressa na Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96).

Entre os autores que discutiram a possibilidade da utilização dos depósitos de marcas como indicadores no Brasil estão Schmidt e Guimarães (1984), Albuquerque (2003), Luna (2004), Santos (2007 e 2010) e de forma mais consistente, no âmbito da União Européia Schmoch (2003), Malmberg (2005), Mendonça e Godinho (2005) e Millot (2009).

Em relação à delimitação do tema, o trabalho atem-se a análise dos depósitos de marcas como indicadores econômicos, não tratando da discussão teórica de como a marca se insere no processo produtivo, ou se esta seria um indicador consistente de inovação, apesar desta abordagem ser possível, uma vez que o Manual de Oslo em sua 3ª edição, e por conseqüência, a Pesquisa de Inovação Tecnológica (PINTEC) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tratar a marca como mecanismo de proteção da inovação – o que não obstante, aproxima-se da utilização da marca como indicador do processo de inovação.

OBJETIVO GERAL

Analisar os depósitos de marcas efetuados no Brasil e no mundo como possíveis indicadores de atividade econômica.

OBJETIVO ESPECÍFICO

i) Identificar nos depósitos de marcas efetuados no INPI indicadores consistentes da atividade econômica do país.

ii) Mapear os depósitos de marcas, analisando se há condições de observar gargalos e áreas de expansão no sistema econômico brasileiro e mundial, de maneira que se possa pensar estratégias para o desenvolvimento do sistema produtivo nacional, através das informações mapeadas.

iii) Analisar os depósitos de marcas de empresas de áreas estratégicas para o país observando a possibilidade de apreender suas estratégias de mercado e assim, subsidiar empresas nacionais com informação para que desenvolvam estratégias de mercado, robustecendo-se, evitando a concorrência desleal e oligopólio que leve prejuízos ao país.

JUSTIFICATIVA

O trabalho se justifica pelo fato de ser europeia a literatura que aborda o tema com maior profundidade, demonstrando a necessidade de uma observação local.

A contribuição científica se dá na medida em que o trabalho não esgota o tema, abrindo novas perspectivas e análises, a partir deste estudo.

METODOLOGIA

Na metodologia, além da pesquisa bibliográfica foram utilizadas as bases de dados da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Organização das Nações Unidas (ONU), Fundo Monetário Internacional (FMI), Banco Mundial, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Banco Central do Brasil (BC) e sobretudo o Sistema Integrado da Propriedade Industrial (SINPI) - base de dados pertencente ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

A base de informações é relativa a despachos por publicação, e não por data de despacho. Assim, as informações são aquelas relativas efetivamente às revistas (RPI) dos seus respectivos anos.

Realizou-se dois estudos de caso (capítulo VI e Apêndice A) para testar a utilização dos depósitos de marcas como instrumentos de aferição de estratégias de desenvolvimento econômico de empresas nacionais e multinacionais em duas áreas consideradas estratégicas:

- i) Farmacêutica
- ii) Sementes

CAPÍTULO I

1. DISCUSSÃO TEÓRICA

1.1 O CONCEITO

Para fins de registro de marca a Lei de Propriedade Industrial (Lei Nº 9.279/96) estipula, no art. 122, que são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais (BRASIL, 1996).

Para além do conceito jurídico há outras abordagens, segundo Chaves (2010), a primeira literatura mais aprofundada teria sido descrita por Gardner e Levy em 1955, associada a “imagem de marca” e prevaleceria até a década de 80 como um conceito distante da área de marketing, não sendo considerado suficiente para estas práticas profissionais. Enquanto a imagem da marca será definida como a percepção sobre a marca refletida em associações na memória do consumidor (KELLER, 1993, *apud* CHAVES).

Schmidt e Guimarães *apud* Oliveira e Mattar (2001, p.5), estabelecem quatro tipos de marcas que se traduzem em estratégias de marca, são elas:

i) Marca única – consiste na utilização da mesma marca em todos os itens de uma determinada linha de produtos da empresa

ii) Marcas múltiplas – consiste na utilização de uma marca para cada item de uma determinada linha de produtos.

iii) Extensão da marca – consiste na utilização de uma mesma marca para diferentes linhas e tipos de produtos.

iv) Marcas independentes – consiste na utilização de diversas marcas independentes em cada uma das linhas de produtos de uma organização.

Considere-se para este trabalho a referida conceituação de Schmidt e Guimarães como adequada para um aprofundamento (por setor) da análise que será efetuada (mais geral). Contudo, esta conceituação não será explorada, assim como a de outros conceitos teóricos de marcas em suas abordagens que envolvam metodologia de avaliação, valoração de marcas (*brand*), ou ainda, metodologias para acessar mercados (*banchmarket*) - todas abordagens que vêm se desenvolvendo nas últimas três décadas.

A abordagem basilar do conceito de marcas será a jurídica, utilizando o indicador “depósitos de marcas”, considerando que o mesmo é composto por oito tipos de marcas, distinguidas quanto à sua apresentação (i,ii,iii,iv) e natureza (v,vi,vii):

i) Marca nominativa – é aquela constituída por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos.

ii) Marca figurativa - é aquela constituída por desenho, figura ou qualquer forma estilizada de letra e número, isoladamente.

iii) Marca mista - é aquela constituída pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou de elementos nominativos, cuja grafia se apresenta de forma estilizada.

iv) Marca tridimensional - é aquela constituída pela forma plástica de produto ou de embalagem, cuja forma tenha capacidade distintiva em si mesma e esteja dissociada de qualquer efeito técnico.

v) Marca coletiva - é aquela que visa identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

vi) Marca de certificação - é aquela que atesta a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada.

vii) Marca de Produto – é aquela usada para distinguir produto de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa.

viii) Marca de Serviço – é aquela usada para distinguir serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa.

Ressalte-se que na prática os depósitos de marcas são em sua maioria absoluta constituídos por marca nominativa e marca mista, não perfazendo 1% do total, o restante.

1.1.2 Arcabouço histórico constitucional sobre marcas no Brasil

A compreensão do significado da atual letra constitucional brasileira no que tange a questão do sistema de marcas, fica ainda mais evidente quando comparamos em retrospecto com as letras anteriores. Para esta análise aproveita-se pesquisa apresentada por Denis Borges Barbosa que coligiu os artigos que abordam o tema de marcas a partir da Constituição de 1824¹. Pelo retrospecto, podemos verificar a evolução da concepção constitucional, levando ao arcabouço da atual que preza pelo interesse do desenvolvimento do sistema produtivo nacional. A seguir:

¹ BARBOSA, 2007, p.16.

Constituição Política do Império do Brasil de 1824

Art. 179, inc. 26: "Os inventores terão a propriedade de suas descoberta ou das suas produções. A lei lhes assegurará um privilégio exclusivo temporário, ou lhes (sic) remunerará em ressarcimento da perda que hajam de sofrer pela vulgarização.

Constituição de 1891

Art, 72 § 25: "Os inventos industriais pertencerão aos seus autores, aos quais ficará garantido por lei um privilégio temporário, ou será concedido pelo Congresso um prêmio razoável, quando há conveniência de vulgarizar o invento".

Art. 72, §27: "A lei assegurará a propriedade das marcas de fábrica.

Constituição de 1934

Art. 113, inc. 18: "Os inventos industriais pertencerão aos seus autores, aos quais a lei garantirá privilégio temporário, ou concederá justo prêmio, quando a sua vulgarização convenha à coletividade".

Art. 113, inc. 19: "A lei assegurará a propriedade das marcas de industria e comércio e a exclusividade do uso do nome comercial".

Constituição de 1937

Art. 16 XXI: "Compete privativamente à União o poder de legislar sobre os privilégios de invento, assim como a proteção dos modelos, marcas e outras designações de origem".

Constituição de 1946

Art. 141, §17: "Os inventos industriais pertencem aos seus autores, aos quais a lei garantirá privilégio temporário ou, se a vulgarização convier à coletividade, concederá justo prêmio".

Art. 141, §18: "É assegurada a propriedade das marcas de indústria e comércio, bem como a exclusividade do uso do nome comercial".

Constituição de 1967

Art. 150, § 24: "A lei garantirá aos autores de inventos industriais privilégio temporários para sua utilização e assegurará a propriedade das marcas de indústria e comércio, bem como a exclusividade do nome comercial"

Ec Nº 1, de 1969, art. 153, § 24: "A lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como a propriedade das marcas de industria e comércio e a exclusividade do nome comercial".

Constituição de 1988

Art. 5º, XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

1.2 A UTILIZAÇÃO DOS DEPÓSITOS DE MARCAS COMO INDICADORES

A utilização da base de dados (histórico de despachos) relativa ao depósito de marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial como indicador da atividade econômica do país é algo aventado nos relatórios de anuais de gestão da instituição:

Foram depositados, em 1990, 64.101 pedidos de marcas, o que representou uma queda de 7,2% frente os 69.570 pedidos depositados em 1989 (tabela XI). A demanda por novas marcas é, sem dúvida, um termômetro do que se passa na economia nacional

e, nesse sentido, a queda registrada nada mais é do que um espelho da recessão econômica de 1990. (INPI, 1990)

Embora sugestione-se esta possibilidade, é praticamente inexistente trabalhos institucionais no INPI que comprovem esta correlação, ocorrendo ao longo da metade final da última década, os primeiros trabalhos que sinalizam de forma teórica e algumas correlações estatísticas da base de dados do INPI com outras bases tradicionalmente utilizadas para medir ou identificar a atividade econômica no país - incluída nesta última a atividade de inovação.

1.2.1 A discussão no Brasil

A discussão no Brasil está iniciando. Entre os estudos mais robustos, considerou-se os precursores de Luna (2005) e de Santos (2010), ambos utilizam a base de dados do INPI e a comparam com as bases de dados do IBGE, sobretudo, mas, com escopos distintos.

1.2.1.1 Eduardo da Motta e Albuquerque

Albuquerque vislumbrou a utilização dos dados referentes aos depósitos de marcas no INPI como reforçadores na percepção de atividades tecnológicas em setores de baixa tecnologia e que não seriam objeto de patenteamento. Os setores de baixa tecnologia funcionariam como um “passo inicial e uma escada tecnológica voltada para atividades mais sofisticadas e importantes para um processo geral de *catching up*” (ALBUQUERQUE, 2003).

É argumento de Albuquerque que as estatísticas de patentes possuem limites como indicadores de atividades inovativas em países com sistemas

imaturos de inovação, como seria o Brasil – ainda que a argumentação seja para o ano de 2003, considerou-se válida para o momento atual.

O autor sugere que se utilize o bancos de dados de patentes com os demais no INPI, como mecanismo aprimorado de apreensão do cenário tecnológico nacional:

(...) a compatibilização de bancos de patentes com outros bancos, como registros de marcas e contratos de transferência de tecnologia, pois essa compatibilização pode fornecer um quadro mais preciso do cenário tecnológico nacional, na medida em que as imperfeições de cada conjunto de estatísticas pode ser mitigado por informações disponibilizadas por outro conjunto. (ALBUQUERQUE, 2003)

1.2.1.2 Francisco Luna, Adriano Baessa e Patrick Franco Alves

Os autores mensuram o impacto das marcas e patentes sobre o desempenho econômico das firmas utilizando, até então inéditos, os microdados de marcas e patentes do INPI mesclados aos das Pesquisas Industrial e de Serviços, do IBGE; e de emprego, do Ministério do Trabalho.

Concentrando a análise na medida de desempenho da produtividade do trabalho, concluindo que os resultados indicam que marcas e patentes afetam a produtividade das firmas. O cruzamento das bases de marcas e patentes com as bases do IBGE e da RAIS apontavam que o tempo de estudo, o faturamento e o tamanho são maiores nas firmas que depositam marcas ou patentes.

Por fim, os autores observam que a distribuição de marcas por setor refletiria mudanças estruturais na economia brasileira, identificados no próprio crescimento do setor de serviços, contudo, sem maiores demonstrações. (LUNA *et al.*, 2005, p.19).

1.2.1.3 Elisângela Santos da Silva

O trabalho de Santos em 2007, orientado por José Eduardo Cassiolato, realiza robusta análise da evolução dos depósitos de marcas de 1991 a 2005.

A análise de Santos se não é a primeira a tentar estabelecer conexões entre a PINTEC e a base de dados do INPI (LUNA *et al*, 2005), é das mais robustas no que tange à fundamentação da atividade inovadora implícita nos depósitos, além de ser a pioneira em sugerir conexões entre a atividade importadora e o depósito de marcas estrangeiras no país (SANTOS, 2007, p.16).

A autora não apresenta ou correlaciona estatísticas do comércio exterior brasileiro, mas, sua análise em termos gerais parece se comprovar:

Quanto às solicitações realizadas por empresas estrangeiras, é importante ressaltar que houve maior diversificação da origem. Em 1991, os pedidos eram provenientes de cinquenta e nove países. Em 1998, ano de maior participação de estrangeiros no depósito de marcas, os requerimentos foram feitos por oitenta e um Estados. Em 2005, a quantidade de países alterou-se para noventa e sete. Os dados refletem maior participação dos estados no comércio internacional e a postura multilateral da política externa brasileira, desempenhada nos últimos anos. (SANTOS, 2007, p.17)

Em trabalho posterior (SANTOS, 2009, p.66), a autora avançará sua análise, definindo quatro setores da CNAE (utilizados pela PINTEC), comparando-os com as classes na base de dados do INPI que poderiam ser analisadas como correspondentes.

Ressalvadas diferenças pontuais e as proporções, os setores que mais requisitaram marcas no INPI seriam os que mais se utilizam da proteção de marcas, é a conclusão da autora (SANTOS, 2009, p.67).

1.2.2 A discussão internacional

Segundo Valentine Millot (2009), a primeira abordagem no âmbito europeu, da verificação dos depósitos de marcas e atividades inovadoras teria sido efetuada em *paper* por Alegrezza e Rauchs em 1999, utilizando dados do escritório de marcas do Benelux (Benelux Office – BTO). Contudo, optou-se neste trabalho por não utilizar aquele trabalho inicial, considerado de escopo reduzido, mas, os posteriores.

Velling apud Mendonça et al (2005, p.9), entende que a primeira referência explícita a utilização de marcas como indicador de inovação teria se dado no Relatório de Desempenho Tecnológico da Alemanha de 2001 publicado pelo Ministério da Educação.

O estudo realizado por oito Centros de Pesquisas alemães conclui que, embora a novidade não seja um requisito para o registro de uma marca, permitiria, seguramente, assumir que as marcas são representativas de novos produtos e serviços. E que o crescimento vertiginoso de depósitos que teria se dado no país na década de 90 mudaram o perfil do que significavam estes depósitos no passado.

1.2.2.1 Ulrich Schmoch

Schmoch compara os depósitos de marcas e de patentes com os do E.U.A, da França e do Reino Unido, concluindo como válida a utilização das estatísticas de marcas de serviço como indicador de inovação. (SCHMOCH, 2003, p. 155)

O autor menciona que as marcas, ao contrário das patentes, são aplicáveis ao setor de serviços. Seu estudo mais profundo é baseado em uma pesquisa conduzida pelo Centro Europeu de Pesquisas Econômicas (ZEW, sigla em alemão) com 377 empresas alemãs em serviços intensivos em conhecimento no ano de 2001. Baseado sobre os resultados deste inquérito, ele estima a relação entre o uso de marcas e atividades inovadoras.

Estabelecendo uma correlação significativa de marcas com a inovação na utilização intensiva de conhecimentos no setor de serviços em geral, ao passo que a correlação entre patentes e inovação neste setor, segundo a análise, seria pouco significativa.

1.2.2.2 Sandro Mendonça, Tiago Santos Pereira e Manuel Mira Godinho

Os portugueses Mendonça, Pereira e Godinho (2004, p.10) apontam na mesma direção de Schmoch, analisando os dados relativos aos países da União Européia, acrescentando a utilização das estatísticas de produtos além das de serviços de marcas como válidas para complementar as estatísticas de patentes na direção do que seria um mais completo indicador de inovação.

Os autores definem o depósito de marca como mais um “indicador de produção” ou mais precisamente como um indicador da atividade de inovação de produtos bem como um mecanismo que captura a mudança estrutural das economias contemporâneas, notadamente para área de serviços, e dentro dessas, para o subgrupo de “negócios”. Contudo, reconhecem a limitação deste tipo de dado, que ainda careceria de uma maior reflexão metodológica (MENDONÇA; PEREIRA; GODINHO, 2004 p. 23).

1.2.2.3 Claes Malmberg

Malmberg propõe a utilização das estatísticas de marcas (produtos e serviços) como indicadores de inovação. Para tanto, estabelece cruzamentos destas com as estatísticas de patentes de um país desenvolvido (Suécia) cujo sistema nacional de inovação é maduro. Realizando um estudo mais elaborado, focando especificamente em três setores da economia sueca: automotivo, eletro-mecânico e de fármacos (MALMBERG, 2005, p. 34-6).

Trata-se de estudo pioneiro que explora a possibilidade de utilizar as estatísticas de marcas como indicador de inovação – o que, ressalte-se, não é o objetivo do estudo em tela.

Entres as conclusões de Malmberg estão que existem diferenças significativas nos setores estudados no que tange às estatísticas, perfazendo o setor farmacêutico mais preciso que os demais estudados - estes teriam na marca registrada uma tradução geralmente confiável da existências dos novos produtos desenvolvidos, embora em diversos momentos novos modelos de produtos não seriam traduzidos em novas marcas.

Na análise do setor farmacêutico de novas drogas, o autor estudou o período entre 1935 e 1996, avaliando o perfil de 13 empresas.

Os setores industrial eletromecânico e o automotivo foram primeiramente analisados no período de 1945 a 1960. Sendo o perfil de três empresas para o primeiro (AGA, Ericsson, Electrolux) e duas para o segundo (Volvo, Scania-Vabis). Embora menos precisos por conter mais variações, não foram descartados como verificadores da hipótese inicial do autor, provocada

no próprio título do trabalho “*Trademark Statistics as Innovation Indicator ?*” (estatísticas de marcas como indicador de inovação?).

1.2.2.4 Valentine Millot

Millot considera que a medição da inovação “não-tecnológica” e da inovação no setor de serviços seria fraca, com os dados tradicionais de P&D (incluindo patentes). O autor defende que os depósitos de marcas têm um grande espectro de aplicação, pois eles estão presentes em quase todos os setores da economia, funcionando duplamente:

- i) informação em setores em que as estatísticas não traduzem a inovação;
- ii) complementando dados em setores em que as estatísticas traduzem o esforço inovativo.

CAPÍTULO II

2. O SISTEMA DE MARCAS NO BRASIL

O sistema legal de registro de marca pode ser de três tipos:

- i) sistema atributivo
- ii) sistema declarativo
- iii) sistema misto.

O sistema brasileiro é o atributivo, que consiste em atribuir a marca primeiro depositada no INPI precedência sobre as demais – no sistema declarativo prevalece a que primeiro chegou no mercado.² Em tese, o sistema atributivo reforçaria a possibilidade do depósito de marcas funcionar como registro da atividade econômica, uma vez que as empresas que investem em novos produtos não arriscariam ter suas marcas desprotegidas.

2.1 O CONCEITO DE SISTEMA DE MARCAS

A marca tem sido considerada o principal ativo de PI, segundo Dênis Barbosa:

“A função da marca, ao afirmar a imagem reconhecível da atividade empresarial, tem função relevante na apropriação dos resultados do processo inovador. De todas as modalidades de proteção da propriedade intelectual, a marca tem sido considerada pelas empresas americanas a de maior relevância.” (BARBOSA, 2008)

² Segundo Barbosa (2005, p. 2-3) “o registro de natureza atributiva ocorre quando a propriedade sobre a marca vier a se constituir com a concessão do registro da marca à primeira pessoa que protocolizar a solicitação do mesmo perante um órgão público. Por esse sistema, nenhuma pessoa tem direito ao uso da marca, mesmo se já estivesse fazendo uso dela anteriormente, se esta pessoa não tiver providenciado o pedido de registro desta marca junto ao órgão do Estado competente.

O registro de natureza declaratória se dá quando se reconhece que a proteção legal do Estado ao usuário da marca independe da aquisição de registro próprio.

No sistema atributivo a proteção e propriedade da marca se dá com o registro, ao passo que no sistema declarativo a propriedade se dá pelo pré-uso e ocupação da marca.

O conceito de sistema de marcas, sob o ângulo jurídico do registro de marca (não o de mercado) é desenvolvido preliminarmente neste trabalho, não sendo esgotado.

O conceito visa a auxiliar na sustentação do teste da hipótese que o Sistema de Marcas no Brasil pode se tornar um indicador econômico robusto e sobretudo, uma vez correlacionado com outros indicadores de inovação – como o de patentes e transferência de tecnologia -, assim como indicadores econômicos – como produção industrial -, uma importante fonte de análise de conjunturas tecnológicas, fundamentando planejamentos e resoluções que levem à maturidade do sistema nacional de inovação, logo, à fronteira tecnológica – bases de um verdadeiro desenvolvimento econômico nacional no contexto do sistema econômico mundial capitalista. A ideia de novos parâmetros para análises de conjunturas, encontra eco no que nos apresenta José Eduardo Cassiolato:

É verdade que, na maior parte dos países da OCDE, reconhece-se que a pressão da concorrência externa nos oligopólios locais é considerada positiva. Porém uma série de outros parâmetros é considerada pelos governos locais. Entre eles destacam-se a preservação dos componentes principais da soberania nacional, particularmente o domínio de algum grau de autonomia parcial em “tecnologias críticas”. A racionalidade para esse parâmetro combina considerações militares e industriais cujo mix varia de acordo com o país. Outros parâmetros importantes incluem a questão do emprego, o balanço comercial e o aumento dos retornos de processos tecnológicos interativos. Este último, apesar de ainda incipiente, está presente em vários países da OCDE, particularmente nos países nórdicos e na França (OCDE,1993). (CASSIOLATO, 1999)

O conceito de Sistema de Marcas é estabelecido, inicialmente, a partir do fluxo de informação entre os depositantes de pedidos de marcas e a autarquia federal que concede o registro de marcas no Brasil – o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

O Sistema de Marcas tem como fundamento o Estado Democrático de Direito brasileiro através da Lei da Propriedade Industrial (Lei Nº 9.279/96) aprovada pelo Congresso Nacional, cabendo ao INPI, autarquia do Poder Executivo, executar as normas que regulam a propriedade industrial, logo, a política marcaria nacional.

Sendo o Poder Judiciário nacional a última instância decisória no que tange a qualquer questão relacionada às leis, este é um agente que interage no sistema nacional de marcas, contudo, de maneira residual.

As decisões dentro do INPI em relação às Marcas que dependem previamente da análise do Poder Judiciário - "*sub júdice*" - correspondem a menos de 0,5% do total de pedidos de marcas.³

Na prática, através dos mecanismos de "colidência" no exame de marcas, oposição e recurso⁴, o INPI funciona como um grande filtro de pendências marcarias que iriam para o poder judiciário congestionando-o, aumentando deveras o dispêndio financeiro do empreendedor físico e jurídico, interferindo na segurança econômica do mercado brasileiro.⁵

Em função de acordos internacionais que o Brasil venha a participar, o sistema de marcas brasileiro sofre interações com as tentativas de unificação ou harmonização de um "Sistema Mundial de Marcas" no âmbito da

³ "*Sub júdice*" é a designação técnica que o pedido de marca, ou marca que está sofrendo contestação no sistema judiciário recebe. O pedido ou registro "*sub júdice*" não pode ser analisado enquanto decisão última do Poder Judiciário. Conta-se em menos de 4.000 pedidos e registros nesta situação, em universo de mais de 800.000 de pedidos e registros de marcas no INPI, até 2010.

⁴ Colidência: uma marca é considerada semelhante a outra depositada anteriormente, não sendo permitida a existência da segunda.

Oposição: Pedido de negação por parte de interessado contra pedido de marca de outro depositante. Recurso: o recurso se dá contra decisão tomada pelo INPI no exame formal de um pedido de marca ou oposição.

⁵ Estudos que este autor está concluindo na Academia do INPI.

Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) e de acordos relativos ao comércio mundial presentes na Organização Mundial do Comércio (OMC).

Exemplos de interações internacionais são encontrados na mudança da tabela de classificação de produtos e serviços de marcas no ano de 2000 - da Classificação Nacional para Classificação Internacional de Nice - e o diálogo em andamento para inserção do Brasil no Protocolo de Madri.⁶ Entretanto, nenhuma dessas interações internacionais pode entrar em choque com a legislação nacional, salvo, modifique-se a legislação nacional por aprovação do Congresso brasileiro. Logo, a interação em âmbito internacional não seria enquadrada como presente no Sistema de Marcas brasileiro.

Os depósitos de Marcas no Brasil podem ser solicitados pelo próprio titular (pessoa física ou jurídica), mas em sua maioria são encaminhados e acompanhados junto ao INPI por meio dos Agentes da Propriedade Industrial – escritórios de advocacia, escritórios especializados em propriedade intelectual, agentes (pessoa física) cadastrados no INPI e advogados com poderes para solicitar registro de marcas para seus clientes. Constitui, portanto, os agentes da propriedade industrial um importante ator na interação do sistema.

Por essa forma, conceitua-se, neste trabalho, o Sistema de Marcas como o sistema constituído pelo afluxo de pedidos de marcas ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial oriundos de depositantes - pessoas físicas

⁶ Tratado internacional para registro de marcas criado em 1989 com entrada em vigor em 1996. Os pedidos de marcas feitos através do tratado podem ser remetidos aos demais países membros sem ter que passar pelo dispendioso e burocrático procedimento de depósito em cada país isoladamente.

ou jurídicas de direito público ou privado⁷ – em forte interação com os agentes da propriedade industrial e, leve, mas relevante interação com o sistema judiciário. E o influxo de concessões de marcas do INPI em direção ao titular do registro de marca⁸. Para um esboço preliminar do conceito⁹:

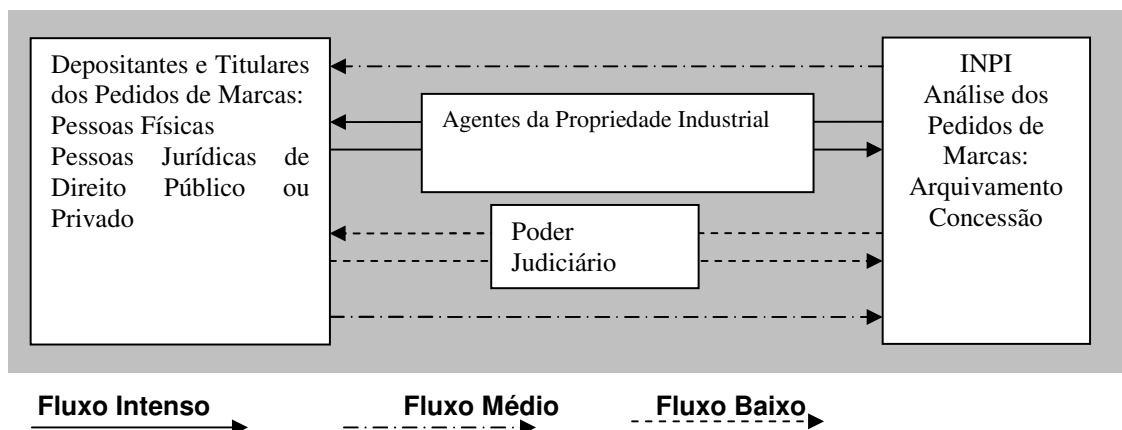


Figura 1 - Sistema de Marcas (Brasil)

2.1.2 A interação do Sistema de Marcas com os Sistemas Maiores

O sistema de marcas está contido no sistema nacional de propriedade industrial, que está contido no sistema nacional de propriedade intelectual, que por sua vez, está contido no sistema nacional de inovação que por fim, está contido no grande sistema econômico nacional.

Entendemos que cada país possua dimensões diferentes dos sistemas colocados dentro da economia nacional, assim, países desenvolvidos teriam sistemas nacionais de inovação maduros e, portanto, mais robustos, maiores. Por outro lado, em uma economia em desenvolvimento, as dimensões do

⁷ Art. 128 da Legislação da Propriedade Industrial /1996.

⁸ “Depositante” enquanto o pedido está sendo analisado, “titular” quando o pedido torna-se registro.

⁹ Consideramos “esboço” esta primeira concepção por que não aprofundamos neste trabalho as subdivisões existentes dentro de “Depositantes e Titulares” e “Agentes da Propriedade Industrial”. Considere-se o “Poder Judiciário”

sistema nacional de inovação tenderiam a ser menores quando “imaturos” ou de maturidade média. Neste sentido, é importante ressaltar que ser “país em desenvolvimento” não significa necessariamente ter um sistema de inovação reduzido. A maturidade de um sistema se dá pelo equilíbrio e interação entre os três agentes fundamentais do sistema: empresa, educação e governo (incluído todo o sistema legal do qual o Estado é o garantidor).

Utilizaremos o conceito desenvolvido por José Eduardo Cassiolato e Helena M. M. Lastres para sistema nacional da inovação:

O "sistema de inovação" é conceituado como um conjunto de instituições distintas que contribuem para o desenvolvimento da capacidade de inovação e aprendizado de um país, região, setor ou localidade - e também o afetam. Constituem-se de elementos e relações que interagem na produção, difusão e uso do conhecimento. A idéia básica do conceito de sistemas de inovação é que o desempenho inovativo depende não apenas do desempenho de empresas e organizações de ensino e pesquisa, mas também de como elas interagem entre si e com vários outros atores, e como as instituições - inclusive as políticas - afetam o desenvolvimento dos sistemas. Entende-se, deste modo, que os processos de inovação que ocorrem no âmbito da empresa são, em geral, gerados e sustentados por suas relações com outras empresas e organizações, ou seja, a inovação consiste em um fenômeno sistêmico e interativo, caracterizado por diferentes tipos de cooperação. (LASTRES; CASSIOLATO, 2005)

O sistema nacional de propriedade intelectual seria, então, composto pelo sistema nacional de propriedade industrial, a área do Direito Autoral (obras literárias e artísticas, domínios na internet e cultura imaterial), Circuitos Integrados e Conhecimentos Tradicionais, este último aguardando uma definição jurídica internacional no âmbito da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) para adentrar ou não no âmbito do sistema de patentes, logo, na propriedade industrial.

O sistema nacional de propriedade industrial trata dos direitos concernentes às patentes, marcas, desenho industrial, indicações geográficas, sistema *sui generis* de proteção de cultivares e no caso brasileiro, de software¹⁰.

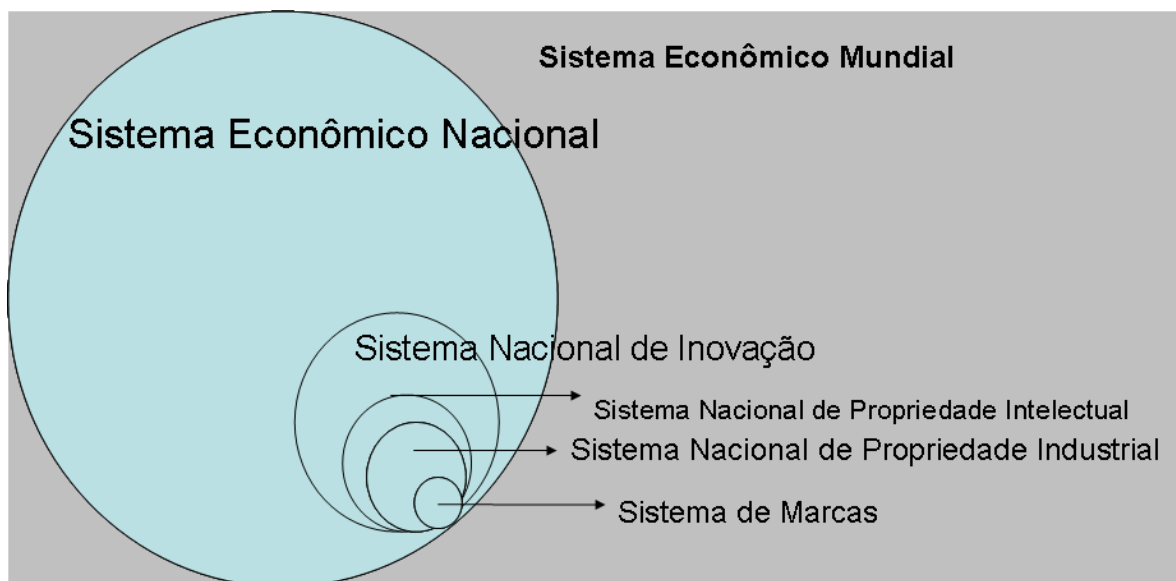


Figura 2 – A figura 2 apresenta como está configurada a inserção do sistema de marcas no sistema econômico nacional

¹⁰ Softwares são considerados ativos protegidos por legislação de direito de autor, embora, no E.U.A, sejam patenteados.

CAPÍTULO III

3. OS DEPÓSITOS DE MARCAS

3.1 OS DEPÓSITOS DE MARCAS NO INPI (ou no Brasil)

Autarquia vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) criado em 1970 pela Lei nº 5.648/70, substituindo o então Departamento Nacional da Propriedade Industrial (DNPI), é a Instituição que, fundamentada na Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) concede direitos de propriedade industrial, dentre os quais, as marcas no país.¹¹

A Diretoria de Marcas (DIRMA), criada em 1976 a partir da então Secretaria de Marcas do antigo DNPI é a área responsável no INPI pelo exame dos pedidos de marcas.

O Sistema Integrado da Propriedade Industrial (SINPI) é a base de dados em que se encontram os dados de marcas.

3.1.1 Os depósitos de marcas no Brasil entre 2000 e 2009

O estudo que segue realiza a análise dos depósitos de marcas da 1ª década do século XXI.

O recorte de análise é feito a partir desta primeira década do século por uma questão metodológica referente à base de dados utilizada, o SINPI do INPI, pois foi a partir de 2000 que o Brasil passou a classificar os depósitos de marcas através do uso da classificação internacional de produtos e serviços

¹¹ O Poder Judiciário pode interferir no processo de registro de marcas – o que é feito de maneira residual e limitada.

(Classificação de Nice). Logo, os dados anteriores a este período estão depositados no INPI na antiga classificação nacional.¹²

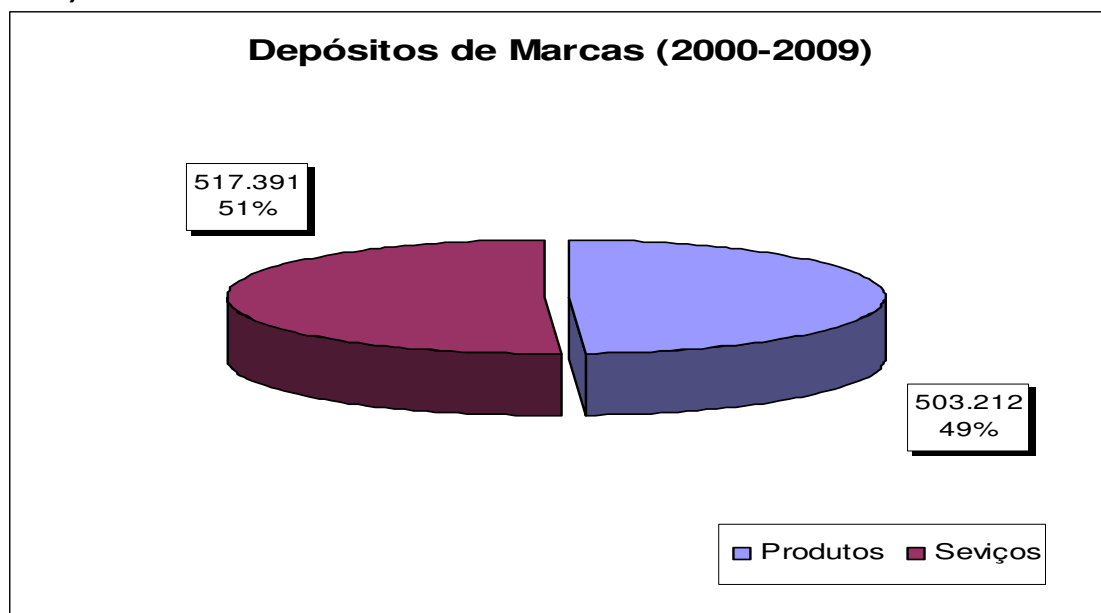
O total de depósitos de marcas no INPI na primeira década do século XXI foi de 1.020.603 pedidos, o que representa uma média superior a 100.000 pedidos por ano.

O gráfico 1 apresenta como característica do sistema de marcas brasileiro um equilíbrio entre o número de depósitos de produtos (49%) e serviços (51%), pendendo a favor deste último.

A década apresentou média em torno de 52.000 depósitos de marcas de serviços e 50.000 de produtos, anuais. Contudo, torna-se necessário aprofundar os dados estatísticos de maneira que se possa descortinar o desenvolvimento desta década, elaborando um cenário mais preciso do sistema de marcas brasileiro, possibilitando análises mais robustas deste sistema, o que em si já é uma contribuição, e, secundariamente, através da comparação com outras bases estatísticas, verificar a comunicação deste sistema com outros já consolidados como categorias de análise.

¹² Existem casos de reclassificação da nacional para a internacional.

Gráfico 1 – Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

O volume e a variação de depósitos anuais são demonstrados pelo gráfico 2. Verifica-se que embora, a média de depósitos totais tenha ficado acima de 100.000 pedidos/ano, durante cinco anos seguidos, de 2002 a 2006, o volume de depósitos ficou abaixo de 100.000.

O início da década foi marcado por um volume de depósitos (108.227) que apenas seria ultrapassado em 2008, sendo encerrada com um volume de depósitos de 106.414 em 2009, uma variação negativa forte quando comparada com o ano anterior, queda de 12,4%. Contudo, esse foi o terceiro maior ano em volume de depósitos.

Embora não aprofundemos a análise econômica, neste momento, ressaltamos que a crise econômica mundial teria sido iniciada no 2º semestre de 2008, sendo sentida no Brasil de forma mais intensa em 2009 – adicionalmente, informa-se que o volume de depósitos alcançou o número de

121.686 em 2010 – crescimento de 14,4% (os dados de 2010 não foram colocados no gráfico por conta do recorte temporal).

No recorte temporal de 10 anos, observe-se que o sistema de depósitos de marcas tem variações consideráveis, atingindo um auge de 16,7% em 2008 na comparação com o ano imediatamente anterior (2007), e maior queda em 2009, 12,4%.

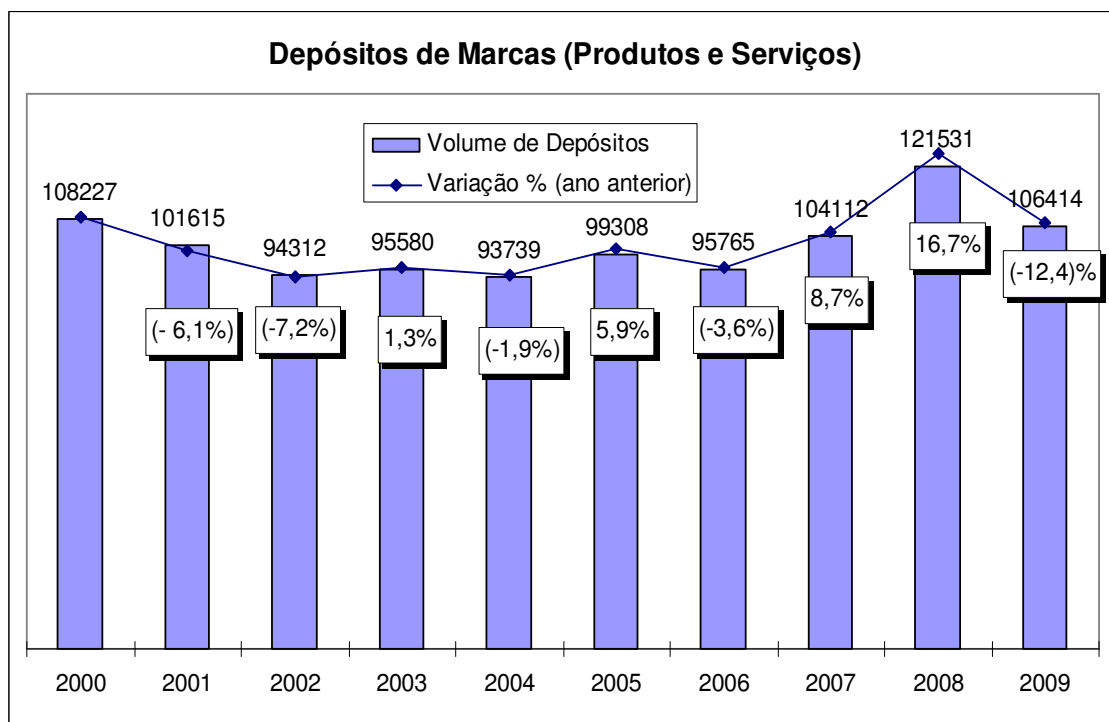
Em 2001 e 2002 há uma contínua desaceleração com queda de 6,1% e 7,2%, respectivamente, atingindo um patamar de (-13,3%) em relação ao início da década.

Entre 2002 e 2006, o que coincide na esfera política com o primeiro mandato do Presidente Lula, ocorre estabilidade no sistema, se comparados com as variações ocorridas no início e fim da década.

Nos anos de 2003 a 2006 os depósitos oscilam ano após ano em positivo e negativo, com a variação mais brusca em 2005, crescimento de 5,9% com redução no ano seguinte de 3,6%

Em 2007 tem início uma aceleração no volume dos depósitos, que em dois anos (2007 e 2008) significaria um incremento de 25,4 (ou 1/4) em relação ao período de 2002-2006. Ainda que em 2009 tenha ocorrido uma queda de 12,4% em relação a 2008, esta não seria capaz de colocar àquele ano, como o próprio período, como negativo, uma vez que significou o 3º maior ano em depósitos da série.

Gráfico 2 - Depósitos de Marcas no Brasil por Volume e Evolução % (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Em termos de volume e variação de depósitos de marcas, considerando o ano início (2000), podemos dividir a década entre três períodos distintos:

- i) 2001 - 2002 – redução (-13,3%)
- ii) 2003 - 2006 – estabilidade (1%)
- iii) 2007 - 2009- crescimento (13%)

Números e gráficos (deles derivados), por si só, não descrevem “realidades”, mas, são tentativas de descrição o mais próximas de uma “realidade construída”. Neste contexto, apresentamos outra abordagem de maneira a enriquecer a percepção, em que a década é dividida em dois períodos distintos, excluindo o ano base 2000:

- i) 2001-2004 – redução (-13,9%)
- ii) 2005-2009 – crescimento (15,3%)

Sob esta análise, o gráfico 2 demonstraria que entre os anos de 2001 e 2004, ocorreu uma redução em torno de 14% do número de depósitos de marcas, retomando, em 2005, um processo de crescimento que atingiria o máximo em 2008, acumulando quase 28%, mantendo-se alto ao final da década, com o saldo de 15% de crescimento neste período.

Metodologicamente, o filtro de análise escolhido está na direção dos três períodos distintos.

O próximo passo na análise do comportamento do sistema de depósitos de marcas no Brasil a partir da entrada em vigor da classificação internacional no país é sua depuração em “marcas para produtos” e “marcas para serviços”, ano a ano. O gráfico 1 apresentou, anteriormente, o volume ao final da década de 517.391 depósitos de marcas para “serviços” (51%) e 503.212 (49%) para “produtos”. Os gráficos 3, 4 e 5, aprofundarão esta análise.

Conforme o gráfico *de linha* (gráfico 3), foi em 2004 que o número de depósitos de marcas de serviços ultrapassou o de produtos. Sendo este ano o único período em que a linha dos depósitos de serviços segue tendência contrária da linha de produtos. Após esta “ultrapassagem”, ambas continuaram a apresentar comportamento semelhante. Contudo, a curva de tendência apresentada no gráfico 5 demonstra que a tendência de depósitos de marcas de produtos na década é de estabilidade em torno de 50.000 depósitos, enquanto a tendência de marcas de serviços é de crescimento contínuo, devendo ultrapassar a marca de 60.000 depósitos nesta 2ª década do século XXI. Ou seja, ao longo da década, os comportamentos são diversos, mas não contrários.

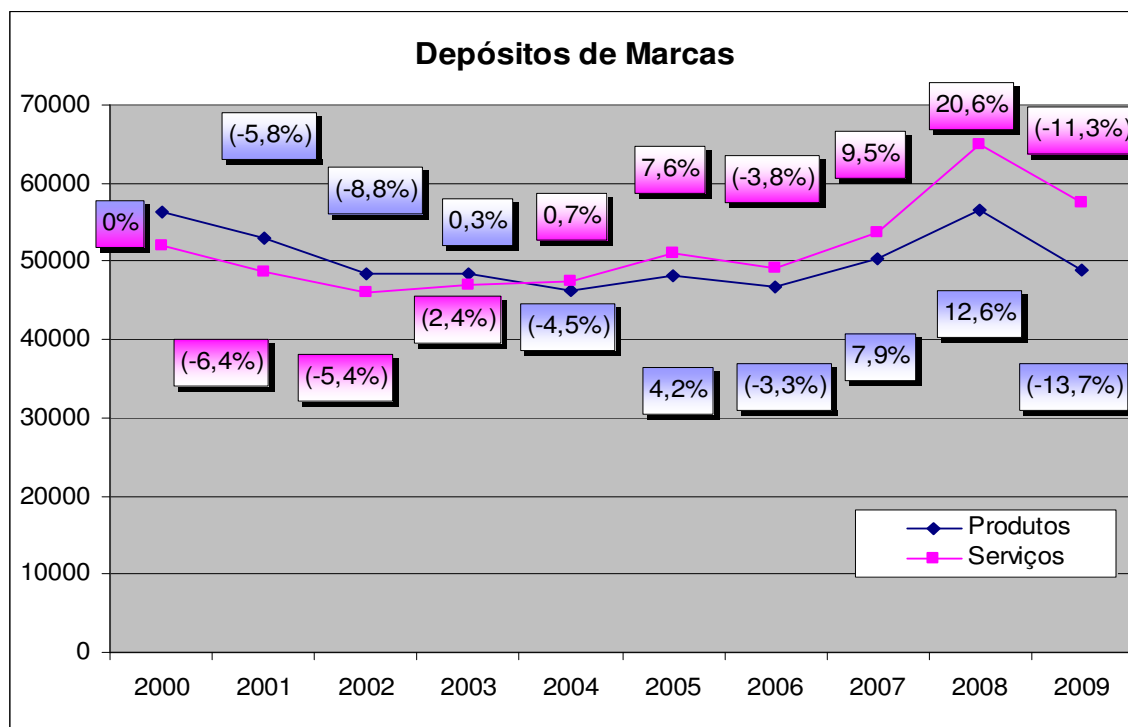
O início do decréscimo dos depósitos de produtos ocorrerá em 2002, coincidindo no plano político com o início do Governo Lula, naquele momento ocorre uma queda de quase 9% nos depósitos de produtos, acompanhada de uma redução pouco menor dos depósitos de serviços (- 5,4%), a queda de produtos seria 3,4 % maior do que em serviços. No ano anterior, a redução de pedidos havia sido mais forte em relação a serviços (-6,4%), do que em produtos (-5,8%), ou seja, o início da década não explicaria seu final.

Em 2003 a diferença de crescimento de depósitos foi de 2,1 % a favor de serviços, somando 5% de diferenciação em 2 anos, ocorrendo em 2004 a “ultrapassagem” do volume de pedidos absolutos de serviços em relação a produtos. O ano é o único da década em que as curvas de tendências são contrárias, crescimento de 0,7% para serviços, redução de 4,5% em produtos, o que na prática é 5,2 % de diferenciação. A partir daí, toda a década será marcada por comportamentos semelhantes entre produtos e serviços, quando ocorre crescimento de pedidos, ocorre para as duas classes, quando ocorre redução, idem.

Em 2007 ocorreu uma explosão de pedidos (produtos, 7,9% serviços, 9,5%), logo suplantada pelo ano de 2008, quando ocorreu um crescimento (proporcional) 8 % superior ao aumento de produtos, este que já foi alto (12,6%).

O ano do distanciamento é o de 2008, entretanto, tem-se dois anos a serem melhor analisados, 2004 e 2008, como aqueles que redefinem a década.

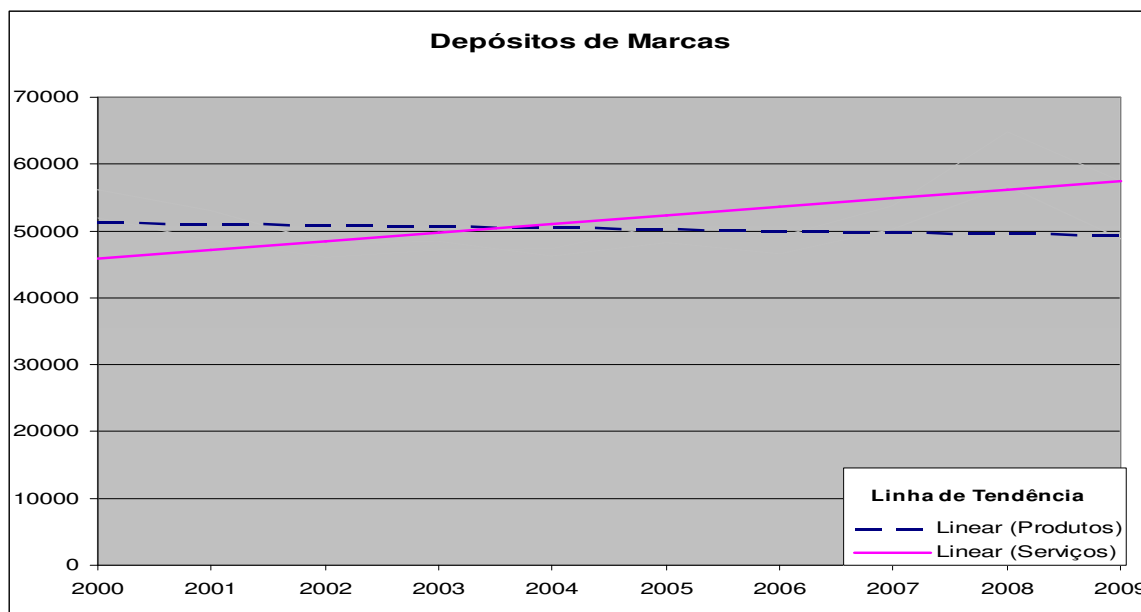
Gráfico 3 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Evolução % (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

O gráfico 4 apresenta as linhas de tendência dos comportamentos dos depósitos, a tendência é claramente de aumento do volume de depósitos de serviços, enquanto a tendência dos produtos é de redução. Aguarde-se a consolidação dos dados de 2010 para observar se a tendência irá se comprovar.

Gráfico 4 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Linha de Tendência (2000-2009)



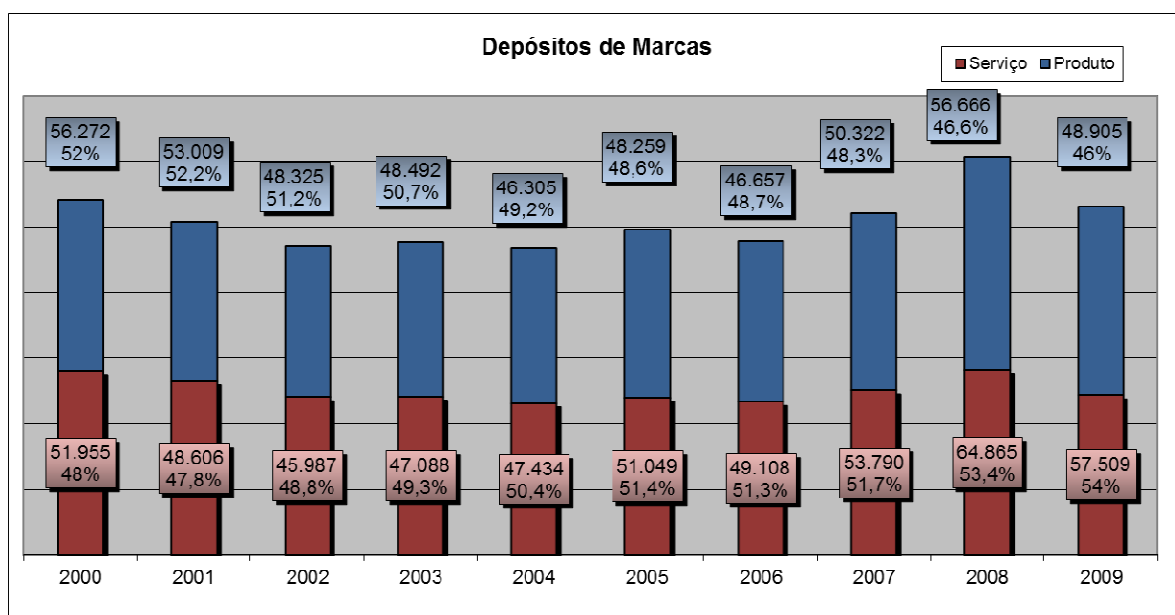
Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

O volume e a proporção de marcas, diferenciadas por produtos e serviços, ano a ano, são evidenciados no gráfico 5.

Observe-se que o volume máximo de pedidos de marcas de produtos é atingido em 2008 (56.666 depósitos), contudo, este é o segundo ano em que proporcionalmente há menos marcas de produtos, 46,6%, sendo superado apenas por 2009, 46%. Enquanto o volume de marcas de produtos flutua ano a ano, serviços atinge o pico em 2008, 64.845 depósitos, e o menor valor em 2002, 45.987; produtos, mínimo em 2004, 48.325.

O gráfico 5 demonstra que a proporção de marcas de serviços e de produtos tem se alterado a cada ano de forma a aumentar a parcela dos depósitos de serviços ininterruptamente desde 2002, sendo que a partir de 2004, mais da metade dos depósitos passam a ser de serviços.

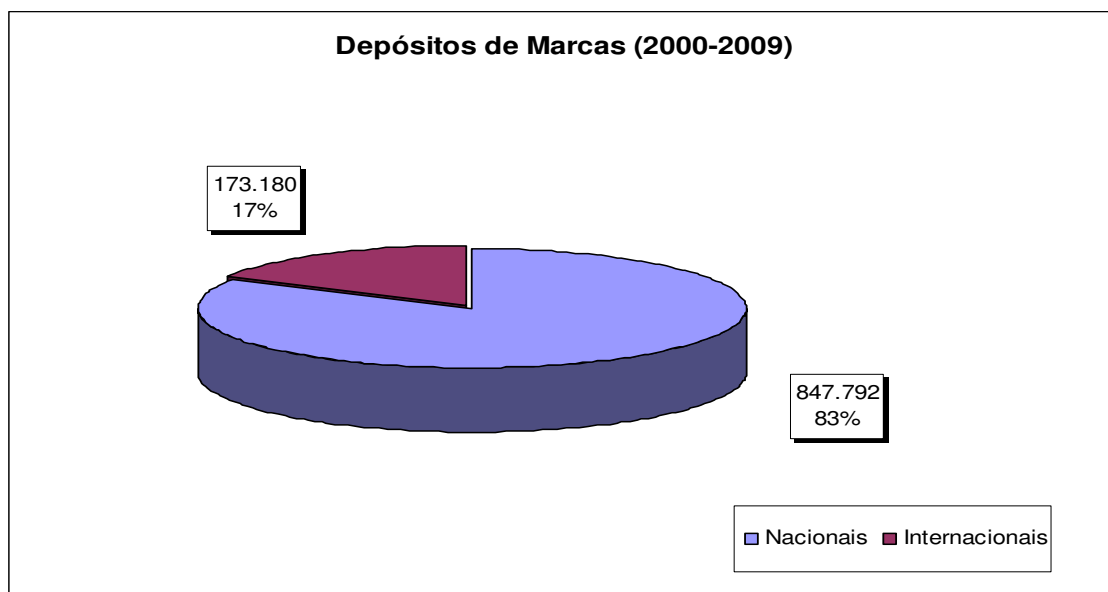
Gráfico 5 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil, Volume e Proporção (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

O cômputo da década (gráfico 6) apresenta o sistema de marcas brasileiro sendo utilizado majoritariamente por usuários residentes no Brasil, em torno de 83%, enquanto 17% dos depósitos de marcas são oriundos titulares internacionais.

Gráfico 6 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular na década, Total

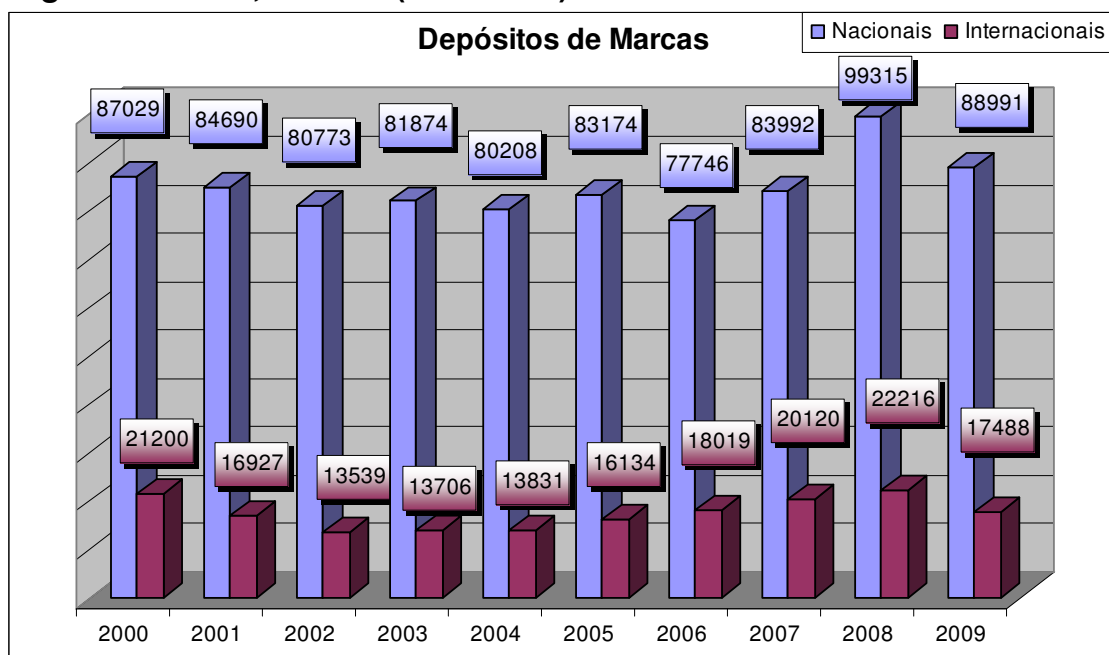


Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

O gráfico 7 permite analisar ano a ano o volume de depósitos distinguidos por origem do titular, nacional ou internacional.

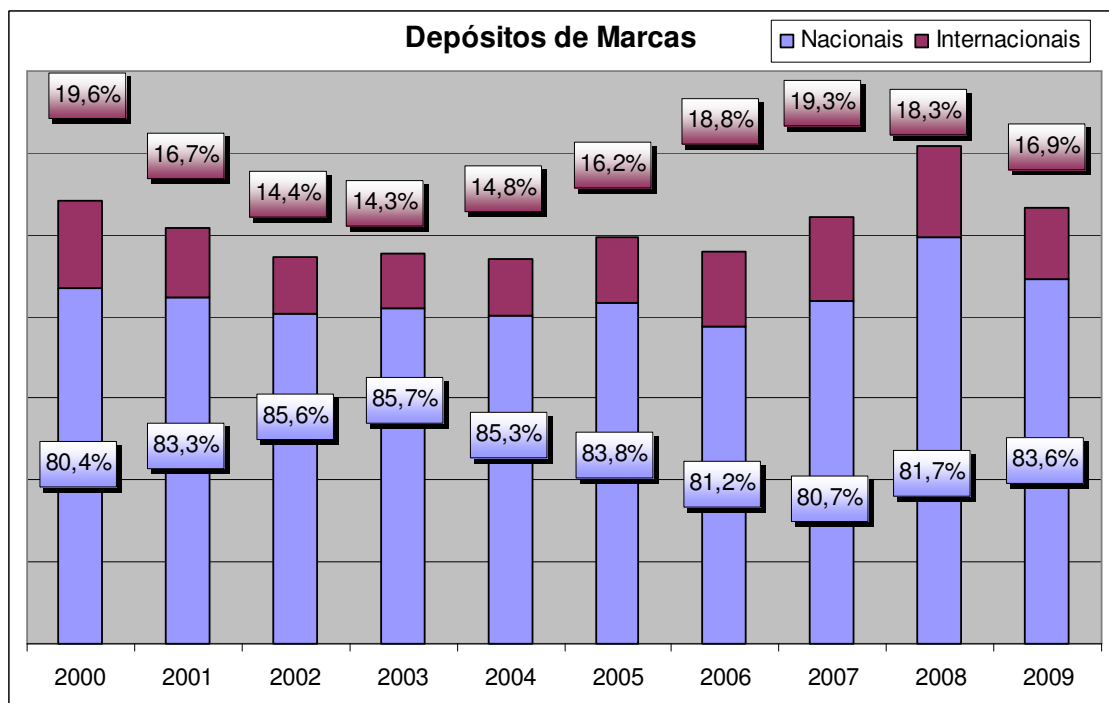
Em termos absolutos o ano com menos depósitos nacionais foi 2006, 77.746, enquanto 2008 com 99.315, o com maior volume. Contudo, demonstra o gráfico 8 que proporcionalmente não será 2006 a menor participação dos nacionais (81,2%), mas em 2000 (80,4%). Será em 2003 o ano em que a proporção de nacionais será menor (85,7%).

Gráfico 7 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil), por origem do titular, Volume (2000-2009)



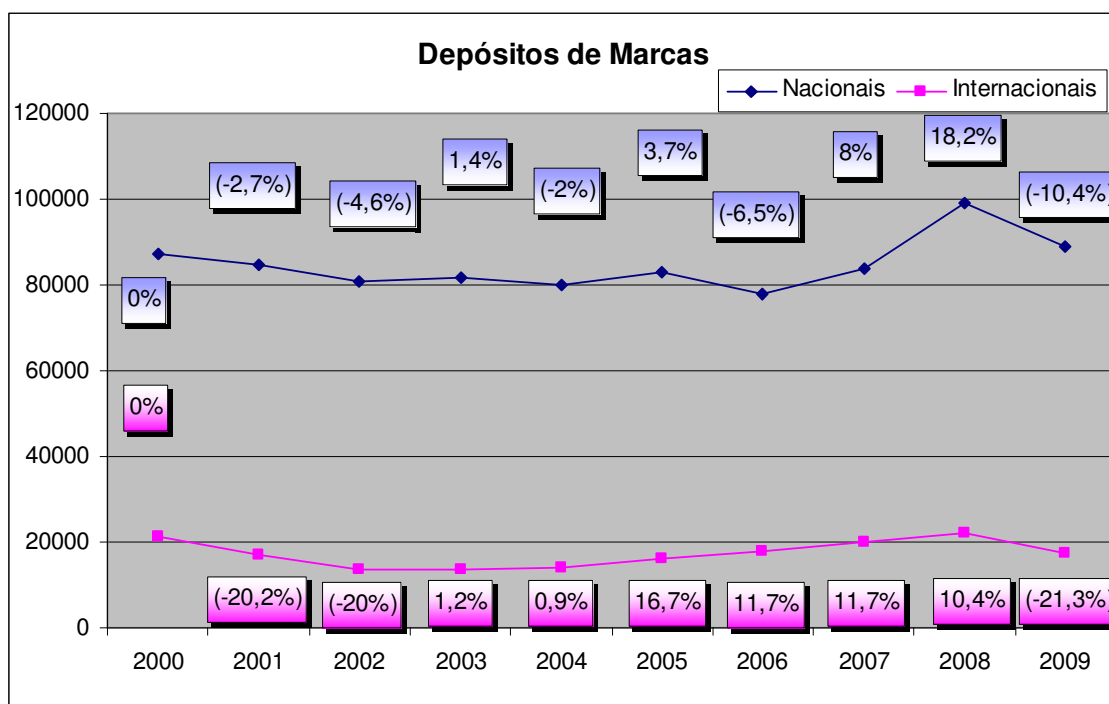
Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Gráfico 8 - Depósitos de Marcas de Produtos e Serviços no Brasil), por origem do titular, Proporção (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Gráfico 9 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular, Evolução % (2000-2009)

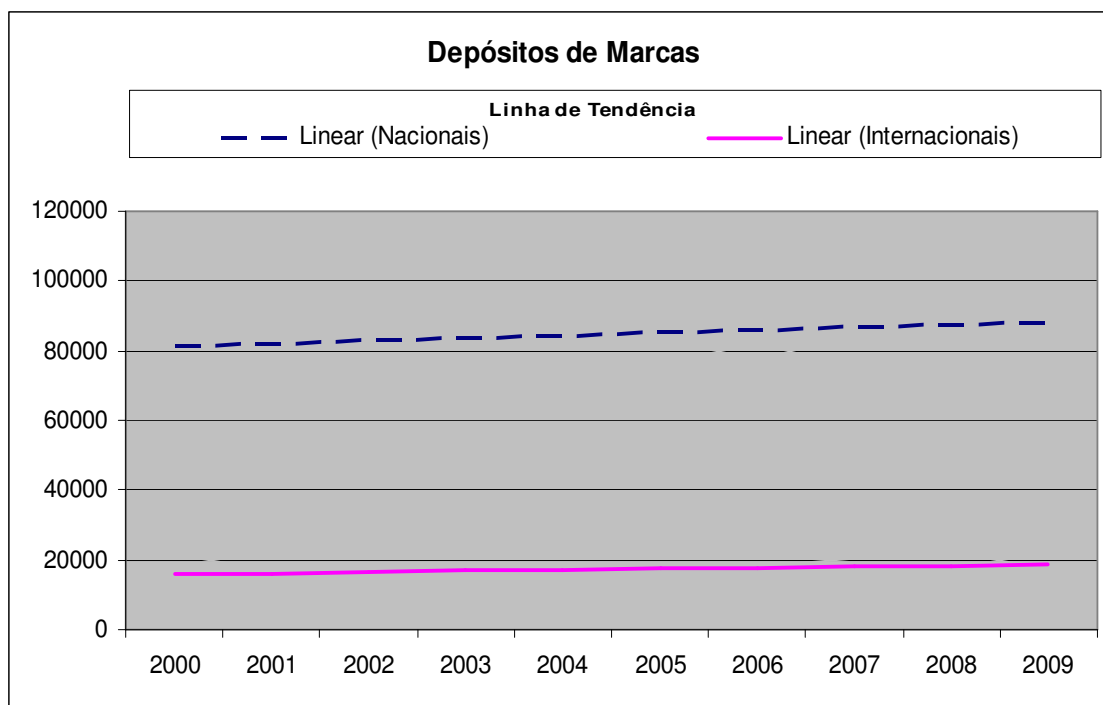


Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

As linhas de tendências apresentadas no gráfico 10 apontam para o crescimento dos depósitos (o que se verificou em 2010 com 121.777, ou 14,4%), sendo que a linha do segmento internacional segue mais estável.

A oscilação dos depósitos nacionais pode ter correlação com os momentos de reajuste do valor das retribuições dos serviços do INPI, enquanto que aos usuários internacionais os valores parecem não interferir.

Gráfico 10 – Depósitos de Marcas no Brasil por Origem do Titular, Linha de Tendência (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

A análise dos depósitos por classes que é permitida pela visualização dos gráficos 11, 12 e 13 é importante para a elaboração de testes da hipótese dos depósitos servirem como indicadores de atividade econômica.

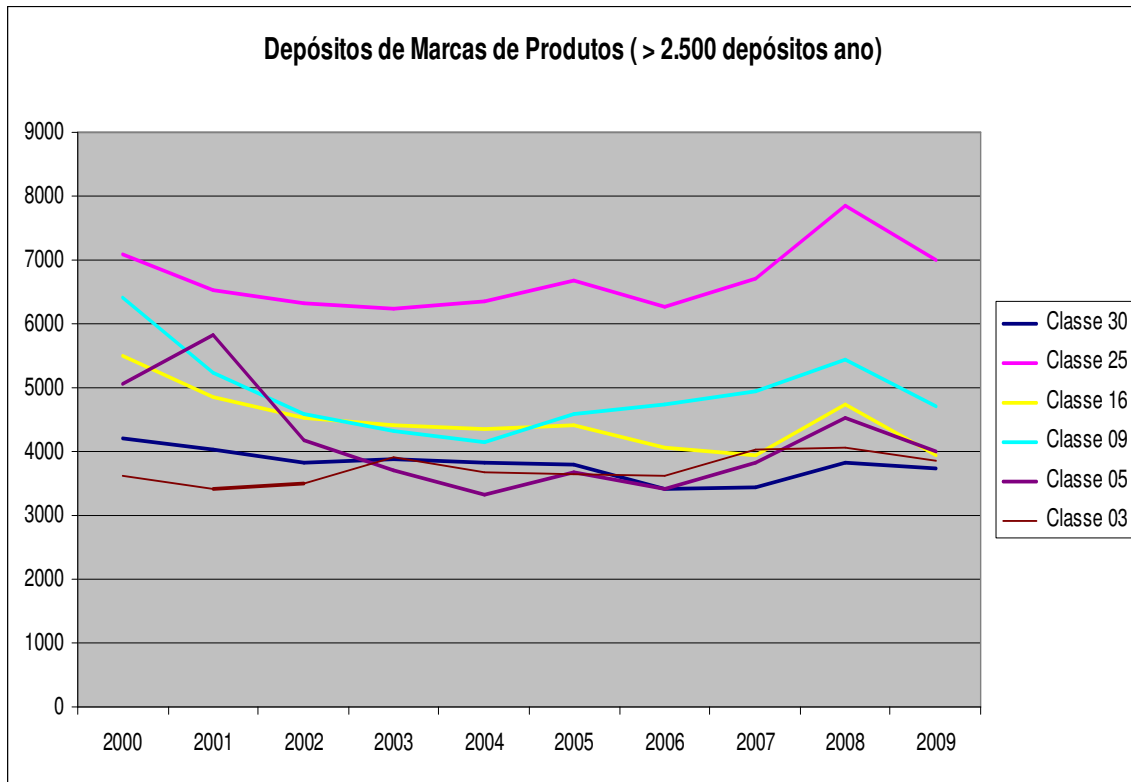
As classes de produtos (01 a 34), para fins de visualização gráfica tiveram que ser divididas. O gráfico 11 contém as classes com volume superior a 3000 depósitos por ano, enquanto o gráfico 12 contém o restante.

As classes de produtos com maior volume são, pela ordem: 25, 09, 05, 16, 03 e 30.

As classes de serviços (35 a 45) visualizadas no gráfico 13, têm nas classes 35 e 41 volumes superiores a 10.000 depósitos por ano.

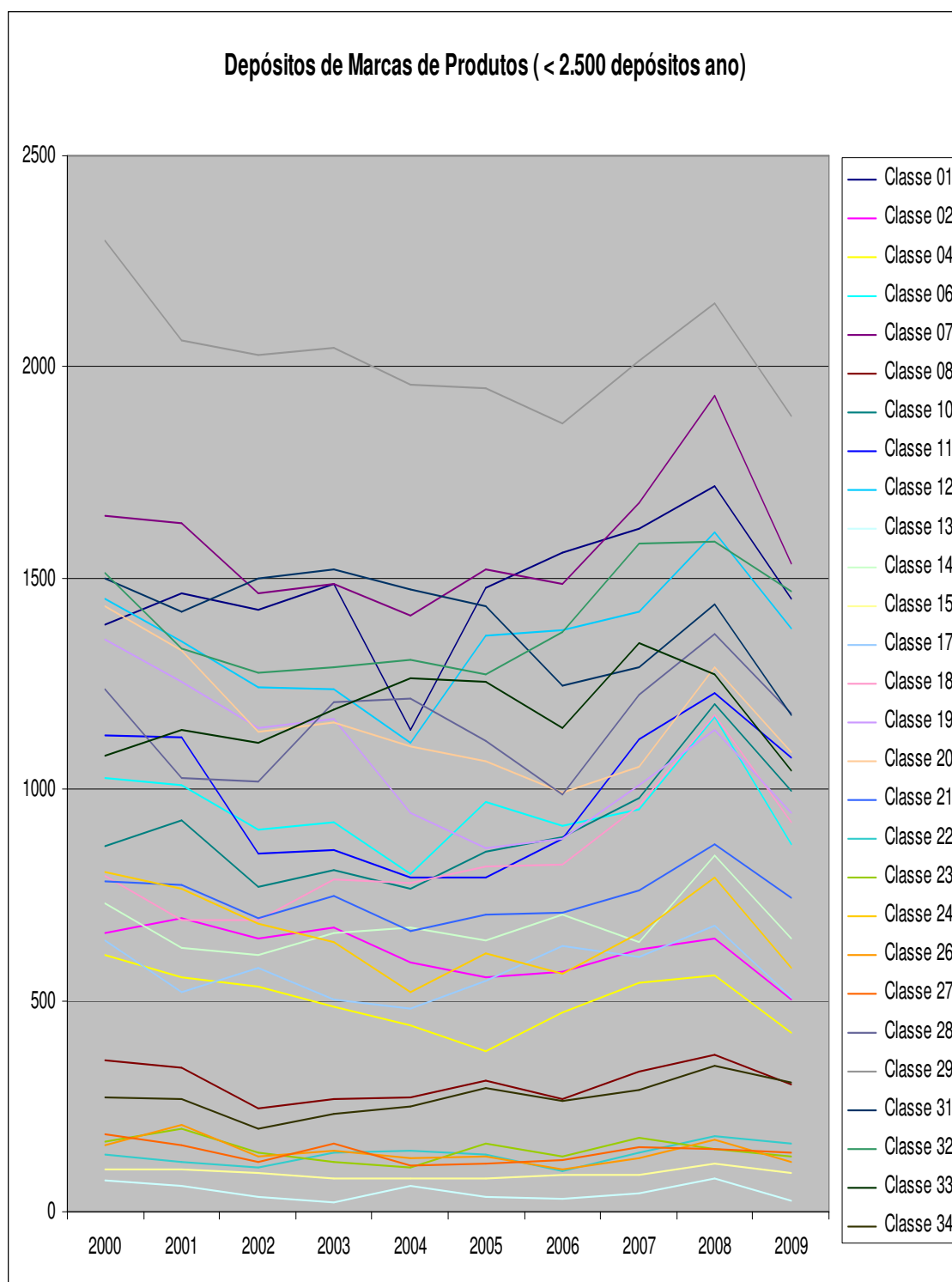
A descrição das classes de produtos e serviços está no Apêndice A (p. 94).

Gráfico 11 - Depósitos de Marcas de Produtos no Brasil por Classe (2000-2009), acima de 2.500 depósitos médios por ano



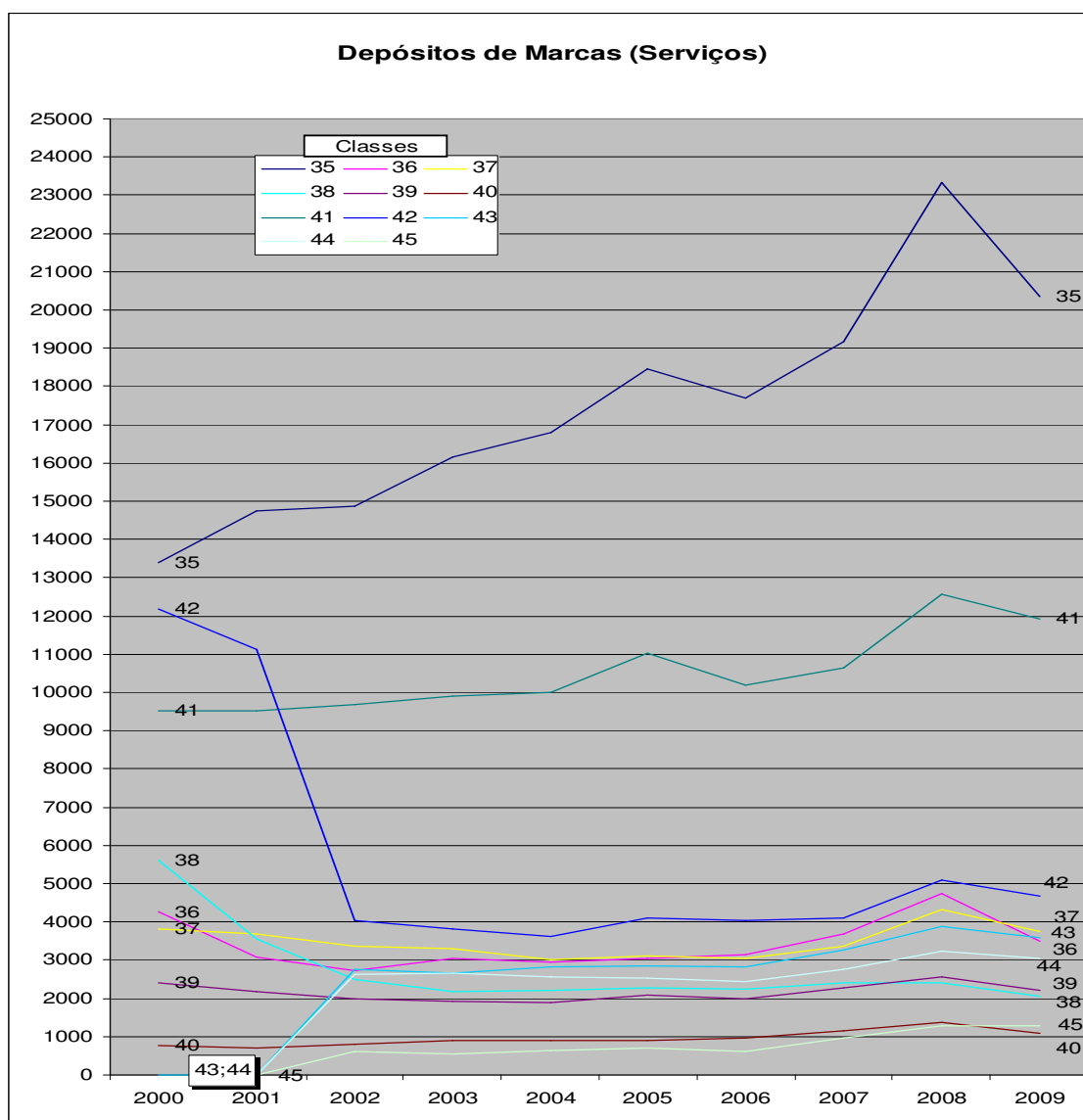
Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Gráfico 12 - Depósitos de Marcas de Produtos no Brasil por Classe (2000-2009), abaixo de 2.500 depósitos médios por ano



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Gráfico 13 - Depósitos de Marcas de Serviços no Brasil (2000-2009)



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

3.2 O DEPÓSITO DE MARCAS NO MUNDO

A análise dos dados disponíveis dos depósitos de marcas no mundo (gráfico 14) deve levar em consideração existência do Protocolo de Madrid e do modelo de depósito multiclassas utilizado pelos países membros, em que um depósito pode ser estendido para até três classes.

Nos últimos anos, desde 2008, a OMPI tem disponibilizado sua base de dados com informação de todos os países, porém, como esta base depende de fornecimento de informação por cada país de origem, ela ainda carece de atualização.

A relação dos 15 países com maiores depósitos de marcas do mundo possivelmente está correta, entretanto, é provável que ocorra uma mudança de posições quando os dados passarem por nova atualização.

O Brasil fechou o ano de 2009 como 9º país com mais depósitos de marcas do mundo, sendo o 1º da América da Latina – que tem o México como 2º país em 14º.

A China ostenta o 1º lugar em depósitos de marcas com um número de depósitos quase oito vezes maior que o brasileiro e em torno de duas vezes e meio maior que o 2º colocado, os E.U.A.

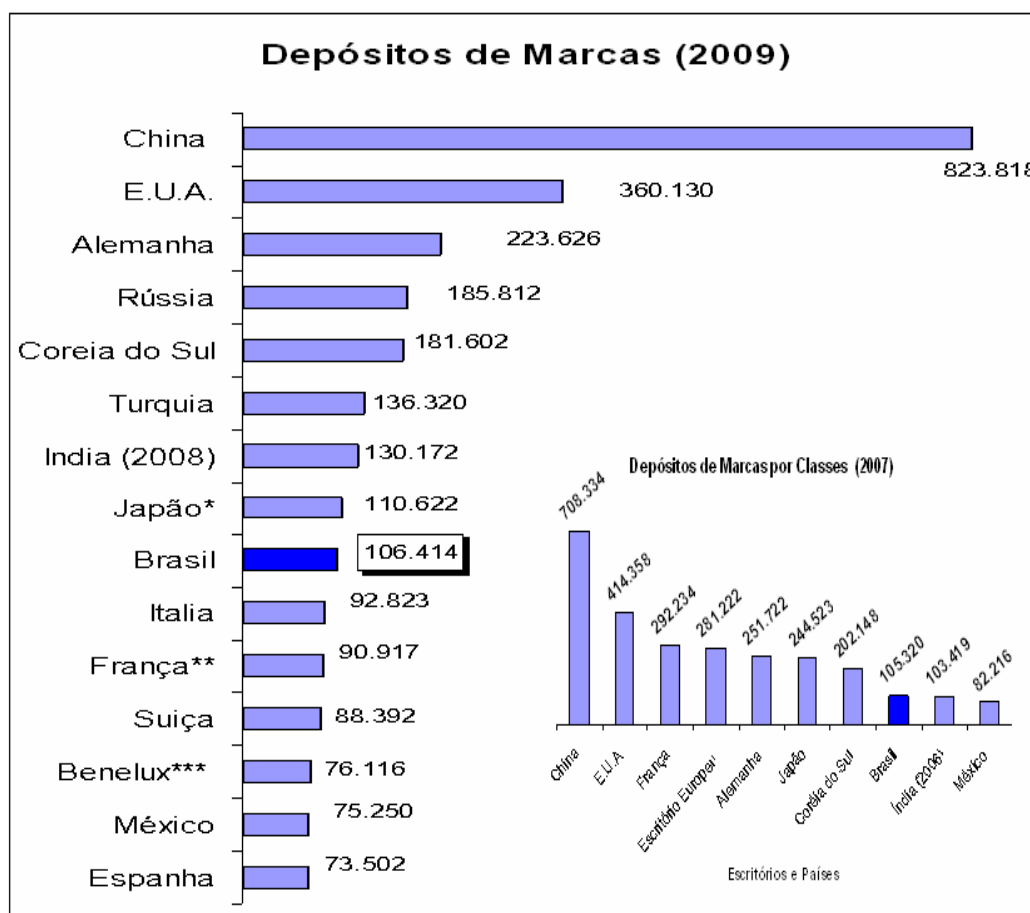
A Alemanha está em 3º lugar com 223.626 depósitos, contudo, é possível que a França tenha superado este número, pois, em 2007 o país teve 292.234 depósitos, conforme gráfico incluso. Situação semelhante passa o Japão, em que os números fornecidos pela OMPI não parecem estar filtrados pelo sistema multiclassés.

Os indicadores de 2007 e 2009, observadas as dificuldades técnicas informadas, ainda não permitem concluir que o modelo de distribuição de volume de depósitos no mundo tenha de fato se alterado permanentemente. Por exemplo, a China, em 2007, 1º colocado, não alcançava o dobro de depósitos do 2º, os E.U.A., ou, se somados o 2º e 3º (França), estes possuíam mais depósitos que o gigante asiático. Em 2009, a China ultrapassou o dobro

de depósitos do 2º colocado (E.U.A), assim como a soma do 2º e 3º colocados. Sendo que a posição outrora ocupada pela França, foi para a Alemanha – ressalve-se que os dados franceses parecem estar relacionados apenas ao primeiro depósito, quando ainda não foram identificados no sistema multiclassas.

É possível perceber que os países que em tese sofreram menos com a crise financeira em 2008 e 2009. Observe-se, ainda, que os países da Tríade (E.U.A, U.E. e Japão), incluindo a Coreia do Sul, tiveram diminuição de depósitos, o que pode sugerir a correlação direta entre os depósitos de marcas e a atividade econômica mundial.

Gráfico 14 – Depósitos de Marcas nos 15 Maiores Países em Volume



Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio. Obs: * Japão possivelmente terá um número maior de depósitos por classes.
 ** França, idem. *** Bélgica, Holanda e Luxemburgo.

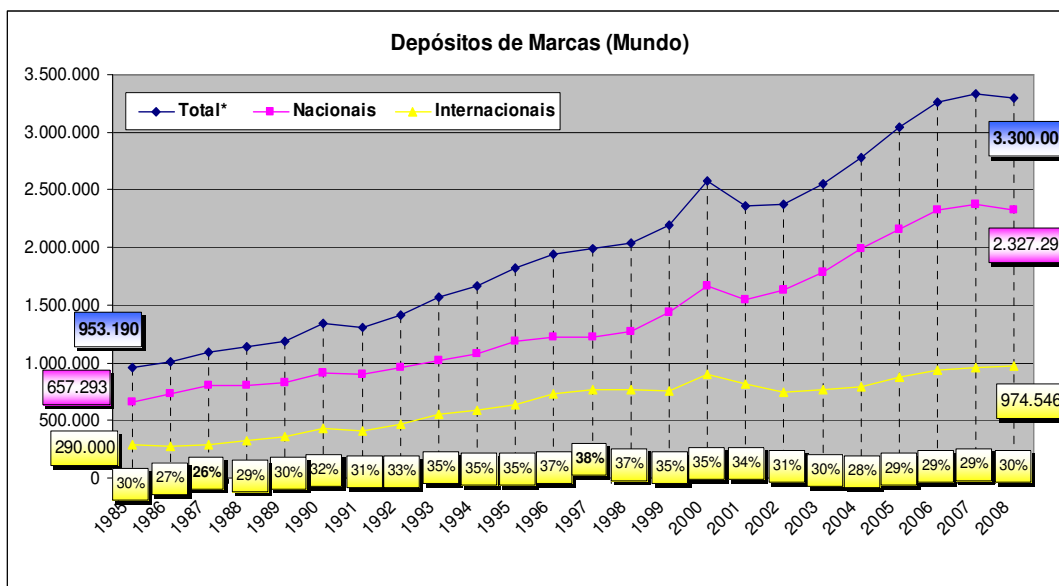
O total de depósitos nos primeiros 10 países é de 2.351.339, o que, caso repita-se no ano de 2009 a estabilidade de depósitos totais do mundo no período 2007-2008, conforme gráfico 15, em torno de 3.300.000, significa que em torno de 70% dos depósitos do mundo estão concentrados nestes países.

3.2.1 O Depósito de marcas no mundo entre 1985 e 2008

O gráfico 15 demonstra o crescimento dos depósitos de marcas no mundo no período de informação disponível de 1985 a 2008.

No primeiro ano da amostra comparativa o volume de depósitos internacionais representava 30% do total, proporção que permanecerá em 2008 no fim da amostra. Contudo, a proporção média no período conta com o período de declínio entre 1986-1988, atingindo o mínimo de 26% em 1987, posteriormente subindo e permanecendo acima de 30% até 2002, atingindo o auge de 38% em 1997. Ou seja, é possível inferir se os dados demonstrariam uma maior internacionalização da economia no período, e se traduziriam um eventual momento de retração, ou “nacionalização” de marcas. Análise minuciosa sobre os dados da China poderiam verificar esta hipótese, uma vez que alterações no regime de depósitos naquele país têm impacto forte no montando global.

Gráfico 15 – Depósitos de Marcas no Mundo (1985-2008) por origem do titular, nacionais e internacionais



Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio *Obs: Em 1985 e 2008 (Total = nacionais + internacionais + outros)

3.2.2 O Depósito de Marcas no Mundo em 2009 (Estimativa)

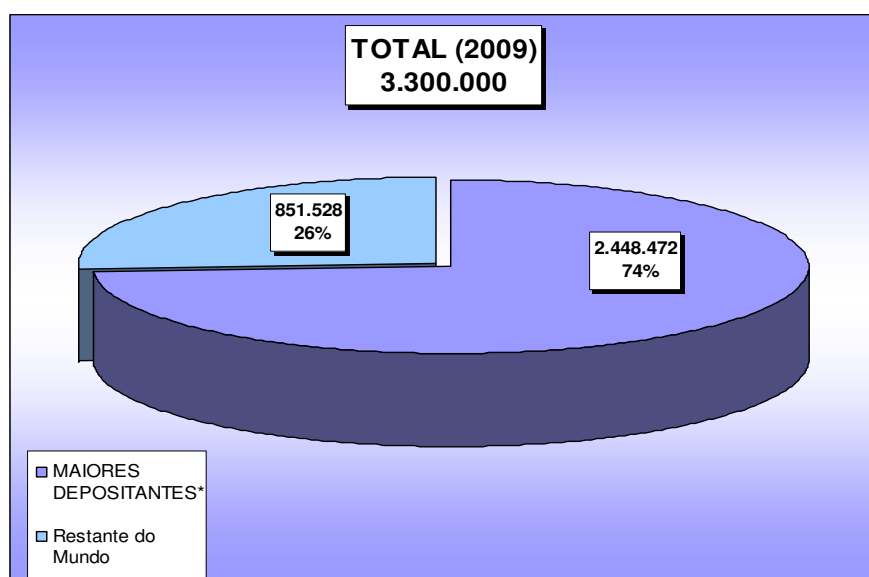
A análise que se segue considerou o ano de 2009, gráfico 16, com o mesmo número de depósitos totais no mundo que em 2008 (3.300.000), portanto, tratando-se de uma estimativa. Enquanto os dados dos países em recorte são de fato os referentes ao ano corrente de 2009, gráficos 18, 19 e 20.

O comportamento estável dos depósitos no período (variação positiva de 2% em 2007, relativa a 2006 e negativa de 1% 2008, relativa a 2009) e o perfil dos países com maiores depósitos, permite que esta projeção seja desenvolvida de maneira suficiente, uma vez que os dados por classe para o ano de 2008 são deficitários.

Os 15 primeiros países com maiores depósitos de marcas somaram juntos em 2009 pelo menos 2.448.472 depósitos, cerca de 74% dos pedidos mundiais, conforme gráfico 16. Contudo, a dificuldade em obter dados

detalhados do número de depósitos por classe de alguns destes países, foi determinante para excluir Índia, Japão e México (gráfico 17) da análise por classificação, exposta a partir do gráfico 18.

Gráfico 16 – Depósitos de Marcas nos Países mais depositados em 2009¹³



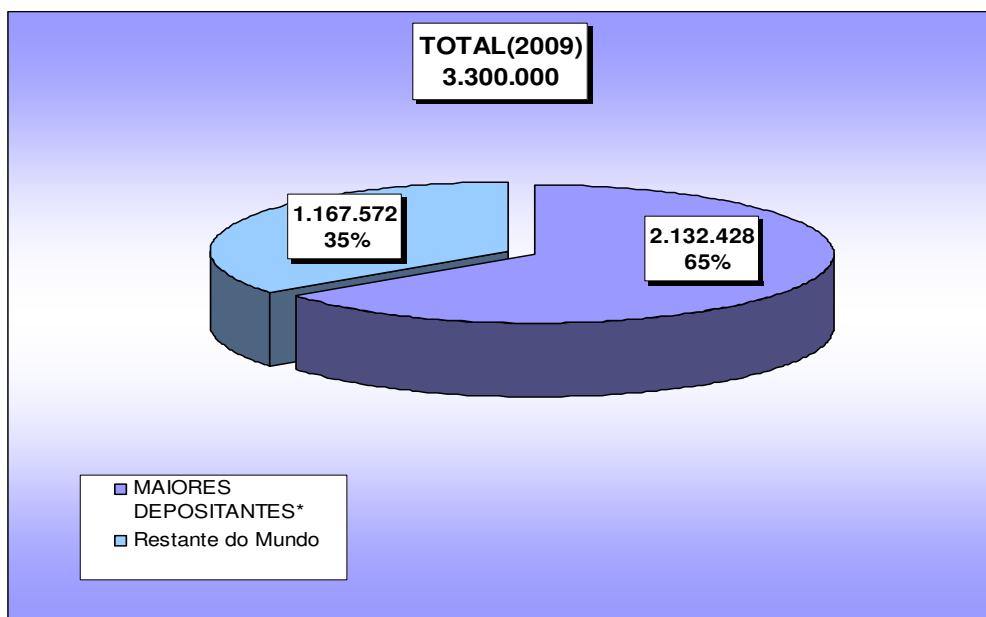
Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio

Obs: 15 países: China, E.U.A, Alemanha, Rússia, Coreia do Sul, Turquia, Índia, Japão, Brasil, Itália, França, Suíça, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo), México e Espanha.

O gráfico 17 demonstra que entre os 15 países com maiores depósitos de marcas em 2009, reduzidos a 12, em função da não disponibilidade de dados de dados por classe de Índia, Japão e México. Tem-se uma representação de 65% do volume mundial no período. Permitindo este número que se prossiga na análise do perfil de distribuição por classes dos depósitos para uma inferência mundial, na ausência de dados totais e confiáveis sobre o total do mundo.

¹³ Estimativa para volume de 2009, reproduzindo o valor de 2008.

Gráfico 17 – Depósitos de Marcas nos Países Mais Depositados em 2009, excluídos Índia, Japão e México)



Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio Obs: 12 países: China, E.U.A, Alemanha, Rússia, Coréia do Sul, Turquia, Brasil, Itália, França, Suíça, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo) e Espanha. * Dados não disponíveis de Índia, Japão e México.

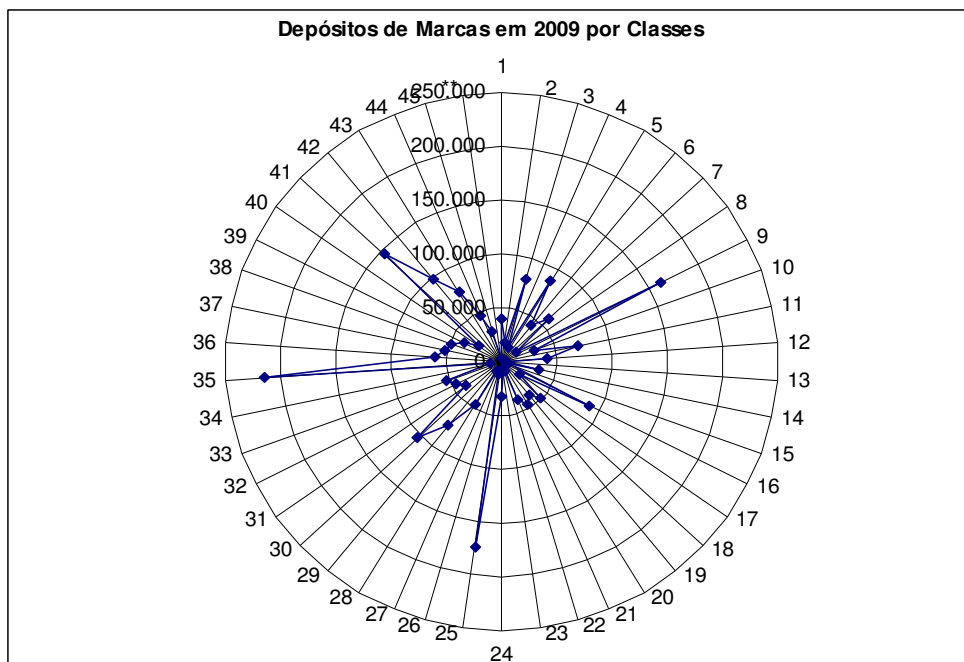
3.2.2.1 Análise por Classe

A Classificação Internacional de Classes estabelece em sua última versão (9ª) que as 34 primeiras classes pertencem a produtos, enquanto coube à área de serviços 11 classes, da 35 a 45.

O gráfico 18 permite a visualização do volume de cada classe em comparação com as demais, em que seis classes distinguem-se com volume de pelo menos 100.000 depósitos, sendo três produtos e três de serviços (descrição das classes no Anexo), pela ordem:

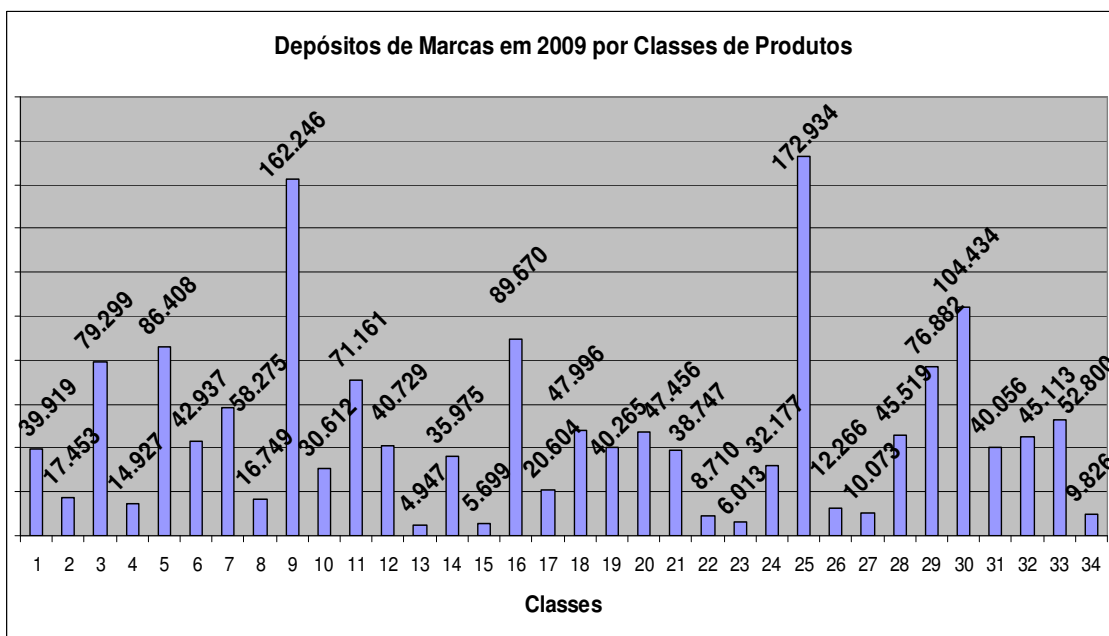
- 1º – classe 35 (serviço)
- 2º – classe 25 (produto)
- 3º – classe 09 (produto)
- 4º – classe 41 (serviço)
- 5º – classe 30 (produto)
- 6º – classe 42 (serviço)

Gráfico 18 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009, por Classes (Produtos e Serviços)



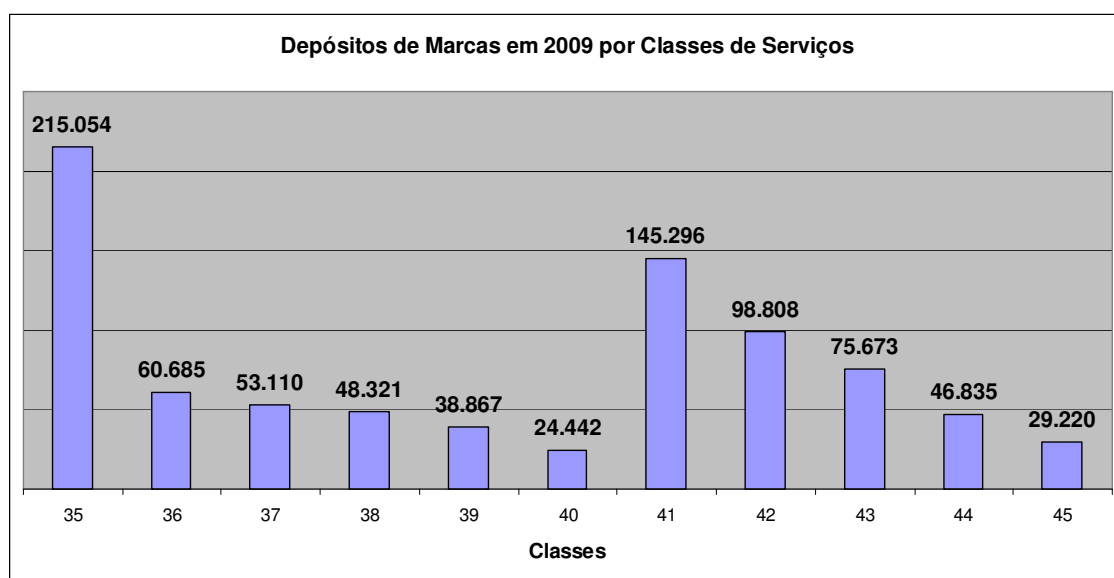
Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio Obs: 12 países: China, E.U.A, Alemanha, Rússia, Coréia do Sul, Turquia, Brasil, Itália, França, Suíça, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo) e Espanha. * Dados não disponíveis de Índia, Japão e México.

Gráfico 19 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009 por Classes de Produtos



Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio Obs: 12 países: China, E.U.A, Alemanha, Rússia, Coréia do Sul, Turquia, Brasil, Itália, França, Suíça, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo) e Espanha. * Dados não disponíveis de Índia, Japão e México.

Gráfico 20 – Distribuição dos Depósitos de Marcas nos Países mais Depositados em 2009 por Classes de Serviços



Fonte: OMPI / Desenvolvimento Próprio Obs: 12 países: China, E.U.A, Alemanha, Rússia, Coreia do Sul, Turquia, Brasil, Itália, França, Suíça, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo) e Espanha. * Dados não disponíveis de Índia, Japão e México.

CAPÍTULO IV

4. COMPARANDO INDICADORES – TESTANDO A HIPÓTESE

A descrição e análise dos depósitos de marcas no Brasil e no mundo desenvolvida no capítulo III sob os parâmetros apresentados por distinção de origem do titular e classes de produtos e serviços é a base que permitirá o teste da hipótese deste trabalho, qual seja a de que estes depósitos possam se comportar como indicadores de atividade econômica, ou, para outra abordagem, que não foi desenvolvida no trabalho em tela, trabalho na linha da discussão dos indicadores de inovação.

O teste da hipótese se dá com a comparação do recorte dos depósitos com indicadores consolidados, neste caso específico, o mais indicado é o Produto Interno Bruto (PIB).

Ressalte-se que mesmo os indicadores consolidados passam regularmente por revisões de conceito, escopo e método de aferição.

4.1. PIBs, MARCAS E PATENTES

O Produto Interno Bruto é a soma dos bens e serviços finais produzidos em um dado período dentro de um território nacional (Vasconcellos; Garcia, 2004,108). O PIB é expresso na seguinte fórmula:

$$\text{PIB} = C + I + G + X - M$$

Sendo que:

”C” representa o consumo privado;

”I” é a totalidade de investimentos realizada no período;

”G” equivale aos gastos do governo;

”X” é o volume de exportações; e

”M” é o volume de importações.

Indicador largamente utilizado para medir a riqueza dos países, quando utilizado para comparações internacionais o PIB é expresso por duas maneiras:

i) PIB nominal

ii) PIB (PPC) – por paridade de poder de compra, que toma como referência o preço dos produtos nos E.U.A., calculado através de uma cesta de produtos consumidos em todos os países (Vasconcellos; Garcia, 2004,108).

Os dois indicadores quando aplicados para o caso brasileiro não trazem grande variação, por exemplo, em 2010 seria a 8ª economia do mundo pelo critério de PIB nominal e a 7ª pelo PPC. Por sua vez, a Índia seria a 4ª economia pelo ppc e 11ª pelo critério nominal. A França, 9ª no PPA e 5ª nominal.

A fonte dos levantamentos dos dados é outro fator que pode conter alterações no indicador quando relacionadas à comparação entre países. As três fontes mais utilizadas no mundo são:

i) Fundo Monetário Internacional

ii) Banco Mundial

iii) CIA World Factbook

Os dados utilizados a seguir são oriundos do Banco Mundial e do Fundo Monetário Internacional.

A comparação dos depósitos de marcas com o comportamento econômico descrito pelo PIB deve ser elaborada não apenas por ano = ano (2009 PIB = 2009 Marcas), mas, por ano = ano anterior e posterior, pois, o

comportamento dos depósitos em relação ao momento em que entram no mercado, ainda está por ser melhor analisado. Assim, a depender do sistema de marcas de um país ser atributivo ou declarativo, ou ainda, do comportamento de determinada área industrial ou de serviços, independentemente do país, atuar depositando sua marca antes de levá-la ao mercado, ou vice-versa.

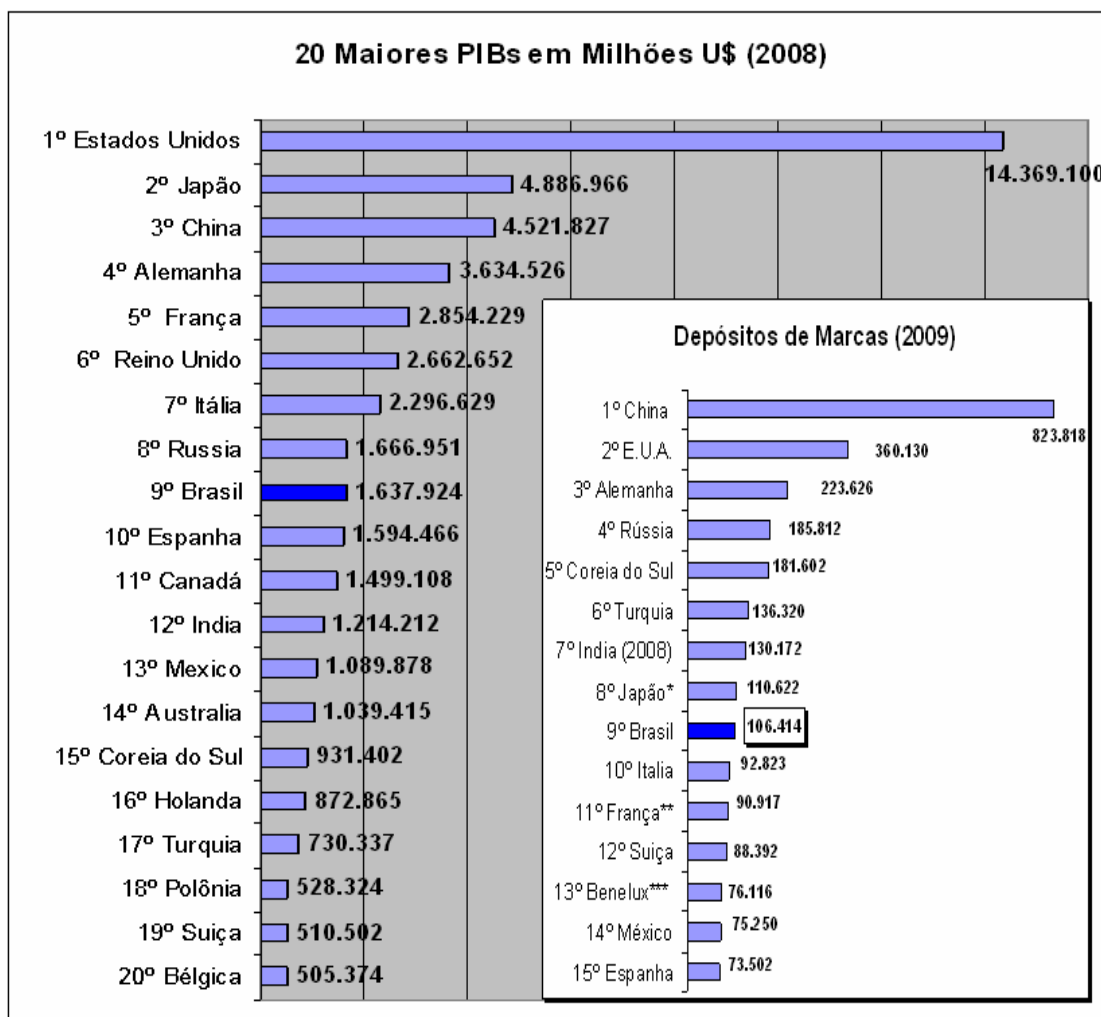
Os gráficos 21, 22 e 23 ao demonstrar a posição das 20 maiores economias em 2008, 2009 e 2010, e a posição dos 15 maiores depositantes de marcas, permite visualizar se há uma relação direta entre o tamanho das economias e o sistema de marcas.

À primeira análise, não se percebe uma relação direta em que o volume dos depósitos de marcas em 2009 traduzem a situação econômica dos países, assim como se o depósito de marcas realizado em um ano determinado funcionaria como indicador econômico do ano predecessor ou o posterior. Contudo, visualiza-se alguns padrões que embora possam ser apenas coincidência, merecem uma investigação maior.

Países como Alemanha, México e Brasil demonstram que os volumes de depósitos estão muito próximos de sua situação econômica, segundo o indicador utilizado. Ressalte-se que a Alemanha, embora esteja como 3º em volume de depósitos, seria, na prática, o 4º, pois, conforme descrito no capítulo III, aguarde-se, ainda, a consolidação dos dados da França - país que segundo seu histórico de depósitos multiclassés, provavelmente estará na 3ª posição. Confirmando o precursor interesse na Alemanha descrito em (MILLOT) e

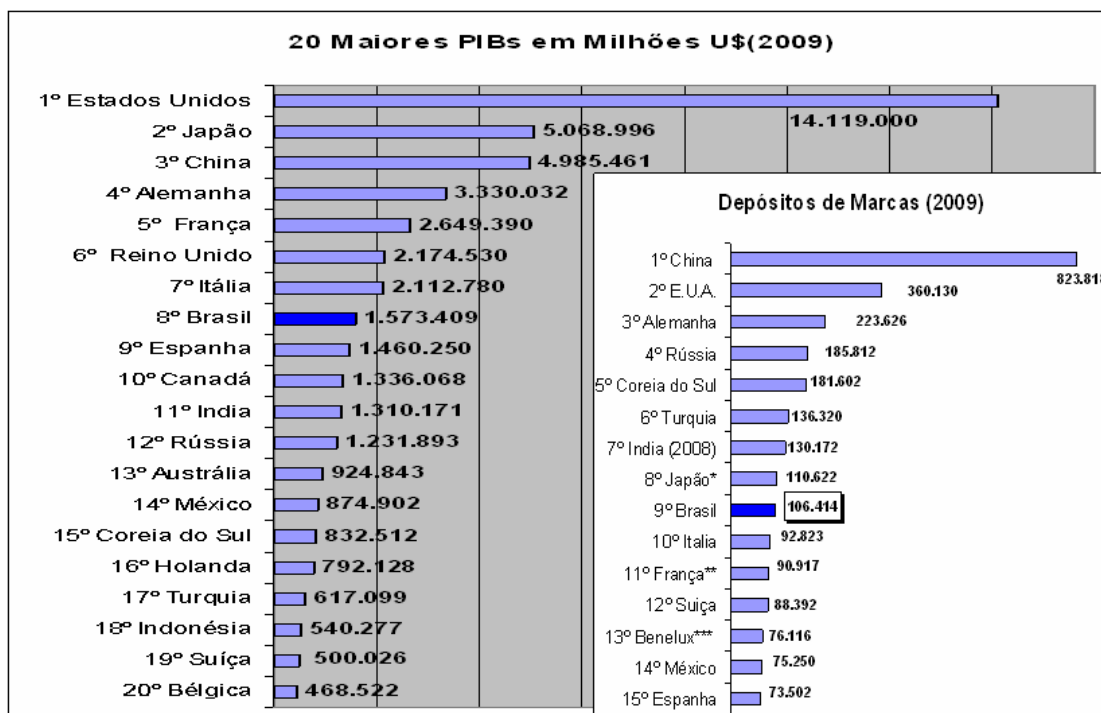
(SCHMOCH). Aquele país poderia ter de fato sua atividade econômica sendo percebida pelos indicadores de depósitos de marcas.

Gráfico 21 - Produto Interno Bruto nominal (2008) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo



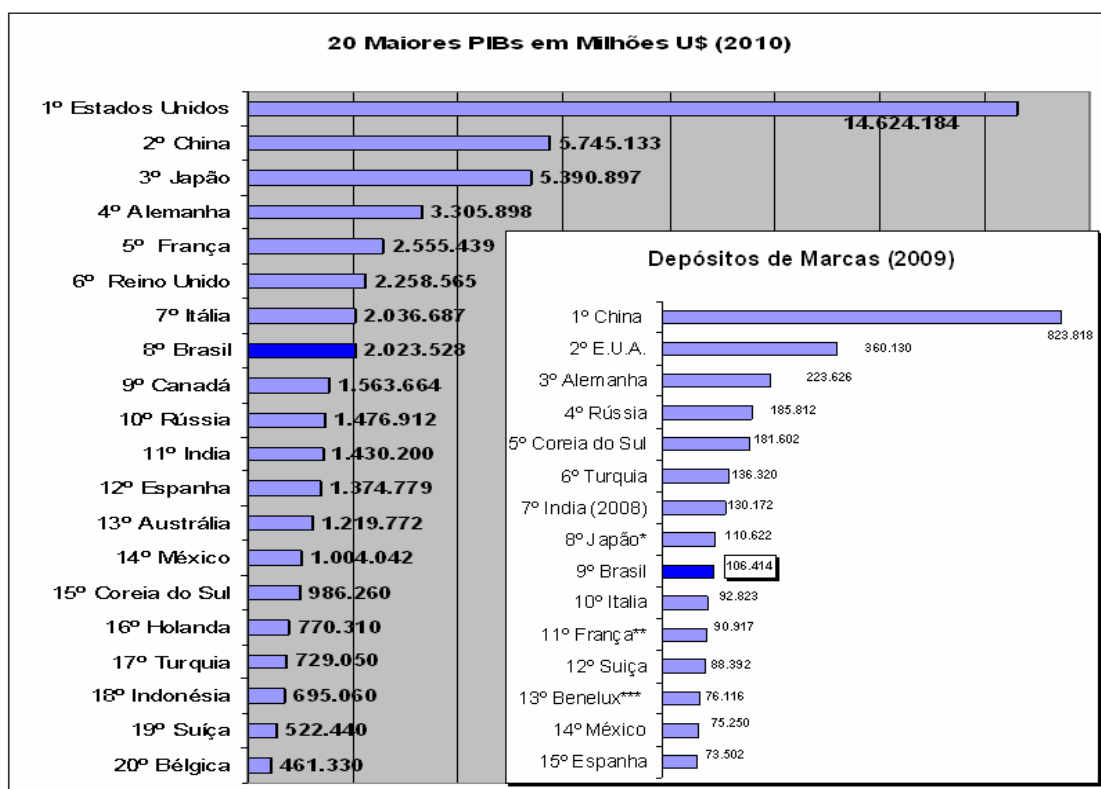
Fonte: Banco Mundial / FMI / OMPI/ INPI/ Desenvolvimento próprio

Gráfico 22 - Produto Interno Bruto nominal (2009) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo



Fonte: Banco Mundial / FMI / OMPI/ INPI/ Desenvolvimento próprio

Gráfico 23 - Produto Interno Bruto nominal (2010) e Depósitos de Marcas (2009) Mundo



Fonte: Banco Mundial / FMI / OMPI/ INPI/ Desenvolvimento próprio

Observe-se, conforme gráfico 24, que se o indicador de depósitos de patentes for aplicado à indicação econômica do PIB nominal, ele estará mais distante de uma possível descrição das posições econômicas no mundo do que os depósitos de marcas.

Para uma melhor compreensão do gráfico 24 entenda-se “patente por família” como um depósito de patente que pode desdobrar-se em mais depósitos.

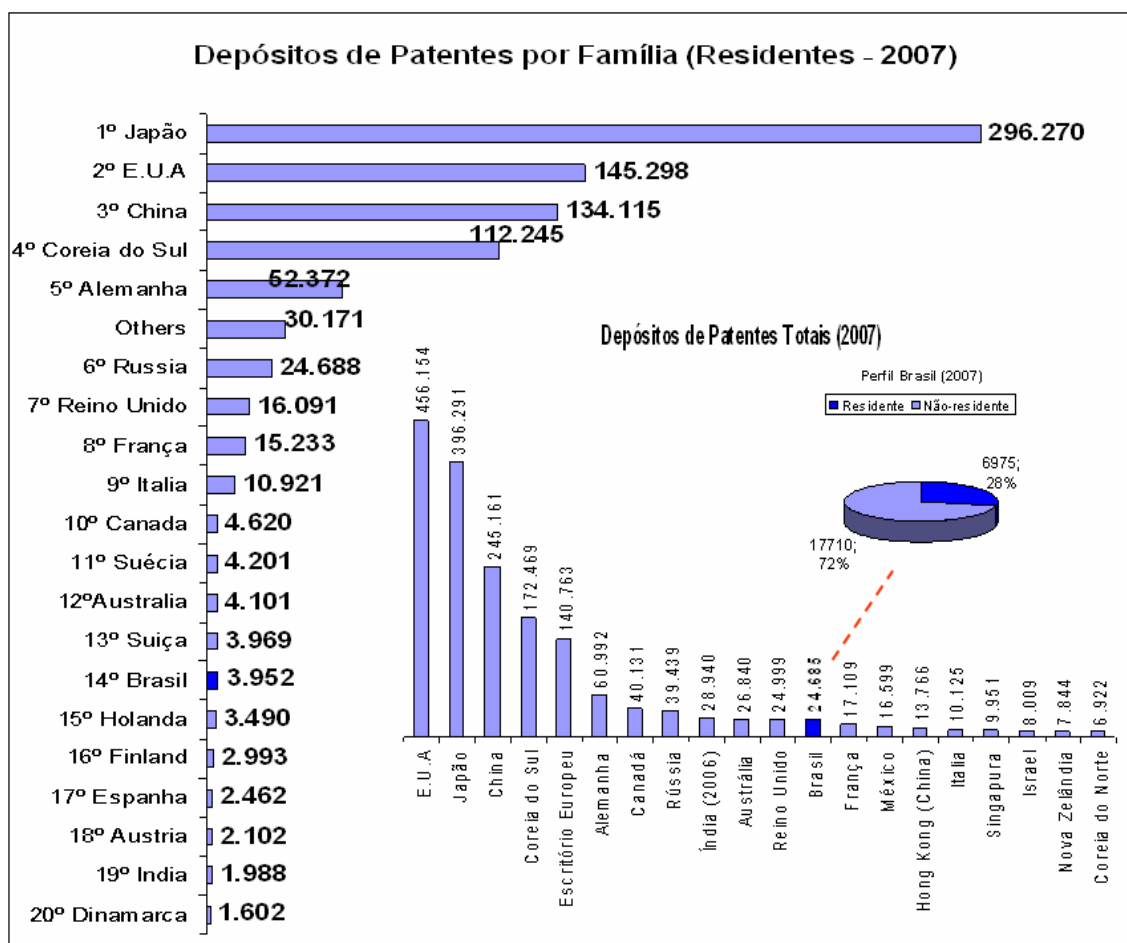
O ano base de 2007 é o que a OMPI dispõe de dados mais atualizados, o que para fins do sistema de patentes, não se trata de defasagem temporal com os PIBs de 2008, 2009 e 2010.

O Brasil é o 11º em depósitos totais, com um perfil amplamente dominado por depósitos internacionais (72%) é o 14º em volume de depósitos de nacionais (por família).

O Japão é a nação que em termos de volume possui mais depósitos nacionais (296.970), contudo, os E.U.A apresentam o maior volume quando considerados depósitos internacionais (456.154).

Observe-se que três países asiáticos (Japão, China e Coreia do Sul) destacam-se como grandes utilizadores do sistema de patentes. Estes países somados aos E.U.A perfazem sozinhos maior volume de depósitos do que o restante do mundo, seja por depósitos nacionais (por família) ou totais.

Gráfico 24 – Maiores Depositantes de Patentes por Família no Mundo (Residentes 2007), Maiores Depositantes de Patentes no Mundo (2007) e Depósitos de Patentes no Brasil (2007)



Fonte: OMPI/ INPI/ Desenvolvimento próprio
Obs: "Others" ("Outros", restante do mundo)

O gráfico 25 ao demonstrar e comparar a evolução % dos depósitos de marcas de residentes (nacionais) e não residentes (internacionais) e o PIB nominal do mundo, entre 1985 e 2008, aprofunda análise da hipótese inicial deste trabalho, sendo observadas algumas situações que "intrigam", merecendo outras análises pormenorizadas.

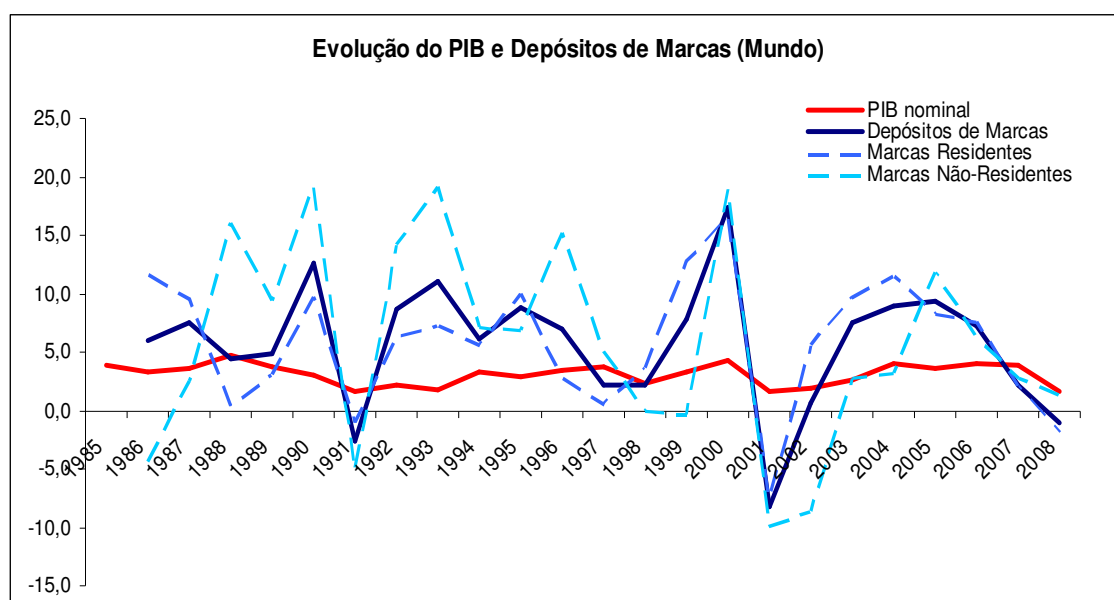
Observe-se, por exemplo, o comportamento dos depósitos quando distinguidos entre residentes e não residentes. Na 2ª metade da década de 80,

os depósitos são antagônicos, à medida que um cresce, o outro diminui. A partir da década de 90, apresenta-se a possibilidade de um sistema ser espelho do outro, com um a três anos de antecedência ao outro e de maneira errática, ora um é o espelho, ora é o outro.

Substancial é a comparação do PIB com o Depósito de Marcas, percebe-se que as linhas são mais suavizadas que a dos depósitos por origem (residentes e não residentes), comportam-se a partir de 1988 de maneira semelhante.

Observe-se que o PIB por variar menos, não tem os vales e picos da linha dos depósitos, mas, o comportamento das linhas é semelhante no que tange à crescimento, decréscimo e estabilidade.

Gráfico 25 – Evolução em % dos Depósitos de Marcas (residentes e não residentes) e PIB entre 1985 e 2008



Fonte: Banco Mundial / FMI / OMPI/ Desenvolvimento próprio

Tratou o gráfico anterior (25) da validação da hipótese inicial deste trabalho, não se tratando da comprovação, que permanece sujeita a um aprofundamento de análise, teórico e mesmo de aprimoramento dos dados estatísticos.

A sugestão de comportamento similar entre os depósitos de marcas e a atividade econômica mundial é corroborada pelo gráfico 26 ao ser observadas as linhas de tendência dos indicadores.

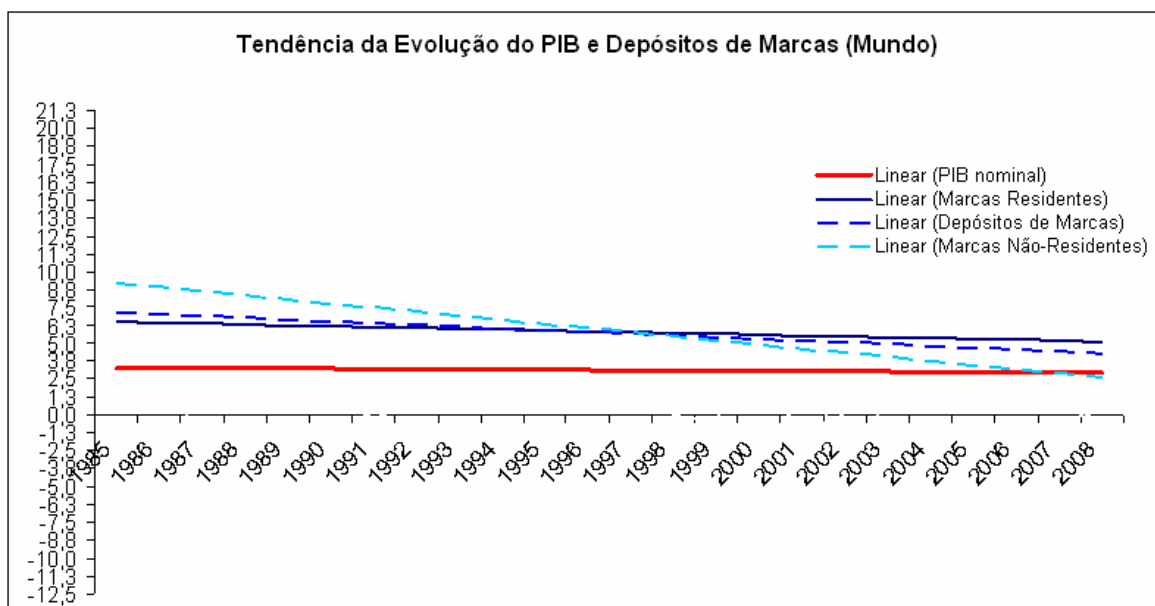
Observe-se que o comportamento das linhas de PIB e depósitos se distingue em termos de patamar e trechos de variação (trechos menores na linha depósitos), mas a tendência de leve retração da evolução é muito semelhante, sugerindo que uma linha possa guardar alguma relação com a outra.

O comportamento das linhas de residentes e não-residentes é mais distinta, não sendo nenhuma destas linhas um indicador para a atividade econômica mundial, mas justamente a sua soma.

A desaceleração dos depósitos de não-residentes não é explicada pelos dados levantados, sendo possível inferir que esta ocorra não a pretexto de uma diminuição da internacionalização da economia, mas do próprio crescimento da propriedade intelectual dentro de cada país.

Outro ponto para futuras análises é o “efeito China” em qualquer dado sobre marcas. Os dados do referido país devem ser filtrados, merecendo uma análise suplementar a parte, pois podem interferir na percepção do que ocorre no “Mundo”, quando, em determinado momento trata-se basicamente do que ocorre apenas na China.

Gráfico 26 – Linha de Tendência Linear da Evolução em % dos Depósitos de Marcas (residentes e não residentes) e PIBs entre 1985 e 2008



Fonte: Banco Mundial / FMI / OMPI/ Desenvolvimento próprio

A análise do perfil dos depósitos de marcas no Brasil realizada no capítulo III permite de forma preliminar e geral observar as contas nacionais, o que é desenvolvido no gráfico 27 - realizando recorte específico da análises anteriores elaboradas a nível mundial.

O gráfico 27 demonstra que o comportamento da evolução do PIB em comparação com a evolução dos depósitos é um tanto errático, alternando-se os momentos de comportamento semelhante, não permitindo a comprovação da hipótese inicial do trabalho ou sua negação peremptória.

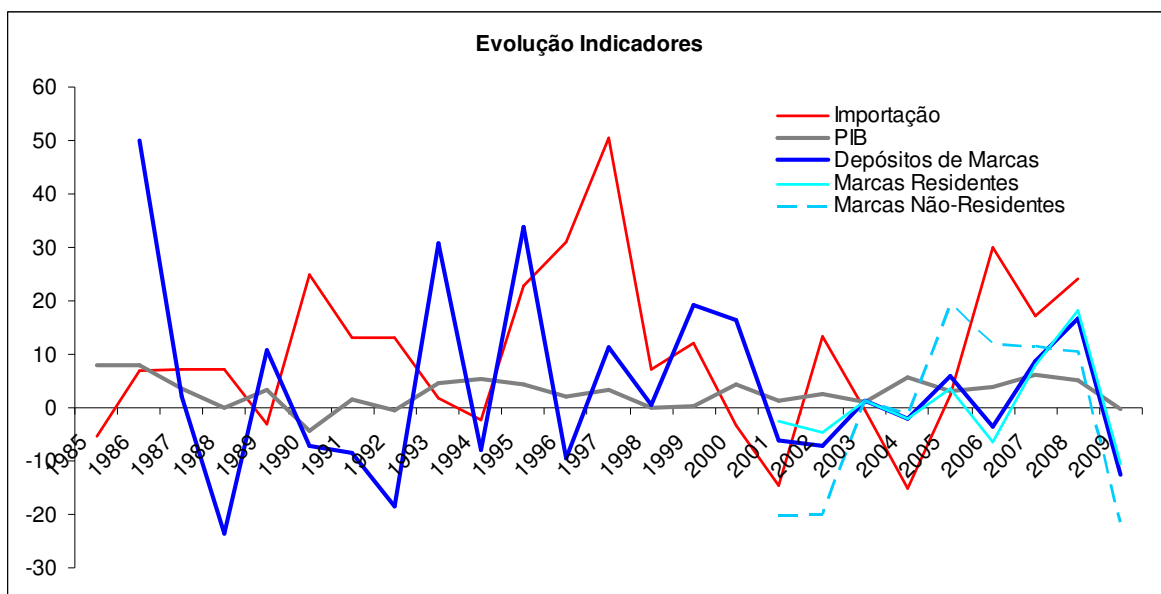
Observe-se que “curiosamente” o dados que funcionavam como “espelho invertido” de depósitos de marcas e importação até meados da década de 90. Passando a comporta-se como espelho, por vezes distorcido a partir de então. Em tese, este comportamento seria apenas coincidente, pois a importação na balança comercial é indicador para ser comparado com

depósitos de marcas de não-residentes, conforme corretamente havia sugerido Santos (Santos, 2009). Como o componente de não-residentes no total dos depósitos é em média de 20%, não teria força para levar o indicador a esta situação de semelhança. Todavia, tal coincidência pode ser explorada.

Os dados de depósitos de não-residentes são os que mais carecem de atualização. Para este trabalho, foram encontrados pelo menos cinco bases de dados com valores discrepantes para este indicador, em dois dos casos a fonte discrepante estava na mesma expositora dos dados.¹⁴

O modelo mais robusto para análise consistiria na distinção por classes (não-residentes) e comparação por setores específicos na pauta de importação.

Gráfico 27 – Evolução % da Balança Comercial de Importação, dos Depósitos de Marcas e PIB do Brasil



Fonte: MDIC /IBGE/ INPI / OMPI/ FMI / Desenvolvimento próprio

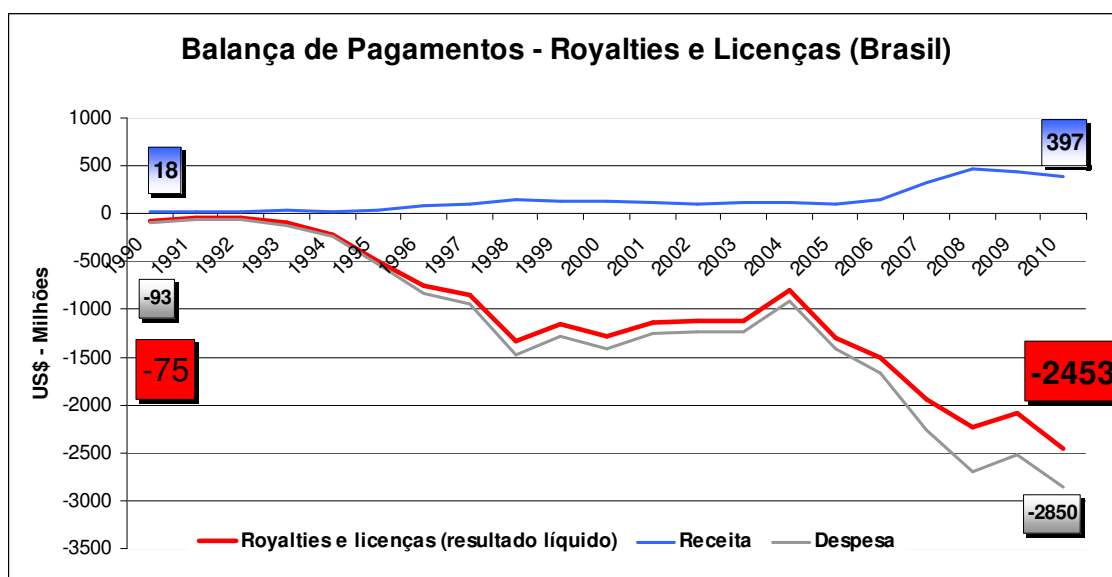
¹⁴ Esta situação de discrepância de dados foi encontrada diversas vezes durante a pesquisa, sendo apresentados neste trabalho aqueles que puderam passar por uma série de filtros e cruzamentos para permitir que fossem a público com alguma segurança.

A análise do gráfico 28 mostra a vulnerabilidade do país - historicamente deficitário a razão de 5 dólares remetidos para cada 1 dólar que exporta. Esta vulnerabilidade é o que ensejará o estudo de caso desenvolvido no próximo capítulo, assim como o desenvolvido no apêndice A.

Os dados sobre royalties e licenças, conceitualmente, sugerem uma possibilidade de esforço para melhor utilização do sistema de propriedade intelectual no país. Menos importante do que ter um número elevado marcas e patentes, é o que se faz com estes sistemas, que tipo de riqueza pode-se gerar com eles, ou seja, como o país utiliza de seu sistema de marcas e patentes, poderia ser vislumbrado na sua relação de ganhos e perdas expostas no gráfico 28.

A conta Royalties e licenças é composta pelas categorias contratuais: i) uso de marcas (cessão e licença); ii) exploração de patentes (cessão e licença); iii) fornecimento de tecnologia; e iv) serviço de assistência técnica.

Gráfico 28 - Balança de Pagamentos do Brasil, Royalties e Licenças (1990-2010)



Fonte: Banco Central do Brasil / Desenvolvimento próprio

CAPÍTULO V

5. ESTUDO DE CASO Nº 1: MARCAS E PATENTES NO SETOR DE FÁRMACOS BRASILEIRO – UM ESTUDO PRELIMINAR

5.1 INTRODUÇÃO

Considerado uma contribuição significativa para formulação de políticas que possibilitem acesso aos medicamentos de maneira mais equânime, ainda, revelando oportunidades tecnológicas para o país, um panorama da indústria farmacêutica é apresentado a partir do mapeamento tecnológico dos depósitos de patentes de medicamentos no Brasil, após a implantação da Lei de Propriedade Industrial (9.279/96). (JANNUZZI, 2007, p.2-3)

A nova Lei da Propriedade Industrial (LPI) – Lei 9.279, de 14 de maio de 1996 – possibilitou a concessão de patentes de medicamentos no país. Após a promulgação da LPI, houve um aumento nas importações de produtos farmacêuticos que passou de US\$ 417 milhões, em 1995, para cerca de US\$ 1,28 bilhões em 1997 (EPSZTEJN, 1998). Desse modo, o objetivo do Acordo TRIPS de que a proteção e a aplicação de normas de proteção dos direitos de propriedade intelectual devem contribuir para a promoção da inovação tecnológica e para transferência e difusão da tecnologia, parece ainda não ter sido alcançado. (JANNUZZI, 2007, p. 1)

A análise das conseqüências pós-TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights - 1994*)¹⁵ é necessária, menos como resistência ao que já está consolidado, mas, para adequação à realidade dada e como preparação para os embates e cenários futuros onde a propriedade intelectual pode tomar contornos ainda mais excludentes da possibilidade de ascensão tecnológica por parte dos países que não possuem seus setores industriais como um todo, próximos ou dentro da fronteira tecnológica. O “*TRIPs- plus*”

¹⁵ A sigla em português é ADPIC, referindo-se ao Acordo sobre Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio.

consistiria neste acordo, futuro, ainda mais limitador. Nas palavras do Embaixador Henrique Choer Moraes:

Tradicionalmente, a proteção aos direitos de propriedade intelectual tem levado em conta o equilíbrio entre dois objetivos legítimos: o estímulo às atividades criadoras privadas, por um lado, e o interesse público, por outro. Entretanto, desde a negociação do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Acordo Trips), da Organização Mundial de Comércio (OMC), concluída em 1994, a agenda internacional do tema tem sido mais fortemente pautada pelos interesses comerciais de determinados setores da economia de países desenvolvidos. Desde então, encontra-se sobre a mesa uma agenda "Trips-plus" de negociações sobre propriedade intelectual, que pode pôr em risco o equilíbrio mencionado acima, em detrimento do interesse público. (MORAES, 2007, Caderno A p. 3)

5.2 MARCAS E PATENTES NO SETOR DE FÁRMACOS BRASILEIRO

Utilizando o levantamento de patentes específico para área de fármacos da pesquisadora do INPI, Anna Haydée Lanzillotti Jannuzzi, levantamos e cruzamos os dados relativos aos depósitos de marcas das referidas empresas nacionais apontadas como as maiores depositárias de patentes no país. Entenda-se por “empresa nacional” aquela que possui CNPJ (está presente no país), ainda que seu capital não seja majoritariamente nacional.

Os dados relativos aos depósitos de patentes são relativos ao período de 1995-2003 (JANNUZZI, 2007, p.4).

Os depósitos de marcas abrangem o período de 1923 até meados de 2008. Contudo, em função do recorte temporal em patentes, optamos por uma comparação com idêntico recorte e por demonstrar em seguida o histórico total e “estado das artes” em que as empresas se encontram no sistema nacional de marcas.

Tabela 1 - Principais empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos (1995 - 2003)

Empresas Nacionais	Patentes
Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos	9
Hebron	9
Libbs Farmacêutica	9
Sintéticos	7
Laboratórios Catarinense	5
Galena Química e Farmacêutica	4
Medley S.A. Indústria Farmacêutica	4
Natura Cosméticos	4
Produtos Veterinários Ouro Fino Ltda.	4
Ache Laboratórios Farmacêuticos	3
Formil Química Ltda.	3
Hoechst Roussel Vet.	3
Laboratório Sintofarma	3
TOTAL	67

Fonte: INPI / (JANNUZZI, 2006, p.99)

A denominação das empresas nacionais na tabela 1 está como constam no trabalho de Jannuzzi. A seguir, na tabela 2 são denominadas conforme estão registradas na base de informações do sistema de marcas do INPI. A tabela 3 traz as duas formas de denominações.

Foi registrado um número comparativamente reduzido de pedidos de marcas por parte da empresa Hoechst a partir de 1998, em função do seu próprio histórico. Embora os dados coletados tenham sido exaustivamente testados, faz-se necessário rever os dados em relação a esta empresa. É possível que em função de processo de fusão a empresa esteja depositando por intermédio de outra empresa do grupo, ou, esteja realizando depósitos por intermédio de matriz no exterior. Embora, já tenha sido aventada esta possibilidade durante a prospecção dos dados coletados.

O 1º pedido de marcas no INPI das 13 empresas em cotejo se deu em 1923 pela Hoechst , tabela 4. De lá para cá, as 13 empresas selecionadas

depositaram 4.830 pedidos de marcas. Na comparação com o período de 1995-2003, quando foram depositados 67 pedidos de patentes no INPI, o número de depósitos de marcas foi de 2.106. E se totalizarmos o número de pedidos de marcas de 1995 até junho de 2008, teremos 3.076. Ou seja, 63,69 % dos pedidos de marcas das empresas se deram após assinatura de TRIPs e entrada em vigor da Legislação da Propriedade Industrial/1996. Isto em um histórico em que as empresas que mais demoram para fazer seus primeiros depósitos de marcas no INPI o fizeram em 1989, Galena e Ouro Fino.

Tabela 2 – Depósitos de marcas de empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos em três recortes temporais: origem até 06/2008, origem até 2003, (1995 – 2003)

Empresas Nacionais	Marcas**		
	até 06/2008	até 2003	(1995-2003)
Ache Laboratórios Farmacêuticos	(1º) 1093	(1º) 735	(1º) 449
Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos	(2º) 563	(2º) 495	(3º) 282
Natura Cosméticos	(3º) 545	(3º) 425	(2º) 319
Hoechst Aktiengesellschaft	(4º) 417	(4º) 415	(13º) 24
Biosintética Farmacêutica Ltda.	(5º) 414	(5º) 387	(4º) 236
Libbs Farmacêutica	(6º) 364	(6º) 272	(6º) 171
Medley S.A. Indústria Farmacêutica	(7º) 300	(9º) 184	(11º) 57
Galena Química e Farmacêutica	(8º) 273	(8º) 234	(5º) 229
Solvay Farma Ltda.	(9º) 272	(7º) 271	(7º) 95
Laboratórios Catarinense	(10º) 203	(10º) 179	(8º) 68
Ouro Fino Saúde Animal Ltda.	(11º) 164	(13º) 82	(10º) 59
Hebron Farmacêutica - Pesq., Des. E Inovação Tec. Ltda	(12º) 135	(11º) 98	(9º) 62
Formil Química Ltda.	(13º) 87	(12º) 83	(12º) 55
TOTAL	4830	3860	2106

Fonte: INPI/Elaboração própria

Tabela 3 – Correlação: depósitos de marcas das principais empresas nacionais depositantes de patentes no setor de medicamentos em três recortes temporais: (1995 – 2003), origem até 2003, origem até 06/2008

Empresas Nacionais	Patentes*		Marcas**		até 06/2008
	(1995-2003)	(1995-2003)	até 2003		
Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos	9	(3º) 282	(2º) 495	(2º) 563	
Hebron / Hebron Farmacêutica - Pesq., Des. E Inovação Tec. Ltda	9	(9º) 62	(11º) 98	(12º) 135	
Libbs Farmacêutica	9	(6º) 171	(6º) 272	(6º) 364	
Sintéticos / Biosintética Farmacêutica Ltda.	7	(4º) 236	(5º) 387	(5º) 414	
Laboratórios Catarinense	5	(8º) 68	(10º) 179	(10º) 203	
Galena Química e Farmacêutica	4	(5º) 229	(8º) 234	(8º) 273	
Medley S.A. Indústria Farmacêutica	4	(11º) 57	(9º) 184	(7º) 300	
Natura Cosméticos	4	(2º) 319	(3º) 425	(3º) 545	
Produtos Veterinários Ouro Fino Ltda. / Ouro Fino Saúde Animal Ltda.	4	(10º) 59	(13º) 82	(11º) 164	
Ache Laboratórios Farmacêuticos	3	(1º) 449	(1º) 735	(1º) 1093	
Formil Química Ltda.	3	(12º) 55	(12º) 83	(13º) 87	
Hoechst Roussel Vet. / Hoechst Aktiengesellschaft	3	(13º) 24	(4º) 415	(4º) 417	
Laboratório Sintofarma / Solvay Farma Ltda.	3	(7º) 95	(7º) 271	(9º) 272	
TOTAL	67	2160	3860	4830	

Fonte: * "Patentes" INPI / (Jannuzzi, 2006, p.99) ** "Marcas" INPI/Elaboração própria

Tabela 4 - Situação dos depósitos de marcas de empresas nacionais do setor de fármacos (jun 2008)

Empresas Nacionais	Depósitos Totais	Situação Ped. n°			Ano 1º depósito
		Registro	dec.¹	Arquivado²	
Ache Laboratórios Farmacêuticos	1093	463	403	227	1953
Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos	563	286	140	137	1954
Natura Cosméticos	545	272	170	103	1970
Hoechst Aktiengesellschaft	417	76	4	337	1923
Biosintética Farmacêutica Ltda.	414	272	72	70	1936
Libbs Farmacêutica	364	205	85	74	1952
Medley S.A. Indústria Farmacêutica	300	131	107	62	1938
Galena Química e Farmacêutica	273	17	76	180	1989
Solvay Farma Ltda.	272	113	10	149	1949
Laboratórios Catarinense	203	93	26	84	1937
Ouro Fino Saúde Animal Ltda.	164	70	70	24	1989
Hebron Farmacêutica - Pesq., Des. E Inovação Tec. Ltda	135	55	74	6	1986
Formil Química Ltda.	87	58	11	18	1980
Total	3737	1648	845	1244	(-)

Fonte: INPI / Elaboração própria

(1) Pedido não decidido (2) Arquivados + extintos

Tabela 5 – Apresentação e natureza dos depósitos de marcas de empresas nacionais do setor de fármacos (1923 – jun 2008)

Empresas Nacionais	Depósitos Totais	Apresentação				Natureza		
		Nominativa	Mista	Fig. ¹	Trid. ²	Produtos	Serviços	Outros ³
Ache Laboratórios Farmacêuticos	1093	955	125	13	0	1062	25	6
Cristália Produtos Químicos Farmacêuticos	563	552	10	1	0	521	27	15
Natura Cosméticos	545	393	118	19	15	530	13	2
Hoechst Aktiengesellschaft	417	331	82	4	0	414	1	2
Biosintética Farmacêutica Ltda.	414	299	40	4	1	348	46	20
Libbs Farmacêutica	364	260	90	14	0	348	13	3
Medley S.A. Indústria Farmacêutica	300	265	29	4	2	293	5	2
Galena Química e Farmacêutica	273	249	24	0	0	265	4	4
Solvay Farma Ltda.	272	226	22	24	0	269	2	1
Laboratórios Catarinense	203	131	63	9	0	191	2	10
Ouro Fino Saúde Animal Ltda.	164	116	47	1	0	162	2	0
Hebron Farmacêutica - Pesq., Des. E Inovação	135	120	15	0	0	128	7	0
Formil Química Ltda.	87	82	5	0	0	87	0	0
Total	4830	3979	670	93	18	4618	147	63

Fonte: INPI / Elaboração própria

(1) Figurativa (2) Tridimensional (3) Certificação, coletiva, genérica e propaganda.

5.3 METODOLOGIA

5.3.1 Fonte primária

Pesquisa no CEDIN – Relatório de Atividades/Relatório de Gestão / SINPI

5.3.2 Fonte secundária

JANNUZZI, Anna Haydée Lanzillotti. Proteção Patentária de Medicamentos no Brasil: avaliação dos depósitos de patente de invenção sob a vigência da nova lei de propriedade industrial (9.279/96) – Dissertação (Mestrado) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca/CEFET Rio de Janeiro, 2007

5.3.3 Nota metodológica

“Marcas”, por si mesmas são ativos de empresas. Que empresas manejem como lhes parecerem apropriado informações relacionadas ao seu *portfolio* de intangíveis, é uma constante no mercado. Contudo, a divulgação de

informação sobre intangíveis de diversas empresas de maneira que se possibilite comparações, portanto, negócios que são vinculados não apenas a valoração de ativos, mas, à depreciação de ativos de concorrentes conforme a dinâmica concorrencial e as interações especulativas de mercado, impõe ao pesquisador que se dispuser uma tarefa deveras cuidadosa. Nesse sentido, as informações contidas neste trabalho são de ordem meramente interna no Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação do INPI, não devendo ser divulgadas sem a autorização das empresas estudadas.

5.4 CONSIDERAÇÕES

A necessidade de se definir tipos de indicadores em consonância com os esforços cada vez mais intensos dos países em acompanhar e desenvolver indicadores relacionados às atividades científicas e tecnológicas é uma realidade, sobretudo, nos países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) (KONDO, 1988, p. 1)¹⁶. Acrescente-se, segundo Sichel:

“(...) Não há como se falar em informação tecnológica sem deter a tecnologia, a não ser que se imagine a situação de mero importador de pacotes fechados e pela inexistência de pesquisa voltada para o desenvolvimento de novas soluções, a custos muitas vezes menor. A proteção e o incentivo dessas pesquisas passa, inexoravelmente, pelo fortalecimento do instituto das patentes que, indiscutivelmente, importará no desenvolvimento sócio-tecnológico do Brasil.” (SICHEL, 2004, p.91)

Estabelecer indicadores que funcionem como mecanismos de análises de conjunturas, substrato para tomada de decisões (no caso em tela, para o

¹⁶ Países que compõem a OCDE: Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Coréia, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos, , Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Islândia, Itália, Japão, Luxemburgo, México, Noruega, Nova Zelândia, Polônia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Eslovaca, Suécia, Suíça, Turquia.

Estado) em curto prazo e planejamento para médio e longo prazo é uma tarefa tão complexa quanto a proposição delineada neste trabalho.

De acordo com José Cristovam Kubrusly:

(...) o Estado constitui pedra angular na definição de políticas e atividades regulatórias. Decerto as consequências de posições adotadas no passado em relação às patentes farmacêuticas, cujos efeitos ainda se manifestam de forma contundente no presente, recomendam um atento acompanhamento e regulação de todos os fatores envolvidos. (KUBRUSLY, 2010, p.104)

A utilização da base de dados relativa ao depósito de patentes é comumente utilizada como fonte de análise científico-tecnológico (WINTER *et al*, 2008). Seja para observar o desenvolvimento endógeno ou exógeno de um país, seja para perceber o futuro tecnológico.

Discute-se extensamente a eficácia das estatísticas de patentes enquanto indicadores da atividade inovativa. Contudo, avança-se em sua utilização, consistindo em um mecanismo válido, mas imperfeito de avaliação de inovação (ALBUQUERQUE, 2003, p. 334).

Em tese, o sistema de depósito de patentes seria um “sismógrafo” do que ocorrerá no futuro tecnológico, concomitantemente, com implicações econômicas. Enquanto o sistema de marcas, um registro quase imediato do aumento ou diminuição da atividade econômica, esta é a hipótese deste trabalho que nos parece não ser negada pelo estudo de caso desenvolvido.

A vitalidade demonstrada pelos depósitos de marcas quando comparados com os depósitos de patentes demonstram o quanto os primeiros podem indicar a atividade econômica de um setor estratégico que de outra maneira seria visto meramente como de baixa inovação tecnológica no país.

CONCLUSÃO

Estabelecer indicadores que funcionem como mecanismos de análise de conjunturas, substrato para tomada de decisões em curto prazo e planejamento para médio e longo prazo, é tarefa complexa que enseja diversas possibilidades de exploração e aprofundamento.

Se, segundo o IBGE, através da PINTEC (Pesquisa de Inovação Tecnológica), a marca é um indicador de proteção da inovação e, um indicador de inovação segundo o Manual de Oslo - inclusa no modelo de marketing (SILVA, 2010).

Se, ainda não há um exato conceito sobre o papel das marcas no processo de inovação, não se discorda da importância do processo de inovação para o sistema econômico, mas, a utilização dos elementos da inovação enquanto indicadores de desenvolvimento econômico são feitos com parcimônia.

Sendo o indicador mais utilizado o “investimento em P&D”, enquanto o depósito de patentes ganha cada vez mais espaço, embora, na prática, ainda tenha que ser aprimorado.

O depósito de marcas enquanto indicador para além do próprio universo de marcas está nos primórdios de sua evolução.¹⁷ Carecendo do desenvolvimento de conceitos que dêem conta de sua singularidade.

A marca é um mecanismo de proteção da inovação e como tal ela pode ser um registro desta inovação, no limite, a própria inovação quando não há

¹⁷ O FMI já possui em sua página os indicadores de marcas.

inovação em produto físico, ou nem mesmo o produto a ser protegido, mas, tão somente a marca.

A marca é um ativo que agrega valor a um produto ou serviço consistindo em um gerador de renda sem necessidade de lastro físico correspondente, pois é um ativo intangível que se baseia no seu valor simbólico e não em sua tradução física no mercado.

O registro da marca é a proteção jurídica para que não sofra ataques ao seu valor simbólico que redundem em perda de seu valor econômico.

O depósito de marca é uma expectativa do exercício deste direito e semi-proteção, além de relativamente pouco dispendioso.

O conjunto destes fatores, valor simbólico da marca e seu registro resultam na possibilidade dos depósitos de marcas funcionarem como indicadores da atividade econômica geral ou especificamente da atividade industrial e de serviços, ainda, como sugere a literatura, da atividade de inovação que não, ou ainda não utiliza do sistema de patentes.

Este trabalho tratou da comprovação parcial de que o depósito de marcas possa funcionar como um indicador de atividade econômica. Contudo, esta hipótese enseja diversas outras abordagens seja no escopo, no método e na construção teórica, sendo um convite a novos estudos.

O presente trabalho cumpre sua proposta inicial, qual seja a apresentação do conceito de sistema de marcas (brasileiro) amparado na possibilidade e construção deste sistema enquanto indicador de atividade econômica (não comprovada para o Brasil) e na análise do sistema mundial (parcialmente comprovada).

A hipótese foi comprovada parcialmente¹⁸, contudo, não se aplica ainda ao Brasil no que tange aos dados macroeconômicos, ensejando uma série de outras observações, como a observação do PIBs deflacionados, entre outros.

É a conclusão, na linha da literatura discutida, que em países em desenvolvimento, sem tradição patentária e que não possuem um sistema nacional de inovação maduro (Estado, Universidade e Mercado em plena interação), o Sistema de Marcas através dos indicadores de depósitos de marcas seria uma fonte relevante para compreender o processo de desenvolvimento (ou atrofiamiento) do sistema produtivo nacional e mesmo, tecnológico. Sobretudo pós-TRIPS, quando a existência de um depósito de patente no Brasil não significa necessariamente o desenvolvimento daquela tecnologia em território nacional. Enquanto que a marca, significará em boa medida um produto ou serviço em circulação no país.

A pesquisa contribuiu para o avanço científico da matéria “Marcas”, somando-se a diversos outros trabalhos, reforça a função que a Academia da Propriedade Intelectual e Inovação do INPI tem assumido desde sua recente criação: a de um dos focos principais do país em assuntos de P.I., e a principal, a nosso juízo, de matéria relacionada às Marcas.

A criação e desenvolvimento do conceito de Sistema de Marcas e a possibilidade dos depósitos de marcas funcionarem como indicador de atividade econômica é uma tentativa de demonstrar que há novas possibilidades de contribuição para análise do sistema nacional de inovação e da própria economia brasileira. Reforçando a perspectiva da importância

¹⁸ Em termos de comparação entre países, até o momento, o depósito de marcas a partir de 1999 nos permite inferir que sugerem acompanhar a atividade econômica mundial.

institucional que o INPI tem a ocupar nos debates futuros da matéria, como outrora fora projetado, ainda em 1970 (MALAVOTA, 2006) - embora esta projeção tenha se baseado na Transferência de Tecnologia e não tenha em nenhum momento pensado o depósito de marcas como fonte de análises para políticas de desenvolvimento, o que a nosso ver, será uma configuração brevemente possível.

A compreensão do Sistema de Marcas permitiria a melhor compreensão da importância do sistema atributivo brasileiro¹⁹, onde a execução do exame marcário por parte do INPI é fundamental.

O cruzamento e a análise do banco de dados do INPI relativo ao sistema de patentes e o de marcas, triangulado com o acompanhamento dos contratos de transferência de tecnologia poderá redundar em estratégico instrumento para a geração de riqueza no país, conforme delineado neste trabalho, reforçado nos dois estudos de caso desenvolvidos (Fármacos e Sementes), mas que enseja novas observações e aprofundamento teórico.

¹⁹ Por sistema atributivo, entenda-se sistema que depende de análise e permissão de registro pelo Estado, representado pelo INPI. Existem ainda dois outros sistemas, o declarativo e o misto. Ambos não são utilizados no Brasil em relação ao sistema marcário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, E.M. Patentes e atividades inovativas: uma avaliação preliminar do caso brasileiro. In: VIOTTI, E. B. ; MACEDO, M M. **Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2003.

_____. Propriedade Intelectual e a construção de um sistema de inovação no Brasil: notas sobre uma articulação importante.// Seminários temáticos para a 3ª Conferência Nacional de C, T & I. [**Anais...**], 2005.

BARBOSA, Denis Borges. **Propriedade intelectual: a aplicação do acordo TRIPs**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002.

_____. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lumens Juris, 2003.

_____. **Direito de precedência ao registro de marcas**. 2005. [sítio da internet]. Disponível em <<http://denisbarbosa.addr.com/precedencia.pdf>>. Acesso em 09 dez. 2009.

_____. Direito ao desenvolvimento, inovação e a apropriação das tecnologias. **Rev. Jur.**, Brasília, v. 8, n. 83, fev./mar., 2007.

_____. **Proteção das marcas uma perspectiva semiológica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008

BELLON, Bertrand. Les politiques Industrielles dans les pays de l'OCDE. **Les Cahiers Français**, n. 243, p. 41, 1989.

BRASIL. Lei n° 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos a propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 15 maio 1996, Seção 1, p. 8353.

CARTOU, L.. **Communautés européennes**. 9ª ed. Paris: Dalloz, 1989.

CASSIOLATO, J. E. A Economia do conhecimento e as novas políticas industriais e tecnológicas. In: LASTRES, H.M.M.; ALBAGLI, S. (Orgs.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Cap. 7

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. Sistemas de inovação e desenvolvimento: as implicações de política. Revista São Paulo em Perspectiva .v19 nº1 p 34 - 45. São Paulo, 2005

CHANG, Ha-Joon. **Chutando a escada**: a estratégia do desenvolvimento em perspectiva histórica. São Paulo: UNESP, 2002.

CHAVES, Eduardo de Paula de Silva. Estudo das similaridades dos modelos de avaliação de marcas baseados no cliente: uma análise aualitativa. In: Adm. 2010 - Congresso Internacional de Administração, 2010, Ponta Grossa. Gestão Estratégica: Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade, 2010

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (BRASIL). Relatório de gestão. Rio de Janeiro: INPI, 2007.

JANNUZZI, Anna Haydée Lanzillotti. Proteção patentária de medicamentos no brasil: avaliação dos depósitos de patente de invenção sob a vigência da nova lei de propriedade industrial (9.279/96) – Dissertação (Mestrado) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca/CEFET Rio de Janeiro, 2007

KONDO, Edson Kenji. Desenvolvendo indicadores estratégicos em ciência e tecnologia: as principais questões. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 27, n. 2, p. 128-133, maio/ago. 1998

KUBRUSLY, Jose Cristóvam Sauáia. O contexto histórico da aprovação da lei da propriedade industrial e suas conseqüências: os estudos dos critérios de análise, avaliação da constitucionalidade e da possibilidade de nulidade das patentes pipelines. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) — Coordenação de Pesquisa e Educação em Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2010.

LUNA, F.; BAESSA, A. Impacto das marcas e patentes no desempenho econômico das firmas. In: DE NEGRI, J.; KUBOTA, L. C. **Políticas de incentivo à inovação tecnológica no Brasil**. Brasília: Ipea, 2008.

MALAVOTA, Leandro Miranda. Patentes, marcas e transferência de tecnologia durante o regime militar: um estudo sobre a atuação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (1970-1984). Rio de Janeiro, 2006. Dissertação (mestrado em História Social) — Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

MALMBERG, Claes. Trademarks Statistics as Innovation Indicator? - A Micro Study Paper no. 2005/17. CIRCLE Center for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy Lund University , Sweden. Electronic Working Paper Series 2005

MENDONÇA, S.; PEREIRA, T. S., e GODINHO, M. M. Trademarks as an indicator of innovation and industrial change. **Research Policy**, vol. 33, n. 9, p. 1385-1404, 2005.

MORAES, Henrique Choer. O debate sobre Propriedade Intelectual. **Gazeta Mercantil**, São Paulo , 19 set. 2007.

SCHMIDT, Angela M. R.; GUIMARÃES, Heloísa Borges. Condições e impacto das políticas de marca em empresas nacionais de bens de consumo. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 60-64, jan./mar. 1985.

SCHMOCH, U. Services marks as novel innovation indicator. **Research Evaluation**, Vol.12, n. 2, p.149-156, 2003.

SICHEL, Ricardo. **O Direito europeu de patentes e outros estudos de propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2004.

SILVA, Elisângela Santos. O desempenho das marcas nos anos noventa e no início do século XXI. Monografia apresentada ao Programa de Pós-graduação Análise de Políticas Públicas com Ênfase em Propriedade Intelectual do Instituto de Economia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de MBA - Analista de Políticas Públicas com ênfase em Propriedade intelectual. Rio de Janeiro, 2007.

A importância da marca para a inovação na indústria brasileira. In: NIELSEN, Viviane. (org). **Marcas e Propriedade Industrial: uma visão multidisciplinar**. Rio de Janeiro, Edições do Autor, 2009. p. 57-69.

WINTER, E. ; MENDES, C. D. S.; LIMA, A. A. . Mapeamento tecnológico da produção de etanol proveniente da cana-de-açúcar estudo do caso Brasil sob o

prisma de pedidos de patentes. In: Congresso Brasileiro de Agrobioenergia e Simpósio Internacional de Biocombustível CONBIEN 2008, 2008, Uberlândia - MG. Congresso Brasileiro de Agrobioenergia e Simpósio Internacional de Biocombustível CONBIEN 2008 [**Anais...**] 2008.

APÊNDICE A

ESTUDO DE CASO Nº 02: AS SEMENTEIRAS E A PROTEÇÃO DAS MARCAS

1. INTRODUÇÃO

Na análise que se segue, poderemos comparar as estratégias das empresas privadas sementeiras (Monsanto e Agrocere) em contraste com a empresa pública (Embrapa). Verificaremos que enquanto as empresas privadas apostam seu portfólio de marcas em produtos, a Embrapa deposita marcas em setores de serviços que não agregam valor ao seu produto. Na prática, a empresa registra nome de programas institucionais, ao invés de produtos.

2. PERFIL DE PROTEÇÃO DE MARCAS

Os gráficos que se seguem: 29, 30, 31 e 32. Demonstram as diferentes estratégias de depósitos de marcas destas três empresas líderes do setor de sementeiras no Brasil.

Observe-se nos gráficos 29 e 30, que Monsanto e Agrocere possuem picos de depósitos na classe 31, enquanto a EMBRAPA (gráfico 31) tem seu pico na classe 42, que é de serviços (no anexo neste trabalho está o olocamos o *caput* de todas as classes de depósitos de marcas).

De forma simplificada, apresentamos as duas classes citadas da Classificação [internacional] de Nice edição nº 09 (NCL 09), e logo após os gráficos, reproduzimos todas as classes:

Classe 31: Produtos agrícolas, hortícolas, florestais e grãos não incluídos em outras classes; animais vivos; frutas, legumes e verduras frescos; sementes, plantas e flores naturais; alimentos para animais, malte.

Classe 42: Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e desenho relacionado a estes; serviços de análise industrial e pesquisa; concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador.

Sobre esta análise, verificamos na base de dados de marcas do INPI que a EMBRAPA protege marcas relativas à “eventos”, nomes de programas de treinamento, institutos, ou seja, sinais completamente dispensáveis sob a ótica de mercado relativa à depósitos de marcas, por que não há concorrência ou interesse por esses nomes, que muitas vezes já são “genéricos” ou “desgastados” na classe – em linguagem menos técnica, não há a concessão do nome solicitado, mas, da tipologia das letras ou figura compondo a marca. Novamente, algo completamente dispensável.

Cabe ressaltar que buscando a base de dados do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) sobre registro de sementes, verifica-se que a EMBRAPA possui mais registros do que a Monsanto ou a Agroceres.

Gráfico 29 – Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes

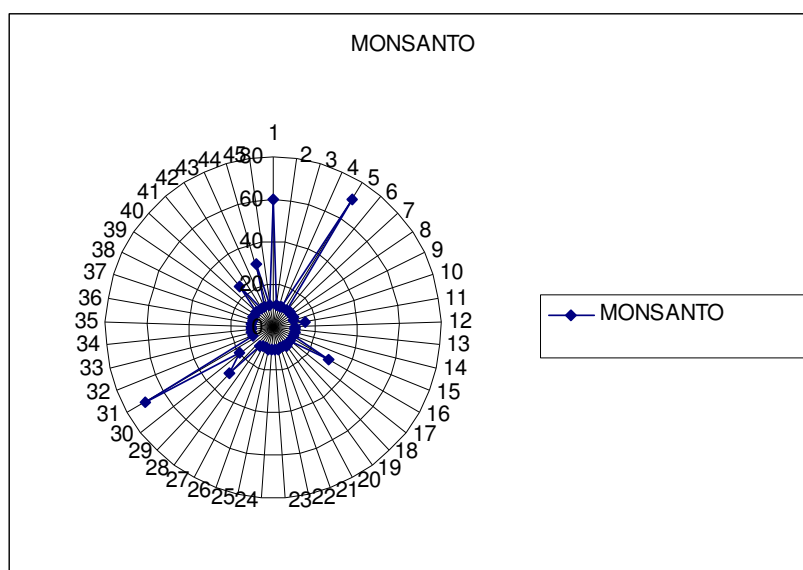


Gráfico 30 - Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes

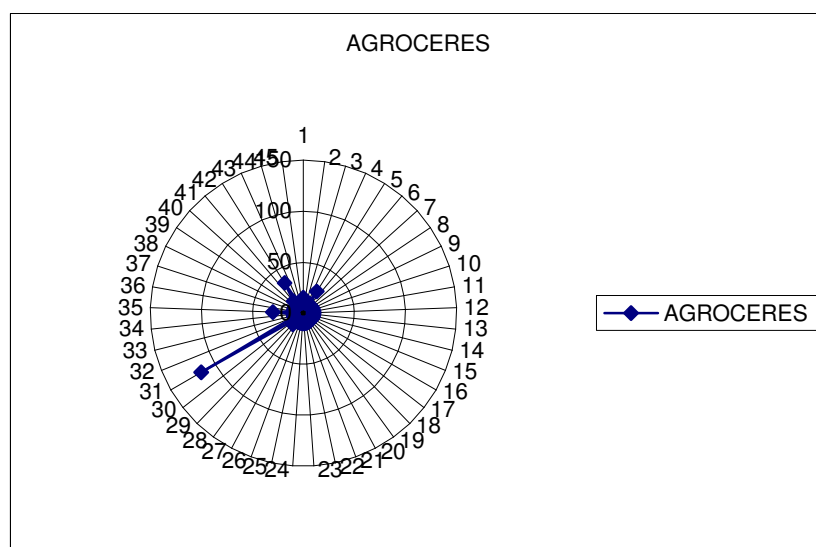
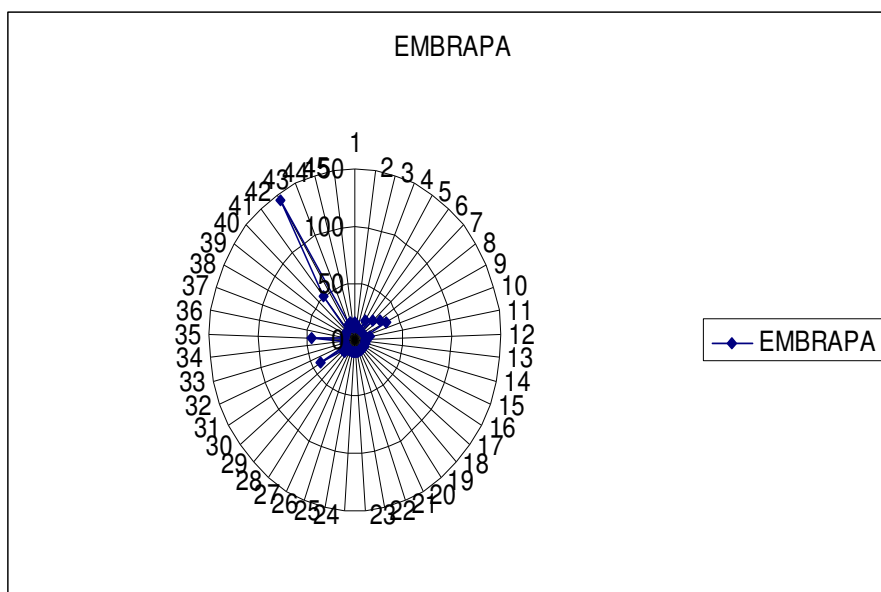
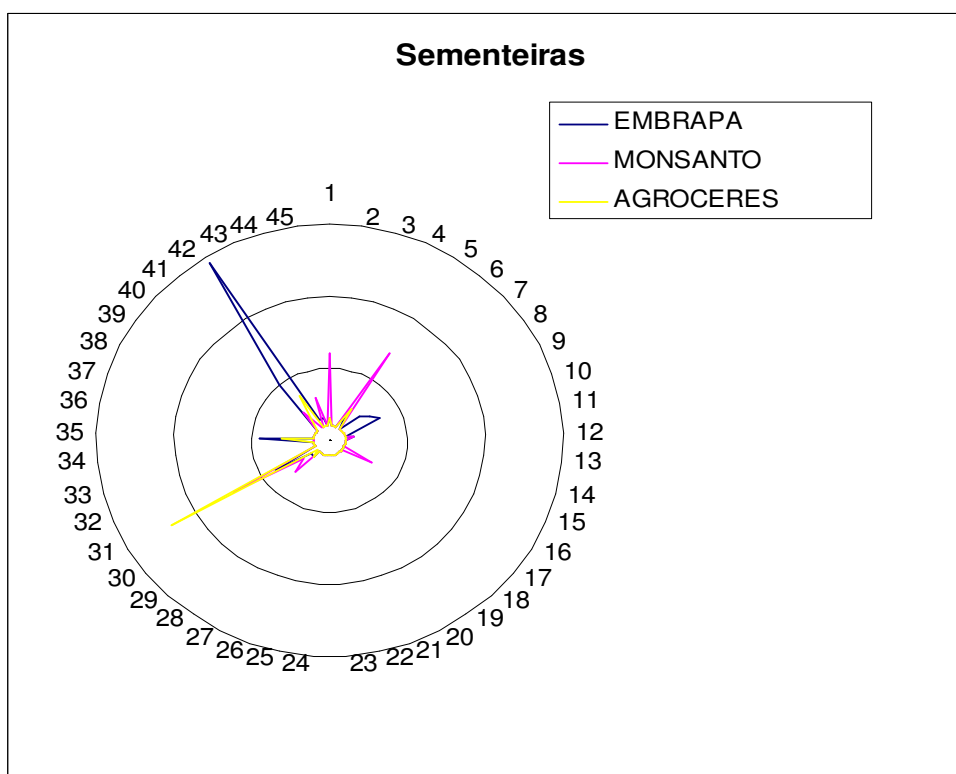


Gráfico 31 - Depósitos de marcas no Brasil – todas as classes



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

Gráfico 32 – Sobreposição dos depósitos de marcas no Brasil, em todas as classes: Monsanto, Agroceres e EMBRAPA



Fonte: INPI / Desenvolvimento Próprio

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A observação de que as economias dos países correm riscos permanentes de declínio industrial, particularmente tecnológico, levando a situação de “satélites” de economias ainda mais fortes é presente no próprio interior das nações mais desenvolvidas, que temem pelo comprometimento da independência nacional no campo econômico, técnico e político (CARTOU *apud* BARBOSA, 2007, p. 3).

Ha-Joon Chang, em “Chutando a escada: a estratégia do desenvolvimento em perspectiva histórica”, resume de forma contundente o quanto a adoção de políticas nacionais, governamentais, de proteção a indústria local, por parte dos países hoje desenvolvidos, foi essencial para que atingissem este patamar, assim como a não aceitação das receitas e tentativas de imposição de modelos liberais para condução de suas políticas industriais (CHANG, 2004).

O processo de desenvolvimento econômico já não teria como prescindir da atuação das instituições públicas (BELLON *apud* BARBOSA, 2007, p. 3).

O INPI enquanto Instituição Pública poderia o INPI ajudar a EMBRAPA, assim como a outras Instituições e Empresas a valorizar seus ativos através do sistema de marcas? Esta é a questão. O INPI está habilitado para isso? Sim, através da intersecção de suas Áreas.

Embora a estratégica oligopolista das grandes corporações transnacionais (Globalização), crescendo através da compra de empresas menores e não através da concorrência por preços e qualidade, chegando ao ponto de dominar os mercados regionais, estabelecendo assim, sem

concorrência real, o preço que melhor entendem para o produto ofertado - como é o caso da Monsanto nos E.U.A – uma estratégia de confronto se mostraria equivocada, a opção brasileira de parcerias tem se mostrado acertada (EMBRAPA E MONSANTO são parceiras). Contudo, a hipótese de que instituições públicas brasileiras de uma maneira ou de outra venham a perder sua independência não é de se descartar.

Incentivar a utilização de estratégias que confirmam maior valor agregado ao conhecimento desenvolvido pela EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), é também aumentar o valor desta empresa pública brasileira – cujo valor é incomensurável – tornando mais rentável para a sociedade brasileira, independentemente da prevalência do modelo atual de gestão ou do surgimento de um novo, dentro de uma política de Governo ou Estado.

Em outras palavras, no modelo atual, pouco pode fazer o INPI por estratégias políticas e econômicas que são traçadas nos centros do poder, público e privado. Contudo, atividades como a proposta, podem dar poder de participação do órgão nas políticas estratégicas do país, ou, na pior da hipótese, se o país for “recapitulado” ao modelo neo-liberal de venda de seu patrimônio, que ao menos, saia mais caro.

ANEXO A

Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Marcas - 9ª Edição²⁰

PRODUTOS (classes: 01- 34)

Classe 01: Substâncias químicas destinadas à indústria, às ciências, à fotografia, assim como à agricultura, à horticultura e à silvicultura; resinas artificiais não-processadas, matérias plásticas não processadas; adubo; composições extintoras de fogo; preparações para temperar e soldar; substâncias químicas destinadas a conservar alimentos; substâncias tanantes; substâncias adesivas destinadas à indústria.

Exemplo de subdivisões na classe:

Classe	Nº de Ordem (Port.)	Indicação de Produto	Nº de Base
01	A 0016	Ablandar água (Preparações para -)	010023
01	A 0020	Abrasivos (Fluidos auxiliares para uso com -)	010004
01	A 0027	Absorção de óleo (Materiais sintéticos para -)	010620
01	A 0031	Acabamento em dextrina	010242
01	A 0032	Acabamentos (Preparações para -) para têxteis	010077
01	A 0041	Aceleradores de vulcanização	010005
01	A 0052	Acetato de alumínio	010565
01	A 0054	Acetato de amido	010064
01	A 0055	Acetato de cal	010171

Classe	Nº de Ordem (Port.)	Indicação de Produto	Nº de Base
01	A 0101	Ácido tânico	010511
01	A 0102	Ácido tartárico	010515
01	A 0103	Ácido tungústico	010541
01	A 0104	Ácidos (Composições químicas à prova de -)	010016
01	A 0105	Ácidos *	010014
01	A 0106	Ácidos graxos	010340
01	A 0107	Ácidos minerais	010396
01	A 0109	Ácidos sulfônicos	010501
01	A 0110	Acidulada (Água -) para recarga de acumuladores	010251
01	A 0111	Acidulada (Água -) para recarga de baterias	010251
01	A 0121	Aço (Preparações para uso na manufatura de-)	010017
01	A 0122	Aço (Preparações para uso no acabamento de	010017

Classe 02: Tintas, vernizes, lacas; preservativos contra oxidação e contra deterioração da madeira; matérias tintoriais; mordentes; resinas naturais

²⁰ Disponível em: http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/marca/dirma_classificacao/menu-esquerdo/marca/dirma_classificacao/oculto/NICE

em estado bruto; metais em folhas e em pó para pintores, decoradores, impressores e artistas.

Classe 03: Preparações para branquear e outras substâncias para uso em lavanderia; produtos para limpar, polir e decapar; produtos abrasivos; sabões; perfumaria, óleos essenciais, cosméticos, loções para os cabelos; dentifrícios.

Classe 04: Graxas e óleos industriais; lubrificantes; produtos para absorver, molhar e ligar pó; combustíveis (incluindo gasolina para motores) e materiais para iluminação; velas e pavios para iluminação.

Classe 05: Preparações farmacêuticas e veterinárias; preparações higiênicas para uso medicinal; substâncias dietéticas adaptadas para uso medicinal, alimentos para bebês; emplastos, materiais para curativos; material para obturações dentárias, cera dentária; desinfetantes; preparações para destruição de vermes; fungicidas, herbicidas.

Classe 06: Metais comuns e suas ligas; materiais de metal para construção; construções transportáveis de metal; materiais de metal para vias férreas; cabos e fios de metal comum não elétrico; serralharia, pequenos artigos de ferragem; canos e tubos de metal; cofres; produtos de metal comum não incluídos em outras classes; minérios.

Classe 07: Máquinas e ferramentas mecânicas; motores (exceto para veículos terrestres); e engates de máquinas e componentes de transmissão (exceto para veículos terrestres); instrumentos agrícolas não manuais; chocadeiras.

Classe 08: Ferramentas e instrumentos manuais (propulsão muscular); cutelaria; armas brancas; aparelhos de barbear.

Classe 09: Aparelhos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesagem, de medição, de sinalização, de controle (inspeção), de salvamento e de ensino; aparelhos e instrumentos para conduzir, interromper, transformar, acumular, regular ou controlar eletricidade; aparelhos para registrar, transmitir ou reproduzir som ou imagens; suporte de registro magnético, discos acústicos; máquinas distribuidoras automáticas e mecanismos para aparelhos operados com moedas; caixas registradoras, máquinas de calcular, equipamento de processamento de dados e computadores; aparelhos extintores de incêndio.

Classe 10: Aparelhos e instrumentos cirúrgicos, médicos, odontológicos e veterinários, membros, olhos e dentes artificiais; artigos ortopédicos; material de sutura.

Classe 11: Aparelhos para iluminação, aquecimento, produção de vapor, cozinhar, refrigeração, secagem, ventilação, fornecimento de água e para fins sanitários.

Classe 12: Veículos; aparelhos para locomoção por terra, ar ou água.

Classe 13: Armas de fogo; munições e projéteis; explosivos; fogos de artifício.

Classe 14: Metais preciosos e suas ligas e produtos nessas matérias ou folheados, não incluídos em outras classes; jóias, bijuteria, pedras preciosas; relojoaria e instrumentos cronométricos.

Classe 15: Instrumentos musicais.

Classe 16: Papel, papelão e produtos feitos desses materiais e não incluídos em outras classes; material impresso; artigos para encadernação; fotografias; papelaria; adesivos para papelaria ou uso doméstico; materiais para artistas; pincéis; máquinas de escrever e material de escritório (exceto móveis); material de instrução e didático (exceto aparelhos); matérias plásticas para embalagem (não incluídas em outras classes); caracteres de imprensa; clichês.

Classe 17: Borracha, guta-percha, goma, amianto, mica e produtos feitos com estes materiais e não incluídos em outras classes; produtos em matérias plásticas semiprocessadas; materiais para calafetar, vedar e isolar; canos flexíveis, não metálicos.

Classe 18: Couro e imitações de couros, produtos nessas matérias não incluídos em outras classes; peles de animais; malas e bolsas de viagem; guarda-chuvas, guarda-sóis e bengalas; chicotes, arreios e selaria.

Classe 19: Materiais de construção (não metálicos); canos rígidos não metálicos para construção; asfalto, piche e betume; construções transportáveis não metálicas; monumentos não metálicos.

Classe 20: Móveis, espelhos, molduras; produtos (não incluídos em outras classes), de madeira, cortiça, junco, cana, vime, chifre, marfim, osso, barbatana de baleia, concha, tartaruga, âmbar, madrepérola, espuma-do-mar e sucedâneos de todas estas matérias ou de matérias plásticas.

Classe 21: Utensílios e recipientes para a casa ou cozinha; pentes e esponjas; escovas (exceto para pintura); materiais para fabricação de escovas; materiais de limpeza; palha de aço; vidro não trabalhado ou semitrabalhado

(exceto para construção); artigos de vidro, porcelana e louça de faiança não incluídos em outras classes.

Classe 22: Cordas, fios, redes, tendas, toldos, oleados, velas, sacos, sacolas (não incluídos em outras classes); matérias de enchimento (exceto borrachas e plásticos); matérias têxteis fibrosas em bruto.

Classe 23: Fios para uso têxtil.

Classe 24: Tecidos e produtos têxteis, não incluídos em outras classes; coberturas de cama e mesa.

Classe 25: Vestuário, calçados e chapelaria.

Classe 26: Rendas e bordados, fitas e laços; botões, colchetes e ilhós, alfinetes e agulhas; flores artificiais.

Classe 27: Carpetes, tapetes, capachos e esteiras, linóleo e outros revestimentos de assoalhos; colgaduras que não sejam em matérias têxteis.

Classe 28: Jogos e brinquedos; artigos para ginástica e esporte não incluídos em outras classes; decorações para árvores de Natal.

Classe 29: Carne, peixe, aves e caça; extratos de carne; frutas, legumes e verduras em conserva, congelados, secos e cozidos; geléias, doces e compotas; ovos, leite e laticínio; óleos e gorduras comestíveis.

Classe 30: Café, chá, cacau, açúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedâneos de café; farinhas e preparações feitas de cereais, pão, massas e confeitos, sorvetes; mel, xarope de melaço; lêvedo fermento em pó; sal, mostarda; vinagre, molhos (condimentos); especiarias; gelo.

Classe 31: Produtos agrícolas, hortícolas, florestais e grãos não incluídos em outras classes; animais vivos; frutas, legumes e verduras frescos; sementes, plantas e flores naturais; alimentos para animais, malte.

Classe 32: Cervejas; águas minerais e gasosas e outras bebidas não alcoólicas; bebidas de frutas e sucos de fruta; xaropes e outras preparações para fabricar bebidas.

Classe 33: Bebidas alcoólicas (exceto cervejas).

Classe 34: Tabaco; artigos para fumantes; fósforos.

SERVIÇOS (classes: 35 - 45)

Classe 35: Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório.

Classe 36: Seguros; negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários.

Classe 37: Construção civil; reparos; serviços de instalação.

Classe 38: Telecomunicações.

Classe 39: Transporte; embalagem e armazenagem de produtos; organização de viagens.

Classe 40: Tratamento de materiais.

Classe 41: Educação, provimento de treinamento; entretenimento; atividades esportivas e culturais.

Exemplo de subdivisões na classe:

Classe	Nº de Ordem (Port.)	Indicação do Serviço	Nº de Base
41	A 0007	Academia de ginástica (Serviços de-)	410054
41	A 0008	Academias [educação]	410002
41	A 0010	Acampamentos desportivos (Serviços de -)	410071
41	A 0023	Agência de modelos para artistas	410036
41	A 0028	Agências de notícias	410103
41	A 0044	Aluguel de aparelhos de rádio e televisão	410025
41	A 0055	Aluguel de câmeras de vídeo	410088

Classe	Nº de Ordem (Port.)	Indicação do Serviço	Nº de Base
41	C 0030	Cenários para shows (Aluguel de -)	410013
41	C 0034	Cinema (Aluguel de filmes de -)	410019
41	C 0035	Cinema (Estúdios de -)	410008
41	C 0036	Cinema (Provimento de instalações para salas de -)	410057
41	C 0037	Cinematográficos (Aluguel de filmes -)	410019
41	C 0038	Circos	410009
41	C 0045	Clubes (Serviços de -) [lazer ou educação]	410043

Classe 42: Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e desenho relacionado a estes; serviços de análise industrial e pesquisa; concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador.

Classe 43: Serviços de fornecimento de comida e bebida; acomodações temporárias.

Classe 44: Serviços médicos; serviços veterinários; serviços de higiene e beleza para seres humanos ou animais; serviços de agricultura, de horticultura e de silvicultura.

Classe 45: Serviços jurídicos; serviços pessoais e sociais prestados por terceiros, para satisfazer necessidades de indivíduos; serviços de segurança para proteção de bens e pessoas.