



*Estudo sobre a Utilização
da Propriedade Industrial
em Portugal*

UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Um Estudo Sobre Inovação em Portugal

**Realizado pelo CISEP
para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial**

COMPOSIÇÃO DA EQUIPA DO CISEP:

Manuel Mira Godinho (*coordenador*),
Tiago Santos Pereira, Vítor Corado Simões,
Sandro F. Mendonça e Vitorino Santos Sousa

PARTICIPARAM TAMBÉM NA CONCRETIZAÇÃO DO ESTUDO:

António Costa e Filomena Pimenta, *ambos como consultores estatísticos*,
Astério Monteiro, *como consultor informático*
e **José G. Gusmão e Natália Rita**, *como técnicos responsáveis*
pelas operações de inquérito e processamento de dados



O CISEP – Centro de Investigação Sobre a Economia Portuguesa
é uma unidade do ISEG/UTL, R. Miguel Lupi 20, 1200 Lisboa

Prefácio

Tenho vindo a afirmar que a Propriedade Industrial é, na generalidade, mal conhecida, mal utilizada e mal gerida em Portugal, sendo, por isso, muito desaproveitada enquanto factor estratégico decisivo. Dependendo o sucesso competitivo – das empresas e do país – de estratégias de valorização económica dos factores de diferenciação, quase todas associadas às estratégias de Inovação, e, por isso, também à Propriedade Industrial – enquanto mecanismo de protecção dos resultados dos investimentos realizados para o efeito – maior atenção se deve prestar a esse alheamento geral da importância estratégica do uso da Propriedade Industrial, tudo se devendo fazer para o contrariar.

Não sendo um fenómeno estritamente nacional, pelo menos no âmbito das PME e dos inventores individuais, a grande reflexão que se faz hoje ao nível internacional dos organismos da Propriedade Industrial está direccionada – para além da melhoria da eficiência dos processos relacionados com a protecção dos direitos – para os aspectos da promoção do uso generalizado da Propriedade Industrial, contemplando novas formas de organização e difusão da informação, que possam assegurar uma maior proximidade das mesmas face aos actuais e potenciais utilizadores, exigindo, também, desenvolvimento de novos produtos e serviços de elevado valor acrescentado para as empresas.

Para uma definição da estratégica mais adequada para a promoção da Propriedade Industrial – bem como das formas de difusão da informação e da oferta de novos serviços de valor acrescentado numa óptica de *e-government* – importa, antes de tudo, a identificação profunda das condicionantes que o uso, e não uso, das diversas modalidades de direitos de Propriedade Industrial se revestem no nosso país.

É neste contexto que no âmbito da “Iniciativa Pública para a Valorização do Sistema da Propriedade Industrial” – projecto apoiado pelo POE – Programa Operacional da Economia, desenvolvido em parceria com diversas instituições de *interface* e apoio empresarial que actuam no Sistema de Inovação (associações empresariais, centros tecnológicos, universidades e centros de investigação) – se promoveu a realização de um Estudo sobre a Utilização da Propriedade Industrial em Portugal, nomeadamente as suas condicionantes, no sentido de abrir pistas e caminhos para o futuro na definição da estratégia que respeita à promoção da Propriedade Industrial.

O Estudo desenvolvido pelo CISEP – Centro de Estudos Sobre Economia Portuguesas, do ISEG – Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa, cumprindo os termos de

referência da consulta realizada para o efeito, procede, inicialmente, à análise retrospectiva da utilização das diversas modalidades da Propriedade Industrial em Portugal, a partir de 1980, explorando a base de dados histórica do INPI. Posteriormente, esta análise é complementada pelos resultados de inquéritos a empresas e instituições de I&D e pelas principais conclusões de um conjunto de *workshops* temáticos organizados pela equipa consultora.

Combinando elementos quantitativos e qualitativos da informação recolhida, resulta um diagnóstico claro da utilização das várias modalidades de PI em Portugal, com análise do impacto de algumas das vias não nacionais (patente europeia e PCT, marca internacional e marca comunitária), dos padrões de utilização das diversas modalidades por parte das empresas inquiridas, do comportamento e perfil de utilização das diversas modalidades ao nível de alguns sectores específicos (têxtil, vestuário, calçado, vidro, cerâmica e mobiliário) e, no âmbito dos *workshops*, a identificação das questões-chave associadas à utilização da PI por parte de universos (instituições de investigação, empresas de base tecnológica, inventores) e “utilizadores” de modalidades (desenhos e modelos industriais, marcas e outros sinais distintivos, patentes e modelos de utilidade) muito específicos.

A gama de informação recolhida é extremamente valiosa sobretudo para quem (investigadores, empresas e outros utentes, universidades e centros de investigação, organismos públicos, etc) tem responsabilidades próprias no que respeita à implementação das políticas da inovação e da propriedade industrial.

Para além da informação tratada, constante dos vários gráficos e quadros apresentados no Estudo, existe toda uma informação de base, em suporte escrito e digital, a qual consta dos Anexos apresentados pela Equipa do CISEP, que ficará acessível, nomeadamente na Página *Web* do INPI, para quem pretender aprofundar aspectos específicos para efeitos de análise.

Os resultados analíticos alcançados não são muito surpreendentes nem muito distintos dos verificados em contextos similares, vindo a confirmar a existência de uma fraca utilização da Propriedade Industrial em Portugal, estando sub-representados, ao nível das patentes, os sectores de alta tecnologia, designadamente as tecnologias de informação e comunicação, e as empresas de grande dimensão à escala global; na realidade, verifica-se que raramente as empresas desenvolvem estratégias de valorização das suas patentes, não existindo ambiente global – actores, instrumentos, estratégias empresariais e políticas públicas – que favoreça a comercialização da propriedade Industrial, em geral, e das patentes, em particular, como activos com valor económico.

O excelente contributo deste Estudo ao nível de um melhor conhecimento da utilização da Propriedade Industrial, associada às práticas da Inovação, deve ser relevado, não só pelo seu valor “estático”, mas também pelo leque de perspectivas e de propostas, num quadro geral coerente e integrado, que se abrem para quem, como o INPI, pretende continuar a perspectivar a promoção da Propriedade Industrial ao serviço das empresas nacionais e do reforço da sua competitividade internacional, conferindo uma eficácia de intervenção da rede de Gabinetes de Apoio à Promoção de Propriedade Industrial (GAPI), lançados no âmbito do Projecto atrás referido, desenvolvido no âmbito do POE e cuja continuação se perspectiva através do PRIME – Programa de Incentivos à Modernização da Economia.

Um importante valor acrescentado do Estudo poderá resultar – para além das propostas de definição das grandes linhas de orientação – do que é referido como um novo papel para os institutos de PI, sendo identificados os principais objectivos e instrumentos de política, abarcando aspectos tão diversos como a articulação institucional e a melhoria da eficiência dos processos relacionados com a PI, os novos produtos e serviços, a comunicação e a proximidade da informação sobre PI, a criação e desenvolvimento de novas competências no domínio da gestão da PI, o papel da cooperação entre o I&D Público, as Universidades e a Indústria, o acesso aos mercados de tecnologias e o papel da informação.

Jaime Andrez

(Presidente do Conselho de Administração)

Maio de 2003

ÍNDICE

PREFÁCIO	3
RESUMO	11
ABSTRACT	12
SUMÁRIO EXECUTIVO	13
AGRADECIMENTOS	34

PARTE 1

OBJECTIVOS E METODOLOGIA DO ESTUDO

1.1. Introdução: Objectivos e organização do estudo	37
1.2. Enquadramento do estudo	38
1.2.1. Relevância estratégica da PI	38
1.2.2. Relevância empresarial da PI	40
1.2.3. Relevância para as políticas públicas e para o bem-estar social	42
1.3. Metodologia do Estudo	42
1.3.1. Enquadramento e análise retrospectiva das bases de dados	44
1.3.2. Metodologia do inquérito	46
1.3.3. O Papel dos <i>workshops</i>	57

PARTE 2

ANÁLISE RETROSPECTIVA DO USO DA PI

2.1. Diferentes vias de protecção internacional	63
2.2. Observação retrospectiva das séries históricas da PI em Portugal: tendências evolutivas desde 1980	64
2.2.1. Análise global	64
2.2.2. Tendências	67
2.2.3. Licenças e Transmissões	70
2.2.4. Oposições	73
2.2.5. Conclusões	74
2.3. Patentes de Invenção – Análise aprofundada	74
2.3.1. Pedidos de Patentes na Via Nacional, 1980-2001	74
2.3.2. Pedidos por Secções da CIP	76
2.3.3. Pedidos por origem geográfica das entidades requerentes	77
2.3.4. Entidades Utilizadoras	78
2.3.5. Concessões de patentes (Via Nacional)	80
2.3.6. Concessões de Patentes por Secções da CIP	82
2.3.7. Taxas de concessão de Patentes (Via Nacional)	83
2.3.8. Caducidade	85

2.4. Utilização de Patentes, Vias Internacionais	.86
2.4.1. Recurso à Patente Europeia	.86
2.4.2. Recurso à Via Internacional (PCT)	.92
2.4.3. Patenteamento nos EUA por Residentes em Portugal	.96
2.5. Modelos de Utilidade	.98
2.5.1. Pedidos de Modelos de Utilidade	.98
2.5.2. Distribuição dos Pedidos de Modelos de Utilidade Nacional por Secções da CIP	.100
2.5.3. Origem Geográfica dos Pedidos de Modelos de Utilidade Nacional	.101
2.5.4. Concessões de Modelos de Utilidade Nacional	.102
2.6. Modelos Industriais e Desenhos Industriais – Análise aprofundada	.103
2.6.1. Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais, 1980-2001	.103
2.6.2. Distribuição dos pedidos de modelos industriais e desenhos industriais por classes de produtos	.105
2.6.3. Origem geográfica dos Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais	.106
2.6.4. Taxas de Concessão de Modelos Industriais e de Desenhos Industriais	.108
2.6.5. Principais Utilizadores de Modelos Industriais e de Desenhos Industriais	.109
2.7. Marcas de Registo Nacional – Análise aprofundada	.110
2.7.1. Pedidos de Marcas Nacionais	.110
2.7.2. Pedidos de Marcas Nacionais por Classes	.112
2.7.3. Origem geográfica dos pedidos de Marcas Nacionais	.114
2.7.4. Concessões de Marcas Nacionais	.115
2.7.5. Concessões de Marcas Nacionais por Classes	.117
2.7.6. Entidades utilizadoras de Marcas Nacionais	.117
2.7.7. Taxas de concessão	.118
2.7.8. Caducidade de marcas	.119
2.8. Marca Internacional	.120
2.8.1. Pedidos de Marcas Internacionais	.121
2.8.2. Concessões de Marcas Internacionais	.122
2.8.3. Entidades Utilizadoras de Marcas Internacionais	.122
2.9. Outros Sinais Distintivos – Nomes de Estabelecimento, Insígnias de Estabelecimento, Logotipos	.123
2.9.1. Pedidos de Outros Sinais Distintivos	.123
2.9.2. Origem Geográfica dos Pedidos de Outros Sinais Distintivos	.124
2.9.3. Concessões de Outros Sinais Distintivos	.125
2.10. Marca Comunitária: Análise das tendências e da posição portuguesa a partir de uma exploração de dados públicos do IHMI	.126
2.10.1. A evolução global da marca comunitária	.126
2.10.2. Pedidos desagregados por país de origem	.127
2.10.3. Tipos de marcas	.132
2.10.4. Classificação dos pedidos por áreas de bens e serviços	.133
2.10.5. Concentração dos pedidos por Classes de bens e serviços	.136

PARTE 3

ANÁLISE DOS INQUÉRITOS SOBRE USO DA PI NAS EMPRESAS

3.1. Apresentação geral dos resultados obtidos	140
3.1.1. O universo-alvo do “inquérito base”	140
3.1.2. Estratégias empresariais nos domínios do <i>marketing</i> , criatividade e inovação	141
3.1.3. Conhecimento e percepção do sistema de PI	143
3.1.4. Atitude perante diferentes modalidades de Propriedade Intelectual	146
3.1.5. Utilização de diferentes modalidades de Propriedade Intelectual	147
3.1.6. Razões que dificultam o uso da PI	148
3.2. Análise dos padrões de utilização da PI	150
3.2.1. Análise da utilização de Patentes e Modelos de Utilidade	151
3.2.2. Análise da utilização de Desenhos e Modelos Industriais	153
3.2.3. Análise da utilização de Marcas e Outros Sinais Distintivos.	154
3.3 Comportamento específico de sectores industriais estratégicos	155
3.3.1. Descrição sumária da população	156
3.3.2. Cerâmica	157
3.3.3. Vidro	158
3.3.4. Calçado	159
3.3.5. Têxtil	161
3.3.6. Vestuário	162
3.3.7. Mobiliário	163
3.4. Sectores cobertos por inquéritos específicos	164
3.4.1. Estratégia e utilização de modalidades de PI	165
3.4.2. Práticas de observação de bases de dados	165
3.4.3. Factores importantes para a obtenção de PI	166
3.4.4. Valor estratégico da PI para as empresas e imitação	167
3.4.5. A situação do <i>software</i>	167

PARTE 4

ANÁLISE DO INQUÉRITO SOBRE O USO DA PI PELAS INSTITUIÇÕES DE INVESTIGAÇÃO

4.1. Introdução	171
4.2. As instituições de investigação e a PI	172
4.3. Conhecimento e percepção do sistema de PI	174
4.4. Utilização de diferentes modalidades de Propriedade Intelectual	176

PARTE 5

SÍNTESE DOS WORKSHOPS TEMÁTICOS

5.1. Motivação e enquadramento dos workshops	179
5.2. Síntese dos Resultados dos Workshops	180
5.2.1. <i>Workshop</i> 1 – “A Utilização da Propriedade Industrial nas Instituições de Investigação”	180
5.2.2. <i>Workshop</i> 2 – “Novas Empresas de Base Tecnológica e Estratégias de Propriedade Industrial”	181
5.2.3. <i>Workshop</i> 3 – “Invenção e Inventores: Contributo para a Inovação e Efeitos Económicos”	183
5.2.4. <i>Workshop</i> 4 – “Utilização de Desenhos e Modelos Industriais: Vantagens e Tendências”	185
5.2.5. <i>Workshop</i> 5 – “Economia e Estratégia das Marcas e Outros Sinais Distintivos: Padrões de Utilização e Desafios da Política Pública”	186
5.2.6. <i>Workshop</i> 6 – “Empresas Portuguesas Utilizadoras da Propriedade Industrial: Balanço da Utilização de Patentes e Modelos de Utilidade”	187
5.3. Principais ilações derivadas dos workshops	189
5.3.1. Instrumentos de PI	189
5.3.2. Funcionamento do Sistema	189
5.3.3. Informação	190
5.3.4. Incentivos e Apoios	190
5.3.5. Actores: Empresas	190
5.3.6. Actores: Instituições de Investigação	191
5.3.7. Mercados	191

PARTE 6.

PERSPECTIVAS PARA POLÍTICAS NA ÁREA DA PI

6.1. Natureza do sistema de PI numa economia que prossegue o objectivo de convergência	196
6.2. Desafios à gestão do sistema de PI em Portugal	197
6.3. Novo papel dos Institutos de PI	198
6.4. Objectivos e instrumentos de política	201

Resumo

O presente estudo teve como propósito conhecer os padrões de uso da Propriedade Industrial (PI) em Portugal. Trata-se de um estudo precursor que procura gerar e sistematizar informação de base, destinada a melhorar o conhecimento do sistema de PI português e a lançar pistas para novos estudos em áreas carentes de aprofundamento.

O estudo baseou-se na mobilização de um conjunto de procedimentos metodológicos para obter informação rigorosa sobre as atitudes e comportamentos dos actores envolvidos no uso da PI. Os três principais instrumentos de produção de informação foram as bases de dados históricas do INPI, os inquéritos a empresas e instituições de I&D e a realização de *workshops* temáticos. Procurou-se, deste modo, complementar o rigor de fontes quantitativas e da análise estatística com o aprofundamento qualitativo de temas e perspectivas críticas para o desenvolvimento do sistema.

A informação sistematizada por este estudo demonstra que o interesse e uso da PI são ainda muito limitados. A proporção da população empresarial que afirma conhecer o INPI é de 39%, sendo de apenas 19% a proporção dos que revelam ter utilizado ou terem intenções de vir a utilizar serviços do INPI. Estes valores têm uma acentuada variância intersectorial e aumentam significativamente com a dimensão das empresas.

Mais de metade das empresas declara atribuir “pouca importância” à PI, variando os valores entre 54,0% e 86,7% consoante a modalidade. Neste âmbito, o grupo de modalidades que mais se destaca é o das Marcas e Outros Sinais Distintivos, com 17,8% das empresas a considerarem-no com importância “alta” e 28,2% “média”. Em relação ao recurso efectivo das diferentes modalidades desde 1990 até à actualidade, 4,2% das empresas afirmam ter requerido a concessão de Patentes ou Modelos de Utilidade, 17,7% registos de Marcas e Outros Sinais Distintivos e 2,6% registos de Desenhos e Modelos Industriais.

Este panorama não é surpreendente nem muito distinto do verificado noutros contextos. Existem contudo razões particulares para a baixa utilização de algumas das modalidades de PI em Portugal: (1) a relativa pequena importância dos sectores de alta tecnologia e de alta intensidade informacional, bem como a inexistência de empresas de dimensão significativa à escala global, contribuem para a situação existente; (2) o domínio da PI, a gestão de portfólios com um número significativo de direitos de PI, e a gestão integrada desses direitos, requerem competências, activos complementares e o acesso a recursos contextuais pouco disponíveis em Portugal; (3) finalmente, a acessibilidade limitada a mercados de utilizadores exigentes e mais genericamente aos mercados de tecnologia – que afecta igualmente empresas, inventores independentes e instituições de I&D – impede a valorização económica dos escassos activos de PI existentes.

Neste contexto, o estudo constatou existirem oportunidades para a intervenção do INPI enquanto agente das políticas de inovação e desenvolvimento económico. A natureza cada vez mais estratégica da PI, por via da sua dupla vertente de protecção e difusão de conhecimentos e também de fornecimento de informação relevante para os consumidores, impõe que a PI esteja no centro das preocupações de tais políticas. A acção pública deverá compensar as limitações estruturais referidas em (1) e promover a formação de competências e a oferta dos recursos referenciados em (2) e (3).

Abstract

This report aimed at improving the knowledge about the Portuguese IP (Industrial Property) system. It was carried out as an exploratory study, and one of its objectives was to identify areas of greater relevance for further studies.

Three basic steps were undertaken to produce the report: organization of the INPI databases for economic analysis; implementation of postal questionnaires sent out to samples representing both all the Portuguese business firms and existing RTOs; and organization of a series of thematic *workshops*. This methodology was instrumental in collecting quantitative information, that was subsequently object of statistical analysis, and in collecting critical qualitative information conveyed by experts drawn from key positions in business, R&D institutes and academia.

The analysed information shows that the interest for and actual use of IPRs is still very limited. Only 39% of business firms state acquaintance with INPI activities, while a smaller proportion (19%) acknowledges actual use of IPRs or intention of use in the near future. These figures have a statistically significant variance across sectors and display a positive association with firm size.

In terms of attitude, more than half of firms state a "low interest" in IP issues, with responses varying between 54,0% and 86,7% for different IPR types. Trademarks are the IPR modality showing higher attraction, with 17,8% of the firms showing "high" interest for it and an additional 28,2% "medium" interest.

In terms of actual use, 4,2% of the surveyed firms state that they have applied for Patents or Utility Models, while 17,7% applied for Trademarks, and 2,6% for protection related to Technical Designs and Industrial Models.

These results are not surprising or particularly different from what has been observed elsewhere. They stem from a variety of reasons, the most important ones being: (1) economic structure (relative low weight of both high tech industries and information intensive services, and absence of large firms acting on global markets); (2) low supply of critical competences (required to explore commercially IPRs and manage complementarities within IPR portfolios); (3) low accessibility both to demanding users and to technology markets (this inhibits the capacity to explore commercially any IPR undertaken by firms, inventors or RTOs).

In this context the report shows that opportunities exist for further affirmative action from INPI. The strategic nature of IP calls for a more central role of IP offices as actors of innovation and development policies. Public action shall compensate shortcomings on both (1)- (2)- and (3)-type factors referred to above.

Utilização da Propriedade Industrial

Um Estudo Sobre Inovação em Portugal

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Introdução

- 1.1. O presente estudo decorre de uma solicitação feita pelo INPI, com o objectivo de se obter uma visão abrangente sobre a utilização da Propriedade Industrial (PI) em Portugal. Como é sabido, a PI – e mais genericamente a Propriedade Intelectual que engloba a PI – tem vindo a adquirir nos últimos anos um lugar cimeiro na agenda das prioridades económicas e políticas, tanto nas economias mais avançadas como nas economias em desenvolvimento. O interesse em analisar a situação da PI em Portugal deriva, em simultâneo, (i) da compreensão da importância global que a PI tem vindo a assumir, (ii) da percepção existente de que no nosso país ela tem sido fracamente explorada, nas suas várias vertentes, pelos agentes económicos, e ainda (iii) da percepção que o conhecimento existente sobre estas matérias no país é bastante limitado.
- 1.2. O crescente interesse suscitado pela PI assenta nas vantagens que ela oferece para proteger, sinalizar e premiar os esforços inventivos, de criatividade e de diferenciação dos produtos. Mas esse interesse advém igualmente do enorme potencial que a PI contém para acelerar (ou eventualmente desacelerar) a disseminação de informação e de conhecimentos relevantes à totalidade dos agentes económicos. As polémicas e debates suscitados pela PI internacionalmente centram-se num número muito alargado de tópicos, que vão das possibilidades de obter direitos privativos em áreas de alta tecnologia e ciências-intensivas, ligadas à descodificação do genoma humano ou à patenteabilidade de programas de *software*, por exemplo, até outras áreas relacionadas com a protecção dos conhecimentos tradicionais ou com a inventariação do património biológico existente nos oceanos ou nas selvas tropicais, em que se tem discutido o interesse de aplicação de diferentes tipos de instrumentos de PI. É possível, assim, dizer, sem receio, que a PI se encontra na intersecção de alguns dos grandes desafios e problemas do mundo contemporâneo, como o da gestão da transição para uma economia baseada no conhecimento, o do acesso a competências e soluções críticas ao desenvolvimento e o da sustentabilidade do planeta a longo prazo.
- 1.3. Neste contexto de interesse crescente pela PI, torna-se extremamente pertinente identificar qual a situação precisa do país em termos do uso das diferentes modalidades de PI, saber quais as atitudes e comportamentos dos agentes económicos nesta área, e gerar conhecimento destinado a suportar intervenções e políticas bem fundamentadas. O presente estudo constitui um passo nessa direcção. Há que referir que nunca, anteriormente, um estudo com a configuração e abrangência do agora apresentado, foi produzido sobre o estado da PI em Portugal. O relatório que se segue ao presente Sumário Executivo, fornece informação detalhada de âmbito simultaneamente retrospectivo, de caracterização da situação presente e de avaliação prospectiva.
- 1.4. Na verdade, foram pela primeira vez mobilizadas para fins de análise económica as bases de dados históricas do INPI em suporte electrónico, que

cobrem um período superior a 20 anos e que incidem sobre a totalidade das modalidades de PI disponíveis em Portugal. Foram realizados um conjunto de inquéritos às empresas portuguesas, com especial cobertura de alguns sectores considerados estratégicos, tendo o inquérito principal sido direccionado a uma amostra aleatória, fornecida pelo INE, representativa da totalidade das actividades económicas do país. Foi também lançado um inquérito específico às instituições de I&D, incluindo as principais universidades e laboratórios públicos. E foi, finalmente, organizada uma série de *workshops* temáticos, que com base em painéis de especialistas convidados contribuíram para aprofundar pontos de vista sobre determinados aspectos estratégicos da PI. Todos estes passos permitiram caracterizar com apreciável detalhe o conhecimento existente do sistema de PI, os padrões de uso passado e actual da PI, bem como verificar quais as atitudes e expectativas de uso futuro por parte dos principais actores.

- 1.5. O relatório principal que se apresenta na sequência deste Sumário Executivo, reflecte opções tomadas de se investigar em maior detalhe determinados aspectos em detrimento de outros. Decorrente desta escolha, a estrutura de análise proposta dos diferentes tópicos nem sempre abrange o mesmo grupo de aspectos, nem em todos os casos segue uma mesma grelha uniforme de análise. O facto de se reunirem informações de proveniências muito variadas, cobrindo fontes quantitativas e qualitativas de tipos muito diferentes, também contribuiu para o modelo de abordagem seguido. Procurou-se fundamentalmente estabelecer perspectivas de análise com o fim de identificar situações e problemas fundamentais para, a partir daí, num futuro próximo, poderem ser lançados novos estudos, necessariamente mais aprofundados e mais detalhados, circunscritos a essas situações e problemas fundamentais. E procurou-se, igualmente, produzir informação, perspectivas e recomendações com valor operacional, úteis para a intervenção do INPI e para a definição de uma política de PI mais integrada, oportuna e adaptada às exigências e desafios actuais.
- 1.6. Em concordância com os passos descritos no ponto anterior, toda a investigação foi ancorada numa postura metodológica rigorosa. A secção da Parte 1 que apresenta os procedimentos metodológicos, descreve com detalhe as precauções tomadas e os métodos criteriosamente seguidos na investigação. Neste âmbito, foram desenvolvidos instrumentos de inquérito previamente testados e calibrados com a colaboração de especialistas e técnicos estatísticos. Os questionários produzidos tiveram de gerir o *trade-off* entre uma cobertura exaustiva dos aspectos pertinentes e a brevidade necessária para garantir taxas de resposta representativas. Também na reconfiguração das bases de dados históricas para fins de análise económica, houve necessidade de recorrer ao auxílio de técnicos que colaboraram no processo de migração e extracção de dados. Os procedimentos seguidos em todas estas áreas são detalhadamente descritos, de modo a que novos estudos que venham a ser feitos no futuro nestas áreas, possam utilizar e tomar como referência a informação agora produzida para realizarem possíveis comparações longitudinais.

1.7. Referenciados que estão, brevemente, os objectivos, motivações e cuidados metodológicos tomados, vamos agora passar à descrição dos resultados do estudo realizado. Nesta síntese começaremos por apresentar as conclusões mais relevantes derivadas da análise das bases de dados históricas da PI, seguindo com a apresentação dos principais resultados dos inquéritos às empresas e do inquérito às instituições de I&D e concluindo com a apresentação de um conjunto de aspectos, de ordem mais qualitativa, associados às conclusões das *workshops* organizadas. No final, após a apresentação dos principais resultados da investigação realizada, serão expostas um conjunto de conclusões e recomendações com incidência na intervenção do INPI e nas políticas de PI.

2. Análise das bases dados históricas

2.1. A observação das bases de dados históricas do INPI, permitiu extrair algumas conclusões de natureza geral. Relativamente às entidades residentes e às vias nacionais da PI, os principais factos a reter são os seguintes:

- verifica-se uma importância clara das marcas e outros sinais distintivos como modalidade de PI mais utilizada em Portugal, num panorama geral caracterizado por níveis limitados de recurso às restantes modalidades principais geridas pelo INPI;
- as patentes, e também os modelos de utilidade, continuam a registar níveis de utilização muito limitados, com sinais contraditórios quanto à tendência no uso (número de pedidos da via nacional estabilizados durante a década de 90);
- o recurso aos modelos e desenhos industriais por residentes tem apresentado padrões relativamente estabilizados, revelando uma maior importância para alguns sectores tradicionais da indústria portuguesa (ex.: têxteis e vestuário);
- existe um crescimento relativo muito claro, particularmente entre os residentes, na utilização de marcas de registo nacional para protecção de serviços, face a produtos – passou-se de uma percentagem representada por serviços correspondente a 10% dos pedidos por residentes no início da década de 80, para quase 50% nos últimos anos analisados;
- a origem regional das patentes pedidas por entidades residentes é muitíssimo concentrada – 62% em Lisboa e Vale do Tejo e 20% na região Norte;
- em termos das marcas, há também uma significativa concentração a nível nacional na região de Lisboa e Vale do Tejo, representando 57% dos registos, seguida naturalmente pela região do Norte, com 28%.

CAIXA 1. Perfil dos utilizadores da PI em Portugal (1)

As bases de dados históricas do INPI permitem proceder a uma primeira caracterização da natureza das entidades residentes que mais recorreram ao sistema de PI na totalidade do período entre 1980 e Junho de 2002. Há a registar:

- na obtenção de patentes pela via nacional, 63% dos pedidos provêm de Inventores Independentes, 23% de Empresas e 14% de Instituições de I&D;
- de entre as entidades a quem mais patentes de via nacional foram concedidas no período em causa, vem em primeiro lugar um laboratório público, o Instituto Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial (INETI) (47 concessões), seguindo-se-lhe o Grupo Hovione (18 concessões), havendo ainda, entre os 10 primeiros, 5 inventores independentes;
- em relação aos modelos industriais, os principais detentores de direitos são a SORETRI, Decorações para o Lar, Lda (48 títulos), Manuel Gomes Moreira (44), Larus - Artigos para Construção e Equipamentos, Lda. (34) e ANODIL, Extrusão e Distribuição de Alumínio, Lda. (33);
- no respeitante aos desenhos industriais, a hierarquia é encabeçada por Raúl António dos Santos Pestana (90), Decelle Marie Laurence Anne (26), AGRATIL - Indústria Têxtil, Lda (17) e Arco-Têxteis - Empresa Industrial de Santo Tirso, SA (16);
- finalmente, em relação ao uso de marcas nacionais, a hierarquia dos detentores de novos registos (1980-2001) é encabeçada por Modelo Continente Hipermercados, SA (263), seguindo-se o Instituto Português da Qualidade (257), EFFEM de Portugal Inc (227), Banco Comercial Português (216), Nova Flora - Indústria e Comércio de Produtos Nacionais, Lda. (202), PT Comunicações, SA (167), SIC - Sociedade Independente de Comunicação, SA (163), Caixa Geral de Depósitos, SA (162), Companhia Portuguesa de Hipermercados, SA (152), PT Prime - Soluções Empresariais, SA (151), Portugal Telecom, SA (148), Têxtil Manuel Gonçalves, SA (145), Modelo Hiper - Exploração de Centros Comerciais, SA (144), Farmoz - Representações, Importações e Exportações, Lda (132) e ex-æqueo com a anterior, encerrando a lista dos top 15, a LABESFAL - Laboratórios Almiro, SA (132).

2.2. No respeitante à procura das vias internacionais por parte de entidade residentes e ao seu envolvimento em mercados internacionais de PI, há a registar os seguintes factos:

- fraca utilização por entidades residentes dos mecanismos de PI a nível internacional, muito mais evidente nas patentes que nas marcas;
- o envolvimento de residentes em mercados internacionais de PI é bastante reduzido – a participação em contratos de licenciamento verifica-se principalmente enquanto licenciados;
- dados de anos mais recentes revelam algumas alterações de comportamento em termos da procura das diferentes modalidades por parte das entidades residentes, embora não haja evidência de uma situação de *take-off* quanto ao uso das menos empregues.

CAIXA 2. Ausência de uso estratégico e de gestão integrada da PI

Detectou-se que a liderança dos *rankings* das empresas portuguesas detentoras de mais títulos por cada uma das principais modalidades de PI, se distribuía do seguinte modo, tendo em conta para cada tipo de modalidade a empresa com maior número de títulos acumulados entre 1980 e 2002: patentes nacionais - 18 (*); desenhos industriais - 90; modelos industriais - 48; marcas de registo nacional - 263. Com a excepção das marcas, estes números decaem abruptamente, com as empresas que se sucedem à maior utilizadora nos respectivos *rankings* a descerem com alguma rapidez para valores abaixo das duas casas decimais. Esta evidência indica que mesmo as empresas líder, com a já referida excepção das marcas, têm portfolios de PI muitíssimo diminutos. E sugerem também não existirem em Portugal número significativo de empresas que façam uma gestão estratégica da PI.

Na verdade, a informação disponível indica que mesmo o pequeníssimo grupo de empresas que detêm maior número de títulos de patentes, modelos ou desenhos industriais, recorre a estas modalidades fundamentalmente, apenas, para efeitos de protecção, revelando dificuldades na gestão da PI em todas as suas fases e vertentes.

Não se conhecem em Portugal casos em que as diferentes modalidades estejam a ser geridas de forma articulada e com propósitos bem definidos, no sentido de se afirmar que as organizações em causa dispõem de uma estratégia ou política de gestão integrada da PI.

Usos estratégicos comuns noutros países, de natureza defensiva ou ofensiva, estarão maioritariamente ausentes no panorama português. Esses usos incluem o recurso à PI para sinalização, para bloqueio de áreas técnicas a concorrentes, para comercialização de tecnologia, para obtenção de reputação inovativa ou como activo para estabelecimento de parcerias.

O uso estratégico da PI requer economias de escala (estáticas e dinâmicas) que têm fraca presença em Portugal (v. a Caixa sobre: *Factores estruturais que inibem o uso de patentes por empresas portuguesas*).

(*) Diz respeito a um grupo empresarial.

2.3. Em relação ao comportamento das entidades não-residentes, verificam-se alterações significativas em virtude das mudanças institucionais durante o período em análise, com a adesão de Portugal à Patente Europeia e à "via internacional" (PCT) no início dos anos 90. Tais alterações conduziram a uma acentuada redução da procura da via nacional por não-residentes, se bem que em contrapartida se verifique que os pedidos de patentes europeias por não-residentes que designaram Portugal têm tido uma evolução genericamente bastante positiva. No respeitante à utilização da PI de acordo com os países de origem, detecta-se que:

- os países de não-residentes que mais depositaram pedidos de patente via nacional entre 1980 e 2001 foram os EUA (35%), a França (16,3%), o Reino Unido (10,8%), a Suíça (8,23%), a Itália (5,49%) e a Espanha (4,4%) – de notar que cerca de metade dos pedidos tiveram origem na UE;

- em relação às marcas registadas por não-residentes, a sua proveniência situa-se também maioritariamente nos EUA, mas sendo de salientar entre os restantes países a posição da Espanha (3º, a seguir ao Reino Unido) e do Brasil (6º, a seguir ao Japão, França e Alemanha).

CAIXA 3. Onde estamos nas comparações internacionais de PI?

Em relação ao recurso a patentes, constata-se um fraquíssimo uso desta modalidade por entidades residentes. Entre 1980 e 2001 o número de patentes pedidas na designada “via nacional” não ultrapassa, em média anual, a centena, embora se registre uma progressão de cerca de 55 em média nos anos 80 para quase 90 na década seguinte. Este valor mantém-se praticamente constante ao longo da década, se excluirmos as naturais variações ano-a-ano. Já em relação às concessões, nota-se uma progressão contínua, de uma média anual de cerca de 15 nos anos 80, para valores superiores a 50 no triénio para o qual existe informação completa mais recente, 1999-2001.

Também no respeitante ao recurso a patentes pela “via europeia” por parte de residentes se nota progressão idêntica ao longo da última década, com os pedidos anuais a passarem de cerca de 15 em 92-95, para cerca de 73 em 99-2001. O número de patentes concedidas por esta via é relativamente inferior, mas está também a crescer, tendo-se situado perto das 4 por ano no último triénio referenciado.

Finalmente, cabe referir as concessões obtidas junto do USPTO (o instituto de patentes e marcas dos EUA), com a vantagem de se dispor de uma série histórica mais longa. Estas têm crescido consistentemente: de uma média anual inferior a 4 nas décadas de 60 e 70, passa-se para valores superiores a 4 na década de 80, vindo depois a série a progredir de forma mais ou menos contínua, de triénio a triénio, até mais de 9/ano em 1999-2001.

Podemos concluir que a informação disponível é, genericamente, encorajante quanto à tendência detectada. Subsistem, no entanto, pelo menos dois problemas principais. Em primeiro lugar, o valor total de patentes pedidas ou concedidas continua a ser muito baixo (da ordem de 1 para 1000, nas patentes da via europeia em que Portugal surge designado, e da ordem de 1 para 3 mil, nas patentes concedidas a entidades da UE nos EUA). Em segundo lugar, a tendência expansionista das patentes de portugueses acompanha, aproximadamente, apenas, o ritmo de crescimento das séries de patentes para a totalidade de nações. Ou seja, não só a distância (gap) é enorme, como é evidente não se estar a assistir a qualquer convergência com os principais países de referência.

Em relação ao recurso a marcas, a situação tem contornos bastante distintos. Há décadas que a obtenção anual de direitos nesta modalidade por entidades residentes se cifra em alguns milhares. Observando um registo que permite uma comparação objectiva de Portugal, neste domínio, com os parceiros da UE, oferecido pelos dados processados pela IHMI no âmbito do sistema da marca comunitária, constata-se estarem os pedidos provenientes de entidades portuguesas na proporção de 1 para 100 relativamente ao conjunto dos países da União. Enquanto que os pedidos portugueses contabilizam 152 por milhão de habitantes, os pedidos do conjunto da UE são de 410 por milhão de habitantes. Sendo valores que sugerem estar-se perante um gap bastante inferior ao identificado no caso das patentes.

2.4. A taxa de concessão de patentes de invenção a residentes em Portugal no período compreendido entre 1980-2001, foi cerca de 56% (valor que se aproxima, por exemplo, do verificado no Instituto de Patentes Japonês em 2001). Esta taxa pode ser reveladora, por um lado, do rigor no exame dos requisitos de patenteabilidade, e por outro lado, da qualidade dos inventos medida por esses requisitos. Sensivelmente no mesmo período, a taxa de concessão de patentes a não-residentes em Portugal que depositaram os pedidos pela via nacional, foi de 74%.

2.5. Das 557 concessões de patentes a residentes pela via nacional que se verificaram no período em análise (1980-2001), cerca de 50% haviam caducado até ao final de 2001. Destas, 7 em cada 10 não passaram dos 10 anos de duração. Das 17.027 concessões de patentes a não-residentes que se verificaram no período, cerca de 73% haviam caducado até ao final de 2001. Destas, também 7 em cada 10 não passaram além dos 10 anos de vigência.

CAIXA 4. O perfil de especialização tecnológica

Um aspecto sobre o qual é possível extrair conclusões, em relação às séries históricas de pedidos e concessões de patentes em Portugal, diz respeito aos perfis de especialização tecnológica, tanto de residentes como de não residentes, em termos da distribuição dos pedidos e concessões de patentes pelas secções da Classificação Internacional de Patentes (CIP). O quadro que se segue apresenta a estrutura percentual correspondente a essa distribuição e na última linha os valores absolutos de patentes pedidas e concedidas.

	Residentes				Não-Residentes			
	Patentes Nacionais 1980-2001		Patentes Europeias 1991-2001		Patentes Nacionais 1980-2001		Patentes Europeias 1991-2001	
	Pedidos	Concessões	Pedidos	Concessões	Pedidos	Concessões	Pedidos	Concessões
A	17	17	18	28	21	20	17	21
B	23	25	16	24	13	12	18	20
C		17	13	18	46	50	18	35
D	112	2	1	0	3	3	2	3
E	17	13	7	18	3	3	4	4
F		15	18	6	5	4	8	6
G	10	8	9	6	4	3	16	5
H	5	3	18	0	5	5	17	6
N	1.678	565	336	21	25.250	17.047	388.143	21.752

As Secções da CIP são: A – Necessidades Humanas/Agricultura; B – Técnicas Industriais, Diversas, Transportes; C – Química/Metalurgia; D – Têxteis e Papel; E – Construções Fixas; F – Engenharia Mecânica; G – Física; e H – Electricidade.

Embora a CIP esteja aqui expressa em termos muito agregados, e também apesar de alguns dos valores serem muito diminutos para basear conclusões sólidas, vislumbram-se alguns padrões comportamentais interessantes:

- é nítido no caso dos residentes em Portugal, uma vantagem comparativa revelada nas Técnicas Industriais e nos Transportes e também, em certa medida, nas Construções Fixas e na Engenharia Mecânica.
- nos não residentes, verifica-se historicamente um predomínio do patenteamento em áreas da Química e Metalurgia, embora a secção correspondente às Necessidades Humanas e Agricultura também tenha uma expressão significativa.

3. Interesse e utilização actual e futura do sistema de PI

3.1. As 724 empresas inquiridas com base numa amostra representativa da totalidade dos sectores económicos, forneceram um conjunto de indicações sobre o interesse e uso recente, bem como sobre o interesse e uso futuro das diferentes modalidades de PI. Apesar do rigor dos procedimentos metodológicos empregues no inquérito e da objectividade das questões submetidas às empresas, não será de excluir a hipótese que tenha havido alguma sobrevalorização das atitudes face à PI, por possível empatia dos respondentes com os temas tratados no questionário. A informação que de seguida se apresenta deve, por isso, ser observada a essa luz.

3.2. Os principais resultados sobre o “interesse” que a PI desperta são os seguintes:

- genericamente a maioria das empresas atribui “baixa” importância às diferentes modalidades de PI (entre 54,0% e 86,7%, consoante a modalidade);
- o grupo de modalidades que mais se destaca pela positiva é o das Marcas e Outros Sinais Distintivos, com 17,8% das empresas a considerarem-no com uma importância “alta” e 28,2% “média” – este interesse pelas Marcas e Outros Sinais Distintivos prolonga-se, aliás, para o futuro;
- as restantes modalidades recolhem menor atenção das empresas, embora seja possível ordenar o interesse decrescentemente de acordo com a seguinte hierarquia: Patentes e Modelos de Utilidade; Desenhos e Modelos Industriais; Nomes de Domínio (na Internet); e, por fim, a uma maior distância, os Direitos de Autor;
- em relação ao futuro é nítido que os nomes de domínio constituem uma modalidade que suscita bastante interesse por parte das empresas;
- há a assinalar, na totalidade das respostas obtidas sobre a importância actual e futura das diferentes modalidades de PI, uma substancial variância de atitudes através dos diferentes sectores e classes dimensionais inquiridas – de forma quase sistemática, as empresas de maior dimensão são as que apresentam maior interesse, embora este padrão seja menos nítido no caso dos Desenhos e Modelos Industriais, e em relação à distribuição sectorial há genericamente um destaque do grupo das indústrias de alta tecnologia.

CAIXA 5. Factores estruturais que inibem o uso de patentes por empresas portuguesas

As diferentes modalidades de PI assumem expressões diferenciadas quanto ao seu uso em Portugal. As que têm menor uso são as relacionadas com a invenção e inovação. Na verdade, as patentes (e os modelos de utilidade) que constituem indicador muito expressivo das capacidades de invenção e inovação, têm níveis de utilização muitíssimo baixos. Existem diversas razões que contribuem para este baixo nível de utilização.

- Em primeiro lugar, temos a estrutura industrial existente. O peso das indústrias de alta tecnologia (e de média-alta, também) é baixo, muito inferior à maioria dos parceiros da UE e às outras economias avançadas. A especialização portuguesa tem estado, nas últimas décadas, concentrada em produtos de baixa intensidade tecnológica, embora recentemente evoluindo para algumas produções de média intensidade tecnológica. Para todos os efeitos, a parte das exportações de alta tecnologia continua irrelevante.
- Em segundo lugar, decorrente da estrutura sectorial referenciada, as despesas empresariais em I&D são diminutas. A única fonte de patentes não é a I&D (nem a I&D empresarial em exclusivo), mas não há dúvida que essa é a sua principal fonte.
- Em terceiro lugar, verifica-se a inexistência de companhias de grande dimensão, de origem portuguesa e com sede em Portugal, actuando globalmente (com o papel que a Nokia, Samsung, Nortel, Philips, Unilever, ou Nestlé, por exemplo, desempenham noutras economias abertas e de pequena dimensão). Este tipo de companhias são normalmente detentoras, mesmo quando não actuam em ramos de alta tecnologia, de grandes *portfolios* de PI. É claro que para uma exploração estratégica e integrada da PI, certas economias de escala são necessárias ao nível individual de cada empresa.
- Em quarto lugar, o número de pequenas empresas, fundadas recentemente (últimos 10-15 anos) em sectores de alta tecnologia, é também reduzido. Para além disso, as pequenas empresas de base tecnológica existentes, actuam predominantemente em sectores pouco afectos ao uso de patentes (p.ex.: *software* e electrónica para telecomunicações).
- Em quinto lugar, o facto da comunidade de utilizadores deste tipo de PI ser no seu conjunto pouco expressiva, contribui para a inexistência das “economias de aglomeração” que se verificam na presença de múltiplos utilizadores, para a ausência de externalidades decorrentes do uso e do conhecimento das práticas da exploração da PI, e para a escassez no fornecimento de serviços profissionais especializados na área da PI. Como é natural, o aparecimento e actuação desse tipo de serviços numa base comercial só se justifica quando se atinge uma determinada massa crítica numa região ou país. A pouca intensidade destas “economias de aglomeração” convive com a ausência de uma cultura de PI pouco favorável à obtenção de direitos privativos.
- Em sexto e último lugar, a distância face aos principais mercados de consumo de produtos sofisticados constitui, a par da estreiteza do mercado local desse tipo de produtos, uma barreira ao desenvolvimento competitivo de pequenas empresas de base tecnológica e à viabilização de *spin-offs* académicos.

Em síntese, e inventariados os principais factores estruturais que restringem o recurso às patentes, permanece a questão de se, mesmo controlando em relação à influência destes factores, o nível relativo do PIB per capita português não permitiria prever níveis de patenteamento mais elevados. Ou de saber se, em face do nível de inovação efectivamente observado, não seria de esperar níveis de patenteamento mais elevados, não se verificando tais níveis por os actores não disporem ainda de uma percepção adequada das vantagens do uso desta modalidade. A este respeito, os factores do lado da oferta que dificultam o acesso ao sistema de PI poderão, também, ser tomados em linha de conta. Haverá naturalmente que distinguir entre barreiras efectivas, existentes, e as percebidas, que derivam de apreciações subjectivas dos agentes.

3.3. Em relação ao “uso” e a “pedidos” realizados ou a realizar, há a destacar os seguintes resultados principais obtidos com o inquérito:

- 4,2% das empresas afirmam ter pedido, desde 1990, a concessão de Patentes e Modelos de Utilidade, embora mais do dobro, 9,6%, dizem tencionar pedir concessões destas modalidades a médio prazo;
- 17,7% das empresas afirmam ter pedido, desde 1990, registos de Marcas e Outros Sinais Distintivos, sendo que essa proporção deverá passar para 22,5% num futuro próximo;
- em relação aos Desenhos e Modelos Industriais a proporção dos que afirmam ter pedido é bastante menor, fixando-se nos 2,6% da população, com 8,2% a manifestarem intenção de solicitar registos a médio prazo;
- 1,1% das empresas afirmam ter recorrido aos Direitos de Autor, e essa proporção crescerá para 5,9% no médio prazo;
- por fim, em relação aos Nomes de Domínio, eles têm sido utilizados desde 1990 por 12,2% da população, sendo que 20,7% das empresas indicam que a eles recorrerão num futuro próximo;
- em balanço, em relação à utilização futura nota-se uma tendência de crescimento da ordem dos 5% da população para cada um dos referidos grupos, sendo contudo nítido o predomínio do interesse pelas Marcas e Outros Sinais Distintivos, bem como pelos Nomes de Domínio.

3.4. A abordagem através das bases de dados históricas não permite caracterizar suficientemente os utilizadores do sistema de PI. Na verdade, as empresas utilizadoras do sistema não reportam a sua actividade principal ou a respectiva dimensão (vendas, emprego...). Por esta razão, o inquérito implementado tinha como objectivo a determinação dos perfis dos utilizadores da PI, sendo embora a definição da intensidade de uso contingente das respostas dos inquiridos.

Em consonância, apresentam-se sucessivamente nas caixas 6, 7 e 8 o perfil dos utilizadores da PI em Portugal, para as patentes e modelos de utilidade, para os modelos e desenhos industriais e para as marcas e outros sinais distintivos.

CAIXA 6. Utilizadores de Patentes e Modelos de Utilidade

A maior utilização das patentes e modelos de utilidade está significativamente associada com o facto das empresas disporem de uma área de “novos produtos e processos” autonomizada, de realizarem contratação externa de serviços relacionados com esses “novos produtos e processos”, de disporem de maiores orçamentos de I&D, de *design*, modelação e estilismo e/ou de engenharia de produto e de conhecerem o INPI e de utilizarem os seus serviços. A associação forte com as variáveis acabadas de referir sugere existir um perfil estratégico conducente à utilização deste grupo de modalidades de PI. Aliás, as empresas que mais afirmam usar estas modalidades, são também, tipicamente, as que indicam ter gerado inovações em anos recentes. Em termos estruturais, existe igualmente uma associação positiva forte com a dimensão e com uma distribuição sectorial diferenciada, consistente, com os utilizadores concentrados em poucos sectores (indústrias de média-alta e de alta tecnologia, designadamente).

CAIXA 7. Utilizadores de Modelos e Desenhos Industriais

Em relação aos modelos e desenhos industriais, o perfil de utilizadores é próximo do detectado para o grupo de modalidade anterior, se bem que algumas associações com algumas variáveis (dimensão, contratação externa de serviços relacionados com a concepção de novos produtos ou processos, conhecimento do INPI) não sejam tão intensas. A distribuição sectorial do interesse é também mais equilibrada, embora exista um sector que se distingue a este respeito (indústrias de baixa-média tecnologia). A dimensão não constitui um elemento relevante na diferenciação do uso destas modalidades.

CAIXA 8. Utilizadores de Marcas e Outros Sinais Distintivos

No respeitante ao terceiro grupo principal de modalidades, as marcas e outros sinais distintivos, constata-se que a existência de uma área de *marketing* autonomizada na empresa, a realização de contratação externa de serviços relacionados com *marketing*, o emprego de maiores orçamentos em *marketing* e, por fim, o conhecimento do INPI e maior utilização dos seus serviços, são aspectos todos eles positiva e significativamente associados com o seu uso. Daqui decorre que o grupo de empresas que se manifesta como utilizador o fará com uma certa intencionalidade estratégica. De forma interessante, constata-se também que a orientação da empresa em termos de mercado (produção para exportação e também “para outras empresas” em detrimento de “para consumidores finais”) está associada com o uso deste grupo de modalidades. Verifica-se ainda que a dimensão está positivamente associada com o uso, e que em termos sectoriais existe uma distribuição desigual do referido uso, estando ela concentrada primordialmente nos sectores industriais.

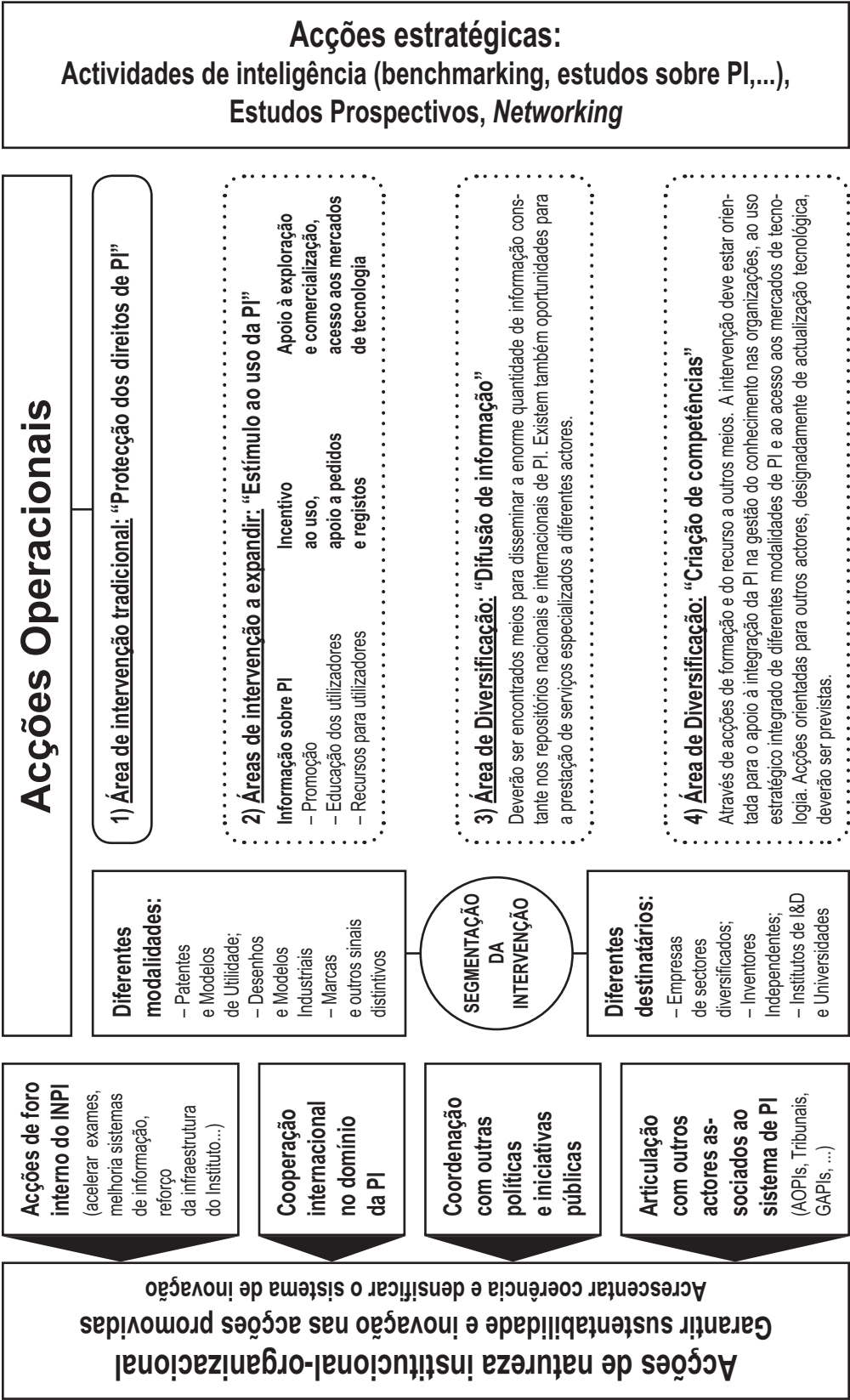
4. Instituições de Investigação

- 4.1. Os resultados do inquérito às instituições de investigação revelam posicionamentos diversos destas instituições. Por um lado os resultados mostram efectivamente serem as instituições de investigação elementos importantes no sistema de PI. As respostas revelam um elevado conhecimento do sistema no seu todo. Com excepção de uma resposta, todas as outras instituições que responderam ao inquérito declararam conhecer o INPI e uma elevada percentagem (80%) utilizou ou tenciona vir a utilizar serviços relacionados com a obtenção de registos de PI.
- 4.2. Mais de metade das instituições já realizaram pedidos de patentes, um terço dos quais durante o ano de 2001. Ainda que alguns sectores considerem que a universidade deva ser mais dinâmica tecnologicamente perante as necessidades da indústria nacional, os dados apresentados neste estudo revelam que o sistema de investigação nacional não deixa de ser activo no patenteamento, particularmente quando comparado com a actividade das empresas neste domínio. A maior actividade recente deixa em aberto a questão se estaremos a iniciar uma fase de aceleração de pedidos de patenteamento, com o sistema de investigação a desempenhar um papel activo nesta mudança de tendência.
- 4.3. Mas os dados recolhidos revelam também uma outra face deste panorama. Ainda que inseridas no sistema de PI nacional, uma grande parte destas instituições não tem uma estratégia definida para as questões suscitadas pelo patenteamento de resultados de investigação. Neste campo é de realçar a importância da rede de Gabinetes de Apoio à Propriedade Industrial, recentemente lançada com o apoio do INPI. As instituições onde foram instalados GAPIs apresentam um posicionamento mais claro perante o patenteamento, reflectido na existência de regulamentos internos ou de incentivos específicos ao registo da propriedade industrial.
- 4.4. Ao nível da formação dos técnicos de agentes intermediários como os GAPI e outros gabinetes idênticos de gestão da PI neste tipo de instituições, convirá procurar melhorar a sua competência na avaliação do potencial da I&D produzida, na gestão de acordos com empresas (cláusulas de confidencialidade e outros aspectos), bem como na elaboração de contratos de parceria internacional. Há evidência que nos últimos anos a concentração em I&D de natureza mais fundamental, conduziu as equipas portuguesas em consórcios internacionais a especializarem-se em domínios mais afastados do patenteamento, quando não mesmo foram simplesmente desapossadas de resultados que legitimamente poderiam reivindicar como seus em termos de possível patenteamento.
- 4.5. A clarificação dos regimes de propriedade industrial no Estatuto da Carreira Docente Universitária, a transmissão de co-titularidades para titularidade exclusiva, com os incentivos a serem proporcionado através da distribuição de rendimentos futuros, no caso das instituições de I&D submetidas ao Estatuto da Carreira de Investigação, e uma maior atenção ao caso do *software*, parecem ser aspectos em que a acção institucional poderá contribuir para um melhor desempenho das instituições de investigação face à PI.

5. Políticas

- 5.1. A figura que de seguida se apresenta corresponde a uma sistematização da intervenção pública nos domínios da PI. Os parágrafos seguintes propõem uma série de distinções que ajudam à compreensão desta figura. Um quadro conceptual como o subjacente à referida figura permite compreender a multidimensionalidade da intervenção pública nos domínios da PI, bem como os novos desafios a que ela terá de responder.
- 5.2. Nestes domínios da intervenção pública em PI, existem áreas que são território da acção exclusiva do instituto de PI, enquanto outras requerem uma coordenação a um nível institucional mais abrangente. A “política de propriedade industrial” situa-se nitidamente nesse nível mais abrangente, devendo ser articulada no âmbito da política de inovação, e mais genericamente, no quadro mais amplo das políticas económicas. Existem também missões de carácter estratégico e prospectivo, associadas a novos tipos de responsabilidades, que deverão ser protagonizadas em articulação com níveis de coordenação mais elevados, embora seja igualmente necessária a iniciativa e intervenção própria da entidade gestora da PI. O instituto de PI tem, a este respeito, um papel central na dinamização do sistema da PI, parte integrante do sistema nacional de inovação.
- 5.3. A acção do instituto de PI tem tido, historicamente, um carácter predominantemente operacional. A este nível operacional a função principal tem consistido na promoção da PI. Esta função compõe-se de um conjunto restrito de actividades: a divulgação do sistema de PI, através do fornecimento de informação aos agentes económicos; a gestão de apoios ao processo conducente aos pedidos; e o processamento de pedidos e a concessão de direitos propriamente ditos. A função de promoção da PI deverá no futuro consolidar e reforçar estas áreas de intervenção clássicas, se bem que deva também dinamizar mais activamente uma área, a do estímulo à exploração e comercialização da PI, em relação à qual se detecta uma situação muito deficitária em Portugal (na figura que temos estado a referir, as actividades operacionais em que se considera desejável um reforço futuro da intervenção vêm indicadas a tracejado). Na verdade, verifica-se que quando os agentes sucedem em superar as barreiras à obtenção de direitos de PI, no país ou em particular fora do país, eles se confrontam posteriormente com grandes dificuldades para conseguirem beneficiar desses direitos, por via da exploração própria ou da respectiva comercialização. O apoio à melhoria do acesso aos mercados tecnológicos deverá, assim, constituir uma prioridade a prosseguir com tenacidade. Para este efeito, a acção do instituto de PI deverá ser convenientemente reforçada em termos de recursos disponíveis, designadamente se se quiser avançar para uma acção consequente no domínio do estímulo à exploração e comercialização. Como componente destas etapas mais próximas do mercado, deverá ser contemplada a revisão dos processos de apoio à obtenção de PI nas vias internacionais e junto de alguns institutos de PI estrangeiros mais relevantes, de forma a tornar esses processos mais eficazes.

Matriz de Intervensões no Domínio da Propriedade Industrial



- 5.4. Em complemento à tradicional função de promoção da PI, na cadeia conducente ao registo e apropriação de benefícios privados, considera-se pertinente o instituto de PI diversificar a sua actividade ao nível operacional. Tal diversificação deverá estar orientada para uma actuação mais persistente ao nível de duas outras funções: difusão de informação; e criação de competências. Actualmente existe já intervenção nestas duas funções, embora se considere que ela deve ser intensificada, com ambas a serem assumidas de modo mais formal e expressivo como áreas de diversificação face à função predominante tradicional de promoção da PI.
- 5.5. Para uma economia com o nível de desenvolvimento da portuguesa e com as restrições estruturais identificadas, a exploração dos reportórios de PI, constantes em bases de dados nacionais e internacionais, constitui uma enorme fonte de aprendizagem e absorção de tecnologia e outros conhecimentos técnicos complementares. Essa exploração deverá ser activamente partilhada com os actores já no terreno, com as associações empresariais e com as empresas propriamente ditas.
- 5.6. Em relação à segunda função de diversificação, a criação de competências, a intervenção deverá ser intensificada, com reforço e programação de novas acções para, através de diferentes instrumentos (*e-learning*, formação presencial, integração de matérias de PI em curricula universitários...), se contribuir para a integração da PI na gestão do conhecimento nas organizações, para o uso estratégico integrado de diferentes modalidades de PI e para o acesso aos mercados de tecnologia. Acções orientadas para outros actores (tribunais, AOPI, associações de inventores...), designadamente de actualização tecnológica, deverão também ser previstas.
- 5.7. A acção operacional nas três funções identificadas deverá, tanto quanto possível, ser segmentada em função de determinados grupos-alvo e de acordo com os principais grupos de modalidades de PI. Confirmou-se no estudo efectuado que as diferentes modalidades exercem graus de atracção diferenciados entre os diferentes sectores empresariais. A pouca atractividade de instrumentos como os Modelos e Desenhos Industriais poderá ser contrariada com acções direccionadas a determinados sectores precisos. Há também que segmentar a actividade, no sentido de prever acções destinadas aos inventores independentes, ainda a principal fonte de registos de patentes por parte de entidades residentes, bem como, muito em particular, prever também acções orientadas para as instituições de I&D (Universidades, Laboratórios Públicos, Institutos de Transferência de Tecnologia...) que se têm vindo a constituir em anos recentes num importantíssimo agente de dinamização dessa modalidade de PI.

CAIXA 9. Aspectos específicos a considerar na promoção dos Desenhos e Modelos Industriais

Os ciclos-de-vida dos produtos associados à moda, ou mesmo de outros produtos susceptíveis de serem protegidos por estas modalidades embora mais afastados das tendências da moda, é progressivamente mais curto. Por outro lado, num mundo marcado pela elevada diferenciação do produto, as séries produzidas são também em geral de pequena dimensão. Neste contexto, longos tempos de espera por atribuição de registos, a par da percepção dos limites de protecção atribuída, designadamente tendo em conta o funcionamento dos tribunais, têm sido dissuasores do recurso à protecção por esta via. O novo Código da Propriedade Industrial, recentemente publicado em 2003, evolui já no sentido de melhorar a celeridade no procedimento de registo. Esta situação vivida tem contribuído para o desconhecimento e para algum desinteresse por estas modalidades, mesmo nos sectores relevantes. Há, assim, que identificar estratégias para a promoção das modalidades. Para o efeito, há que ter a percepção que elas funcionam numa zona de intersecção algures entre patentes e direitos de autor. O que os agentes em geral nelas procuram, parece não ser tanto a protecção mas mais a reputação. Não parece também particularmente interessante a existência de uma protecção forte, tendo em vista esta ser uma área onde faz sentido garantir o acesso às tendências internacionais da moda ao maior número possível de agentes. Neste âmbito, a protecção mais eficaz poderá ser conseguida por uma gestão combinada com outras modalidades de PI. Eventualmente, a existência de sinais, bem divulgados, de pedido de registo, ou mesmo apenas de intenção de registo, funcionaria em simultâneo como marca de qualidade e de dissuasão de possíveis cópias, mesmo antes da sua atribuição formal. A promoção de tal tipo de sinais, ajudaria igualmente à divulgação das próprias modalidades. Em complemento, uma acção válida para estas e também para a totalidade das restantes modalidades, é a divulgação de casos de sucesso. Tal tipo de abordagem poderá exercer poderosos efeitos de demonstração. O facto de uma cultura de *design* se estar a disseminar progressivamente em Portugal e também a existência de um número cada vez mais elevado de empresas com unidades autónomas de engenharia do produto, são aspectos que militam a favor do sucesso destas modalidades.

5.8. A montante da actividade operacional do instituto de PI, estão um conjunto de actividades, de coordenação institucional e organizacional, muitíssimo relevantes. A ideia de consolidação do sistema de inovação, aumentando a sua coerência e procurando densificar as ligações entre os actores, deverá guiar a acção do instituto de PI. Essa acção deve contribuir para o desenvolvimento de uma percepção da existência de um “sistema” por parte dos agentes económicos. A política de inovação constitui campo de articulação de políticas sectoriais que incidem na mudança estrutural e cognitiva, na melhoria da qualidade do emprego, na competitividade, e na convergência económica e no bem-estar. A PI, pela sua dupla natureza de protecção (do esforço inventivo, da criatividade e da diferenciação) e difusão (de informação e conhecimentos técnicos codificados), tem de enquadrar o seu desempenho no âmbito do desenvolvimento do sistema de inovação. O recurso principal que circula nos canais que se estabelecem através das ligações e contactos entre os actores do sistema de inovação, é precisamente o conhecimento científico e técnico, englobando este as áreas da tecnologia, do *design* e do *marketing*.

Caixa 10. Aspectos específicos a considerar na promoção de Marcas e outros sinais distintivos

Este é o grupo de modalidades que tem maiores níveis de utilização e pelo qual a generalidade das empresas manifestam maior interesse, mesmo em termos futuros. Ainda assim, viu-se que os níveis de utilização permanecem baixos face aos padrões internacionais. Tal explica-se, em boa parte, pelo país ter vivido décadas de protecção e de condicionamento industrial. Só desde há cerca de 30 anos entrámos num regime mais explicitamente de economia de mercado. E esta é uma área onde importantíssimas economias inter-temporais se verificam: investimentos mais elevados em *marketing* e nos sinais a ele associados, tornam-se mais interessantes em função de uma imagem já estabelecida no mercado. A dimensão média das empresas também justifica os níveis de utilização verificados: uma campanha publicitária nacional pode custar 10 milhões de euros. A larga maioria das empresas portuguesas, pelo seu posicionamento estratégico e nas cadeias de valor, não elegeram ainda a comunicação como uma área central das suas actividades. Para retirar benefício da PI, não basta proceder ao registo de direitos - as empresas têm também que compreender o seu mercado e os seus clientes. A PI acrescenta prestígio apenas capitalizável em função de uma boa articulação com o mercado. Medidas possíveis para estimular o uso destas modalidades, para além da continuação da sua promoção e da divulgação de *case-studies*, incluem a possibilidade de definição de procedimentos que produzam valorizações contabilísticas objectivas deste tipo de activos. Esta opção, também justificável para as restantes modalidades, melhoraria a situação das empresas no recurso ao financiamento externo, quer em bolsa quer através de bancos. Também é desejável promover o acesso a estas modalidades junto de empresas jovens, eventualmente oferecendo a possibilidade do seu registo no momento da constituição. O trabalho de envolvimento sistémico pode também nesta área ser relevante: por exemplo, a introdução de novos produtos/marcas através de canais de distribuição internacionais de marcas portuguesas com prestígio, ou a associação a marcas portuguesas com grande notoriedade, podem ser vias a ser exploradas mais intensamente.

5.9. Nas actividades de natureza organizativa e de coordenação institucional, o instituto de PI tem importantes funções a desempenhar. Por um lado, ao nível interno, de reforço da respectiva infraestrutura e competências próprias. A gestão por objectivos, a existência de indicadores de desempenho e o *benchmarking* em relação a instituições similares são instrumentos que contribuem para o aumento da produtividade e da qualidade global dos serviços prestados. Por outro lado, uma função tradicional tem a ver com a representação de Portugal nas agências internacionais que lidam com a PI e com a participação na discussão dos instrumentos de regulação internacional da PI. A excelência ao nível das competências dos quadros intervenientes é um requisito a cumprir. As opções políticas estratégicas têm sede distinta do instituto de PI (Governo, AR, Conselho Europeu...), mas a competência própria e a manutenção de uma memória de longo prazo nesse instituto assumem um papel vital na conformação das decisões políticas.

5.10. As opções a este nível podem favorecer ou prejudicar diferentes agentes económicos de forma diferenciada e podem, por conseguinte, contribuir para as dinâmicas micro e macroeconómicas de forma igualmente diferenciada. Há que ter presente que enquanto regimes de PI demasiado restritivos e direccionados para a protecção da inovação podem fazer sentido quando aplicados em economias mais avançadas, no caso de economias em convergência poderão converter-se em obstáculos ao crescimento e à transformação estrutural. A consolidação da política nacional de PI deverá, portanto, ser prosseguida como objectivo para o qual o instituto de PI tem capacidade de dar contributo pertinente.

CAIXA 11. Aspectos específicos a considerar na promoção de Patentes e Modelos de Utilidade

Esta é uma área onde grandes desafios se colocam. Existem acções de mais curto prazo e de longo prazo.

Nestas últimas, a integração de disciplinas ou de módulos sobre PI em *curricula* universitários, cobrindo evidentemente com a relevância devida estas modalidades, poderá revelar-se muito eficaz. A acção orientada para o longo prazo não se deverá, no entanto, limitar a esse tipo de intervenção, devendo prever-se outras iniciativas de cariz educativo e formativo análogas, qualificando os profissionais que actuam nas áreas da inovação e da criatividade. O desenvolvimento ou adaptação de manuais e ferramentas interactivas para disponibilizar via Internet poderão ser relevantes.

A mais curto prazo, serão relevantes acções que permitam aos potenciais utilizadores visualizar os benefícios de um bom uso destas modalidades, no país e especialmente fora do país. Os incentivos deverão suportar as diferentes fases no seu todo - desde as fases iniciais de pesquisa e de preparação para dos exames prévios, passando pela apresentação de pedidos, contestação de exames desfavoráveis e preparação de resposta a eventuais oposições, até às fases de exploração do invento e/ou sua comercialização nos mercados tecnológicos. Dever-se-á, portanto, prever prazos superiores aos actualmente em vigor e também financiamentos (eventualmente em regime de empréstimo parcial) bastante mais substantivos que os actuais. A persistência junto de institutos de PI estrangeiros ou a aprovação, por exemplo, de um novo medicamento são, como se sabe, processos extremamente dispendiosos. O processo de patenteamento europeu permanece oneroso e mais favorável a empresas de maior dimensão. Nos EUA, ao contrário, os custos tendem a concentrar-se em fases mais a jusante, na contestação de decisões e de eventuais oposições. Outro tipo de intervenção deverá prever o robustecimento dos canais e agentes intermediários que conduzem aos mercados de tecnologia. Os actores envolvidos na obtenção deste tipo de PI sentem dificuldades em avaliar o valor comercial dos seus activos, devido à inexistência de agentes intermediários com essas funções. Também na negociação internacional de tecnologia há carência de conhecimento especializado, em matérias de contratos e cláusulas, que poderá ser suprida pela acção deste tipo de intermediários.

Para muitas pequenas empresas de base tecnológica, para as instituições de I&D e, em especial, para os inventores independentes que produzam soluções de elevado potencial tecnológico, este caminho deverá estar bem balizado e devidamente estimulado, com o fornecimento de informação sobre os intermediários, sobre o *networking* possível e sobre financiamentos. Em relação aos inventores independentes, há que ter presente que eles continuam a ser a origem de muitas patentes. Deverão ser criados mecanismos de filtragem, que permitam detectar e promover os inventos de grande potencial que provenham dessa fonte.

5.11. A jusante das actividades operacionais, situam-se um conjunto de outras funções, ditas de natureza estratégica (embora muitas das anteriores também o sejam), essencialmente por estarem a olhar para o futuro. A prospecção constante de novas oportunidades, a identificação de ameaças, o balanço entre competências existentes e necessárias, deve ocupar uma parte dos recursos do instituto de PI. As acções de carácter prospectivo destinam-se a facilitar e potenciar o ajustamento a desenvolvimentos futuros possíveis. O *benchmarking* activo no campo das soluções e iniciativas, das práticas de gestão e sobre dispositivos legais, ou sobre os modelos de governação da PI originada em instituições de I&D e similares, constitui fonte de aperfeiçoamento contínuo de acti-

vidades. O *networking* internacional sobre estas matérias poderá ser também muito útil a Portugal, pelo acesso, por exemplo, a conhecimento especializado de examinadores de outros institutos de PI e a outros recursos relevantes. A política e a gestão do sistema de PI exigem sustentabilidade, designadamente para acompanhamento persistente dos actores em diferentes fases de acesso ou de obtenção e exploração da PI, mas exigem igualmente capacidade de inovação, para introduzir alterações que visem potenciar os recursos existentes, captar novos recursos sempre que se justifique, e genericamente, melhorar a sua eficiência e eficácia globais. A construção de visões sobre o futuro, possível através de diferentes metodologias, constitui poderoso instrumento de mobilização de actores e alimenta a definição das suas estratégias.

CAIXA 12. Notoriedade do INPI

Ao todo, de acordo com os resultados do inquérito à população de empresas portuguesas com mais de 5 trabalhadores, uma proporção correspondente a 39% das empresas afirma conhecer o INPI. O conhecimento é tanto maior quanto maior a dimensão da empresa - nas empresas com 500 ou mais trabalhadores, esse conhecimento atinge os 87%. Verifica-se ainda uma significativa variância do conhecimento do INPI através dos diferentes grupos de sectores produtivos - nas Indústrias de Alta Tecnologia esse conhecimento atinge os 82,1% e nos Serviços de Alta Intensidade Informacional a cifra correspondente é de 60,9%. Em contrapartida, o desconhecimento é maior nas empresas mais pequenas (65,4%) e, surpreendentemente, nos sectores industriais de Média-Alta Intensidade Tecnológica (73,8%).

Da totalidade das empresas respondentes, 19% afirmam que tencionam no futuro vir a usar os serviços do INPI. Destas, aproximadamente metade afirma que tenciona no futuro usar os serviços do INPI, enquanto apenas cerca de 10% afirma a intenção de vir a realizar um uso intensivo. Esta intenção futura é claramente mais substantiva e intensa nas empresas das Indústrias de Alta Tecnologia.

- 5.12. Em síntese, dever-se-á trabalhar para que a PI figure como ponto destacado da agenda da política de inovação e das políticas económicas em geral. Tal é plenamente justificável à luz da situação diagnosticada e dos desafios com que nos confrontamos. É necessário desenvolver uma visão colectiva e abrangente sobre a utilização e gestão da PI. Esta aposta deverá necessariamente ser acompanhada com o reforço substancial de dotações e recursos afectos no quadro das políticas públicas, designadamente das que se inserem na utilização dos Fundos Estruturais. Dever-se-á também trabalhar para a melhoria das qualificações e da sofisticação global da acção do sistema de PI. Estas acções permitirão contrariar os baixos níveis de conhecimento sobre PI e o défice na capacidade de ela ser estrategicamente gerida.

Agradecimentos

O estudo de investigação e análise que de seguida apresentamos não teria sido possível sem o contributo de um grande número de pessoas que, por vezes de forma indirecta, se mostrou positiva para o desenrolar dos nossos trabalhos. Sabendo que certamente outras contribuições ficarão por referir, gostaríamos em primeiro lugar de agradecer aos participantes dos *workshops* organizados no âmbito deste estudo. Ainda que identificados individualmente nas sínteses dos *workshops* apresentadas em anexo, o seu contributo e disponibilidade merece aqui referência particular. Gostaríamos de agradecer também a Maria Luz Correia (Orbitur), Maximino Soares (Economista), António Marques Mendes (GlobalCom) e José Rui Marcelino (Almadesign) pelos contributos no desenvolvimento do questionário; a Ian Miles (CRIC and PREST, Universidade de Manchester), Miguel Correia Pinto (CISEP, ISEG-UTL), Paul Beije (Universidade Erasmus de Roterdão), Richard Nelson (Universidade de Columbia), Svante Lingarde (Universidade de Lund) e Puay Tang (SPRU, Universidade de Sussex) pela discussão sobre estes temas e bibliografia fornecida; a Pedro Borges (examinador no Instituto Europeu de Patentes) pelos testemunhos sobre a sua experiência e função, e indicação de publicações do IEP. Finalmente, o nosso agradecimento à equipa do INPI, coordenada pelo Dr. António Branco, pela positiva articulação, com a equipa que desenvolveu este estudo. Os comentários feitos a uma versão pré-final do relatório pelos técnicos do INPI Dra. Maria João Ramos, Engo. João Marcelino e Enga. Conceição Santos, foram igualmente de grande valia para superar algumas imperfeições. Quaisquer erros ou omissões que persistam, são evidentemente responsabilidade da equipa que elaborou o relatório.

PARTE 1

Objectivos e metodologia do estudo

1.1. Introdução: Objectivos e organização do estudo

O estudo que a seguir se apresenta foi realizado pelo CISEP para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, organismo responsável pela protecção e promoção da utilização dos Direitos de Propriedade Industrial em Portugal. O propósito central do presente estudo consiste na análise dos padrões de utilização (e de não utilização) das diferentes modalidades de Propriedade Industrial (PI) no nosso país. O período da realização do estudo foi entre Março de 2002 e Fevereiro de 2003.

A equipa do CISEP responsável pelo estudo foi coordenada pelo Prof. Doutor Manuel Mira Godinho, sendo também integrada pelo Doutor Tiago Santos Pereira, Prof. Dr. Vítor Corado Simões e Drs. Sandro Mendonça e Vitorino Manuel dos Santos Sousa. Nas suas actividades, a equipa contou com o apoio de consultores estatísticos e informáticos, bem como de técnicos responsáveis pelas logísticas de inquirição e processamento de dados. Técnicos do INPI contribuíram também activamente para a concretização do estudo. Finalmente, um grande número de peritos e actores da PI deram o seu contributo, através da participação nos *workshops* organizados ou por outras vias.

A motivação principal para a realização do estudo assentou na necessidade de aprofundar e sistematizar o conhecimento sobre PI em Portugal. Na verdade, apesar do consenso que se tem vindo a estabelecer acerca da importância actual e prospectiva da PI nas suas várias vertentes, o nível de conhecimento sobre esta problemática em Portugal é ainda muitíssimo limitado. É sabido que já hoje muitas empresas e entidades portuguesas recorrem à protecção dos resultados dos seus investimentos em inovação e criatividade através do uso dos instrumentos da PI. É também sabido, no entanto, que esse uso não assume ainda a intensidade que o interesse estratégico desses instrumentos justificaria. Devido à consciência da necessidade urgente da inversão desta situação, o INPI decidiu, através da Parceria e Iniciativa Pública que liderou no âmbito do POE, promover o presente estudo.

O estudo assume-se como ensaio exploratório e precursor de outros estudos futuros sobre a PI em Portugal. Pretende-se que este trabalho funcione como iniciador, catalisador e orientador de outros estudos subsequentes.

Do estudo realizado destacam-se três componentes metodológicas nucleares:

- i. Constituição e análise de uma **base de dados** contendo informação retrospectiva relativa ao recurso e obtenção de propriedade industrial em Portugal e no estrangeiro por entidades nacionais, no período decorrente desde 1980;
- ii. Realização e análise de **inquéritos a empresas e centros de I&D**, para determinar atitudes, comportamentos e expectativas futuras face à PI;
- iii. Realização de **workshops** sobre diversos temas de relevo sobre a utilização de PI em Portugal.

Destes três passos metodológicos decorre a organização do estudo que é de seguida apresentado. Na sequência desta Parte 1, é feito na Parte 2 o enquadramento e análise retrospectiva da base de dados histórica do uso da PI (correspondente ao passo i), embora também cobrindo nessa Parte 2 informação proveniente das bases de dados do Instituto Europeu de Patentes (IEP, ou EPO usando a sigla inglesa), do congénere norte-americano (USPTO) e do IHMI (Instituto para a Harmonização do Mercado Interno, organismo responsável pela gestão da marca comunitária e do desenho ou modelo comunitário). Nas Partes 3 e 4 são analisados os inquéritos sobre o uso da PI, respectivamente, nas empresas e por parte das instituições de investigação (em correspondência com o passo ii). De seguida, na Parte 5, é feita uma síntese da apresentação dos resultados das *workshops* (em correspondência com o passo iii). Finalmente, na Parte 6, são apresentadas as principais conclusões e perspectivas para política de PI. Antecedem o corpo do presente relatório um breve Resumo dos principais resultados (em português e em inglês), o Sumário Executivo e uma secção de "Agradecimentos" às entidades e elementos que de algum modo contribuíram para o presente estudo. Para além deste relatório, são apresentados em volume autónomo "anexos", contendo os formulários dos diversos questionários empregues, as actas dos *workshops* organizados, as referências bibliográficas de suporte ao estudo, uma listagem de *sites* da Internet relacionados com PI, e finalmente informação quantitativa detalhada que serviu de suporte às análises apresentadas. Constituem também elementos de trabalho, fornecidos em suporte electrónico ao INPI, as bases de dados históricas organizados para efeitos de análise económica e a compilação dos resultados dos inquéritos efectuados.

Em relação à Parte 1, ela desenvolve-se na sequência da presente introdução em dois pontos principais, incidindo o primeiro deles em aspectos de enquadramento e de motivação subjacentes ao estudo e o segundo na apresentação detalhada da metodologia dos trabalhos efectuados.

1.2. Enquadramento do Estudo

1.2.1. Relevância estratégica da PI

Existe um conjunto significativo de razões que permitem afirmar que toda a problemática da "propriedade intelectual" – área que integra a "propriedade industrial" (PI), objecto do estudo que agora é apresentado – irá adquirir um relevo cada vez maior, tanto para as nações como para os agentes económicos individuais, nos anos que se avizinham. Essas razões prendem-se sobretudo com quatro domínios principais.

Em primeiro lugar, a continuação da expansão das indústrias mais ligadas às tecnologias da informação, incluindo as telecomunicações e a produção de *software*, suscitará uma maior exigência de regulamentação e de protecção por parte das empresas produtoras de conhecimento e de conteúdos. O alargamento da *Internet* e o crescimento do comércio electrónico vieram colocar todo um conjunto de problemas ao sistema regulador da propriedade intelectual, que se deverá adaptar para fazer face às exigências destes novos meios.

Em segundo lugar, os desenvolvimentos da engenharia genética constituem também motivo para um maior relevo da propriedade intelectual (neste caso, mais especificamente da propriedade industrial). Apesar dos movimentos que se opõem, numa base de contestação ética, às possibilidades de patenteabilidade de quaisquer formas de vida vegetal, animal ou humana, a verdade é que o aumento do número de patentes atribuídas a produtos derivados da investigação genética não tem vindo a parar¹.

Em relação com as transformações que os sistemas de direitos de propriedade intelectual têm vindo a sofrer, assiste-se a um questionamento crescente das regras que tradicionalmente regularam o trabalho dos investigadores universitários, relativas à livre publicação dos resultados científicos. Tal passa-se sobretudo em países como os EUA, onde a percepção da cada vez maior relevância comercial de muitas dessas descobertas e o receio da sua utilização gratuita por empresas concorrentes de outros países, têm levado a iniciativas destinadas a estimular a procura de direitos de propriedade por parte das universidades e dos seus parceiros empresariais.

Finalmente, a evolução recente das estratégias das empresas aponta para uma utilização crescente dos direitos de propriedade industrial numa lógica estratégica, ligada à gestão global do capital intelectual. Consequentemente, aqueles direitos são utilizados como elemento de entrada, e de protecção, em alianças inter-empresariais, ao mesmo tempo que os mercados da tecnologia, assentes, em boa medida, no licenciamento daqueles direitos, se expandem.

A expansão contínua e acelerada dos três domínios acabados de referir, estão na base do carácter cimeiro dos direitos de PI em muitos dos principais debates académicos e políticos de hoje. O próprio discurso mediático reflecte as profundas transformações que estão a ocorrer no mundo contemporâneo e que se tornaram visíveis sobretudo na segunda metade dos anos 90².

À medida que a globalização económica vai progredindo, é de esperar que a concorrência e as disputas entre países mais desenvolvidos e menos desenvolvidos em torno dos aspectos da propriedade intelectual, se venham a intensificar cada vez mais³. As grandes potências económicas, com os Estados Unidos à cabeça, têm vindo a promover a celebração de tratados internacionais que englobam a totalidade dos campos cobertos pela propriedade intelectual. O exemplo mais significativo é o tratado TRIPS, sigla cuja tradução em português significa "Acordo Sobre Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio Internacional". Este acordo é administrado pela Organização Mundial do

¹ A título de exemplo, refiram-se as discussões sobre a defesa da biodiversidade, que têm ocorrido em diversos fora internacionais incidindo sobre o futuro dos oceanos e da selva tropical. Essas discussões têm em grande medida como pano de fundo a disputa entre os diversos países sobre as possibilidades de estabelecimento de direitos de propriedade relativamente a organismos ainda actualmente não inventariados, mas aos quais se reconhece enormes potencialidades de aplicação futura.

² Uma breve compilação de palavras-chave (ou slogans) em várias línguas chega para ilustrar este ponto: *nova economia, sociedade de informação, pós-fordismo, economia de serviços, digital economy, silicon age, internet age, age of the ICT revolution, knowledge-based economy, learning economy, intellectual capitalism, etc.*, etc.

³ A manutenção de tensões neste domínio é provável, mesmo apesar do estabelecimento do acordo TRIPS ter procurado criar um quadro regulador global de normalização destes aspectos.

Comércio e visa a harmonização das práticas internacionais nesta área, bem como a ampliação aos países em desenvolvimento das obrigações de respeito por este tipo de direitos. A integração da propriedade intelectual no âmbito do sistema de regulamentação do comércio internacional, constitui um passo sem precedentes e ilustra a importância que as economias mais desenvolvidas têm vindo a atribuir a este domínio.

Neste contexto será naturalmente de questionar qual a posição do Estado e das empresas portuguesas. A posição de Portugal está naturalmente condicionada pelo conteúdo dos acordos internacionais de que é co-signatário e, em particular, pelo enquadramento decorrente da participação na UE. Contudo, a possibilidade de influenciar determinadas decisões e a obrigação de procurar um sistema que seja favorável ao desenvolvimento tecnológico das empresas baseadas no país, constitui justificação para a promoção de uma estratégia adequada aos novos desafios e para uma intervenção sistemática e efectiva.

Relativamente às empresas portuguesas, é conhecido o seu insuficiente envolvimento nas matérias da propriedade intelectual. À medida que as empresas portuguesas forem, no entanto, progredindo na cadeia de valor acrescentado, apostando nos factores intangíveis da competitividade ligados ao conhecimento e à inovação tecnológica, será cada vez mais necessário proceder à concepção de estratégias de propriedade intelectual compatíveis com os objectivos pretendidos. Como é sabido, no momento actual, o número de empresas e de unidades orientadas para a investigação tecnológica com estratégias de propriedade intelectual bem explícitas e consequentes é, em Portugal, muitíssimo limitado⁴. Acresce que a intervenção das empresas portuguesas nos mercados da tecnologia, através de transacções incidindo sobre direitos de propriedade industrial, tem sido muito limitada, tanto como licenciados como enquanto licenciadores. No entanto, os desenvolvimentos recentes, apontando para alguma desintegração entre concepção e exploração poderão abrir oportunidades de negócio neste campo.

1.2.2. Relevância empresarial da PI

Como é sabido, a PI encontra uma das suas justificações económicas no encorajamento da actividade criativa, ao possibilitar um retorno adequado dos diferentes tipos de investimentos em inovação tecnológica e em *marketing*. A PI constitui um dos mecanismos disponíveis, utilizado em alternativa ou complementarmente face a outros mecanismos também empregues pelas empresas e outras entidades, que permite a apropriação de benefícios que derivam do esforço e recursos investidos em

⁴ A leitura das estatísticas de pedidos de títulos em todas as modalidades de propriedade industrial, constantes das bases de dados do INPI, alerta para uma forte transferência de tecnologia e pressupõe um fraco investimento em I&D, tanto a nível público como privado. A título exemplificativo, retenha-se o fraquíssimo número de pedidos de patentes requeridos por residentes em Portugal entre 1997 e 2000 (média de cerca de 82 pedidos por ano), que nos coloca na cauda da UE. Naturalmente que factores conhecidos estão na base de tal fenómeno: nível de qualificação de trabalhadores e empresários, estágio de “desenvolvimento” ou modernização das nossas empresas (predomínio de pequenas empresas com estruturas familiares), especialização das empresas em áreas e sectores com forte peso na estrutura produtiva nacional (têxteis, calçado, vidro e cristalaria, moldes...), falta de massa crítica para a rendibilização de I&D, internacionalização recente das nossas empresas, etc.

actividades criativas. A PI visa ressarcir os agentes criadores do risco assumido e do esforço realizado.

Numa perspectiva estritamente empresarial, a detenção de direitos de PI representa um conjunto de activos com valor operacional e estratégico próprio. Neste contexto a PI pode constituir uma fonte decisiva de vantagens económicas para as empresas, nomeadamente:

- Oferece instrumentos que visam garantir o retorno de vários investimentos, protegendo os resultados da investigação e da criação em geral contra apropriações indevidas;
- Contribui para melhorar e sustentar a competitividade no curto e longo prazo, através da aquisição de vantagem competitiva no caso das empresas inovadoras, alavancando a sua liderança tecnológica e possibilitando uma melhoria cumulativa de produtos/processos, a partir de uma base de trabalho anterior – é possível, deste modo, conquistar novos mercados beneficiando de exclusivos que excluem, à partida, a concorrência;
- Induz uma consciência maior do factor “qualidade” na gestão da oferta e incentiva uma dinâmica de aperfeiçoamento da qualidade de produto (bens e serviços);
- Funciona como “bilhete de entrada” à participação das organizações em redes de pesquisa e desenvolvimento tecnológico – por outras palavras, constitui um elemento de troca que facilita a negociação e a entrada em parcerias com organizações mais avançadas ou especializadas em campos distintos;
- Promove um melhor funcionamento dos mercados de tecnologia, definindo claramente as técnicas protegidas a transferir e, especificando o contexto e o âmbito do *know-how* que não possa ser abrangido por um título legal;
- Reduz o número e a escala de conflitos com terceiros, clarificando a situação legal e efectiva de direitos vigentes;
- Possibilita a criação e/ou reforço da imagem da empresa, perante o público, pela distinção dos seus produtos/serviços daqueles pertencentes aos concorrentes;
- Proporciona um sistema de incentivo aos trabalhadores criativos, com reconhecimento da sua contribuição;
- Promove a reputação geral da empresa, naquilo que se poderá considerar como capital intangível ao serviço das políticas de publicidade e promoção empresariais.

Neste contexto, o fraco conhecimento da PI por parte dos agentes económicos, significa deixar uma porta aberta para que as invenções, marcas e outras modalidades sejam copiadas por terceiros, o que por sua vez poderá conduzir a que:

- Haja uma perda de possíveis fontes de benefícios e lucros, as quais, muitas das vezes, foram desenvolvidas e/ou adquiridas com grandes custos;
- Haja um desperdício avultado do investimento em inovação;

- Face a um acréscimo de conflitos com direitos de PI, se verifique uma desaceleração do crescimento e das actividades inovadoras das empresas.

1.2.3. Relevância para as políticas públicas e para o bem-estar social

As instituições públicas nacionais e internacionais continuam a ter um papel importante e reconhecido ao nível da regulação e orientação indicativa do comportamento dos agentes, numa lógica complementar à do mercado. A PI enquadra-se num conjunto mais amplo de instrumentos de política económica e industrial que procuram facilitar e dinamizar a actividade inovadora dos agentes económicos. As seguintes vantagens da PI devem ser relevadas, do ponto de vista das políticas públicas e da maximização do bem-estar social:

- Ao proporcionar uma disseminação do conhecimento, através das publicações obrigatórias, a PI contribui tendencialmente para evitar a duplicação da investigação e assim aumentar a eficiência na afectação dos recursos destinados à invenção e à criação;
- A produção, acumulação e distribuição de dados e informação que a PI permite contribui para uma maior transparência da actividade inovadora e melhorar as decisões dos actores privados, bem como para calibrar as acções de política pública e aumentar a capacidade dos cientistas sociais inquirirem a natureza e as causas da evolução recente do espaço económico português;
- A produção, acumulação e distribuição de dados e informação, permite ainda ao sector público agir na economia como entidade produtora de serviços (informação) e amortizar os custos de investimento.

Apesar do consenso que se tem vindo a estabelecer acerca da importância actual e prospectiva da PI nas suas várias vertentes, o nível de conhecimento sobre esta problemática em Portugal é ainda muitíssimo limitado. Por esta razão, bem como pelo conjunto de razões inventariadas nos pontos anteriores, é urgente a inversão desta situação. Para o efeito, a realização de presente estudo, relacionado com os padrões de utilização (e de não utilização) das diferentes modalidades de PI no nosso país, pretende constituir um contributo activo para promover um melhor conhecimento da PI em Portugal.

1.3. Metodologia do Estudo

Recordando brevemente o que foi dito na Introdução, o assunto abordado é a análise da utilização e não utilização da Propriedade Industrial (PI) por parte de empresas e das instituições de investigação em Portugal. Mais concretamente, os objectivos prosseguidos pelo estudo são:

- caracterizar a utilização das diversas modalidades de PI nas suas diferentes vertentes e fases;
- contrastar a utilização da PI por parte de entidades portuguesas no país e fora do país, designadamente no que concerne à via europeia e à protecção nos EUA;

- explorar as razões da fraca utilização do sistema de PI, tanto no país como fora do país;
- avaliar o nível de envolvimento das entidades portuguesas no mercado internacional da tecnologia.

Um objectivo complementar que esteve presente foi a captação das necessidades latentes do tecido empresarial que possam ser satisfeitas por uma novo posicionamento do INPI no “sistema nacional de inovação”. Assim, o mapeamento das estratégias e debilidades do tecido empresarial e institucional no campo da PI, foi desenhado para permitir a identificação de oportunidades para novos serviços a fornecer pelo INPI.

As abordagens de pesquisa empreendidas no contexto do presente estudo para o INPI, inserem-se num plano integrado de investigação sobre a utilização da PI em Portugal por residentes. Os vários métodos empregues inserem-se num âmbito de análise mais amplo, em que as fontes de informação empírica são de natureza diversa:

- Bases de dados históricas do INPI
- Inquéritos a empresas e instituições de investigação
- *Workshops*

A complementaridade das diversas fontes de informação pode ser ainda vista de outra forma (ver quadro 1.1). Enquanto que a análise das bases de dados históricas do INPI nos permite um **olhar retrospectivo** sobre a utilização, as vantagens dos inquéritos é permitirem um melhor acesso aos **factores efectivos** que explicam a não utilização. Por fim, um contributo importante dos *workshops* para a avaliação do potencial de uso da PI, é a obtenção de informações com **valor predominantemente prospectivo**, uma vez que os testemunhos detalhados dos participantes nos *workshops* ajudam a perceber para onde se dirigem as suas principais preocupações no domínio da PI.

Quadro 1.1 – Principais temáticas cobertas pelas fontes de informação empírica do estudo

	Bases de Dados	Inquéritos	Workshops
Patentes	X	X	X
Design	X	X	X
Marcas	X	X	X
Tipo de informação	<i>Dados históricos</i>	<i>Dados actuais</i>	<i>Dados prospectivos</i>

A presente secção desdobra-se em três pontos principais, coincidindo cada um deles com a exposição da metodologia correspondente a: (i) constituição e análise das bases de dados históricas do INPI; (ii) organização e análise dos inquéritos a empresas e instituições de investigação; (iii) organização e exploração da informação obtida com *workshops*.

1.3.1. Enquadramento e Análise Retrospectiva das Bases de Dados

A apresentação dos resultados da análise da base de dados histórica do INPI merece duas considerações principais. Em primeiro lugar, e como foi já descrito acima, todos os dados aqui apresentados correspondem a uma análise exaustiva (os dados referem-se a todos os processos iniciados a partir de 1980), ainda que de carácter primordialmente descritivo, de dados existentes em bases de dados próprias do INPI. A grande quantidade de informação existente é extremamente rica, mas torna-se também difícil de tratar sistematicamente na sua verdadeira extensão. A análise que aqui se propõe é apenas uma exploração inicial de algumas das dimensões possíveis de considerar. Assim, a análise apresenta um carácter essencialmente descritivo, abrindo portas para análises mais profundas por estudos posteriores.

Estas bases de dados têm um carácter essencialmente administrativo, no sentido em que registam a evolução dos processos no seu trâmite normal do processo de registo de propriedade industrial. A organização da informação está também orientada para estes fins, pelo que a própria base corresponde, também ela, em certa medida a informação de ordem cronológica, correspondendo ao estado do processo e aos seus intervenientes. Assim, pode-se considerar que a informação retirada destas bases, num dado momento, corresponde a uma fotografia, a um 'instantâneo', desta mesma base, sendo que a base está em constante evolução, pelo que o tratamento destes dados poderá apresentar pequenas diferenças em relação a outras análises semelhantes

A utilização desta informação para os objectivos de análise aqui desenvolvidos, tem assim de partir deste contexto⁵.

Isso implicou não só uma transferência de dados para uma plataforma mais propícia à sua análise de um modo relacional, mas também a organização das variáveis relevantes para análise. Um consultor informático da equipa responsável pelo presente estudo, em articulação com o INPI, procedeu à transferência dos ficheiros da base de dados do sistema IBM AS400 para uma base de dados num servidor SQL. Este processo deparou-se com algumas dificuldades na identificação das variáveis relevantes e suas propriedades, e posteriormente na sua análise e processamento. A condição de selecção dos dados imposta foi de que o processo teria dado entrada no INPI a partir de 1 de Janeiro de 1980. Todos os processos incluídos na base de dados, correspondendo a esta condição, estão incluídos na análise feita. Assim, um processo iniciado a 31 de Dezembro de 1979, e que como tal só viria a ser despachado pelos serviços do INPI nos anos 80, podendo ainda estar vigente recentemente, não está incluído.

Em segundo lugar, foi necessário proceder-se à definição do enquadramento da análise e do tratamento dos dados. Há aqui que referir uma série de categorias centrais na análise dos dados que se seguem (ver de seguida i) a iii)).

⁵ É também aqui interessante o modo como as diferentes perspectivas associadas à propriedade industrial se reflectem na *gestão da informação* que é produzida. A informação pode ser organizada atendendo a um modelo prioritariamente administrativo, tendo em conta a visão predominantemente jurídico-administrativa da função do Estado perante a propriedade industrial (e, como tal, do INPI), ou pode procurar dar maior ênfase ao papel da propriedade industrial no sistema nacional de inovação, com maior enfoque nas redes, instituições e no processo como um todo do que na fase específica em que este se encontra (na 'fotografia').

i) Identificação temporal

Há essencialmente três visões possíveis para a identificação de tendências, que refletem também ligeiras diferenças de perspectiva perante este tema (e apresentam também diferentes constrangimentos no tratamento dos dados, nem sempre negligenciáveis): *análise do número de pedidos* (num determinado espaço de tempo, tipicamente anual), *número de concessões e número de títulos vigentes*. A análise de pedidos, correspondendo ao início do processo, pode-se considerar que está mais próxima do processo de invenção/criação, dando assim maior ênfase à invenção e à inovação (ainda que seja necessário relembrar a existência de uma distinção clara entre invenção e inovação) pela parte dos agentes económicos. A análise de concessões coloca maior ênfase no processo administrativo, estando intimamente ligada à decisão tomada em sede própria. Finalmente, a análise com base em títulos vigentes salienta a visão jurídica, e os direitos de propriedade industrial existentes.

Nos dados apresentados, não foi possível apresentar resultados de todos os títulos vigentes, precisamente devido a que os dados analisados correspondem a uma fotografia específica da base (pedidos de 1980 e posteriores), não existindo assim informação relativa aos títulos vigentes num determinado ano mas solicitados em data anterior a 1980. De um modo geral foi adoptada uma análise com base nos títulos pedidos, não só devido à maior visibilidade que proporciona do comportamento dos agentes económicos, e da sua atitude perante a propriedade industrial, mas também porque reflecte melhor as dinâmicas de crescimento mais recentes. São, no entanto, também apresentados dados gerais de concessões para as diferentes modalidades e para algum aspecto mais específico (nomeadamente classificação dos títulos de PI).

ii) Requerentes e Titulares

Para além da análise genérica dos processos de registo de propriedade industrial é também dada particular importância neste relatório à natureza da entidade que origina o processo. Uma vertente importante de uma análise económica da propriedade industrial está relacionada com a identificação das entidades titulares. Pode-se assim associar o registo de propriedade industrial a outro tipo de determinantes, de carácter industrial, nomeadamente relacionados com o sector de actividade, dimensão, ou outras. Pode-se também afeirir de uma visão sistémica da propriedade industrial, através da relação entre as diferentes modalidades. No entanto, este tipo de análise não foi possível incluir no contexto deste estudo, visto esta ser também uma limitação da própria base de dados e do volume de informação nela existente. Não estando disponível uma identificação unívoca por entidade (nomeadamente através do número de identificação fiscal, único), podem existir assim várias identificações para a mesma entidade. Tal torna também mais difícil a associação a estas entidades de outras variáveis económicas. Esta parece no entanto ser uma questão que poderá ser melhor desenvolvida pelo próprio INPI, quer afinando a qualidade da informação recebida, permitindo uma harmonização *ex-ante*, quer através da limpeza da própria base de dados (em base de dados paralela) *ex-post*, associando diferentes redacções do mesmo nome e identificando do mesmo modo aquisições e fusões, e finalmente incluindo outras variáveis disponíveis. Apresentamos, no entanto, e com as devidas ressalvas, a identificação das entidades com maiores números de registos para cada modalidade.

Tendo em conta a importante dimensão internacional da propriedade industrial, que remonta desde logo à Convenção de Paris de 1883, é também importante analisar a participação de entidades residentes, i.e., portuguesas, e não-residentes, para aferir das dinâmicas dos agentes nacionais, bem como reflectir alterações do enquadramento legal da propriedade industrial. Neste contexto, deve-se notar que se optou, em termos metodológicos, por identificar toda a participação de entidades residentes ou não-residentes, mesmo quando em co-titularidade com entidade de origem diversa. Neste sentido, esta metodologia é diversa da utilizada pelo INPI na elaboração do seu Anuário Estatístico 2001,⁶ no qual cada patente é identificada apenas por uma entidade residente ou (exclusivo) não-residente, sendo que aqui a soma destes totais será tendencialmente diferente do valor total de registos.

iii) Classes

A análise de padrões de especialização, é no entanto possível com base na classificação internacional dos próprios registos. Deve-se notar que esta classificação não corresponde directamente a uma análise sectorial, estando relacionada com o registo específico e não necessariamente com a actividade principal da entidade proponente. Conforme tabela em anexo, as patentes de invenção classificam-se de acordo com a Classificação Internacional de Patentes (CIP), as marcas seguem a classificação que surge no seguimento do Acordo de Nice, e os desenhos e modelos industriais conforme o Acordo de Locarno. Para efeitos do presente relatório os dados apresentados reportam-se apenas às classificações principais, ainda que haja classificação mais detalhada disponível. Deve-se também notar que, no que se refere às marcas, um mesmo produto pode estar classificado em mais do que uma classe individual, pelo que o total de títulos por classe é necessariamente superior aos totais de títulos.

1.3.2. Metodologia do inquérito

Passamos no presente ponto, o mais longo desta secção sobre a metodologia do estudo, a descrever os fundamentos metodológicos dos significativos trabalhos de inquérito que foram desenvolvidos e cujos resultados constam das Partes 3 e 4 do relatório.

i) Âmbito do inquérito

O inquérito consistiu no lançamento de cinco tipos de questionários. A afectação de objectivos é a seguinte. Um questionário (aqui chamado de "questionário-base") cobre *genericamente* os comportamentos, motivações e expectativas a explicar, enquanto que os restantes questionários (que designamos por "questionários-específicos") são destinados a aprofundar a compreensão da dinâmica própria das patentes, marcas e *design* bem como o caso especial das instituições de investigação.

Lançou-se o questionário-base a uma amostra representativa da população empresarial portuguesa com o objectivo de quantificar e caracterizar as práticas, percepções e atitudes

⁶ *Anuário Estatístico 2001: Estatísticas de Propriedade Industrial*, 2002, Ministério da Economia, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Lisboa.

das empresas residentes em Portugal face à PI e de gerar interpretações extrapoláveis à população da totalidade das empresas. Este primeiro inquérito procurou também cobrir alguns sectores de relevância estratégica na economia portuguesa: Moldes, Cerâmica e Vidro, Mobiliário, Calçado, Vestuário e Têxteis, Químicas, Indústrias Agro-alimentares.⁷

O segundo inquérito consistiu no lançamento dos quatro questionários-específicos: três dirigidos a segmentos empresariais fortemente utilizadores de três grupos de modalidades de PI (Patentes e Modelos de Utilidade, Desenhos e Modelos Industriais, Marcas e Outros Sinais Distintivos); e ainda outro questionário dirigido a Universidades e a Laboratórios do Estado. O objectivo deste segundo inquérito não foi o de gerar resultados passíveis de inferência estatística, mas permitir a realização de um estudo de carácter exploratório. Neste caso, o que importa é recolher ideias e impressões de fundo que contribuam para uma perspectiva melhorada da questão específica em estudo: motivações e tendências de comportamento estratégico dos grandes utilizadores de PI e das instituições de investigação.

No contexto do estudo, a extracção de dados por via de inquérito ofereceu uma vantagem comparativa face aos outros métodos igualmente empregues (bases de dados INPI e *workshops*). Em primeiro lugar, permite quantificar as motivações dos actores em relação à PI e ligar o desenvolvimento de estratégias às suas características (dimensão, sector, grau de internacionalização, data de fundação, etc.). Nem os padrões revelados pelas bases de dados permitem tal profundidade de compreensão, nem os *workshops* permitem tal rigor descritivo. Em segundo lugar, o conjunto de questões prospectivas incluídas nos questionários permitem adquirir alguma sensibilidade quanto à emergência de novas tendências comportamentais no futuro. Assim, os resultados dos questionários tornam-se necessários para preencher as lacunas das bases de dados, nomeadamente os comportamentos e motivações dos não utilizadores de PI. Por outro lado, a informação qualitativa obtida por via de *workshops*, entrevistas e pela análise de casos particulares, facilita a interpretação dos padrões quantitativos captados nos questionários e bases de dados do INPI.

ii) Concepção dos questionários

O questionário-base concebido para o inquérito geral sobre a PI procurou abordar o comportamento das empresas em relação à PI. Ao nível prático existe um *trade-off* entre a profundidade e a brevidade de todo e qualquer inquérito. Um inquérito pode alongar-se no que respeita à informação a obter quanto aos diferentes tipos de propriedade industrial e atenção dada à estratégia global sobre PI, embora isso implique uma diminuição da sua eficácia na obtenção de respostas. A nossa meta foi construir um questionário-base que fosse tão sucinto e pertinente quanto possível. Isto levou a escolhas nem sempre fáceis de fazer quanto à informação a obter. As questões do inquérito foram redigidas com a consciência de que deveriam ser directas, breves e expressas numa linguagem simples. A dimensão do questionário e a ordem das perguntas são também factores que podem influenciar a vontade de resposta, pelo que estes dois aspectos foram igualmente tidos em conta.

⁷ Este inquérito, assente no questionário-base, teve com referência parcial o estudo da Roland Berger para o INPI em 1997, por forma a poder avaliar-se as mudanças desde então ocorridas.

A construção do questionário levou em conta a análise estatística a efectuar. Isto implicou que o questionário contivesse uma variedade de campos de resposta que permitissem a aplicação de técnicas estatísticas capazes de responder aos objectivos do estudo. O questionário-base procurou ainda maximizar a continuidade com o estudo da realizado em 1997 para o INPI, de modo a poder-se avaliar as mudanças desde então ocorridas. Esse estudo definiu que todas as empresas que tinha pedido uma patente nos últimos 5 anos seriam, para efeitos da sua análise, consideradas utilizadoras da PI. Este critério foi também seguido no presente estudo e ampliado aos casos das marcas e dos designs. Com o questionário-base pretendeu-se cobrir genericamente os comportamentos, motivações e expectativas de uma amostra representativa das empresas residentes.

Por seu lado, coube aos questionários-específicos sobre patentes, marcas e *design* aprofundar o estudo destas áreas junto das empresas com maior potencial de uso do sistema. O conteúdo dos questionários-específicos procurou partir das necessidades de informação expostas pelo INPI. No caso do questionário sobre Patentes e Modelos de Utilidade foi feito um *benchmarking* com outros instrumentos de inquérito utilizados em estudos de outros países da OCDE. No caso dos Desenhos e Modelos Industriais foi possível ter acesso ao questionário do inquérito então em curso dirigido pelo Centro Português de Design. A maior dificuldade esteve no questionário específico sobre Marcas e Outros Sinais Distintivos, onde não existiam referências de estudos semelhantes. As principais fontes de inspiração foram a literatura sobre *Marketing* Estratégico, *Marketing* Operacional e *Marketing* de Marcas.

O questionário sobre instituições de investigação foi baseado em vários trabalhos académicos da área dos estudos de ciência e tecnologia, nomeadamente a sociologia da ciência e a economia da inovação, bem como um estudo recente da OCDE. Os questionários sobre marcas e o dirigido a instituições de investigação beneficiaram ainda significativamente da realização dos *workshops*.

Como via para garantir a qualidade final dos instrumentos de inquérito, foi levado a cabo um pré-teste ao questionário-base. Realizou-se uma simulação do processo de inquérito junto de um pequeno número de empresas. O objectivo foi calibrar o instrumento de inquérito: identificar perguntas ambíguas, detectar problemas de linguagem, avaliar a adequação e a sequência das questões, etc. Deste esforço saiu informação que permitiu melhorar a arquitectura do questionário, simplificar a linguagem e eliminar ambiguidades de sentido.

De molde a melhorar a percepção das organizações contactadas, todos os questionários foram acompanhados por uma carta do Presidente do INPI com timbre próprio e seguiram com envelope com o logotipo do CISEP.

Foram incluídos dois incentivos à resposta. Os questionários apresentavam uma declaração de protecção dos interesses dos inquiridos quanto à utilização da informação fornecida, de modo a minimizar receios e obstáculos psicológicos ao seu preenchimento. Para além da garantia da confidencialidade, foi também introduzida a menção a uma compensação ao preenchimento e entrega do questionário. Este incentivo consistiu no compromisso de envio posterior de uma súmula dos resultados estatísticos por *e-mail* ou por carta às empresas que estivessem interessadas.

iii) Âmbito temporal

O inquérito desenrolou-se entre 15 de Outubro e 31 de Dezembro de 2002. O momento de lançamento do inquérito tem impacto no número de empresas respondentes. O inquérito começou a ser lançado em meados de Outubro, período em que as férias de Verão já vão longe e em que as empresas ainda não estão ocupadas com o fecho do ano fiscal.

iv) População e amostra

Bases de sondagem

A população-alvo para o inquérito que empregou o questionário-base, pode ser definida como o conjunto das empresas em actividade em Portugal à data da realização do inquérito. Assim, o estudo teve por base a estrutura sectorial da economia portuguesa e a distribuição das empresas por classes de dimensão.

Para atingir a população-alvo foi necessário escolher uma base de sondagem. Por *base de sondagem* entende-se a listagem dos elementos da população que compõem cada estrato. Existem várias fontes de informação disponíveis, mas a mais credível, abrangente e actual é a “Base Belém” mantida pelo INE. O número de empresas abrangidas era de 270 mil aquando da última actualização em 1999. A amostra sobre a qual foi corrido o questionário-base foi constituída a partir de dados fornecidos pelo INE a partir de especificações por nós fornecidas.

No entanto, as listagens disponíveis não asseguram sempre uma cobertura total da população, uma vez que se verificam casos em que as empresas que constam da base de sondagem deixam de exercer actividade, outros de empresas mudarem de sector de actividade e ainda o caso de empresas que entretanto iniciaram actividade. Estes problemas afectam naturalmente a representatividade da base de sondagem. Assim, as potenciais fontes de enviesamento amostral *a priori* que foram tidas em conta são:

- Erros de cobertura: devido à actualização periódica da informação as listas podem não contemplar as mudanças entretanto ocorridas, i.e., falências, mudanças de CAE, variações na dimensão das empresas,...
- Possibilidade de duplicação de registos: empresas que se encontram em mais que uma listagem.

A definição da população para as empresas potencialmente muito utilizadores dos grupos de modalidades principais do sistema de PI foi mais problemática, uma vez que não existe uma base de sondagem natural de onde recrutar uma amostra representativa. Assim, compilaram-se dados de bases de sondagem que oferecem diferentes coberturas de diversos tipos de empresas.

A abordagem foi recorrer a cada uma delas para os diferentes objectivos dos vários questionários-específicos sem preocupações excessivas de cobertura total de indivíduos, dada a natureza exploratória destas componentes do estudo. Indicam-se de seguida as bases de sondagem para os três grupos principais de modalidades:

- Patentes e Modelos de Utilidade – OCES, PEDIP (incentivos a I&D empresarial), Portugal High-tech, inquéritos do CISEP

- Desenhos e Modelos Industriais – Cefamol
- Marcas e Outros Sinais Distintivos – Centromarca

Por exemplo, existem várias bases de sondagem no Observatório da Ciência e Ensino Superior (OCES, antigo OCT) que podem servir para apoiar um estudo de empresas com forte potencial inovador. Pode obter-se por via electrónica a lista de 790 empresas inovadoras do Segundo Inquérito Comunitário às Actividades de Inovação bem como uma sub-lista das 50 empresas com maiores despesas de I&D em 1999. Esta base de sondagem inclui CAE e localização, embora não inclua dados sobre dimensão nem endereço postal. Outra base de sondagem do OCES (Inquérito ao Potencial Científico e Tecnológico Nacional de 1999) tem o problema de as categorias de dimensão da empresa utilizadas serem diferentes das utilizadas pelo INE. Ambas as listagens necessitaram, portanto, de bastante trabalho complementar, de modo a virem a ser úteis para o projecto.

Para as instituições de investigação recorreu-se a informação constante das bases de dados do OCES.

Desenho da amostra

A base de sondagem deste estudo foi constituída pelas empresas existentes no ficheiro “Base Belém” do INE contendo cerca de 270 mil sociedades comerciais actualizado pela última vez em 1999. Não foram considerados os empresários em nome individual nem as empresas de um até quatro trabalhadores, por não se considerar que estes grupos acrescentariam muito à informação relevante face ao peso que teriam na amostra. Assim, a população inquirida integrou as empresas com pelo menos 5 trabalhadores, num total de cerca de 83.500 empresas, a partir da qual foi seleccionada a amostra composta por 1578 a quem foi aplicado o questionário base.

As empresas foram estratificadas de acordo com duas variáveis: tipo de sector e escala de dimensão. A distribuição geográfica não foi considerada. O total das empresas foi reclassificado por agregados sectoriais a partir da CAE. Interessava-nos uma amostra representativa da realidade empresarial portuguesa.

O sector primário foi constituído como um bloco unificado contendo dentro de si múltiplas actividades, desde a produção agrícola e animal às indústrias extractivas. Outro sector considerado como um todo foi o sector denominado infra-estruturas, que inclui sectores como a produção e distribuição de electricidade, gás e água.

No que toca à indústria transformadora houve um desdobramento de actividades que seguiu o sistema de classificação da OCDE de acordo com a intensidade tecnológica (medida pelo rácio despesas em I&D/volume de vendas), isto de modo a garantir um melhor ajustamento em termos de análise das empresas potencialmente utilizadoras de PI. É dentro desta categorização da OCDE que acabariam por ser afectados os grupos especiais de indústrias que interessavam desde o início ao INPI (indústrias entre parêntesis na listagem mais abaixo). A estes grupos especiais de indústrias foram ainda adicionados duas outras indústrias (Químicas e Agro-alimentares) que uma análise preliminar do CISEP revelou serem sectores com grande propensão a utilizarem intensamente marcas.

Por fim, os serviços foram observados com base numa partição da OCDE que utiliza

como aspecto discriminador o grau de geração, processamento e transformação de informação por parte dos diversos sectores de serviços.

Assim, podemos listar os oito principais agrupamentos sectoriais escolhidos, contendo nove grupos especiais de sectores que interessava estudar em maior detalhe:

- Sector Primário
- Infraestruturas
- Indústria de alta tecnologia (IAT)
- Indústria de média-alta tecnologia (Químicas, Moldes, outras) (IMAT)
- Indústria de média-baixa tecnologia (Cerâmica, Vidro, outras) (IMBT)
- Indústria de baixa-tecnologia (Agro-alimentares, Calçado, Têxteis, Vestuário, Mobiliário, outras) (IBT)
- Serviços de alta intensidade informacional (SAII)
- Serviços de baixa intensidade informacional (SAII)

Pretendia-se garantir determinados níveis de precisão para cada um dos agrupamentos sectoriais e este facto foi fundamental para o dimensionamento global da amostra. No quadro seguinte apresentam-se as dimensões iniciais consideradas para essas amostras, bem como o erro máximo de amostragem associado para os graus de confiança de 90% e de 95%.

Quadro 1.2 – Quantificação da amostra pretendida por sector

SECTORES	Dimensão da amostra	Erro máximo de Amostragem	
		A 90%	A 95%
IAT	76	7,3%	8,7%
Químicas	138	5,7%	6,8%
IMATOut	129	7,0%	8,4%
IMAT	267	4,8%	5,7%
Cerâmica	100	7,3%	8,7%
Vidro	50	9,9%	11,9%
IMBTOut	94	8,4%	10,0%
IMBT	244	5,2%	6,1%
Agro-alimentares	93	8,4%	10,0%
Calçado	84	8,7%	10,3%
Têxteis	90	8,4%	10,0%
Vestuário	95	8,3%	9,9%
Mobiliário	87	8,6%	10,2%
IBTOut	70	9,7%	11,6%
IBT	519	3,5%	4,2%
Infraest	116	7,6%	9,0%
Sector Primário	117	7,4%	8,9%
SAII	119	7,5%	8,9%
SBII	120	7,6%	8,9%
TOTAL	1578	2,1%	2,4%

Para além da consideração da pertença sectorial, a metodologia de estratificação consistiu numa afixação proporcional à dimensão, considerando-se como *proxy* da dimensão o número de trabalhadores afectos ao serviço.

A amostragem aleatória estratificada é reconhecida como a mais desejável tendo em conta a maior precisão dos estimadores obtidos. Esta técnica reparte a população em grupos que possam reflectir a diversidade de perfis da população ao mesmo tempo que garante a igualdade de probabilidade de escolha a qualquer elemento dos grupos definidos. A dimensão e o número de estratos devem favorecer a homogeneidade interna.

Neste contexto, a amostra estratificada proporcional aparece como referência: a proporção de elementos da amostra que possui determinadas características é idêntica à proporção de elementos da população que possui essas mesmas características. Porém, quando existem situações em que a dimensão dos estratos é muito reduzida, ou que os elementos são muito homogêneos ou em que se esperam taxas de resposta mais baixas, pode utilizar-se uma abordagem não proporcional de modo a garantir a representatividade. Aqui o dimensionamento dos segmentos da amostra constitui um aspecto crítico para garantir níveis de precisão.

Para os segmentos da população com menor número de elementos, se a afixação for proporcional ao número de empresas, a amostra será de menor dimensão, o que poderá, existindo grande variabilidade, diminuir a precisão das estimativas desse segmento. Assim, foi necessário reforçar as classes com menos empresas, mas onde se supõe existir maior heterogeneidade, ou seja, para os estratos das maiores empresas foram extraídas amostras mais do que proporcionais ao peso dessas classes na população total, procurando otimizar a precisão final.

Embora para efeitos de apuramentos só se tenham considerado quatro escalões de dimensão: 5 a 19, 20 a 99, 100 a 499 e 500 ou mais trabalhadores, a amostra pedida ao INE, baseava-se numa grelha mais fina de dez classes de dimensão.

A base de dados pedida ao INE seguiu um pedido de discriminação da seguinte informação para as empresas seleccionadas: número de contribuinte, nome, morada, código postal, CAE a 4 dígitos, escalão em termos de pessoas afectas ao serviço, escalão de volume de negócios, data de abertura de actividade (esta última uma variável considerada fiável pelo INE).

No caso dos inquéritos específicos foi utilizada uma amostragem por conveniência (técnica não aleatória) dada a natureza limitada e *ad-hoc* das bases de sondagem. Como se indica no quadro 1.3 foram enviados 580 questionários-específicos para elementos da base de sondagem do questionário-base (por haver sobreposição entre a amostra fornecida pelo INE e as constituídas pela equipa do estudo a partir de outras fontes) e mais 264 para empresas identificadas a partir de listagens específicas. Receberam-se 83 da listagem INE (denominada no quadro Amostra INE) e mais 30 do conjunto de listagens *ad-hoc* (denominada no quadro Amostra Específica), o que perfaz uma taxa de resposta global de 13,4%. Para o universo das instituições de investigação seguiram 150 questionários-específicos dos quais foram recebidos 27, ou seja, uma taxa de resposta de 18%.

Quadro 1.3 – Questionários específicos enviados e recebidos por base de sondagem

	Amostra Específica			Amostra INE		
	Enviados	Recebidos	Taxa de Resposta	Enviados	Recebidos	Taxa de Resposta
Patentes e MUs	94	8	9%	7	7	100%
Desenhos e MIs	128	20	16%	394	51	13%
Marca e OSDs	42	2	5%	189	25	13%
TOTAL	264	30	11%	580	83	14%

v) Procedimentos de recolha de dados

Trabalho de campo – A fase da concepção do questionário é importante mas as operações de recolha da informação são chave para garantir um elevado grau de qualidade das generalizações que se pretendem com este estudo. O objectivo de qualidade estende-se ao próprio trabalho de campo com vista à maximização da qualidade total do estudo. Um exemplo foi a compressão do tempo entre os dois envios de modo a minorar o risco de distorções decorrentes da mudança da envolvente.

Codificação das respostas – O processo de inserção foi inspeccionado aleatoriamente para verificar a consistência dos inquéritos individuais.

vi) Amostra de substituição e insistências

As baixas taxas de resposta são usuais e suscitaram a utilização de técnicas de prevenção da não-resposta, tais como: selecção de uma amostra de substituição paralelamente com a amostra principal para tentar minorar o efeito da desactualização da base de sondagem; cuidados na elaboração do questionário (relevância e clareza das questões, extensão); avisos preliminares pedindo colaboração, bem como insistências junto das empresas seleccionadas que não responderam, sobretudo as dos escalões de dimensão mais elevados; incentivos à resposta já atrás referidos.

Em finais de Novembro seguiu nova emissão postal às empresas que não enviaram o inquérito. Na segunda quinzena de Dezembro começaram a realizar-se insistências telefónicas aos segmentos menos cobertos (os escalões das empresas de maior dimensão).

Do total de questionários base enviados foram recebidos 724 o que permite contabilizar uma taxa de resposta global apreciável de cerca de 46%, oscilando entre um mínimo de 30% e um máximo de 59% quando se analisam os sectores, e com muito maior variabilidade quando se cruza com o escalão de dimensão.

Quadro 1.4 – Taxas de resposta por segmento

Sectores	<i>Escalões de dimensão – n.º trabalhadores</i>				
	Até 19	20 a 99	100 a 499	500 ou +	Total
1 IAT	33%	58%	34%	18%	39%
2 Químicas	55%	52%	35%	50%	50%
3 IMATOut	20%	58%	84%	14%	53%
4 Cerâmica	20%	47%	36%	38%	39%
5 Vidro	64%	57%	30%	67%	54%
6 IMBTOut	25%	63%	50%	33%	48%
7 Agro-alimentares	55%	67%	61%	33%	59%
8 Calçado	33%	25%	54%	36%	36%
9 Têxteis	33%	44%	28%	12%	30%
10 Vestuário	45%	41%	62%	67%	51%
11 Mobiliário	15%	79%	64%	50%	56%
12 IBTOut	50%	46%	50%	25%	46%
13 Infraest	18%	50%	59%	71%	43%
14 Sector Primário	46%	51%	39%	50%	47%
15 SAII	36%	52%	87%	19%	47%
16 SBII	32%	34%	43%	43%	36%
TOTAL	36%	52%	52%	31%	46%

Há no entanto que alertar uma vez mais para o facto de, embora se tenha tentado mino-
 rar, a não resposta existiu, podendo potencialmente provocar enviesamentos nas estima-
 tivas que foram calculadas somente com base nos que responderam. Estes serão tanto
 mais graves quanto maior for a correlação entre a não-resposta e as variáveis em estudo,
 originando diferenças significativas nos comportamentos dos “não-respondentes” face aos
 “respondentes” que não estão a ser tidas em conta no estudo.

vii) Amostra efectiva, fiabilidade dos resultados e apuramentos estatísticos

No quadro abaixo apresentam-se, para cada um dos 16 sectores definidos pela equipa
 do estudo, bem como para a sua agregação a 8 e a 4 classes, a amostra efectivamente
 inquirida e o erro máximo de amostragem associado às estimativas obtidas com base
 nessa amostra.

Quadro 1.5 – Erros máximos de amostragem

Sectores	Amostra efectiva	Erro máximo de Amostragem	
		a 90%	a 95%
INDÚSTRIA (I)	520	3,6%	4,2%
1. IAT	30	13,8%	16,4%
2. Químicas	69	9,0%	10,7%
3. IMATOut	69	9,7%	11,6%
IMAT	138	6,8%	8,1%
4. Cerâmica	39	12,6%	15,0%
5. Vidro	27	14,6%	17,4%
6. IMBTOut	45	12,2%	14,5%
IMBT	111	7,7%	9,2%
7. Agro-alimentares	55	11,0%	13,1%
8. Calçado	30	14,8%	17,7%
9. Têxteis	27	15,7%	18,7%
10. Vestuário	48	11,8%	14,0%
11. Mobiliário	49	11,6%	13,8%
12. IBTOut	32	14,5%	17,3%
IBT	241	5,3%	6,3%
13. Infraestruturas (II)	50	11,6%	13,8%
14. Sector Primário (III)	55	11,0%	13,1%
SERVIÇOS(IV)	99	8,3%	9,8%
15. SAIL	56	10,9%	13%
16. SBII	43	12,5%	15%
TOTAL	724	3,0%	4%

Foi necessário determinar o estimador não enviesado para o número total (ou para a percentagem) de empresas da população que têm uma determinada característica.⁸

⁸ Esse estimador não enviesado obtém-se afectando a cada empresa pertencente à amostra do estrato h um peso

$w_{ih} = \frac{1}{\pi_{ih}}$ igual ao inverso da sua probabilidade de inclusão da amostra, $\pi_{ih} = \frac{n_h}{N_h}$. Assim, para cada um dos

estratos deve-se considerar o conjunto das N_h empresas, $\{E_{1h}, E_{2h}, \dots, E_{\alpha h}, \dots, E_{N_h h}\}$, que formam a população do estrato e da qual foi seleccionada uma amostra casual, S_h , de dimensão n_h . Seja a amostra do estrato h ,

$S_h = (X_{1h}, \dots, X_{ih}, \dots, X_{n_h h})$, onde X_{ih} é uma variável de Bernoulli, que indica se a i -ésima unidade amostral assume ou não um determinado valor para a característica em estudo X , para a qual se pretende estimar o total (t_X) ou a proporção (p_X). O estimador para o número total, ou para a proporção, de empresas no estrato que assumem esse

valor para a característica X é dado por, respectivamente: $\hat{T}_h = \sum_{i \in S_h} w_{ih} X_{ih}$ e $\hat{p}_h = \frac{\sum_{i \in S_h} w_{ih} X_{ih}}{\sum_{i \in S_h} w_{ih}}$

(onde $w_{ih} = N_h / n_h$, peso amostral de cada elemento da amostra, é o número de elementos da população do estrato representados por este elemento da amostra) que são estimadores não enviesados se não existirem os chamados erros de recolha, como por exemplo problemas de “não resposta”.

Como neste caso existiu uma significativa taxa de não-resposta, variável conforme o estrato, estes pesos foram ajustados de forma a ter em conta a não-resposta de cada estrato, ou seja, calculou-se, para cada estrato a probabilidade da *i*-ésima unidade *pertencer à amostra e responder*.⁹

A pesquisa de associações estatisticamente significativas entre dois factores/categorias de classificação que assumem, cada um deles, um certo número de modalidades, foi efectuada através de testes de independência no contexto de tabelas de classificação cruzada ou tabelas de contingência.¹⁰

⁹ O peso ajustado (\tilde{w}_{ih}) para cada uma das unidades amostrais que responderam vem dado por: $\tilde{w}_{ih} = \frac{w_{ih}}{\phi_{ih}}$, onde ϕ_{ih} - probabilidade da *i*-ésima unidade amostral do estrato *h* responder. Esta probabilidade não é conhecida a priori e foi estimada com base na n'_h respostas de cada estrato. Assim estimou-se:

$$\hat{\phi}_{ih} = \frac{\text{Soma dos pesos dos respondentes do estrato } h}{\text{Soma dos pesos dos seleccionados do estrato } h} = \frac{\sum_{i=1}^{n'_h} w_{ih}}{\sum_{i=1}^{n_h} w_{ih}}$$

sendo os estimadores calculados com base nas respostas através das expressões:

Estimador para o total

$$\hat{t}_X = \sum_h \sum_{i=1}^{n'_h} \tilde{w}_{ih} X_{ih}$$

Estimador para a proporção

$$\hat{p}_X = \frac{\sum_h \sum_{i=1}^{n'_h} \tilde{w}_{ih} X_{ih}}{\sum_h \sum_{i=1}^{n'_h} \tilde{w}_{ih}}$$

¹⁰ Em concreto, sendo *L* o factor em linha, que pode assumir as modalidades, ou níveis, $i = 1, \dots, l$, e *C* o factor em coluna, assumindo as modalidades $j = 1, \dots, c$, a hipótese nula de independência é $H_0: p_{ij} = p_{i+} p_{+j}$, para $i = 1, \dots, l$ e $j = 1, \dots, c$ onde p_{ij} representa a probabilidade de uma observação pertencer à célula (*i,j*), p_{i+} a probabilidade de uma observação pertencer à modalidade *i* de *L* e p_{+j} a probabilidade de uma observação pertencer à modalidade *j* de *C*. Na prática p_{i+} e p_{+j} são desconhecidos na população e estimados através dos dados recolhidos na amostra (frequências relativas observadas). No contexto de uma *amostra casual simples*, quando a hipótese nula é verdadeira, a estatística de teste é

$$X^2 = \sum_{i=1}^l \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - \hat{E}_{ij})^2}{\hat{E}_{ij}} = n \sum_{i=1}^l \sum_{j=1}^c \frac{(\hat{p}_{ij} - \hat{p}_{i+} \hat{p}_{+j})^2}{\hat{p}_{i+} \hat{p}_{+j}}$$

onde O_{ij} representa o número de observações da amostra na célula (*i,j*), \hat{E}_{ij} representa o número esperado de

observações na célula (*i,j*) na hipótese de independência, isto é, $\hat{E}_{ij} = n \hat{p}_{i+} \hat{p}_{+j}$. Quando a hipótese nula é verdadeira, a estatística de teste tem distribuição aproximada do qui-quadrado com $(l-1) \times (c-1)$ graus de liberdade, rejeitando-se a hipótese nula de independência, concluindo-se pela existência de algum tipo de associação entre os dois factores na população, para valores (elevados) da estatística de teste a que corresponda um *valor-p* inferior aos níveis de significância habituais. No contexto da *amostragem estratificada*, utilizada neste estudo, a estratificação pode influenciar a execução e conclusões dos testes de hipóteses anteriormente considerados. Contudo, neste caso as análises de independência ou associação entre dois factores na população podem ainda ser realizadas (de acordo com Sharon L. Lohr, *Sampling: design and analysis*, Duxbury Press, 1999) tendo em atenção o seguinte: quando o factor em linha é uma das variáveis de estratificação, esta não levanta problemas e os testes podem ser realizados e interpretados como testes de homogeneidade, entre os diferentes estratos, da distribuição das proporções pelas modalidades do factor em coluna e as suas conclusões generalizáveis à população inquirida. Recorde-se que a estatística de teste dos testes de homogeneidade é a mesma dos testes de independência. Em cada uma das subamostras formadas por cada um dos estratos, podem realizar-se testes de independência entre quaisquer dois factores considerados relevantes desde que a dimensão dessa subamostra seja suficiente para garantir que a estatística de teste tem

A totalidade dos testes de associação foi executada utilizando o programa SPSS, procedimento CROSSTABS, com ou sem ponderação, consoante fosse ou não o adequado. No caso de tabelas em que o número esperado de observações na hipótese de independência era inferior ao recomendado, para não pôr em causa a distribuição da estatística de teste, o *valor-p* correspondente ao valor observado da estatística de teste foi reavaliado através de simulação (Monte Carlo).

1.3.3. O Papel dos *workshops*

Concluimos esta secção sobre metodologia do estudo com referência à terceira componente da pesquisa realizada. Assim, o programa de trabalho do *Estudo sobre a Utilização da Propriedade Industrial em Portugal* incluiu a realização de vários *workshops*, que permitiram uma interacção directa com a comunidade de utilizadores da PI em Portugal.

Estes *workshops* funcionaram em complementaridade com as restantes componentes de pesquisa, nomeadamente a constituição e análise de uma base de dados da PI e a realização de um inquérito sobre a utilização da PI em Portugal. Os *workshops* apresentavam essencialmente como objectivos a obtenção de contribuições directas de actores centrais no sistema de PI sobre o tema em causa, proporcionando visões diversificadas, revelando obstáculos bem como experiências de sucesso de obtenção de propriedade industrial. Pretendeu-se também aferir a necessidade de alterações ao sistema existente e possíveis recomendações nesse sentido.

Este ciclo de *workshops*, realizando-se em articulação com o INPI, nas suas instalações, tinha também como objectivo proporcionar um contacto directo, não só da equipa do projecto, mas também dos serviços do INPI, numa discussão aberta sobre a experiência de utilização do sistema de PI, e ao mesmo tempo proporcionar um *forum* de discussão a vários actores no sistema.

Foram inicialmente identificados 7 temas para o ciclo de *workshops*, com o objectivo de incluir as principais modalidades de PI, bem como diferentes grupos de utilizadores. Não foi possível realizar o *workshop* sobre “Transferência de Tecnologia e Licenciamento de Terceiros”, em grande parte devido à dificuldade em encontrar um conjunto de participantes com clara experiência nesta área. Foram assim realizados seis *workshops*, durante o período de realização do estudo, subordinados aos temas que a seguir se indicam:

- “A Utilização da Propriedade Industrial pelas instituições de investigação”
- “Utilização de Desenhos e Modelos Industriais: Vantagens e Tendências”
- “Economia e Estratégia das Marcas e Outros Sinais Distintivos: Padrões de Utilização e Desafios da Política Pública”

distribuição qui-quadrado, aproximada, se a hipótese nula for verdadeira. Neste caso, as conclusões dos testes são generalizáveis às sub-populações representadas por cada estrato. Para a totalidade da amostra o teste de independência entre quaisquer dois factores, que não as variáveis de estratificação, utilizando a estatística de teste habitual mas com os \hat{p}_{ij} , \hat{p}_{i+} e \hat{p}_{+j} calculados de acordo com os pesos de cada observação na amostra, torna-se um teste

conservador, sobreavaliando o verdadeiro *valor-p*. Significa isto que, eventualmente, poderemos incorrer numa situação em que apenas as associações mais fortes, entre factores, são detectadas e as mais fracas são subestimadas. Em todo o caso, não serão reportadas como verdadeiras associações para as quais não exista evidência estatística forte.

- “Novas Empresas de Base Tecnológica e Estratégias de Propriedade Industrial”
- “Invenção e Inventores: Contributo para a Inovação e Efeitos Económicos”
- “Empresas Portuguesas Utilizadoras da Propriedade Industrial: Balanço da Utilização de Patentes e Modelos de Utilidade”

Para cada *workshop* foram identificados, pela equipa do CISEP e pelo INPI, um conjunto de participantes directamente interessados e que correspondessem a diferentes posicionamentos no sistema e, sempre que possível, diversidade institucional e sectorial (empresas, instituições públicas, associações, centros de investigação, centros tecnológicos, inventores independentes, etc.). No total participaram nos *workshops* 63 participantes convidados, para além da equipa do estudo e de vários funcionários do INPI.

Para uma interacção mais eficaz e mais directamente orientada para os objectivos de cada *workshop*, foi enviado a todos os participantes um pequeno texto introdutório, com um pequeno número de questões centrais, complementado, no início do *workshop*, por uma apresentação por parte da equipa de enquadramento do tema em discussão. Pretendeu-se assim focar cada *workshop* para o tema específico, para evitar uma deriva da discussão, frequente em grupos alargados, sem elementos agregadores.

A realização dos *workshops* forneceu contributos centrais não só para a análise geral que é aqui efectuada, mas também para a própria condução das restantes componentes do estudo, nomeadamente em relação a todo o processo de desenvolvimento dos inquéritos sobre a utilização da propriedade industrial.

PARTE 2

Análise retrospectiva do uso da PI

Com esta componente do relatório pretende-se apresentar uma descrição dos padrões de utilização da propriedade industrial em Portugal nos últimos 20 anos. Estes dados reflectem não só dinâmicas empresariais específicas face à propriedade industrial, mas também, em grande parte, o resultado do processo de integração europeia da economia portuguesa, bem como a harmonização dos regimes de propriedade industrial na Europa.

Após uma primeira análise global da utilização da propriedade industrial em Portugal, procede-se a uma análise mais pormenorizada das diferentes modalidades principais, nomeadamente das patentes, marcas e modelos e desenhos industriais. Visto o contexto das diferentes modalidades ser diferenciado, tal como o seu peso na economia, o aprofundamento das análises efectuadas nem sempre é idêntico.

Capítulos autónomos são também dedicados à análise de dados relativos às designações através das “vias internacionais”, incluindo patentes europeias e internacionais e a marca comunitária. A análise efectuada sobre a utilização da marca comunitária é desenvolvida não com base nos dados existentes em base de dados do INPI, suporte de análise das restantes modalidades, mas através de exploração de dados disponíveis publicamente junto do Instituto para a Harmonização do Mercado Interno (IHMI), entidade responsável pela administração da marca comunitária. Deste modo, este capítulo, de natureza exploratória, é apresentado no final desta Parte 2 do relatório.

Estas diferentes análises comportam diferentes dimensões. Por um lado desenvolve-se uma análise de tendências, com particular referência à origem geográfica dos titulares. Por outro lado analisam-se características processuais e de utilização dos direitos de PI (por exemplo, taxas de concessão para o primeiro caso, ou transmissões, para o segundo), e ainda a distribuição dessas modalidades de acordo com as respectivas classificações internacionais.

Como ao longo da presente parte serão feitas referências e tratados dados correspondentes não só à designada “via nacional” mas também às designadas “vias internacionais”, optou-se por, previamente ao tratamento das séries históricas de utilização das diferentes modalidades de PI, numa breve secção prévia, clarificar o conteúdo daquelas vias. É o que passamos a fazer de imediato.

2.1. Diferentes vias de protecção internacional

O propósito desta secção é de, muito brevemente, traçar uma panorâmica da organização do sistema de Propriedade Industrial em termos das respectivas vias de protecção internacional por tipos de modalidades, permitindo ao leitor menos familiarizado com estas matérias ter acesso a alguma informação útil para a leitura das secções que se seguem. Embora a informação constante das secções seguintes incida sobretudo na designada “via nacional” para as diferentes modalidades de PI, as “vias internacionais” (via europeia, via internacional e via Euro-PCT) têm tido, como se verá e em particular desde há cerca de uma década, um efeito substancial nos padrões de uso da PI em Portugal.

Os sistemas que dão acesso às chamadas “via da patente Europeia” e “via da patente PCT” (sigla que significa “Patent Cooperation Treaty”, ou Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes) entraram em funcionamento simultâneo, a 1 de Junho de 1978.

A Patente Europeia decorre da Convenção Europeia de Patentes, vulgarmente designada por “Convenção de Munique”, estabelecida em 1973 e administrada pelo Instituto Europeu de Patentes (EPO na sigla inglesa: European Patent Office) cuja sede é precisamente em Munique. Fazem parte desta Convenção de Munique a totalidade dos países membros da UE e outros países europeus não membros da UE. O número de signatários do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes é muitíssimo superior.

O que ambas as vias têm em comum, é que um pedido apresentado centralmente pode gerar efeitos de protecção simultânea num significativo número de países, em teoria tão elevado quanto o número de designações que o requerente da patente apresente no momento do pedido. Em ambos os casos também o pedido é avaliado centralmente, pelo EPO no caso da patente europeia, e pelo ISA, a autoridade de pesquisa competente, no caso do pedido PCT. Estas vias diferem, no entanto, quanto à facilidade de aceitação em cada país. No caso da Patente Europeia, a entrada na via nacional – isto é, a aceitação de cada uma das diferentes designações nacionais por cada país, caso o pedido de patente tenha passado o exame do EPO – é praticamente automática, apenas podendo ser recusada por motivos de atentado à moral ou aos bons costumes. No caso do pedido PCT, os países designados têm capacidade de recusa de patentes que tenham passado o exame do ISA. Para além deste aspecto, a via PCT está apenas aberta a entidades originárias dos países signatários do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes, ao contrário da Patente Europeia que pode ser solicitada por originários de qualquer país.

Para os países membros dos dois Tratados está ainda aberta uma outra alternativa, designada via Euro-PCT, que consiste em recorrer à via PCT para designar os países signatários da Convenção Sobre a Patente Europeia. Nos últimos anos falou-se bastante de uma outra possibilidade, a designada Patente Comunitária (coincidente com o espaço da UE), cujo processo de aprovação se tem vindo a prolongar, devido a diversas vicissitudes, mas que poderá entrar em vigor num futuro próximo.

Entretanto, as vias internacionais coexistem com a manutenção das vias nacionais, preexistentes, correspondentes ao percurso normal de pedido em cada office nacional de PI de direitos exclusivos para o respectivo país. *Offices* como o dos EUA (USPTO) ou o japonês mantêm uma enorme importância.

Portugal passou a adoptar as normas da Convenção de Munique apenas a 1 de Janeiro de 1992 e as do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes alguns meses mais tarde, também em 1992. Até essa data, a totalidade dos pedidos de entidades não-residentes que pretendessem protecção em Portugal eram apresentados ao INPI. Depois dessa data, tornou-se muito mais frequente a apresentação do pedido por essas entidades através do EPO. Em consonância, o número de designações de Portugal na Patente Europeia sofreu um impulso a partir dessa data.

Para as restantes modalidades existem igualmente vias internacionais. Há a este respeito que destacar o sistema das Marcas Internacionais. Também para as Marcas o Instituto para a Harmonização do Mercado Interno (IHMI), criado pelo Regulamento (CE) N.º 40/94 do Conselho de 20 de Dezembro de 1993 e sediado em Alicante, gere o sistema da Marca Comunitária, em funcionamento desde 1996. O IHMI tem igualmente a responsabilidade da gestão de 'Indicações Geográficas' e 'Denominações de Origem', bem como do Desenho ou Modelo Comunitário. O Desenho ou Modelo Comunitário foi criado pelo Regulamento (CE) N.º 6/2002 de 21 de Outubro de 2001.

Os custos de acesso às vias internacionais são tipicamente muito superiores aos de acesso à via nacional portuguesa, em consequência de custos de exame mais elevados e também de se procurar, à partida, protecção numa multiplicidade de países por via das designações feitas. Acrescem a estes custos administrativos, os valores correspondentes a traduções técnicas, à obtenção de informação prévia para garantir o requisito da novidade e ainda à redacção do pedido em linguagem conforme as exigências dos examinadores que avaliam o pedido. Frequentemente a despesa total é agravada por custos de contencioso, quando o pedido inicial não é aceite e tal decisão é contestada.

Acontece também com frequência, em especial nos EUA, que após a atribuição de uma patente esta seja contestada por terceiros, o que igualmente implica o recurso aos tribunais, acarretando geralmente custos elevados.

2.2. Observação retrospectiva das séries históricas da PI em Portugal: tendências evolutivas desde 1980

2.2.1. Análise global

Numa primeira análise, vai-se considerar a informação contida na base de dados histórica fornecida pelo INPI, relativa às diferentes modalidades de propriedade industrial. Estas compreendem as patentes de invenção (nacional, europeia e internacional), os modelos de utilidade (nacional e internacional) e os certificados complementares de protecção;¹¹ os modelos industriais e os desenhos industriais; e as marcas de registo (nacional, e internacional), marca colectiva de associação, marca colectiva de certificação, nome de estabelecimento e insígnia de estabelecimento e logotipos. Excluem-se da análise as denominações de origem e indicações geográficas.

¹¹ Não se trata de uma modalidade de propriedade industrial, mas sim de uma extensão do tempo de duração legal das patentes farmacêuticas e fitofarmacêuticas, que é concedida para compensar o tempo de espera na concessão da autorização de introdução no mercado deste tipo de inventos pelas entidades competentes.

O Quadro 2.1 apresenta um resumo dos dados de pedidos e de concessões para as diferentes modalidades para o período considerado, e a sua divisão por entidades residentes e não-residentes, desde 1980 a Junho de 2002 (data última para a qual foi fornecida informação pelo INPI à equipa responsável pelo presente estudo).

**Quadro 2.1a – Pedidos e Concessões de PI em Portugal (1980-Junho 2002)
pelas Vias Nacionais**

	Pedidos			Concessões		
	Residentes	Não-residentes	Totais	Residentes	Não-residentes	Totais
Patente de Invenção Nacional	1678	25250	26959	565	17047	17603
Modelo de Utilidade Nacional	1524	1232	2757	866	892	1753
Modelo Industrial	4722	10248	15047	2534	8236	10741
Desenho Industrial	1018	566	1585	491	383	871
Marcas de Registo Nacional	79232	53507	131908	58794	49342	107077
Nome de Estabelecimento	12290	13	12302	9227	10	9232
Insígnia de Estabelecimento	5385	17	5398	4455	16	4464
Marca Colectiva de Associação	20	4	24	8	4	12
Marca Colectiva de Certificação	64	2	66	32	2	34
Logotipo	4491	22	4512	3210	17	3226

Nota: O “total” não coincide necessariamente com a soma de “residentes” e “não-residentes” em virtude de existirem co-titularidades entre “residentes” e “não-residentes” dos diferentes direitos de PI (vd. metodologia).

Os dados indicam que as Marcas e Outros Sinais Distintivos (em particular Nomes de Estabelecimento, Insígnias de Estabelecimento e Logotipos) são claramente as modalidades de PI mais utilizadas nas vias nacionais por residentes, sendo de entre estas a marca de registo nacional, a modalidade para a qual um maior número de direitos de propriedade são requeridos ou atribuídos. Durante as duas últimas décadas (mais precisamente entre 1980 e Junho de 2002) o número de pedidos de marcas registadas em Portugal foi superior a 130 mil (entre residentes e não-residentes), sendo que de entre estes pedidos o número de títulos atribuídos atingiu cerca de 107 mil. Enquanto que a utilização das marcas se divide de forma semelhante entre residentes e não-residentes (com uma ligeira predominância dos primeiros), os outros sinais distintivos são utilizados essencialmente por residentes.

Já a nível das patentes, que em termos globais é a segunda modalidade de PI mais utilizada na via nacional (com quase 27 mil pedidos no período em causa), a grande maioria dos pedidos é efectuada por entidades não-residentes, que revelam níveis de produção de invenções tecnológicas muito superiores aos de entidades residentes. Os Modelos Industriais atingiram cerca de 15 mil pedidos neste período, com um terço dos pedidos efectuados por residentes. Desenhos Industriais e Modelos de Utilidade Nacional corresponderam a 1585 e 2757 pedidos respectivamente, com alguma predominância para pedidos por residentes.

Em parte, as diferenças no comportamento de residentes face ao de não-residentes terá também a ver com a natureza do produto e do direito de PI e com a sua especificidade no âmbito de mercados locais, como é o caso dos Nomes de Estabelecimento, mas não com as tecnologias patenteadas, teoricamente fáceis de transferir globalmente (ainda que a cópia não seja necessariamente fácil, como é frequentemente argumentado).

Quadro 2.1.b – Pedidos designando Portugal e Concessões de PI em Portugal pelas Vias Internacionais (1980-Junho 2002)

	Pedidos			Concessões		
	Residentes	Não-residentes	Totais	Residentes	Não-residentes	Totais
Patente de Invenção Europeia	336	388143 *	388445	21	21752	21762
Patente de Invenção Internacional (via PCT)	84	224497 *	224568	0	66	66
Modelo de Utilidade Internacional	0	215	215	0	1	1
Marcas de Registo Internacional	99	97665	97705	79	88160	88180

* Estes valores de pedidos de patentes dizem respeito a 'designações', o que não coincide com 'entradas na fase nacional' (validação de pedidos).

Nota: O "total" não coincide necessariamente com a soma de "residentes" e "não-residentes" em virtude de existirem co-titularidades entre "residentes" e "não-residentes" dos diferentes direitos de PI (vd. metodologia).

**Quadro 2.1.c – Pedidos e Concessões de PI em Portugal (1980-Junho 2002)
Certificados Complementares de Protecção**

	Pedidos			Concessões		
	Residentes	Não-residentes	Totais	Residentes	Não-residentes	Totais
Certificado Complementar de Protecção	0	119	119	0	114	114

O carácter global das tecnologias é verificado precisamente no plano das vias internacionais, onde as patentes de invenção são claramente mais procuradas do que as marcas ou modelos de utilidade.

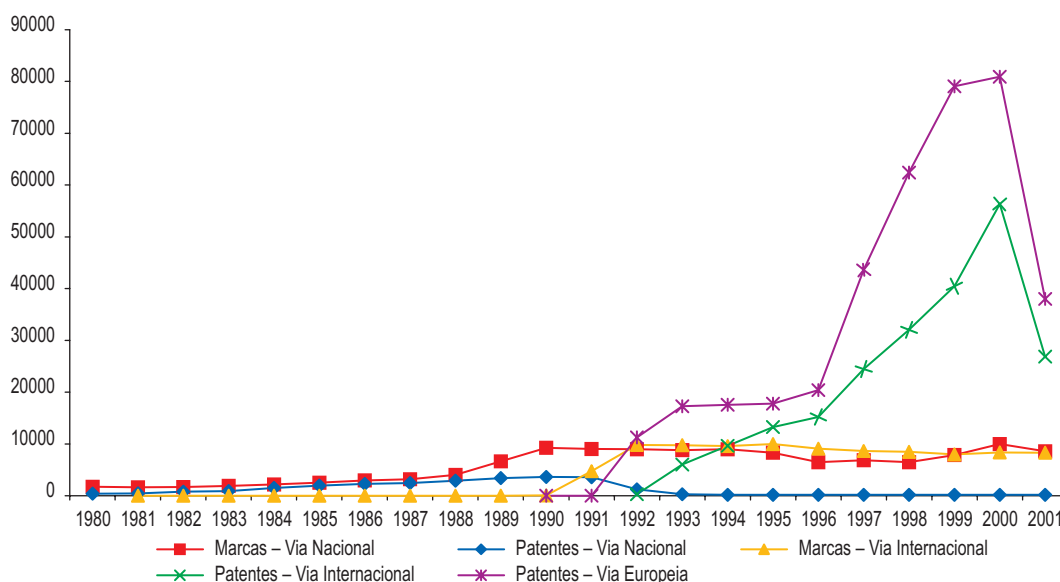
A análise dos dados relativos à utilização das vias internacionais por entidades residentes, revela que estas se apresentam muito pouco internacionalizadas no campo das suas estratégias de PI, sendo que o número de pedidos relativos às vias internacionais é muito reduzido, e o número de concessões pode-se considerar insignificante tendo em conta o longo período em causa.

2.2.2. Tendências

A evolução anual é apresentada nas Figuras 2.1 a 2.3. para as principais modalidades. Os dados reflectem claramente a evolução do enquadramento histórico-institucional da PI e da sua regulação a nível internacional, particularmente ao analisar a evolução conjunta dos dados das modalidades nacionais e internacionais, de patentes e de marcas.

As Figuras 2.1.a e b descrevem a evolução cronológica das diferentes modalidades de PI analisadas. A primeira figura (a) apresenta informação relativa às modalidades com vários milhares de pedidos/ano e a segunda (b) informação relativa a modalidades com algumas centenas ou dezenas de pedidos/ano.

Figura 2.1.a – Evolução de pedidos de diferentes modalidades de PI em Portugal (totais, sem diferenciação da origem dos requerentes)



Nota: A descida verificada nos dados relativos a patentes no ano de 2001 deve-se à existência de um período de tempo necessário para a transferência e correspondente actualização de dados entre os organismos internacionais e o INPI, não podendo assim ser interpretada como uma mudança de comportamento.

**Figura 2.1.b – Evolução de pedidos de diferentes modalidades de PI em Portugal
(totais, sem diferenciação da origem dos requerentes)**

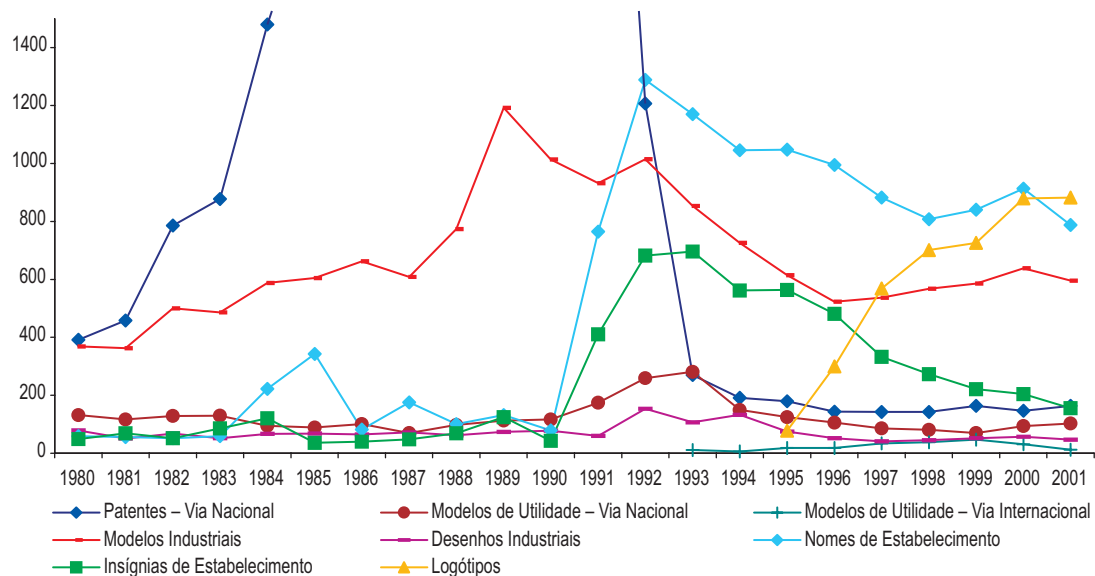
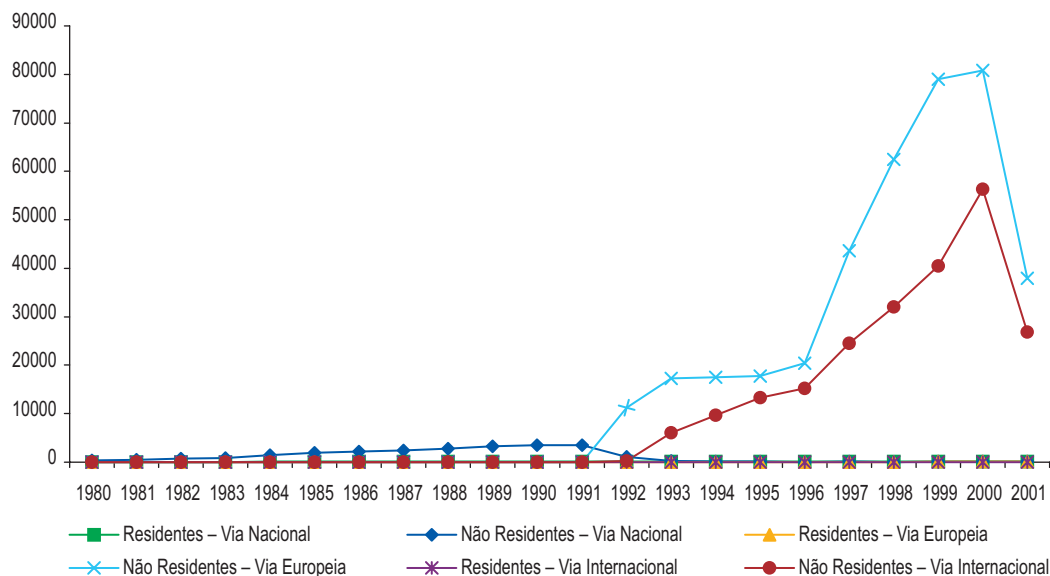
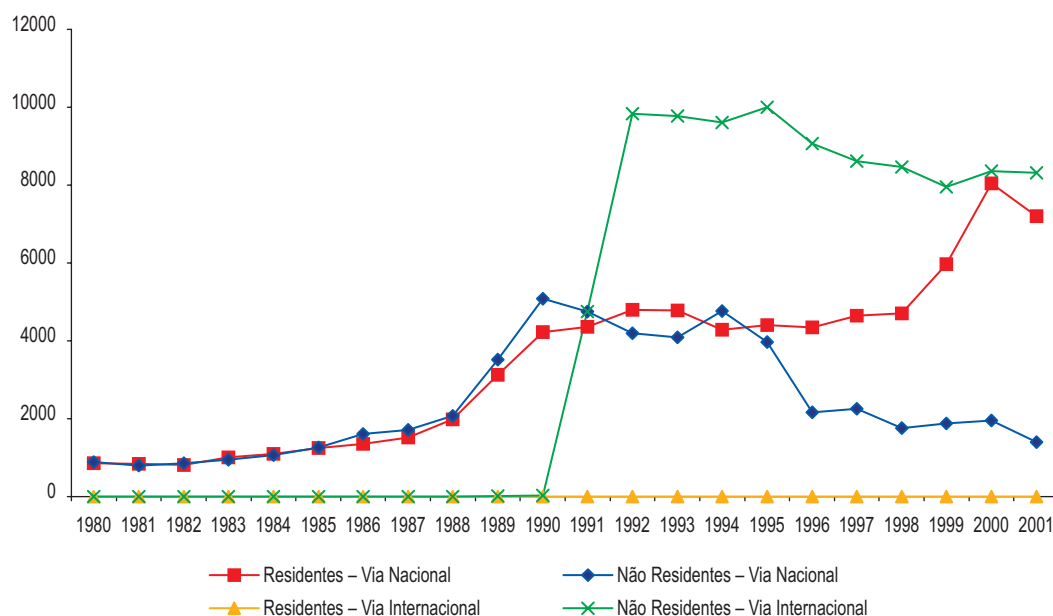


Figura 2.2 – Pedidos de patentes – diferentes vias e origem dos requerentes



Nota: Ver nota Quadro 2.1.a.

Figura 2.3 – Pedidos de marcas – diferentes vias e origem dos requerentes

Os pedidos de patentes nacionais cresceram sucessivamente até 1990 tendo, após uma estabilização em 1991, sofrido uma descida muito significativa, ao mesmo tempo que entravam em vigor em Portugal, como já foi indicado em secção anterior, a Convenção de Munique (1 de Janeiro de 1992) e o Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (em 24 de Novembro de 1992). A esta alteração institucional correspondeu uma alteração na prática do registo de PI e uma transferência de pedidos da via nacional para as vias internacionais. Esta alteração é visível em particular no comportamento das entidades não-residentes que passam, nesta mesma altura, a designar Portugal através dos pedidos de concessão pelas vias internacionais.

Relativamente às marcas existe também uma alteração dos padrões de utilização do seu registo em Portugal. Inicialmente, com a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia os pedidos de registo de marcas pela via nacional aumentaram, vindo posteriormente a apresentar comportamentos diversos entre residentes e não-residentes. Para estes últimos a prioridade torna-se a marca de registo internacional¹², com estes pedidos a aparecerem pela primeira vez em 1991, ainda que com uma ligeira tendência decrescente nos anos mais recentes. Para as entidades residentes, o registo de marcas nacionais aumentou significativamente nos últimos anos. No entanto, a utilização da marca internacional é ainda diminuta, por parte das entidades residentes.

Como se pode ver pela análise dos padrões de utilização por residentes e não-residentes, a utilização da via internacional é quase exclusivamente por não-residentes.

¹² Existe também a Marca Comunitária. No entanto a base de dados do INPI não inclui informação sobre esta via, o registo da qual é realizado de modo centralizado junto do IHMI (Instituto de Harmonização do Mercado Interno). Os dados referentes a registos no IHMI são tratados adiante, em secção autónoma deste capítulo.

As restantes marcas e sinais distintivos têm também apresentado a sua própria dinâmica em virtude destas alterações no seu enquadramento. Assim, houve um aumento significativo do pedido de registo de nomes e insígnias de estabelecimento a partir de 1991, e nos anos mais recentes de logotipos. A utilização das restantes modalidades tem uma dimensão muito reduzida.

2.2.3. Licenças e Transmissões

Entidades residentes em Portugal registaram no INPI a obtenção de direitos de propriedade industrial detidos por terceiros através de 1985 processos de licenciamento (relativos a 1339 registos diferentes), nas várias modalidades. Os dados relativos aos licenciamentos averbados junto do INPI são apresentados no Quadro 2.2. Sendo que cada registo pode dar origem a mais do que uma licença, estas licenças referem-se a 950 marcas nacionais, 355 marcas internacionais, 29 patentes nacionais, 2 desenhos industriais e 2 modelos industriais e uma patente europeia. Os licenciadores dos direitos foram maioritariamente originários dos EUA, de Portugal, e das maiores economias europeias, nomeadamente Alemanha, Reino Unido e França, conforme se pode analisar no mesmo Quadro.

Quadro 2.2 – Licenças atribuídas a residentes (1980-Junho 2002)

Modalidade	Origem dos Licenciadores							
	US	PT	DE	FR	GB	ES	Outros	Total
Marca Nacional	381	325	40	82	246	175	195	1444
Marca Internacional			281	101		15	36	433
Patente Nacional	1	6		76	4	1	11	99
Modelo Industrial	2	2						4
Desenho Industrial		3				1		4
Patente Europeia					1			1
Total	384	336	321	259	251	192	242	1985

Ainda que a participação de entidades portuguesas em actividades de licenciamento tenha sido maioritariamente enquanto entidades licenciadas, estão também registadas na base de dados entidades portuguesas licenciadoras de direitos de PI. Estes licenciamentos, quantificados no Quadro 2.3, são relativos a 230 títulos de PI, e correspondem na sua maioria a licenciamentos de marcas nacionais (334 licenciamentos relativos a 221 marcas nacionais) e um número reduzido de outras modalidades (5 patentes, uma das quais a uma entidade suíça, dois modelos industriais e um desenho industrial e uma marca internacional), sendo que a quase totalidade destes processos de licenciamento se deram dentro do mercado nacional, entre entidades residentes.

Quadro 2.3 – Residentes enquanto licenciadores (1980-Junho 2002)

Modalidade	Origem dos Licenciados							
	PT	NL	DE	FR	US	CH	ES	Total
Patente Nacional	6					1		7
Modelo Industrial	2							2
Desenho Industrial	3							3
Marca Nacional	325	3	2	1	2		1	334
Marca Internacional				1				1
Total	336	3	2	2	2	1	1	347

É no entanto de notar que estes dados se referem apenas aos licenciamentos que foram objecto de averbamento junto do INPI, e que como tal constam da sua base de dados. Outros licenciamentos, certamente em número mais significativo, podem ser realizados sem que esse acto seja declarado junto do INPI, regendo-se através de contrato privado entre as partes. Ainda assim, estes dados indicam que as instituições portuguesas têm uma baixa participação em mercados internacionais de tecnologia e essencialmente com o objectivo da transferência *inward* de PI (do exterior para o país).

Contudo, este padrão tem vindo a sofrer alterações em anos mais recentes, conforme o Quadro 2.4.

Quadro 2.4 – Distribuição temporal de entidades residentes licenciadas e licenciadoras

	Residentes Licenciados		Residentes Licenciadores	
1982-1987	8	0,4%	1	0,3%
1988-1992	152	7,7%	10	2,9%
1993-1997	1050	52,9%	135	38,9%
1998-2002	774	39,0%	201	57,9%
Total	1984	100,0%	347	100,0%

O número de contratos de licenciamento de direitos de PI detidos por residentes tem vindo a aumentar consideravelmente, tendo mais de 50% destes contratos sido realizados nos últimos cinco anos. Pelo contrário, o número de licenciamentos a residentes decres-

ceu, sendo de 39% do total o número de contratos realizados no último quinquénio, face a mais de 50% em idêntico período anterior.

O mercado de marcas é, sem dúvida, o mais dinâmico de entre as diferentes modalidades de PI que são licenciadas e transaccionadas. Assim, no que se refere às transmissões (Quadro 2.5), de entre 24101 transmissões registadas de Marcas e Outros Sinais Distintivos no período compreendido entre 1992 e o 1º semestre de 2002, 23269 de entre estas corresponderam a transmissões de marcas de registo nacional. No mesmo período foram registadas 2289 transmissões de patentes nacionais, 1056 de patentes europeias e 652 de modelos industriais. No entanto, para as transmissões os dados disponíveis não nos permitiram distinguir a origem das entidades envolvidas. Deve-se notar que os valores apresentados incluem também nas 'transmissões' as situações em que se verifica a alteração de designação das entidades titulares.

Quadro 2.5.a – Transmissões de Direitos de PI (1992-2002)

Modalidades	Transmissões
Marcas de Registo Nacional	23269
Marcas de Registo Internacional	267
Nome de Estabelecimento	344
Insígnia de Estabelecimento	179
Logotipos	34
Total	24101

Nota: Estes valores incluem também mudanças de designação, junto do INPI, das entidades titulares.

Quadro 2.5.b – Transmissões de Direitos de PI (1992-2002)

Modalidades	Transmissões
Patentes de Invenção Nacional	2289
Modelos de Utilidade Nacional	67
Modelos Industriais	652
Desenhos Industriais	33
Patentes de Invenção Europeia	1056
Patentes de Invenção Internacional	9
Total	4107

Nota: Estes valores incluem também mudanças de designação, junto do INPI, das entidades titulares.

2.2.4. Oposições

Cabe ainda referir que o número de oposições a pedidos de concessão de direitos de PI é claramente mais significativo no caso das marcas que nos das patentes, modelos de utilidade ou desenhos e modelos industriais. No primeiro caso (Quadro 2.6.a), os pedidos de registo de marcas nacionais contabilizaram 7% de casos de oposição (foram apresentadas oposições a 9197 pedidos), valor que é inferior a 3% no caso de marcas internacionais (oposições a 2595 pedidos). Já no caso das outras modalidades (Quadro 2.6.b) este valor não ultrapassa 1% dos pedidos, sendo no caso das patentes nacionais muito próximo de 0% (oposições a apenas 9 pedidos de patente nacional). Estes valores respeitam ao período 1980-Junho 2002.

Quadro 2.6.a – Oposições a Pedidos de PI (1980-2002)

Modalidades	Oposições	% Pedidos
Marcas de Registo Nacional	9197	7,0%
Marcas de Registo Internacional	2595	2,7%
Nome de Estabelecimento	533	4,3%
Insígnia de Estabelecimento	210	3,9%
Logotipos	157	3,5%
Outros	11	10,5%
Total	12703	5,0%

Quadro 2.6.b – Oposições a Pedidos de PI (1980-2002)

Modalidades	Oposições	% Pedidos
Patentes de Invenção Nacional	9	0,0%
Modelos de Utilidade Nacional	7	0,3%
Modelos Industriais	79	0,5%
Desenhos Industriais	9	0,6%
Patentes de Invenção Europeia	1751	0,5%
Total	1855	0,4%

Nota: Estes valores incluem também mudanças de designação, junto do INPI, das entidades titulares.

2.2.5. Conclusões

A análise retrospectiva de bases de dados de PI é uma importante fonte de conhecimento dos padrões de utilização do sistema de PI em Portugal por entidades residentes e não-residentes. Ainda que haja diferenças, por vezes mais significativas, entre entidades residentes e não-residentes, a análise anterior sugere acima de tudo que se está a assistir a um início de alterações, talvez significativas, no comportamento perante a PI dos agentes nacionais. Vamos nas secções seguintes explorar a informação histórica disponível em maior detalhe, olhando para os três principais grupos de modalidades: Patentes e Modelos de Utilidade, Marcas e Outros Sinais Distintivos e Modelos e Desenhos Industriais.

2.3. Patentes de Invenção – Análise Aprofundada

Esta terceira secção da Parte 2 do estudo é dedicada a uma análise aprofundada das séries históricas de pedidos e concessões de patentes em Portugal.

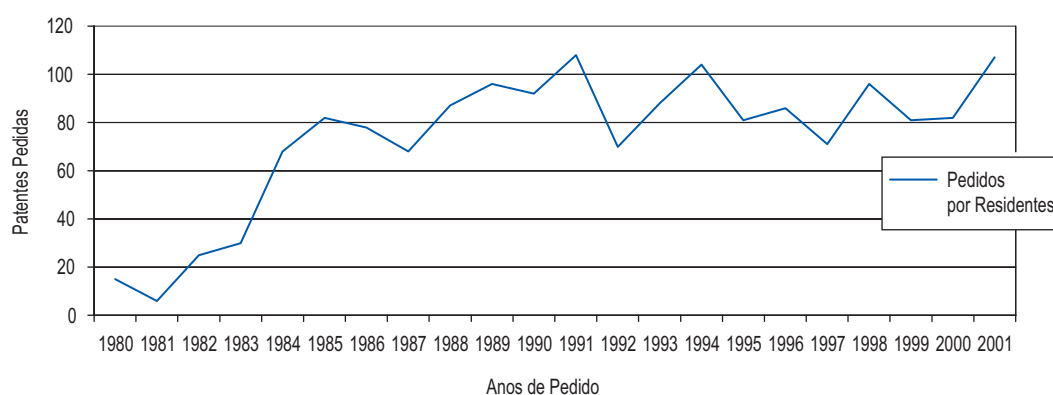
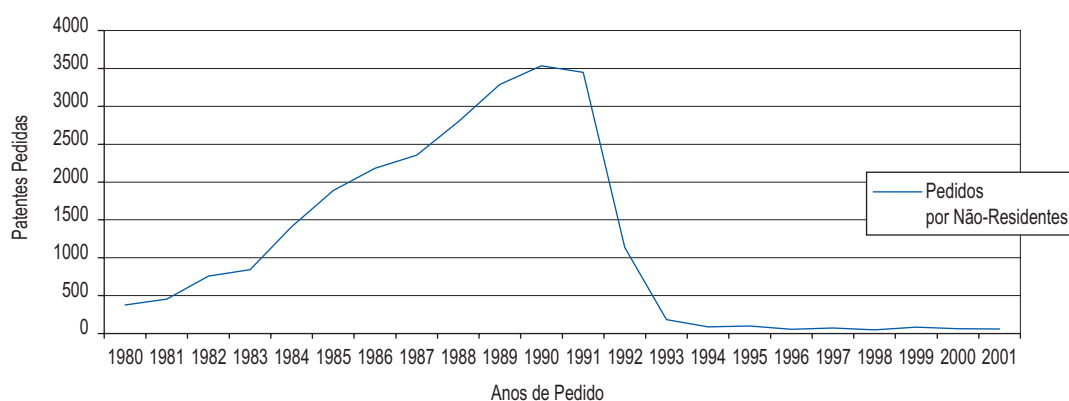
Na sequência de uma observação do recurso à utilização das patentes de invenção por residentes em Portugal e por não-residentes, no período compreendido entre 1980-2001, através da contabilização dos depósitos e concessões de patentes, são considerados os seguintes aspectos: pedidos e concessões; taxas de concessão; origem geográfica dos pedidos e concessões; distribuição dos inventos pelos diversos sectores da tecnologia, em termos da Classificação Internacional de Patentes (CIP); entidades requerentes; e, finalmente, caducidade dos títulos.

2.3.1. Pedidos de Patentes na Via Nacional, 1980-2001

Como podemos verificar no Quadro 2.7 e Figura 2.4, os depósitos de pedidos de patentes por residentes em Portugal revelam uma tendência de crescimento até ao início dos anos 90, flutuando daí para cá em valores tradicionalmente próximos dos 100 por ano. É de notar que a entrada em vigor para Portugal da Convenção de Munique (instituiu a patente europeia) e do Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (em inglês Patent Cooperation Treaty – PCT, instituiu o pedido de patente internacional), para cuja aplicação nacional foram promulgados os Decretos-Lei nº 42/92, de 31 de Março, e nº 107/93, de 7 de Abril, não interferiram com a utilização da Via Nacional de patenteamento pelos residentes em Portugal. Este facto, significa que não tem havido especial interesse (ou falta de informação sobre as vantagens do uso) em proteger as invenções noutros países, sobretudo através da utilização da patente europeia, mais vantajosa em termos de custos quando se pretende obter patentes em mais de 3 países.

Quadro 2.7 – Pedidos de Patentes Via Nacional por Residentes e Não-Residentes em Portugal

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	15	6	25	30	68	82	78	68	87	96	92	108	70	88	104	81	86	71	96	81	82	107
Não-Residentes	377	452	757	843	1409	1888	2182	2357	2797	3289	3535	3446	1137	182	87	98	57	71	46	83	64	61
Totais	392	458	782	873	1477	1970	2260	2425	2884	3385	3627	3554	1207	270	191	179	143	142	142	164	146	168

Figura 2.4 – Evolução dos Pedidos Via Nacional por Residentes em Portugal**Figura 2.5 – Evolução dos Pedidos Via Nacional por Não-Residentes em Portugal**

Já na Figura 2.5, pode-se ver a influência da entrada em vigor do Tratado PCT e da Convenção de Munique. A redução abrupta do número de pedidos pela Via Nacional por

não-residentes em Portugal a partir de pouco antes de 1992, é disso reveladora. A partir dessa data, os pedidos reduziram-se de mais de 3 mil/ano para cerca de 150/ano na segunda metade da década de 90.

2.3.2. Pedidos por Secções da CIP

A análise de acordo com a Classificação Internacional de Patentes (CIP) revela que são sobretudo as Secções C, A e B (Quadro 2.8), onde se concentram o maior número de pedidos depositados através da via nacional. A concentração nessas secções é comum para residentes e não-residentes, embora no caso dos primeiros se note também alguma relevância da Secção F.

**Quadro 2.8 – Pedidos de patentes, Via Nacional,
de acordo com a Classificação Internacional de Patentes, 1980-2001**

	A	B	C	D	E	F	G	H	S/CL
Residentes	282 17,4%	373 23,0%	222 13,7%	33 2,0%	188 11,6%	273 16,8%	162 10,0%	85 5,2%	3 0,2%
Não-Residentes	5216 20,7%	3392 13,5%	11795 46,8%	659 2,6%	733 2,9%	1153 4,6%	962 3,8%	1266 5,0%	42 0,2%
Totais	5498 20,5%	3765 14,0%	12017 44,8%	692 2,6%	921 3,4%	1426 5,3%	1124 4,2%	1351 5,0%	45 0,2%

Nota: As Secções da CIP são: A – Necessidades Humanas/Agricultura; B – Técnicas Industriais, Diversas, Transportes; C – Química/Metalurgia; D – Têxteis e Papel; E – Construções Fixas; F – Engenharia Mecânica; G – Física; e H – Electricidade.

Figura 2.6 - Distribuição dos Pedidos de Patentes de Residentes Via Nacional por Secções da CIP

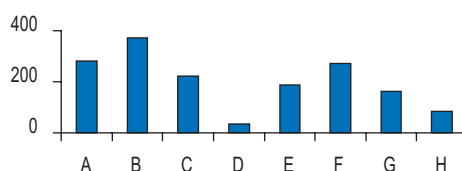
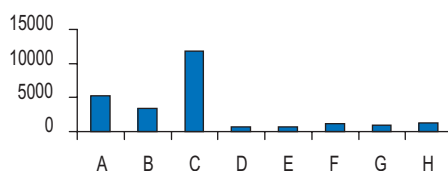


Figura 2.7 - Distribuição dos Pedidos de Patentes de Não-Residentes Via Nacional por Secções da CIP

2.3.3. Pedidos por origem geográfica das entidades requerentes

Como se tem vindo a constatar, existem vários parâmetros que influenciam a utilização do sistema de patentes. O nível de desenvolvimento das regiões onde estão localizadas as entidades requerentes é um dos factores que pode influenciar a intenção de recorrer à PI para proteger as invenções.

**Quadro 2.9 – Origem Geográfica dos Pedidos de Patentes,
Via Nacional por Residentes em Portugal – 1980-2001**

Região (NUTS II)	Pedidos	Percentagem
Lisboa e Vale do Tejo	1053	61,4%
Norte	380	22,1%
Centro	189	11,0%
Algarve	43	2,5%
Alentejo	33	1,9%
Madeira	16	0,9%
Açores	2	0,1%

O método utilizado para verificar a distribuição da origem dos pedidos de patente Via Nacional, foi baseado nos códigos postais das entidades requerentes e aproximação ao nível regional NUTS II (Nomenclatura das Unidades Territoriais para Estatística). Cerca de 61% dos pedidos provieram da região da Lisboa e Vale do Tejo, e 22% foram oriundos da região Norte. O facto de haver uma concentração da origem dos pedidos nestas regiões, não se deve apenas a serem as mais desenvolvidas, mas também por ser aí que se concentra maior percentagem da população.

A nível dos países de origem das entidades não-residentes, foram os EUA o país que mais pedidos de patentes nacionais depositou em Portugal (35%). Além dos EUA, os países que mais pedidos efectuaram em Portugal, foram a França (16,3%), o Reino Unido (10,8%), a Suíça (8,23%), a Itália (5,49%) e a Espanha (4,4%). Cerca de metade dos pedidos de não-residentes tiveram origem na UE-15 (países em itálico, Quadro 2.10).

**Quadro 2.10 – Países de Origem dos Pedidos de Patentes,
Via Nacional por Não-Residentes**

Origem dos Pedidos	N.º	%
<i>França</i>	3598	16,3%
<i>Reino Unido</i>	2388	10,8%
<i>Itália</i>	1214	5,5%
<i>Espanha</i>	972	4,4%
<i>Holanda</i>	780	3,5%
<i>Suécia</i>	467	2,1%
<i>Bélgica</i>	436	2,0%
<i>Dinamarca</i>	300	1,4%
<i>Alemanha</i>	300	,4%
<i>Áustria</i>	169	0,8%
<i>Finlândia</i>	138	0,6%
<i>Luxemburgo</i>	96	0,4%
<i>Irlanda</i>	27	0,1%
<i>Grécia</i>	0	0%
UE – Total	10885	49,2%
EUA	7742	35,0%
Suíça	1818	8,2%
Japão	786	3,7%
Canadá	178	0,8%
Hungria	178	0,8%
Austrália	133	0,6%
Brasil	82	0,4%
Noruega	82	0,4%

2.3.4. Entidades Utilizadoras

A análise das entidades residentes utilizadoras de patentes revela dados interessantes quanto à estrutura de utilização em Portugal no período de 1980 a Junho de 2002. A identificação das entidades com maior número de patentes concedidas, conforme o Quadro 2.11, revela que durante todo o período analisado a entidade com maior número de concessões é um laboratório de Estado, o INETI¹³, o qual obteve 47 patentes nacionais durante o período em causa, largamente à frente de qualquer outra instituição. De facto, a entidade que se segue é o Grupo Hovione, com 12 patentes em nome de diferentes empresas, seguido por dois inventores independentes com 9 concessões cada.

¹³ Este caso é também paradigmático quanto à importância de um tratamento posterior da informação constante das bases de dados do INPI. O INETI apresenta-se identificado por 21 modos diferentes (ainda que tal esteja também relacionado, mas apenas em parte, com a alteração institucional por que tem passado), pelo que uma primeira apresentação dos dados meramente com base na identificação constante da base de dados, identificaria apenas uma parcela das concessões para qualquer destas identificações.

Quadro 2.11 – Titulares com maior número de patentes nacionais

Entidade	Concessões
INETI-INST.NAC.ENGENH.E.TECNOL.INDUSTRIAL	47
GRUPO HOVIONE	12
ALFREDO FERREIRA DE ABREU	9
AMÉRICO AMBRÓSIO HENRIQUES DA TRINDADE	9
JOÃO EMÉRICO VILLAX (Grupo HOVIONE)	6
ÁLVARO JORGE MARTINS FERREIRA RIBEIRO	5
JÚLIO ANTÓNIO SALGADO DA COSTA	5
LUSAMATEX-MÁQUINAS TÊXTEIS, LDA.	5
MARTIN ERNST STIELAU	5
PEDRO MANUEL BRITO DA SILVA CORREIA	5
PORTELA & CA., SA.	5
SOC. PORTUGUESA DE EXPLOSIVOS, SA.	5
VITORINO PEREIRA VIEIRA	5

Ainda que seja um laboratório público o maior patenteador nacional, com títulos concedidos ao longo destas duas décadas, a análise das entidades utilizadoras revela uma actividade relativamente reduzida das instituições de investigação no uso de PI em Portugal, como se pode constatar no Quadro 2.12. No entanto, dados relativos à distribuição de requerentes ao longo do período indicam uma alteração na estrutura de pedidos de PI, com os laboratórios de investigação a igualarem os inventores independentes nos anos mais recentes, mostrando uma clara tendência de crescimento (Figura 2.8). Estes dados parecem indicar uma mudança de prática do mundo académico nacional relativamente ao uso da PI. Neste campo pode-se considerar que estas instituições começam a revelar um dinamismo tecnológico de que as empresas nacionais poderão ser potenciais beneficiárias. Em relação às empresas, a seguir ao Grupo Hovione, a empresa residente com um maior número de patentes nacionais é a Lusamatex – Máquinas Têxteis, Lda. com 5 patentes concedidas durante o período em causa. Para além do importante papel dos inventores independentes no recurso à PI em Portugal em termos de conjunto, a sua importância é também revelada pela presença de vários titulares individuais, entre os utilizadores com maior número de patentes nacionais.

Para o Quadro 2.12 que se segue foi feita uma classificação dos titulares de patentes nacionais consoante o tipo de entidade, classificando as entidades entre empresas, instituições de investigação e inventores independentes.

Quadro 2.12 – Titulares de patentes nacionais por tipo de entidade

Titulares	% Concessões
Inventores Independentes	67%
Empresas	22%
Instituições de Investigação	11%

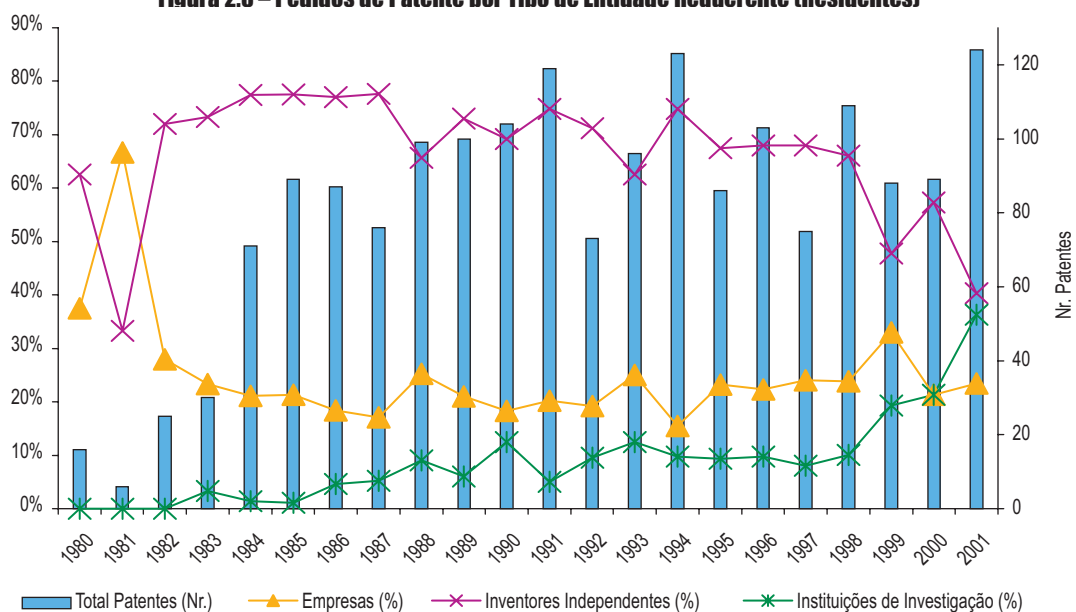
É notório o peso dos inventores independentes no sistema de propriedade industrial nacional, entre 1980 e o 1º semestre de 2002. A percentagem de 2/3 de titulares individuais é sem dúvida elevada, e reflecte não só uma actividade expressiva de inventores independentes mas é também consequência dos baixos níveis globais de patenteamento em Portugal.

Inventores Independentes: Relevância e Implicações

A estrutura de concessões de patentes acima revelada tem algumas implicações em termos da utilização estratégica da propriedade industrial em Portugal, visto que em grande parte destes casos não existem os recursos necessários para desenvolver a invenção para que esta se torne uma inovação com sucesso no mercado. Não estão apenas em causa os recursos financeiros necessários, por vezes de elevada monta, mas também uma série de recursos complementares em termos genéricos de gestão, *marketing* e ligações empresariais, ou de recursos específicos, relacionados com a tecnologia específica das invenções, os quais os inventores independentes frequentemente não têm a capacidade de mobilizar. Será importante desenvolver uma articulação apropriada dos inventores com outros agentes do sistema de inovação.

No entanto, como já referido acima, os últimos anos indicam uma mudança na estrutura do uso da PI em Portugal. Se analisarmos a distribuição dos pedidos (e não de concessões), verifica-se que enquanto a parcela representada pelas empresas se tem mantido praticamente constante ao longo das duas últimas décadas, as instituições de investigação têm vindo a aumentar o número de pedidos correspondente, em detrimento relativo dos inventores independentes, tendo em 2001 cada um destes grupos cerca de 40% dos pedidos de patentes nacionais por residentes (Figura 2.8). Esta é uma tendência não totalmente inesperada, em virtude não só do crescente interesse a nível internacional no patenteamento académico, como também de recentes mudanças institucionais em Portugal – a nível legislativo. Nas próprias instituições, ou mesmo através de parcerias com o INPI, como no caso do desenvolvimento da rede nacional de GAPIs¹⁴.

Figura 2.8 – Pedidos de Patente por Tipo de Entidade Requerente (Residentes)



¹⁴ Ver também sobre estes temas o Capítulo 4.

2.3.5. Concessões de patentes (Via Nacional)

As concessões (Quadro 2.13, Figura 2.9) são naturalmente em menor número que os pedidos, visto estes serem escrutinados face à sua capacidade para cumprir os requisitos de patenteabilidade (novidade, actividade inventiva e aplicação industrial), para que a patente possa ser concedida.

A tendência de evolução das concessões entre 1980 e 2001 é bastante irregular, com uma média de quase 800 concessões por ano, mas com um desvio padrão elevado. Além desta conclusão, verifica-se que o número total de patentes concedidas é muito baixo, repartindo-se entre 557 para residentes e 17027 para não-residentes.

Quadro 2.13 – Concessões de Patentes (Via Nacional) a Residentes e Não-Residentes em Portugal

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	1	6	2	5	10	8	87	20	9	7	13	16	19	8	56	22	18	27	54	81	44	44
Não-Residentes	0	301	303	314	226	351	2108	1470	815	1003	535	438	1235	1617	1395	938	525	614	1746	889	64	140
Totais	1	307	305	319	236	359	2195	1490	824	1010	548	454	1254	1625	1451	960	543	641	1800	970	108	184

Figura 2.9 – Evolução das Concessões Via Nacional a Residentes em Portugal

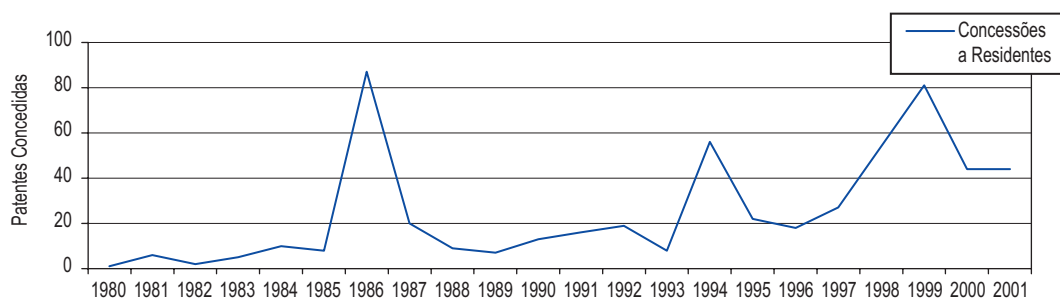
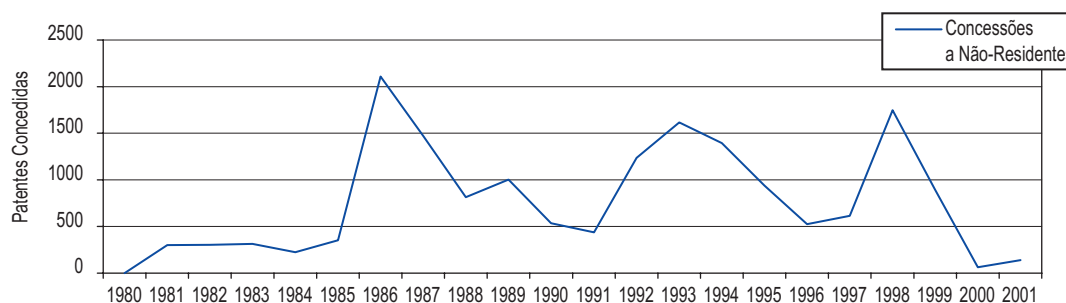


Figura 2.10 – Evolução das Concessões Via Nacional a Não-Residentes em Portugal



As concessões a residentes revelam alguma flutuação ano-a-ano. É possível, no entanto, discernir um padrão genérico interessante, com um maior número de concessões na década de 90 do que na década anterior. A média de concessões na década de 80 é de 15,5/ano. Daí para a frente tem-se 16/ano em 90-92, 28,7/ano em 93-95, 33 em 96-98 e, finalmente, 56,3/ano no triénio mais recente, entre 1997 e 2001.

As flutuações nas concessões efectuadas abrangem simultaneamente entidades residentes e não-residentes. Assim, tal como em relação às concessões a residentes em Portugal que apresentaram pedidos pela Via Nacional, também nas efectuadas a não-residentes se evidencia um comportamento pouco constante (ver Figura 2.10). Nota-se contudo uma tendência a partir de 1998 nada favorável. Tal terá provavelmente a ver com o facto dos não-residentes optarem cada vez mais pelas Vias Europeia e PCT, em detrimento da Via Nacional, com quebra muito significativa dos pedidos logo após a adesão às vias internacionais em 1992.

2.3.6. Concessões de Patentes por Secções da CIP

É interessante verificar que apesar dos pedidos de patentes serem maioritariamente classificados nas Secções E, F, G, H, como já vimos, é nas Secções A, B e C¹⁵ onde se constata existir o maior número de concessões. Este padrão é comum tanto para residentes como para não-residentes, com a Secção F a ser também bastante significativa para concessões a residentes.

**Quadro 2.14 – Patentes concedidas a Residentes e Não-Residentes (1980-2001)
de acordo com a Classificação Internacional de Patentes (Via Nacional)**

	A	B	C	D	E	F	G	H	S/CL
Residentes	94 16,9%	139 25,0%	97 17,4%	10 1,8%	75 13,5%	82 14,7%	45 8,1%	15 2,7%	0 0,0%
Não-Residentes	3433 20,2%	2123 12,5%	8419 49,4%	455 2,7%	433 2,5%	751 4,4%	542 3,2%	864 5,1%	7 0,0%
Totais	3527 20,1%	2262 12,9%	8516 48,4%	465 2,6%	508 2,9%	833 4,7%	587 3,3%	879 5,0%	7 0,0%

¹⁵ Secção A – Necessidades Humanas/Agricultura; Secção B – Técnicas Industriais Diversas/Transportes; Secção C – Química/Metalurgia.

Figura 2.11 – Distribuição das Concessões de Patentes a Residentes Via Nacional por Secções da CIP

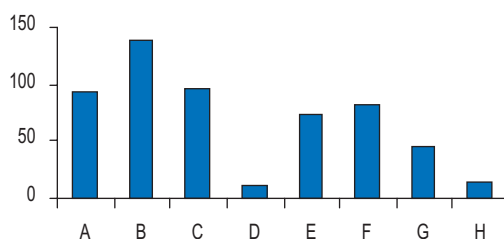
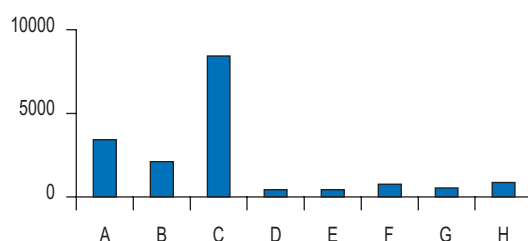


Figura 2.12 – Distribuição das Concessões de Patentes a não-residentes Via Nacional por Secções da CIP



2.3.7. Taxas de Concessão de Patentes (Via Nacional)

Ainda no âmbito da análise das concessões de patentes a residentes e não-residentes, as taxas de concessão são um elemento que reflecte a selectividade do exame e o valor inovador das invenções. As taxas de concessão indicam quantos dos pedidos de patentes apresentados ao INPI num determinado ano, foram objecto de despacho positivo.¹⁶ Assim, este indicador refere-se apenas à concessão após apreciação pelos serviços do INPI, e não à concessão de um modo genérico (ou ao sucesso) de todos os pedidos que dão entrada no INPI. Entre 1980 e 2000, a média da taxa de concessão de patentes a residentes em Portugal cifrou-se em cerca de 56% (Quadro 2.15).

¹⁶ É preciso lembrar que existe uma assincronia entre o momento do pedido e da concessão do título de patente. Em Portugal, medeia cerca de 2 anos e meio a 3 anos entre o pedido e a respectiva concessão. Contudo, ainda que tendo em consideração esse desfasamento, não deixa de ser interessante notar que os pedidos aparecem mais associados a umas Secções da CIP e as concessões a outras. As concessões aproximam-se mais dos pedidos designadamente nas especialidades farmacêuticas. Noutras secções, provavelmente em relação com uma maior presença dos 'independentes', nota-se uma maior desistência dos pedidos a meio do processo.

Quadro 2.15 – Taxas de Concessão de Patentes (Via Nacional)

Ano de Pedido	Residentes		Não-Residentes	
	Despachos	Taxa de Concessão	Despachos	Taxa de Concessão
1980	14	64,3%	376	93,1%
1981	6	100,0%	452	99,1%
1982	24	75,0%	758	85,1%
1983	31	87,1%	847	92,8%
1984	68	51,5%	1409	70,1%
1985	82	56,1%	1881	79,4%
1986	70	54,3%	2151	85,3%
1987	67	55,2%	2336	82,0%
1988	82	41,5%	2752	80,2%
1989	87	35,6%	3251	69,8%
1990	87	26,4%	3437	45,9%
1991	97	15,5%	3339	49,8%
1992	64	35,9%	1104	41,4%
1993	82	36,6%	171	55,0%
1994	90	33,3%	83	71,1%
1995	74	45,9%	94	79,8%
1996	73	58,9%	50	76,0%
1997	55	58,2%	62	90,3%
1998	67	55,2%	42	90,5%
1999	16	93,8%	46	95,7%
2000	3	100,0%	9	88,9%
2001			1	0,0%
Média		55,7%		73,7%

Notas:

1. A 'taxa de concessão' é medida como o quociente entre os despachos positivos e a totalidade dos despachos; o facto de o número de despachos não igualar os pedidos ano-a-ano tem a ver com desistências a meio do processo ou com o facto de este ainda estar a decorrer.

2. Os valores de "despachos" dizem respeito ao ano de entrada do pedido, tendo embora sido efectivamente realizados posteriormente. Por esta razão a taxa de concessão não é directamente comparável com as concessões de cada ano.

No mesmo quadro (Quadro 2.15), apresentam-se valores para as taxas de concessão a não-residentes em Portugal (Via Nacional). A taxa de concessão média foi de cerca de 74%, bastante acima da taxa correspondente para residentes (56%). Este diferencial estará relacionado com as razões aduzidas na nota de pé-de-página anterior.

2.3.8. Caducidade

A duração da patente era de 15 anos até 31.5.1995, tendo passado a 20 anos depois dessa data. Como se pode verificar pela informação disponível (Quadro 2.16), contudo, os títulos ficam frequentemente vigentes por períodos bastante inferiores.

Das 557 concessões de patentes a residentes que se verificaram no período da amostra (1980-2001), cerca de 50% haviam caducado até ao final de 2001. Destas, mais de dois-terços não passaram além dos 10 anos de duração.

**Quadro 2.16 – Duração da vigência das patentes concedidas
(Via Nacional) a Residentes em Portugal**

Duração da Vigência (anos)	Patentes Caducadas	%
1	0	0,0%
2	0	0,0%
3	72	25,4%
4	14	4,9%
5	16	5,7%
6	17	6,0%
7	13	4,6%
8	29	10,2%
9	23	8,1%
10	13	4,6%
11	20	7,1%
12	18	6,4%
13	10	3,5%
14	11	3,9%
15	19	6,7%
16	2	0,7%
17	4	1,4%
18	1	0,4%
19	1	0,4%

Passamos a analisar a duração da vigência dos títulos concedidos a não-residentes. Das 17027 concessões de patentes a não-residentes que se verificaram no período da amostra (1980-2001), cerca de 73% haviam caducado até ao final de 2001. Destas, também mais de dois-terços não passaram além dos 10 anos de vigência (ver Quadro 2.17).

Quadro 2.17 – Duração da vigência das patentes concedidas (Via Nacional) a Não-Residentes em Portugal

Duração da Vigência (anos)	Patentes Caducadas	%
0	1	0,0%
1	2	0,0%
2	9	0,1%
3	2769	22,2%
4	1280	10,3%
5	790	6,3%
6	781	6,3%
7	866	6,9%
8	760	6,1%
9	719	5,8%
10	882	7,1%
11	794	6,4%
12	685	5,5%
13	456	3,7%
14	382	3,1%
15	721	5,8%
16	140	1,1%
17	170	1,4%
18	45	0,4%
19	133	1,1%
20	101	0,8%

2.4. Utilização de Patentes, Vias Internacionais

Esta secção desenvolve a análise de dados referentes à utilização de patentes em diferentes vias internacionais, tal como identificadas na secção introdutória da Parte 2 do estudo. Em primeiro lugar analisa-se a utilização da patente europeia na década de 90. Tal como para o caso do recurso às patentes internacionais (ou Via PCT), os valores relativos a pedidos de não-residentes correspondem a designações de Portugal, por estes efectuadas no momento da apresentação do pedido (ou durante um curto período subsequente ao pedido inicial por esta via). Para além da análise de dados de patenteamento por estas vias, obtidos através de informação constante da base de dados do INPI, procede-se também a uma breve análise de padrões de patenteamento nos EUA, junto do USPTO, por entidades residentes em Portugal, através de dados obtidos directamente do USPTO.

2.4.1. Recurso à Patente Europeia

Neste ponto apresentamos dados sobre a utilização da patente europeia, para residentes e não-residentes que designaram Portugal por essa via. Há que recordar que as 'desig-

nações', feitas no momento do pedido, são em geral superiores às 'entradas na via nacional' desses pedidos (que implicam o pagamento de taxas aos países designados).

i) Designações

O recurso à patente europeia por residentes tem vindo a aumentar, sendo de assinalar que os pedidos entre 1999 e 2001 são aproximadamente o dobro que nos anos entre 1992 e 1998. Apesar desta tendência positiva, os valores mais recentes, contudo, continuam a ser manifestamente baixos.

Quanto aos pedidos efectuados por não-residentes, mantiveram uma tendência positiva ao longo do tempo (Quadro 2.18 e Figuras 2.13 e 2.14). Há a assinalar que o decréscimo acentuado verificado em 2001 se deve ao facto de a informação disponível sobre patentes europeias na base de dados do INPI, que foram os empregues neste relatório, ser actualizada à medida em que os pedidos vão sendo publicados pelo Instituto Europeu de Patentes (mais concretamente, a publicação decorrerá 18 meses após a data de prioridade ou, no caso de não haver prioridade, após a data do pedido, caso não existam quaisquer atrasos ao nível do IEP).

Quadro 2.18 – Pedidos de Patentes Via Europeia por Residentes e Não-Residentes em Portugal

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	20	14	11	18	11	14	18	51	26	36
Não-Residentes	11226	17282	17572	17777	20400	43609	62422	79063	80913	37994
TOTAIS	11245	17295	17581	17796	20409	43622	62438	79101	80931	38025

Figura 2.13 – Evolução dos Pedidos pela Via Europeia por Residentes com designação de Portugal

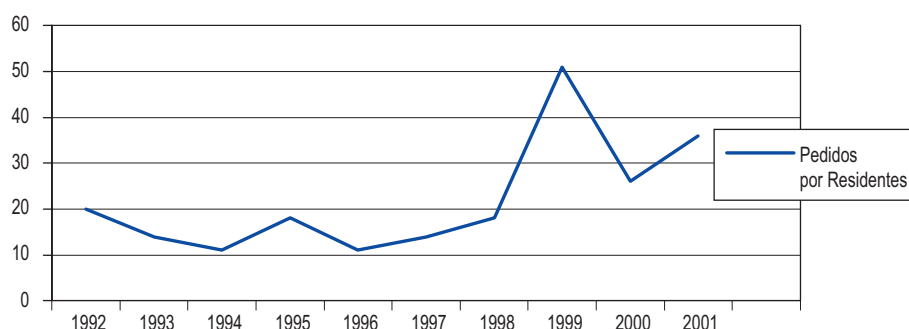
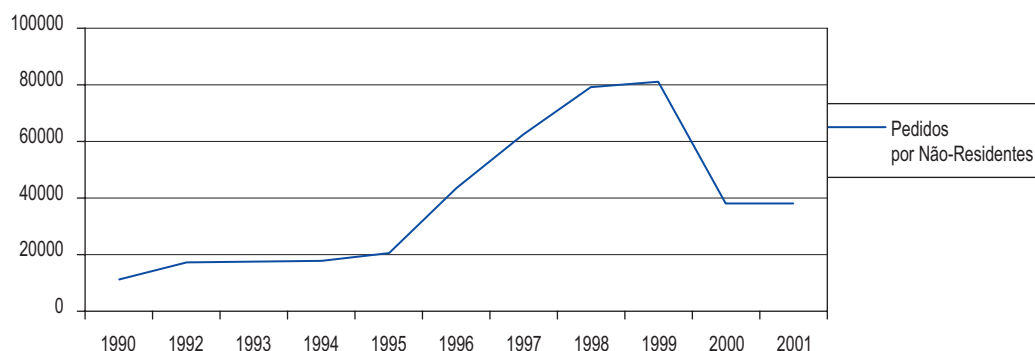


Figura 2.14 – Evolução dos Pedidos pela Via Europeia por Não-Residentes com designação de Portugal

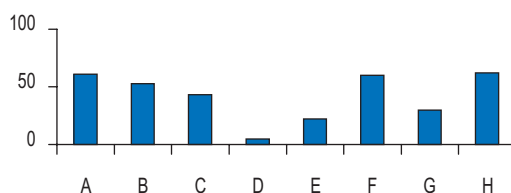
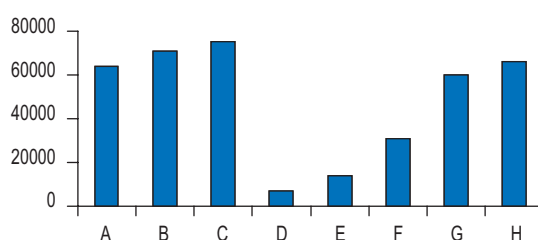


ii) Distribuição das designações por Secções da CIP

Passamos a apresentar a distribuição por Secções da CIP dos pedidos de patentes europeias por residentes e não-residentes (Quadro 2.19, Figuras 2.15 e 2.16). Consta-se que a distribuição dos pedidos de residentes difere da dos de não-residentes, com maior destaque para a secção E (pela positiva) e secções D e H (pela negativa).

Quadro 2.19 – Pedidos de Patentes pela Via Europeia por Residentes e Não-Residentes, de acordo com a Classificação Internacional de Patentes: 1990-2001

	A	B	C	D	E	F	G	H	S/CL
Residentes	39 22,9%	35 20,6%	31 18,2%	4 2,4%	22 12,9%	16 9,4%	17 10,0%	6 3,5%	0
Não-Residentes	64105 14,2%	70996 15,8%	75214 16,7%	6885 15,3%	13780 3,1%	30872 6,9%	60199 13,4%	66135 14,7%	7 0,0%
Totais	64144 16,5%	71031 18,3%	75245 19,4%	6889 1,8%	13802 3,6%	30888 8,0%	60216 15,5%	66141 17,0%	7 0,0%

Figura 2.15 – Distribuição dos Pedidos de Patentes de Residentes Via Europeia por Secções da CIP**Figura 2.16 – Distribuição dos Pedidos de Patentes de Não-Residentes Via Europeia por Secções da CIP**

iii) Concessões de Patentes Europeias

A concessão de patentes europeias a residentes é extraordinariamente baixa, da ordem de menos de uma concessão por cada 1000 das concessões feitas a não-residentes (Quadro 2.20, Figuras 2.17 e 2.18). Contudo, se compararmos essas concessões com os pedidos no período entre 1993 e 2001, constatamos que as concessões definitivamente atribuídas correspondem a cerca de 5,1% dos pedidos originais por residentes, face a um valor equivalente de 4,9% para não residentes.

Quadro 2.20 – Concessões de Patentes Via Europeia a Residentes e Não-Residentes em Portugal

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes			1	1	1	1	4	5	4
Não-Residentes	11	201	969	2015	3054	3251	3544	3115	2898
TOTAIS	11	201	970	2016	3055	3252	3548	3120	2902

Figura 2.17 – Evolução das Concessões pela Via Europeia a Residentes em Portugal

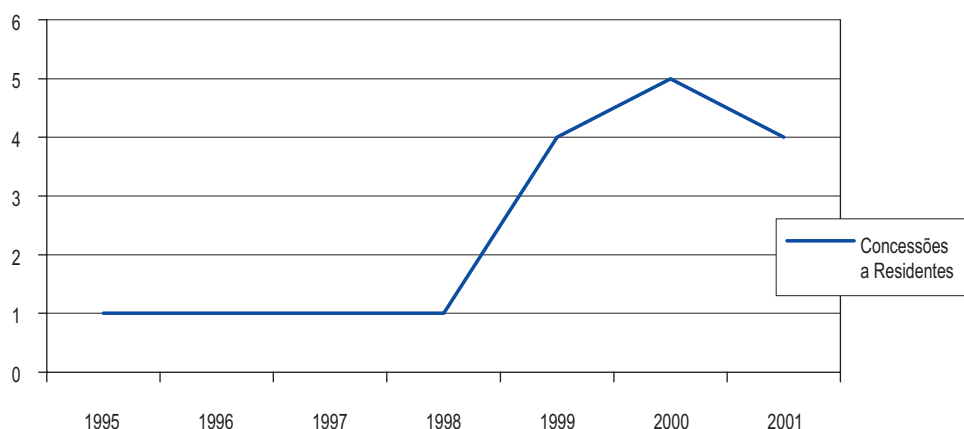
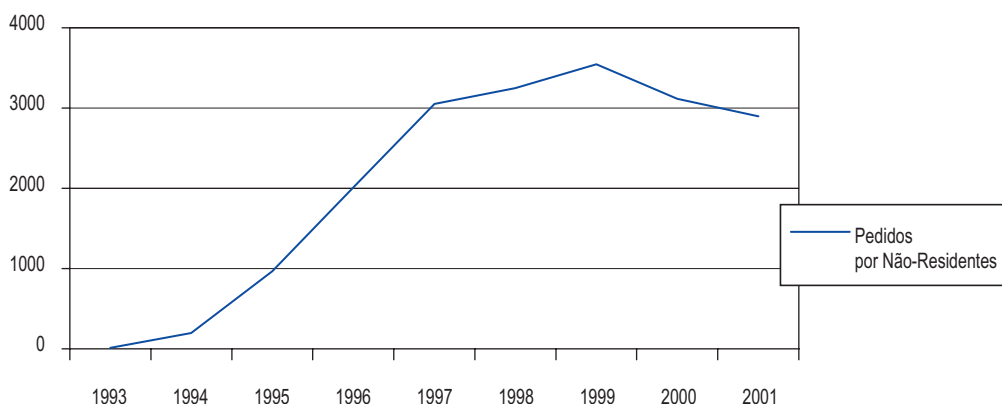


Figura 2.18 – Evolução das Concessões pela Via Europeia a Não-Residentes



iv) Concessões por secções da CIP

No Quadro 2.21 e nas Figuras 2.19 e 2.20, podemos analisar a distribuição das patentes concedidas em conformidade com a CIP. Como se viu em ii) as patentes europeias pedidas por residentes, de acordo com a CIP, concentram-se nas Secções A, B, C, F, H, enquanto que os pedidos depositados por não-residentes se concentram nas Secções A, B, C, G, H desta classificação. As patentes concedidas concentram-se por seu turno nas Secções A, B, C e E no caso dos residentes, e nas Secções A, B e C, no caso dos não-residentes.

Quadro 2.21 – Classificação Internacional das Patentes Concedidas pela Via Europeia a Residentes e Não-Residentes, de acordo com a Classificação Internacional de Patentes: 1993-2001

	A	B	C	D	E	F	G	H
Residentes	5 29,4%	4 23,5%	3 17,6%	0 0,0%	3 17,6%	1 5,9%	1 5,9%	0 0,0%
Não-Residentes	4073 21,4%	3744 19,6%	6559 34,4%	558 2,9%	804 4,2%	1141 6,0%	1018 5,3%	1161 6,1%
Totais	4078 21,4%	3748 19,6%	6562 34,4%	558 2,9%	807 4,2%	1142 6,0%	1019 5,3%	1161 6,1%

Figura 2.19 – Distribuição das Concessões de Patentes a Residentes Via Europeia por Secções da CIP

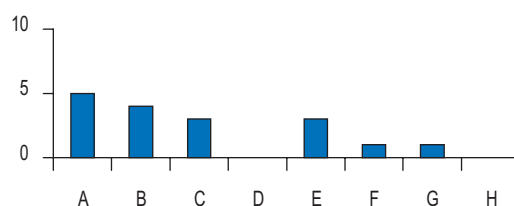
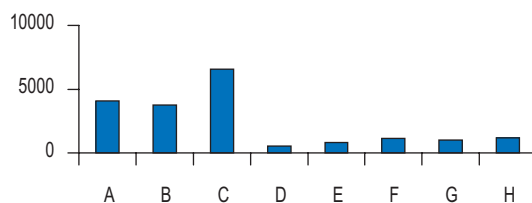


Figura 2.20 – Distribuição das Concessões de Patentes a Não-Residentes Via Europeia por Secções da CIP



2.4.2. Recurso à Via Internacional (PCT)

Neste ponto apresentamos dados sobre a utilização da designada 'via internacional', para residentes e não-residentes que designaram Portugal ao recorrerem a essa via.

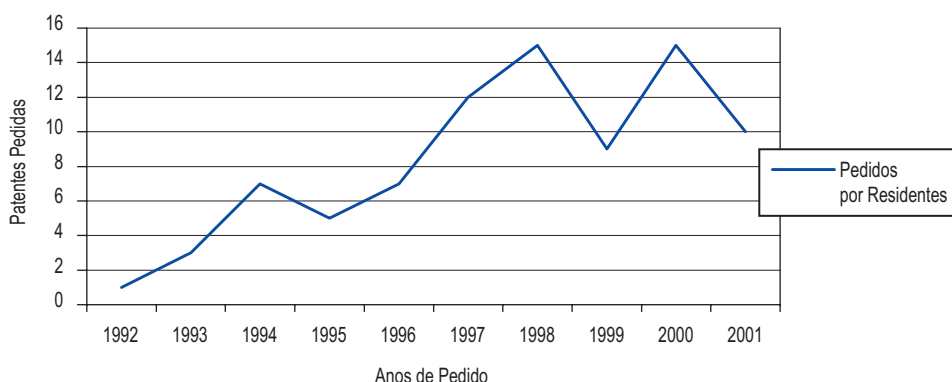
O recurso à via internacional por parte de entidades residentes tem apresentado uma tendência global de crescimento desde 1992, apesar de que os números totais são ainda manifestamente reduzidos (Figura 2.21). Em 1999 e 2001, verificaram-se decréscimos, embora possam corresponder a flutuações normais quando se está em presença de pequenos números.

Os pedidos efectuados por não-residentes mantiveram uma certa estabilidade positiva ao longo do tempo, embora apresentando um decréscimo acentuado no ano de 2001¹⁷ (Quadro 2.22 e Figura 2.22). Contudo, excluindo este último ano, o interesse de não-residentes pela protecção das suas invenções em Portugal tem registado uma evolução muito significativa.

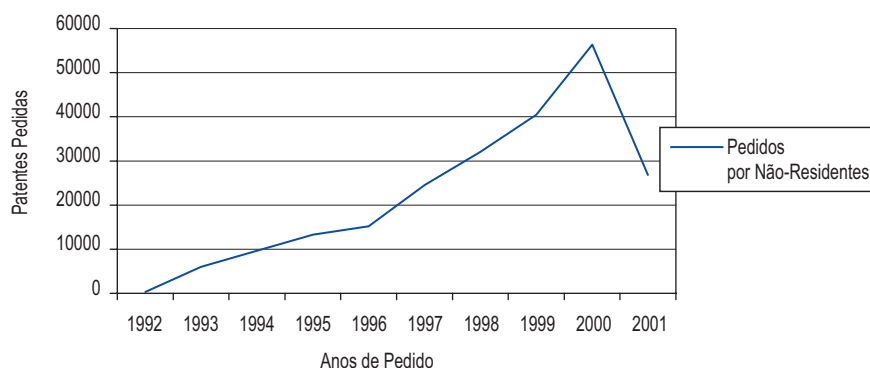
Quadro 2.22 – Pedidos de Patentes, Via Internacional, designações de Portugal

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	S/CL
Residentes	1	3	7	5	7	12	15	9	15	10	
Não-Residentes	285	6014	9619	13249	15184	24468	32032	40429	56321	26854	519
TOTAIS	286	6017	9626	13254	15191	24480	32047	40438	56336	26864	

Figura 2.21 – Evolução dos Pedidos pela Via Internacional por Residentes em Portugal



¹⁷ Esta diminuição no ano de 2001 poder-se-à dever aos processos administrativos de troca de informação envolvidos nas modalidades de PI nas vias internacionais.

Figura 2.22 – Evolução dos Pedidos pela Via Internacional por Não-Residentes em Portugal

Apresenta-se de seguida a distribuição por Secções da CIP dos pedidos de patentes PCT por residentes e não-residentes (Quadro 2.23; Figuras 2.23 e 2.24).

Quadro 2.23 – Distribuição das patentes pedidas, Via Internacional, de acordo com a Classificação Internacional de Patentes, 1992-2001

	A	B	C	D	E	F	G	H
Residentes	14 16,7%	11 13,1%	26 31,0%	1 1,2%	2 2,4%	9 10,7%	9 10,7%	12 14,3%
Não Residentes	48699 21,7%	32789 14,6%	50130 22,4%	3750 1,7%	7864 3,5%	11710 5,2%	36448 16,3%	32546 14,5%
TOTAIS	48713 21,7%	32800 14,6%	50156 22,4%	3751 1,7%	7866 3,5%	11719 5,2%	36457 16,3%	32558 14,5%

Figura 2.23 – Distribuição dos Pedidos de Patentes por Residentes Via Internacional por Secções da CIP

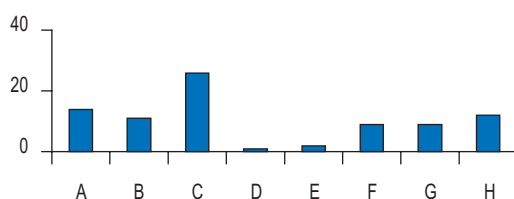
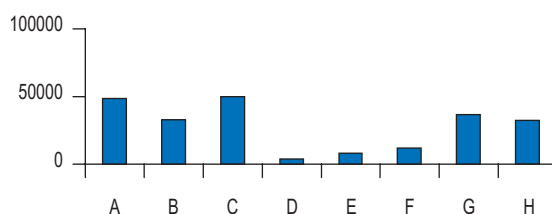


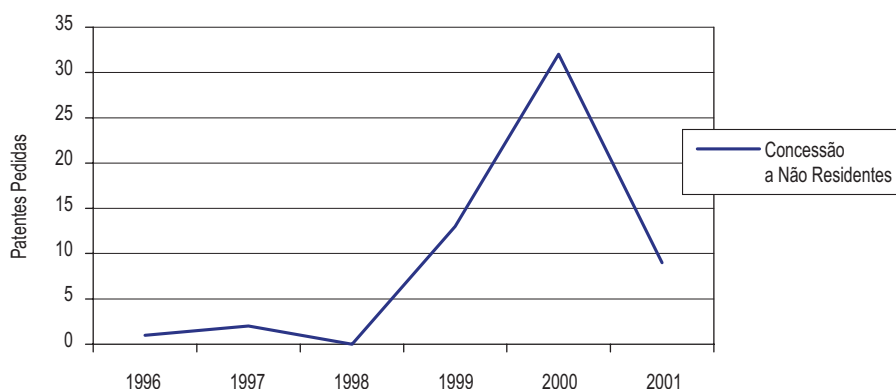
Figura 2.24 – Distribuição dos Pedidos de Patentes por Não-Residentes Via Internacional por Secções da CIP



No respeitante às concessões, verifica-se que aos residentes em Portugal não foi concedida nenhuma patente na via internacional. Tal deve-se ao facto de os pedidos de patentes PCT de residentes virem tipicamente como patentes europeias (pela designada via Euro-PCT). Relativamente a não-residentes, constata-se que apesar do elevado número de pedidos (designações) deste tipo de patentes, o número das que lhes foram efectivamente concedidas é muito reduzido (Quadro 2.24).

Quadro 2.24 – Concessões de Patentes, Via Internacional, a Residentes e Não-Residentes em Portugal

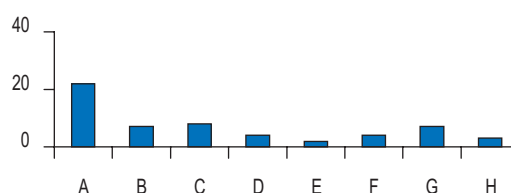
	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	0	0	0	0	0	0
Não-Residentes	1	2	0	13	32	9
TOTAIS	1	2	0	13	32	9

Figura 2.25 – Patentes Concedidas pela Via Internacional a Não-Residentes em Portugal

No Quadro 2.25 e na Figura 2.26 apresenta-se a distribuição das concessões de patentes a não-residentes pela Via Internacional por Secções da CIP. A secção dominante (secção A, com 31% do total) corresponde às 'necessidades humanas/agricultura', incluindo as especialidades farmacêuticas.

Quadro 2.25 – Distribuição das patentes concedidas a Não-Residentes, Via Internacional, de acordo com a Classificação Internacional de Patentes, 1996-2001

	A	B	C	D	E	F	G	H
Não-Residentes	22	7	8	4	2	4	7	3
	38,6%	12,3%	14,0%	7,0%	3,5%	7,0%	12,3%	5,3%

Figura 2.26 – Distribuição das Concessões de Patentes Não-Residentes Via Internacional por Secções da CIP

2.4.3 Patenteamento nos EUA por Residentes em Portugal

Nesta secção pretendemos verificar qual o patenteamento em mercados mais distantes como os EUA, mas ao mesmo tempo com características de dimensão económica que proporcionam oportunidades de expansão e o encetamento de novos negócios. Além disso, podemos estabelecer comparações com outros países que procuram obter patentes nesse mercado.

Portugal ocupa o último lugar de entre os países da UE (identificados a itálico). É na verdade o país que revela menor capacidade de patenteamento, quer em termos absolutos, quer em termos relativos (comparativamente à dimensão da economia).

Quadro 2.26 – Concessão de patentes nos EUA (1981-2001)

RANK	PAT.	PAT./PIB*
E.U.A.	1131787	192
Japão	416891	189
UE	370029	65
<i>Alemanha</i>	157314	125
<i>França</i>	60192	60
<i>Reino Unido</i>	56972	61
<i>Itália</i>	24779	27
<i>Suécia</i>	19002	128
<i>Holanda</i>	18798	72
<i>Bélgica</i>	8188	48
<i>Áustria</i>	7549	58
<i>Finlândia</i>	7144	89
<i>Dinamarca</i>	5003	51
<i>Espanha</i>	2979	6
<i>Irlanda</i>	1195	25
<i>Grécia</i>	243	2
Portugal	120	1

Nota: * PIB médio calculado para o período entre 1981-2001 em milhares de USD a preços correntes em paridades de poder de compra.

Fontes: Patentes - USPTO; PIB - OCDE

Nos Quadros 2.27.a e 2.27.b., que nos permitem vislumbrar as tendências entre 1963-1980 e 1981-2001, podemos verificar que o patenteamento de Portugal nos EUA é muito reduzido, apesar de se notar um ligeiro aumento quando comparamos os dados posteriores a 1996 com os anos imediatamente precedentes. As concessões foram inferiores a 5 por ano na década de 80, passaram a 5,3/ano em 90-92, desceram para 3/ano em 93-95, mas depois disso aumentaram para 7,3/ano em 96-98 e para 9,3/ano em 99-2001. No entanto, estes valores são os mais reduzidos de entre os estados-membros da União Europeia, apenas comparáveis com os níveis de patenteamento da Grécia (ainda que inferiores a estes). Há que naturalmente colocar a questão se este aumento mais recente será mais sustentável que o observado no final dos anos 80 (v. Figura 2.27).

Quadro 2.27.a – Patentes Concedidas nos EUA entre 1981 e 2001 (continua no Quadro 2.27.b)

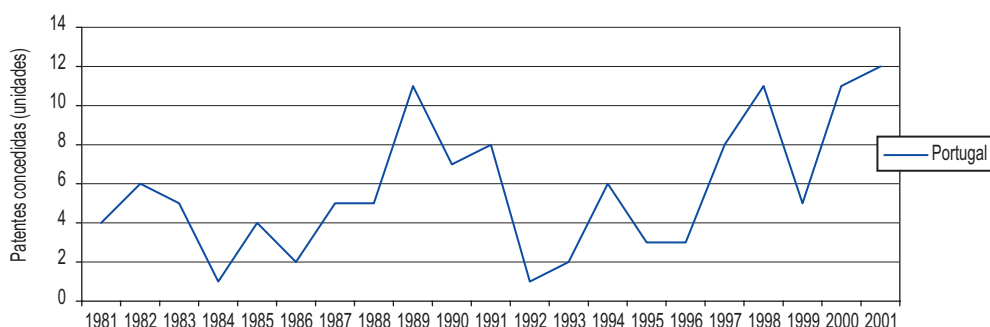
	1963-1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Áustria	3805	279	229	267	256	318	357	345	337	402	393
Bélgica	4196	263	224	205	240	240	243	295	302	359	313
Dinamarca	2391	130	121	125	150	187	182	204	151	221	158
Finlândia	1190	140	125	116	167	200	210	275	232	230	304
França	33067	2181	1975	1895	2163	2400	2369	2874	2661	3140	2866
Alemanha	85276	6304	5468	5478	6323	6718	6856	7884	7352	8351	7614
Grécia	151	5	9	7	9	7	11	4	8	10	8
Irlanda	251	17	24	18	29	30	28	38	43	65	54
Itália	11076	883	752	625	794	919	995	1183	1076	1297	1259
Luxemburgo	171	27	26	27	24	37	31	22	29	29	17
Holanda	10464	641	619	626	726	766	722	922	806	1061	960
Portugal	68	4	6	5	1	4	2	5	5	11	7
Espanha	1161	58	49	50	69	78	97	115	126	131	130
Suécia	12604	766	685	623	701	857	883	948	777	837	768
Reino Unido	48673	2473	2132	1930	2269	2494	2405	2775	2579	3095	2789
UE	214544	14171	12444	11997	13921	15255	15391	17889	16484	19239	17640
Japão	69070	8388	8149	8793	11110	12746	13209	16557	16158	20168	19525
E.U.A.	825883	39224	33895	32871	38367	39556	38126	43520	40497	50185	47391

Fonte: USPTO

Quadro 2.27.b – Patentes Concedidas nos EUA entre 1981 e 2001 (continuação do Quadro 2.27.a)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1963-2001
Áustria	359	371	312	289	337	362	376	387	479	505	589	11354
Bélgica	324	325	350	352	397	488	515	693	648	694	718	12384
Dinamarca	210	193	197	207	199	241	333	392	487	436	479	7394
Finlândia	331	361	293	312	358	444	452	595	649	618	732	8334
França	3030	3029	2909	2779	2821	2788	2958	3674	3820	3819	4041	93259
Alemanha	7680	7309	6893	6731	6600	6818	7008	9095	9337	10234	11261	242590
Grécia	13	9	7	16	7	18	12	16	23	18	26	394
Irlanda	56	55	53	50	50	78	73	74	94	123	143	1446
Itália	1209	1271	1285	1215	1078	1200	1239	1584	1492	1714	1709	35855
Luxemburgo	27	26	28	22	24	18	22	20	22	40	33	722
Holanda	992	855	800	852	799	797	808	1226	1247	1241	1332	29262
Portugal	8	1	2	6	3	3	8	11	5	11	12	188
Espanha	153	133	158	141	148	157	177	248	222	270	269	4140
Suécia	716	626	636	706	806	854	867	1225	1401	1577	1743	31606
Reino Unido	2800	2425	2295	2234	2478	2453	2678	3464	3572	3667	3965	105645
UE	17908	16989	16218	15912	16105	16719	17526	22704	23498	24967	27052	584573
Japão	21026	21925	22293	22384	21764	23053	23179	30840	31104	31296	33224	485961
E.U.A.	51178	52253	53231	56066	55739	61104	61707	80292	83905	85070	87610	1957670

Fonte: USPTO

Figura 2.27 – Evolução de Tendência das Concessões nos EUA a Residentes em Portugal

Fonte: USPTO

2.5. Modelos de Utilidade

Nesta secção é apresentada uma análise da utilização do Modelo de Utilidade Nacional, modalidade de PI 'próxima' das patentes de invenção, mas com níveis de utilização mais reduzidos, e que decresceram ao longo do período, em particular se se compararem os valores mais recentes com os valores do início da década de 80. Neste sentido, esta secção apresentará apenas os aspectos mais salientes dos padrões de utilização desta modalidade.

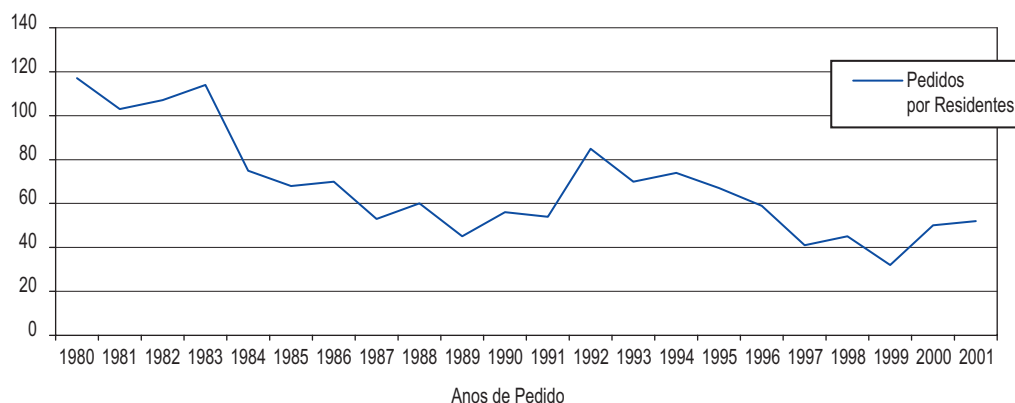
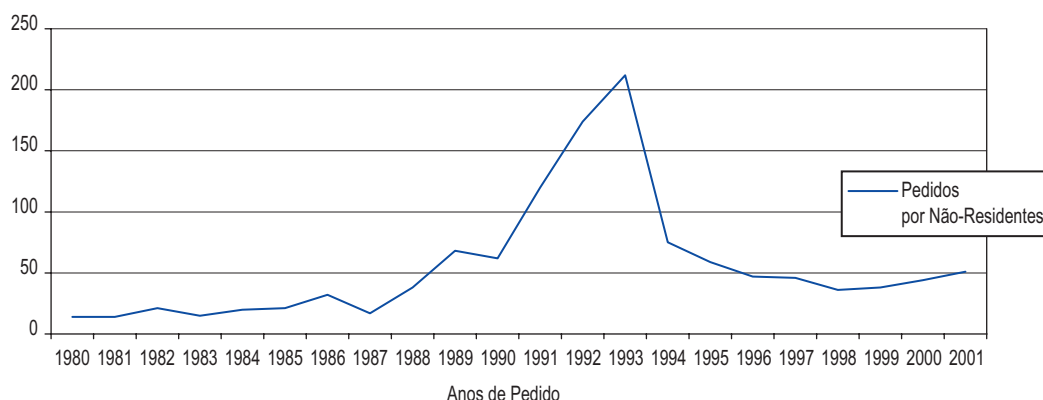
2.5.1. Pedidos de Modelos de Utilidade

A análise da evolução dos pedidos de modelos de utilidade em termos da repartição entre "residentes" e "não-residentes" revela uma situação bastante diferenciada das detectadas nos casos das patentes nacionais e das patentes das vias internacionais. Na verdade, em termos relativos, a procura por entidades residentes é bastante superior neste caso.

Contudo, tendencialmente verifica-se uma redução mais ou menos contínua da procura desta modalidade por parte dos residentes, da ordem de mais de uma centena de pedidos/ano no início dos anos 80, para cerca de meia centena nos anos mais recentes. Em contraste, nos não-residentes há um pico da procura no início da década de 90, com um decréscimo acentuado nos anos seguintes, para níveis de utilização idênticos aos dos residentes.

Quadro 2.28 – Pedidos de Modelos de Utilidade (Via Nacional) por Residentes e Não-Residentes em Portugal

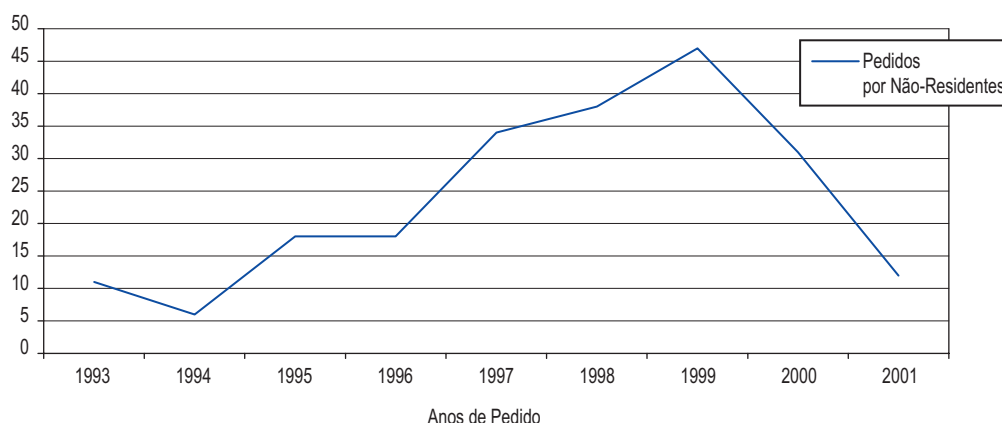
	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	117	103	107	114	75	68	70	53	60	45	56	54	85	70	74	67	59	41	45	32	50	52
Não-Residentes	14	14	21	15	20	21	32	17	38	68	62	120	174	212	75	59	47	46	36	38	44	51

Figura 2.28 – Evolução dos Pedidos de Modelos de Utilidade Via Nacional por Residentes em Portugal**Figura 2.29 – Evolução dos Pedidos Via Nacional por Não-Residentes em Portugal**

Há que considerar ainda, no respeitante aos não-residentes, o recurso a modelos de utilidade pela “via internacional”. Mais uma vez, a procura desta modalidade é muitíssimo mais modesta que no caso das patentes nas vias internacionais, designadamente pela via comunitária. Os pedidos cifram-se na ordem das poucas dezenas por ano, nunca acima dos 50 pedidos/ano.

Quadro 2.29 – Pedidos de Modelos de Utilidade Via Internacional por Não-Residentes em Portugal

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Não-Residentes	11	6	18	18	34	38	47	31	12

Figura 2.30 – Evolução dos Pedidos de Modelos de Utilidade Via Internacional por Não-Residentes em Portugal

2.5.2. Distribuição dos Pedidos de Modelos de Utilidade Nacional por Secções da CIP

A distribuição dos pedidos totais (residentes e não-residentes) de Modelos de Utilidade Nacionais por secções da Classificação Internacional de Patentes revela um padrão bastante distinto do detectado no caso das patentes. Designadamente, constata-se uma muito maior concentração nas secções A e B (Necessidades Humanas/Agricultura; e Técnicas Industriais, Diversas, Transportes) e também, parcialmente, nas secções E e F (Construções Fixas; e Engenharia Mecânica). Em contrapartida, verifica-se um peso muito inferior, no caso dos modelos de utilidade, da secção C (Química/Metalurgia). Esta distribuição é, parcialmente, mais consentânea com o facto de os residentes terem um maior peso relativo no caso dos modelos de utilidade que no das patentes.

Quadro 2.30 – Pedidos de Modelos de Utilidade Nacional por Secções da CIP

	A	B	C	D	E	F	G	H	S/CL
Residentes	561 33,3%	550 32,6%	12 0,7%	32 1,9%	177 10,5%	170 10,1%	95 5,6%	70 4,1%	20 1,2%
Não-Residentes	470 34,3%	420 30,6%	8 0,6%	26 1,9%	189 13,8%	124 9,0%	64 4,7%	67 4,9%	4 0,3%
Totais	1031 33,7%	970 31,7%	20 0,7%	58 1,9%	366 12,0%	294 9,6%	159 5,2%	137 4,5%	24 0,8%

Nota: As Secções da CIP são: A – Necessidades Humanas/Agricultura; B – Técnicas Industriais, Diversas, Transportes; C – Química/Metalurgia; D – Têxteis e Papel; E – Construções Fixas; F – Engenharia Mecânica; G – Física; e H – Electricidade.

2.5.3. Origem Geográfica dos Pedidos de Modelos de Utilidade Nacionais

Relativamente à origem geográfica dos pedidos de residentes, o padrão é semelhante ao verificado no caso de outras modalidades, com excepção dos modelos e desenhos industriais: predomínio de Região Lisboa e Vale do Tejo (mais de metade dos pedidos), seguida pela Região Norte (cerca de um quarto) e pela Região Centro (valores acima dos 10%). No que aos não-residentes diz respeito, há que assinalar o muito forte domínio das entidades requerentes espanholas.

Quadro 2.31 – Origem Geográfica dos Pedidos de Modelos de Utilidade Via Nacional por Residentes em Portugal – 1980-2001

Região (NUTS II)	Pedidos	Percentagem
Lisboa e Vale do Tejo	846	56,8%
Norte	371	24,9%
Centro	213	14,3%
Algarve	20	1,3%
Alentejo	35	2,4%
Madeira	4	0,3%
Açores	0	0,0%

Quadro 2.32 – Países de Origem dos Pedidos de Modelos de Utilidade Vias Nacional e Internacional por Não-Residentes, em Portugal

Modelos de Utilidade Nacionais		Modelos de Utilidade Internacionais	
País	Pedidos	País	Pedidos
Espanha	618	Canadá	61
Itália	144	Estados Unidos	25
Alemanha	131	Alemanha	21
Estados Unidos	123	Finlândia	16
França	82	Hungria	14
Inglaterra	34	Checoslováquia	12
Brasil	23	Dinamarca	12
Suíça	20	Inglaterra	11
Holanda	14	Rússia	11
Taiwan	14		
Suécia	10		

2.5.4. Concessões de Modelos de Utilidade Nacional

O padrão temporal das concessões é genericamente idêntico ao verificado pelas séries cronológicas dos pedidos, embora naturalmente com um desfasamento temporal de poucos anos. Apenas a registar os enormes números de concessões em 1985 para o caso de pedidos por residentes e em 1995 para o caso de pedidos por não-residentes, provavelmente decorrente de um processamento acumulado de mais de uma centena de pedidos em média anual até essas datas.

Quadro 2.33 – Concessões de Modelos de Utilidade (Via Nacional por Residentes e Não-Residentes em Portugal)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	18	70	41	9	13	308	45	10	51	23	6	26	108	93	72	116	56	41	87	76	23	23
Não-Residentes	0	11	4	0	1	62	12	1	23	14	1	16	142	56	93	300	61	55	91	78	33	27

Figura 2.31 – Evolução das Concessões de Modelos de Utilidade Via Nacional a Residentes em Portugal

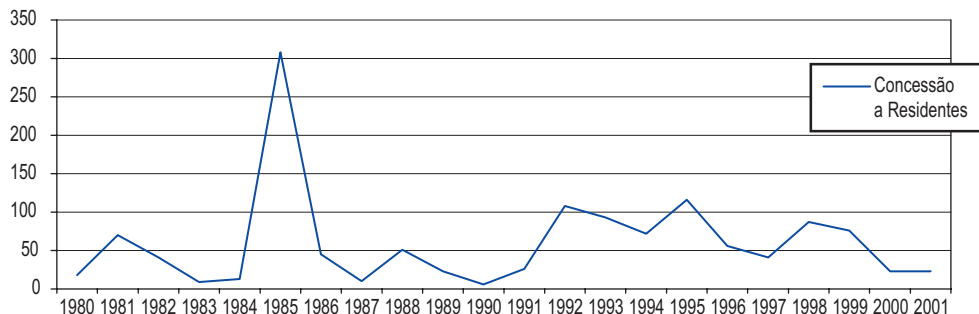
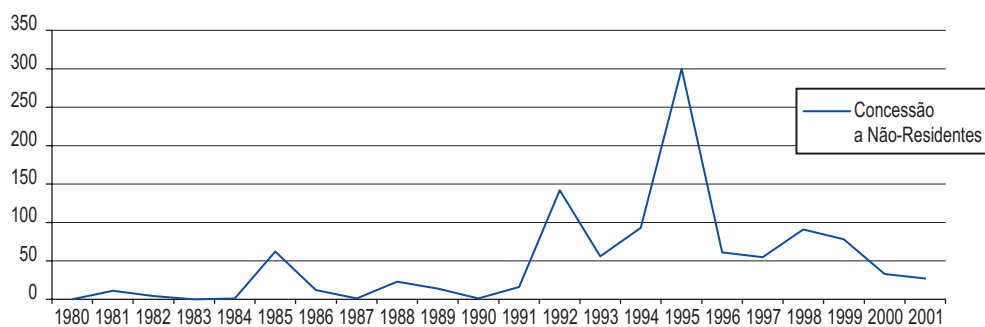


Figura 2.32 – Evolução das Concessões de Modelos de Utilidade Via Nacional a Não-Residentes em Portugal



2.6. Modelos Industriais e Desenhos Industriais – – Análise Aprofundada

Nesta secção apresentam-se dados relativos à utilização do registo de direitos de PI relativos a Modelos e Desenhos Industriais, modalidades genericamente na área do *design*, respectivamente em relação a objectos ou desenhos. Há que referir a especificidade dos modelos e desenhos industriais relativamente ao facto de existirem (desde 1995) pedidos múltiplos que podem conter até 10 objectos/desenhos num só pedido, sendo a única modalidade onde tal acontece. Pode-se referir que, nos anos mais recentes, o número de objectos protegidos ser sensivelmente o dobro do número de pedidos que deram entrada no INPI, conforme informação fornecida pelos serviços do INPI. Não tendo essa informação disponível na base de dados não realizamos aqui tal análise, a qual sem dúvida forneceria também dados interessantes de analisar. Deve-se assim considerar que o grau de inovação é assim superior ao indicado pela entrada de um pedido de registo.

2.6.1. Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais, 1980-2001

Durante o período analisado deram entrada no INPI um total de 15047 pedidos de registo de modelos industriais e 1585 pedidos de registo de desenhos industriais. De entre estes, apenas um terço (4722) dos modelos foi requerido por entidades residentes, ao passo que em relação aos desenhos industriais essa percentagem sobe para cerca de dois terços (1018). A Figura 2.33 apresenta a evolução temporal das duas modalidades, relativa ao total de pedidos, bem como dos pedidos por residentes e por não-residentes. Os dados revelam uma utilização crescente destas modalidades até 1990, após o que a sua utilização diminuiu.

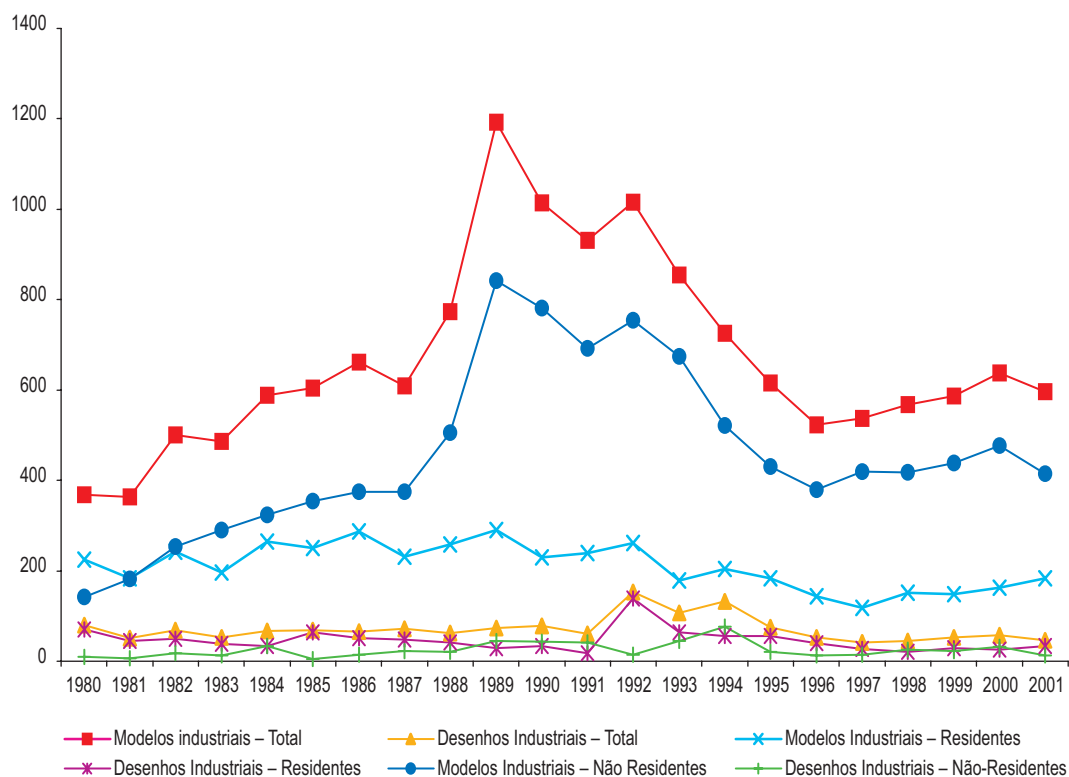
**Quadro 2.34 – Pedidos de Modelos Industriais (Via Nacional)
por Residentes e Não-Residentes em Portugal**

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	225	183	242	196	264	251	287	232	259	290	230	239	261	179	204	184	144	118	151	149	162	183
Não-Residentes	142	181	253	290	324	354	375	375	505	842	781	692	755	675	522	431	380	419	417	438	476	415

**Quadro 2.35 – Pedidos de Desenhos Industriais (Via Nacional)
por Residentes e Não-Residentes em Portugal**

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	70	45	50	39	33	64	51	48	41	29	34	18	138	63	56	56	40	27	20	29	25	34
Não-Residentes	9	6	18	13	34	4	14	23	21	45	43	42	15	44	76	20	12	14	25	23	32	13

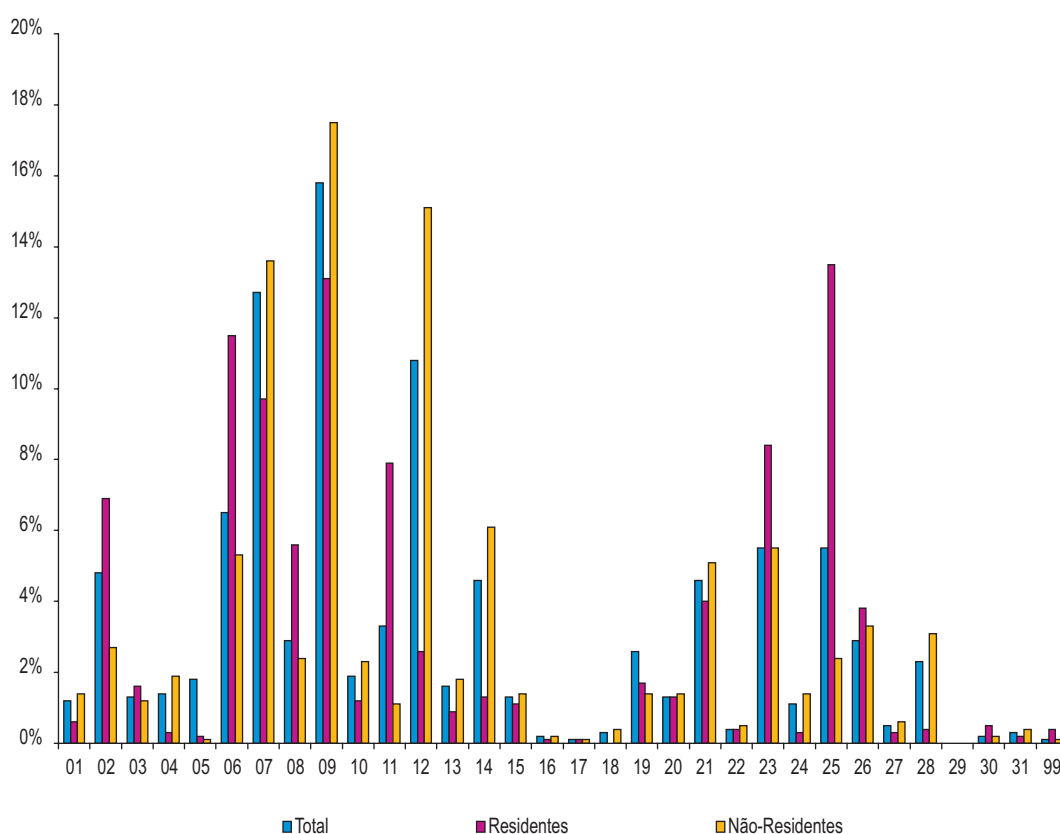
Figura 2.33 – Evolução de Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais, 1980-2001



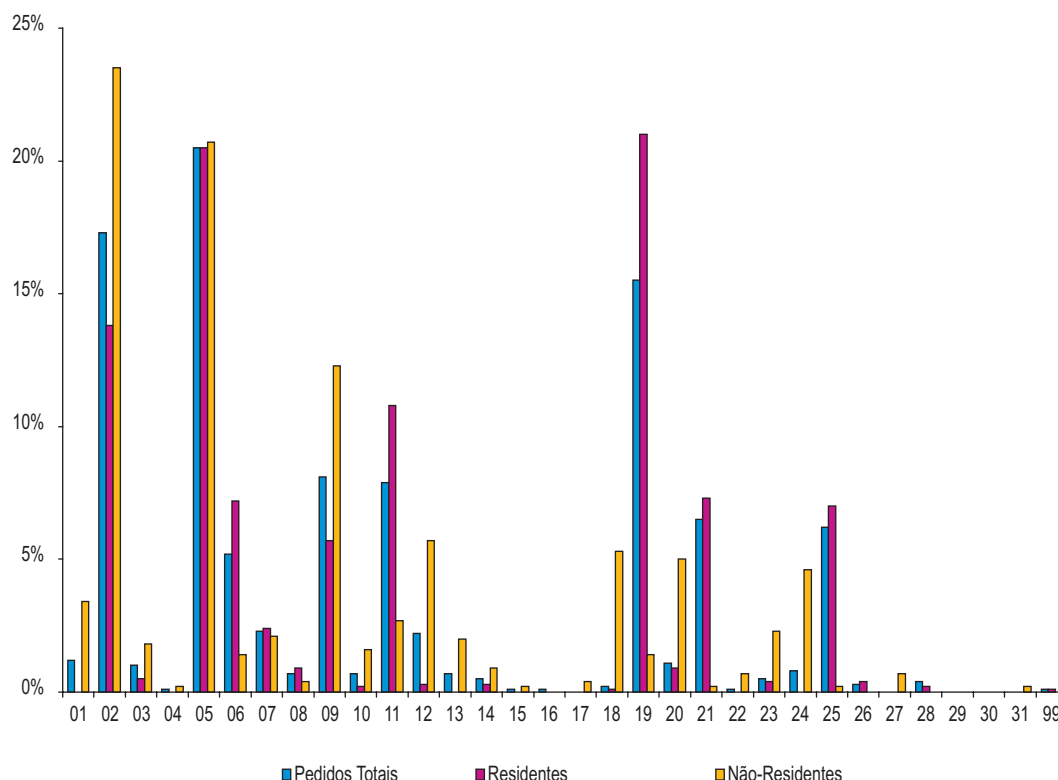
2.6.2. Distribuição dos pedidos de modelos industriais e desenhos industriais por classes de produtos

Os modelos e desenhos industriais são classificados segundo o Acordo de Locarno. Esta classificação identifica 31 Classes de diferentes produtos e uma classe extra para artigos diversos. Estas modalidades apresentam distribuições um pouco diferentes em relação aos tipos de produtos protegidos, que passamos de seguida a identificar (Figura 2.34 e 2.35), e que reflectem também algumas diferenças entre entidades residentes e não-residentes.

Figura 2.34 – Pedidos de Modelos Industriais, por tipo de produto – 1980-2001



A Classe com um maior número de pedidos de modelos industriais foi a 09 (embalagens e recipientes) seguida da 07 (artigos domésticos diversos) e da 12 (meios de transporte ou de elevação). No entanto, nestas mesmas Classes a actividade foi mais significativa da parte das entidades não-residentes. Para os residentes as Classes que registaram maior número de pedidos foram a Classe 25 (construções), a Classe 09 (embalagens e recipientes) e a Classe 06 (mobiliário), o que reflecte não só as características de sectores mais propícios ao desenvolvimento de modelos, mas também a estrutura produtiva nacional.

Figura 2.35 – Pedidos de Desenhos Industriais, por tipo de produto – 1980-2001

Em relação aos desenhos industriais, com uma preponderância de utilizadores residentes, as Classes que registaram maior número de pedidos durante o período considerado foram a 05 (têxteis), a 02 (vestuário) e a 19 (papelaria e artigos de escritório). Foi também nestas Classes que os residentes efectuaram um maior número de pedidos. Os não-residentes efectuaram um maior número de pedidos, para além das Classes 02 e 05, na Classe 09 (embalagens).

Estes dados revelam que os modelos e desenhos industriais são modalidades de PI particularmente utilizadas e apropriadas a alguns sectores tradicionais do tecido industrial português, sectores estes que têm também vindo a mostrar crescente dinâmica e a proteger o seu *know-how*.

2.6.3 Origem Geográfica dos Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais

A localização geográfica das entidades que apresentaram pedidos de PI relativos a modelos e desenhos industriais, não apresenta o mesmo grau de concentração na região de Lisboa e Vale do Tejo que outras modalidades apresentam, como se pode verificar através dos dados apresentados no Quadro 2.36. Na realidade, enquanto que no caso dos

modelos industriais esta região tem o maior número de pedidos, ligeiramente inferiores a 50% do total, já nos desenhos industriais a região do Norte lidera o número de pedidos apresentados. Estes dados reflectem possivelmente a distribuição geográfica em Portugal das indústrias com maior utilização destas modalidades de PI, nomeadamente no que se refere à indústria têxtil, localizada em grande parte na região do Norte.

Quadro 2.36 – Distribuição Regional de Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais por Residentes

Região (NUTS II)	Modelos Industriais		Desenhos Industriais	
	Pedidos	Percentagem	Pedidos	Percentagem
Lisboa e Vale do Tejo	1956	49,0%	317	36,8%
Norte	1202	30,1%	378	43,9%
Centro	713	17,9%	57	6,6%
Madeira	41	1,0%	92	10,7%
Algarve	58	1,5%	12	1,4%
Alentejo	17	0,4%	2	0,2%
Açores	6	0,2%	3	0,3%

Já em relação aos pedidos realizados por entidades não-residentes, os países europeus lideram o número de pedidos efectuados, com particular destaque para França, Espanha e Alemanha. Os EUA apresentam no entanto um número de pedidos igualmente muito elevado, em particular para o caso dos modelos industriais, em que é o terceiro país com mais pedidos realizados em Portugal durante o período em análise.

Quadro 2.37 – Países de Origem dos Pedidos de Modelos e Desenhos Industriais, Via Nacional por Não-Residentes

Modelos Industriais		Desenhos Industriais	
País	Pedidos	País	Pedidos
França	1742	ES	142
Itália	1733	FR	128
Estados Unidos	1700	DE	107
Alemanha	1503	GB	49
Espanha	1208	US	46
Holanda	1034	LI	37
Inglaterra	722	IT	25
Suíça	444	CH	25
Japão	300	NL	17
Dinamarca	267	AT	8

2.6.4. Taxas de Concessão de Modelos Industriais e de Desenhos Industriais

Dos 15047 pedidos de Modelos Industriais entrados no INPI, no período em análise, foram concedidos um total de 10741 registos. Relativamente aos Desenhos Industriais, os números correspondentes são de 1585 e 871. Assim, as taxas de concessão são, respectivamente, de 71,4% e de 54,9% (valores aproximados). É de notar que para ambas as modalidades, as concessões a residentes são relativamente inferiores às dos não-residentes, sendo as taxas de concessão (valores aproximados) para residentes em ambas as modalidades de, respectivamente, 53,7% e 48,2%.

**Quadro 2.38- Taxas de Concessão de Modelos e Desenhos Industriais
(Via Nacional) a Residentes em Portugal**

Ano de Pedido	Modelos Industriais		Desenhos Industriais	
	Despachos	Taxa de Concessão	Despachos	Taxa de Concessão
1980	222	26,1%	70	8,6%
1981	182	15,9%	34	8,8%
1982	245	16,7%	47	12,8%
1983	193	24,9%	38	2,6%
1984	264	37,1%	29	20,7%
1985	250	38,0%	61	18,0%
1986	284	29,6%	51	19,6%
1987	233	53,6%	48	20,8%
1988	257	70,0%	41	65,9%
1989	288	77,8%	29	79,3%
1990	231	87,9%	32	78,1%
1991	236	74,6%	18	88,9%
1992	255	76,1%	138	93,5%
1993	175	56,0%	61	41,0%
1994	192	60,9%	54	70,4%
1995	180	68,3%	55	69,1%
1996	143	75,5%	40	82,5%
1997	117	82,9%	27	77,8%
1998	151	89,4%	19	94,7%
1999	144	86,1%	22	95,5%
2000	157	93,0%	23	95,7%
2001	46	67,4%	3	66,7%
Total	4445	57,0%	940	52,2%

Nota: Os valores de “despachos” dizem respeito ao ano de entrada do pedido, tendo embora sido efectivamente realizados posteriormente. Por esta razão a taxa de concessão não é directamente comparável com as concessões de cada ano.

**Quadro 2.39 – Taxas de Concessão de Modelos e Desenhos Industriais (Via Nacional)
a Não-Residentes em Portugal**

Ano de Pedido	Modelos Industriais		Desenhos Industriais	
	Despachos	Taxa de Concessão	Despachos	Taxa de Concessão
1980	143	32,2%	9	11,1%
1981	181	52,5%	6	33,3%
1982	253	44,3%	17	82,4%
1983	293	48,1%	7	71,4%
1984	323	44,6%	27	70,4%
1985	354	49,2%	3	33,3%
1986	374	55,1%	11	36,4%
1987	378	71,2%	21	47,6%
1988	516	88,4%	21	66,7%
1989	894	95,9%	45	97,8%
1990	787	96,7%	45	88,9%
1991	689	95,9%	41	95,1%
1992	729	94,4%	14	92,9%
1993	674	69,7%	43	79,1%
1994	503	80,9%	73	35,6%
1995	421	93,6%	17	70,6%
1996	379	96,8%	12	91,7%
1997	418	97,1%	13	92,3%
1998	414	98,8%	26	100,0%
1999	432	99,5%	22	86,4%
2000	471	99,4%	32	100,0%
2001	277	99,3%	5	100,0%
Total	4445	83,2%	940	75,1%

Nota: Os valores de “despachos” dizem respeito ao ano de entrada do pedido, tendo embora sido efectivamente realizados posteriormente. Por esta razão a taxa de concessão não é directamente comparável com as concessões de cada ano.

2.6.5. Principais Utilizadores de Modelos Industriais e de Desenhos Industriais

A análise dos principais utilizadores destas modalidades de PI revela uma utilização variada, incluindo entre as entidades com maior número de registos concedidos empresas do sector imobiliário, têxtil ou cerâmica, de acordo com a análise da distribuição por Classes acima realizada. Os valores apresentados referem-se exclusivamente a entidades residentes.

Quadro 2.40.a) – Principais Titulares de Modelos Industriais

Entidades	Concessões
SORETRI, DECORAÇÕES PARA O LAR, LDA.	48
MANUEL GOMES MOREIRA	44
LARUS-ARTIGOS PARA CONSTRUÇÃO E EQUIPAMENTOS LDA	34
ANODIL – EXTRUSÃO E DISTRIB. DE ALUMÍNIO, S.A.	33
MOBIL OIL PORTUGUESA, SA.	24
ANOINVESTE, SGPS, SA.	23
MARFON-INVESTIMENTOS E DISTRIBUIÇÕES EXCLUSIVAS LDA.	23
FERREIRA MARQUES & IRMÃO LIMITADA	21
ÓSCAR & CA.LDA.	20

Quadro 2.40.b) – Principais Titulares de Desenhos Industriais

Entidade	Concessões
RAÚL ANTÓNIO DOS SANTOS PESTANA	90
DECELLE MARIE LAURENCE ANNE	26
AGRATIL – INDUSTRIA TÊXTIL, LDA	17
ARCO TÊXTEIS-EMPRESA INDUSTRIAL DE SANTO TIRSO SA	16
ABDELKADER LOFTI MERAD BOUDIA	13
TÊXTIL ROGAM, LDA	12
FÁBRICA DE FAIANÇAS ARTÍSTICA DA MALVEIRA LDA	10

2.7. Marcas de Registo Nacional – Análise Aprofundada

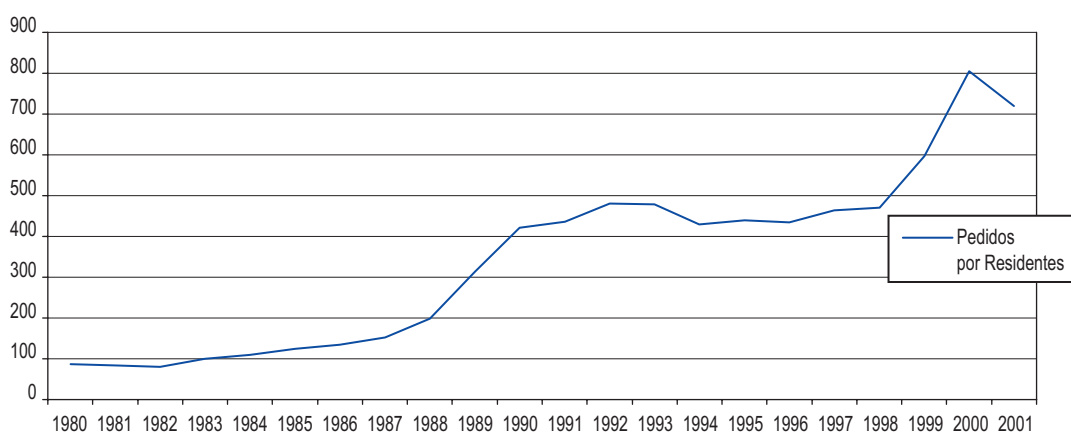
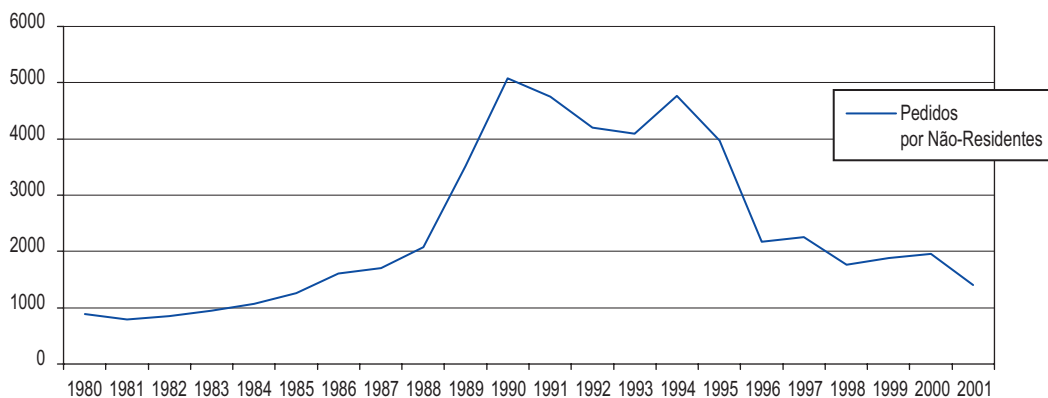
Esta secção é dedicada, à semelhança das duas anteriores, à exploração mais aprofundada da informação constante nas bases históricas do INPI, incidindo numa das mais relevantes modalidades da PI, as Marcas de Registo Nacional. A análise incide sobre as tendências de utilização desta modalidade, focando também sobre cinco aspectos específicos: classes de registo; origem geográfica; entidades utilizadoras; taxas de concessão; e caducidades.

2.7.1. Pedidos de Marcas Nacionais

Os pedidos de registo de marcas por residentes têm exibido uma tendência crescente ao longo do período considerado com uma taxa média de crescimento anual (TMCA) de 10% (considerando como anos de referência 1980 e 2001), registando-se apenas uma pequena quebra em 1997. Os subperíodos de maior aumento foram os finais dos anos 80 e 90. Por outro lado, os pedidos de marcas por não-residentes tiveram um crescimento médio ao ano muito inferior (2%). Contudo, os pedidos por parte destes agentes económicos atingiram o seu máximo em 1990, tendo registado uma forte quebra em meados dos anos 90.

Quadro 2.41 – Pedidos de Marcas (Via Nacional) por Residentes e Não-Residentes em Portugal

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	862	839	811	1004	1096	1245	1346	1525	1985	3129	4220	4356	4798	4787	4289	4399	4345	4644	4702	5966	8049	7202
Não-Residentes	884	793	858	943	1072	1261	1611	1709	2071	3516	5079	4756	4199	4093	4760	3967	2169	2257	1759	1886	1959	1400

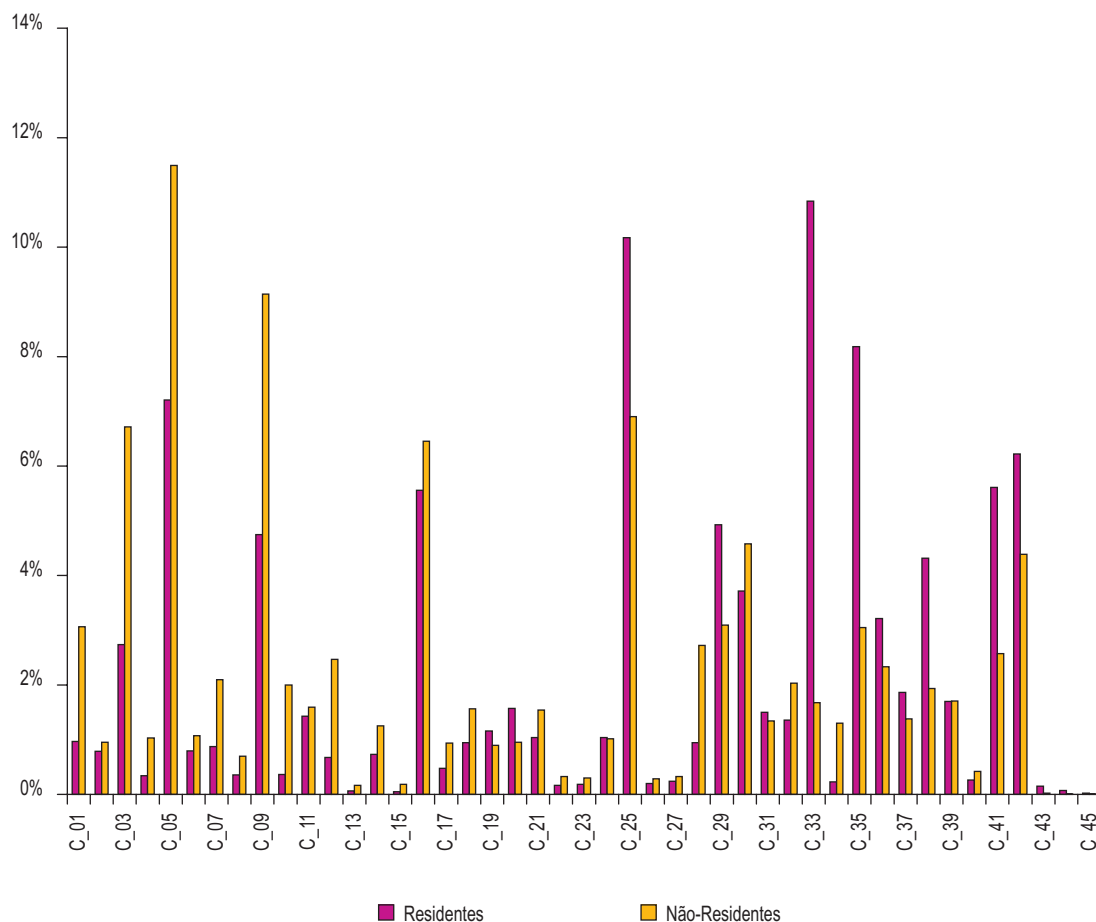
Figura 2.36 – Evolução dos Pedidos de Marcas Via Nacional por Residentes em Portugal**Figura 2.37 – Evolução dos Pedidos de Marcas Via Nacional por Não-Residentes em Portugal**

2.7.2. Pedidos de Marcas Nacionais por Classes

As marcas de registo nacional são classificadas com base no Acordo de Nice, constituído por 45 Classes, das quais 34 correspondem a bens e 11 a serviços. A Figura 2.36 apresenta a distribuição por Classes para todo o período considerado, para residentes e não-residentes. Verifica-se que, durante a totalidade deste período, apenas 7 das 45 Classes concentram mais de metade dos pedidos de residentes. Essas Classes são a 33 (Bebidas alcoólicas – com excepção de cervejas), a 25 (Vestuário e calçado), a 35 (Consultoria empresarial), a 5 (Produtos farmacêuticos, veterinários e higiénicos), a 42 (Consultoria técnica), a 16 (Produtos de papel) e a 41 (Educação e lazer).

Já no que se refere aos padrões de utilização por residentes, as Classes mais utilizadas são a 5 (Produtos farmacêuticos, veterinários e higiénicos) e a 9 (Aparelhos e instrumentos científicos), seguidas da 3 (Produtos de perfumaria e detergentes), a 16 (Produtos de papel) e a 25 (Vestuário e calçado), revelando alguma diferenciação face ao padrão de residentes e, acima de tudo, uma predominância de produtos face aos serviços.

Figura 2.38 – Distribuição de Marcas por Classe



A ventilação dos dados por Classes, ao longo do período considerado, revelam algumas variações da importância de determinadas Classes. Estes dados revelam que no início do período considerado, as Classes com maior número de registos eram, respectivamente, a Classe 33 – Bebidas alcoólicas (com excepção de cervejas), Classe 5 – Produtos farmacêuticos veterinários e higiénicos, e Classe 25 – Vestuário e calçado. Já nos últimos anos do período o panorama sofreu algumas alterações, com Classes tipicamente de serviços a serem mais utilizadas, nomeadamente a Classe 41 (Educação e lazer), 42 (Consultoria técnica), e 35 (Consultoria empresarial).

A análise da distribuição dos pedidos de marcas entre Bens e Serviços ao longo do período é bastante esclarecedora quanto a uma clara mudança estrutural nos padrões de utilização de marcas nacionais por entidades residentes. Conforme o Quadro 2.42 revela, para todo o período a percentagem de marcas correspondentes a bens tangíveis é de cerca de 70%, mas com grandes alterações. Na primeira metade da década de 80, cerca de 90% dos registos de marcas pedidos por entidades residentes correspondia a bens tangíveis, mas nos últimos anos os pedidos de residentes dividiram-se quase equitativamente entre bens e serviços. Estas tendências acompanham o padrão de mudança sectorial típico dos processos de desenvolvimento económico. Essas transformações são essencialmente caracterizadas por uma queda progressiva da importância proporcional dos bens tangíveis na produção e por aumentos correlativos no sector dos serviços.

Quadro 2.42 – Distribuição dos pedidos de marcas nacionais entre bens e serviços

	Residentes			Não-Residentes		
	Produtos	Serviços	Total	Produtos	Serviços	Total
80-84	89,7%	10,3%	4665	87,8%	12,2%	4435
85-89	87,1%	12,9%	9285	87,4%	12,6%	9971
90-94	80,5%	19,5%	22669	84,6%	15,4%	22563
95-99	66,3%	33,7%	31279	78,9%	21,1%	17700
2000-02	51,0%	49,0%	27751	72,4%	27,6%	7575
Total	68,4%	31,6%	95649	82,2%	17,8%	62244

Nota: Visto que cada pedido pode designar mais do que uma Classe os totais apresentados são superiores ao número de pedidos de Marcas de Registo Nacional, para o período considerado (1980-Junho 2002)

Em conformidade com o pressuposto de que a internacionalização de serviços é menos acentuada do que a de bens, a divisão entre marcas de bens e serviços registadas por não-residentes revela que a proporção dos primeiros (82%) é superior quando comparada com a dos residentes. Verifica-se também que para os não-residentes o peso dos bens se alterou menos significativamente no período, de perto de 90% no início, para pouco mais de 70% nos anos mais recentes.

Comparando a distribuição de marcas dentro de cada um dos dois grupos, entre residentes e não-residentes, constata-se o peso da indústria vinícola nacional (integrando a Classe 33), com uma proporção muito mais elevada de marcas por residentes, em contraste com as Classes 19, 20 e 29. Nos serviços, as entidades residentes apresentam relativamente maior registo nas Classes 43, 44 e 45 (que incluem serviços de carácter marcadamente local, por exemplo restauração). Estes padrões são compatíveis com o conhecimento sobre a composição marcadamente tradicional da actividade económica em Portugal.

2.7.3. Origem geográfica dos pedidos de Marcas Nacionais

A análise da origem geográfica das entidades residentes que efectuaram pedidos de marcas durante o período em causa revela uma elevada concentração dos utilizadores na região de Lisboa e Vale do Tejo. Os dados, apresentados no Quadro 2.43, representam uma aproximação às regiões do país, ao nível NUTS II, com base nos códigos postais dos requerentes. Assim, mais de 50% das marcas foram requeridas por residentes na região de Lisboa e Vale do Tejo (30% na cidade de Lisboa e 26% fora desta). A região do Norte representa 28,4% dos requerentes, distribuindo-se ainda 10,3% no Centro e os restantes pelas regiões do Alentejo, Algarve, Madeira e Açores.

Quadro 2.43 – Distribuição regional de pedidos de marcas nacionais por residentes

Região (NUTS II)	Pedidos	Percentagem
Lisboa e Vale do Tejo	44833	56,8%
Centro	8190	10,4%
Norte	22411	28,4%
Alentejo	1342	1,7%
Algarve	1243	1,6%
Madeira	537	0,7%
Açores	372	0,5%

Em relação aos não-residentes o país de residência com maior número de requerentes são em primeiro lugar os EUA, com cerca de 20 mil títulos pedidos, a que se segue o Reino Unido (7658) e a Espanha (6297), e a maior distância o Japão (2890), a França (2075), a Alemanha (1774) e o Brasil (1504). São particularmente interessantes neste contexto os casos da Espanha e do Brasil, que aparecem com maior visibilidade no mercado português, nomeadamente durante o período mais recente. A partir de meados da década de 90 as empresas Espanholas tornaram-se nos segundos maiores requerentes de marcas de registo nacional, logo a seguir aos EUA, reflectindo assim estes dados claramente recentes dinâmicas da economia portuguesa.

**Quadro 2.44 – Países de Origem dos Pedidos de Marcas,
Via Nacional por Não-Residentes**

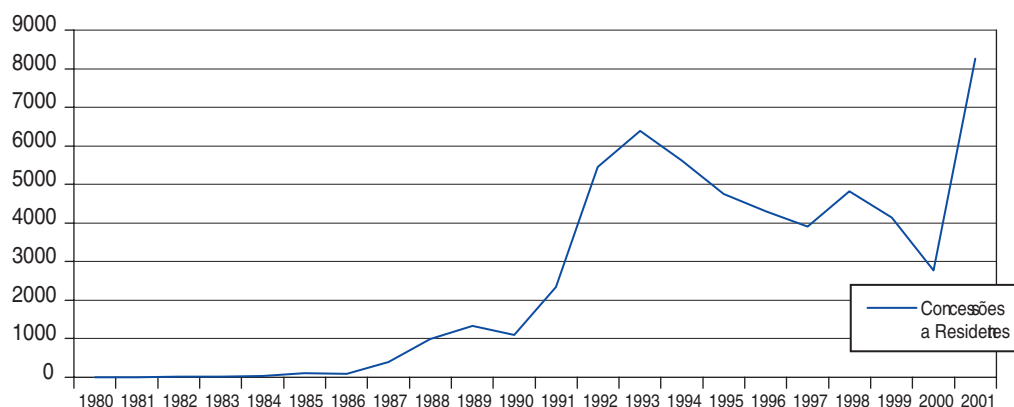
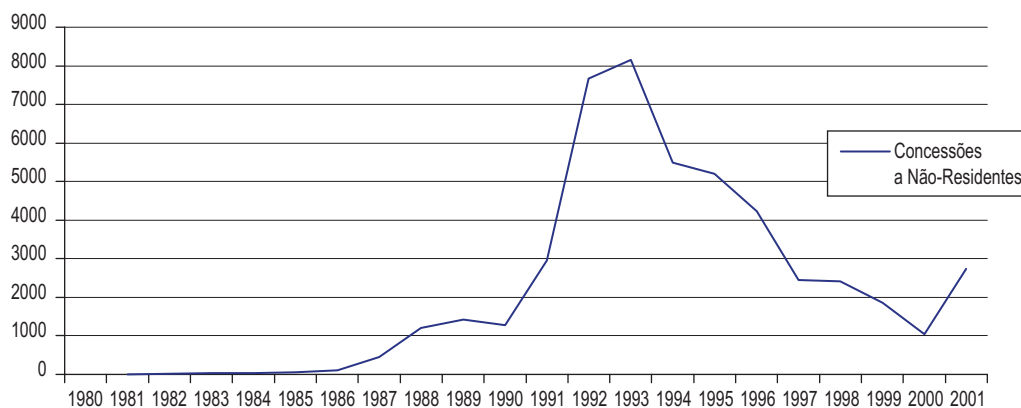
Origem dos Pedidos	N.º	%
<i>Reino Unido</i>	7658	14,5%
<i>Espanha</i>	6297	11,9%
<i>França</i>	2075	3,9%
<i>Alemanha</i>	1774	3,4%
<i>Suécia</i>	1239	2,3%
<i>Holanda</i>	875	1,7%
<i>Dinamarca</i>	823	1,6%
<i>Itália</i>	577	1,1%
<i>Finlândia</i>	342	0,6%
<i>Irlanda</i>	257	0,5%
<i>Bélgica</i>	181	0,3%
<i>Luxemburgo</i>	107	0,2%
<i>Grécia</i>	83	0,2%
<i>Áustria</i>	34	0,1%
UE – Total	22322	42,3%
EUA	20487	38,8%
Japão	2890	5,5%
Brasil	1504	2,9%
Suíça	1384	2,6%
Canadá	377	0,7%

2.7.4. Concessões de Marcas Nacionais

Os dados das concessões revelam maior oscilação do que as apresentações de pedidos de registo de PI, já que estão sujeitos a diferentes ciclos administrativos. Deste modo, tanto as concessões para residentes como para não-residentes apresentaram um ritmo de crescimento acentuado até 1993, altura em que se iniciou um período de números de concessões decrescentes, possivelmente em conjunto com as alterações no regime internacional de registo de marcas. Os valores referentes ao último ano disponível parecem indicar alguma recuperação do ritmo de concessão, com uma subida acentuada, sendo de aguardar pela confirmação deste ritmo durante os primeiros anos da presente década.

Quadro 2.45 – Pedidos de Marcas (Via Nacional) por Residentes e Não-Residentes em Portugal

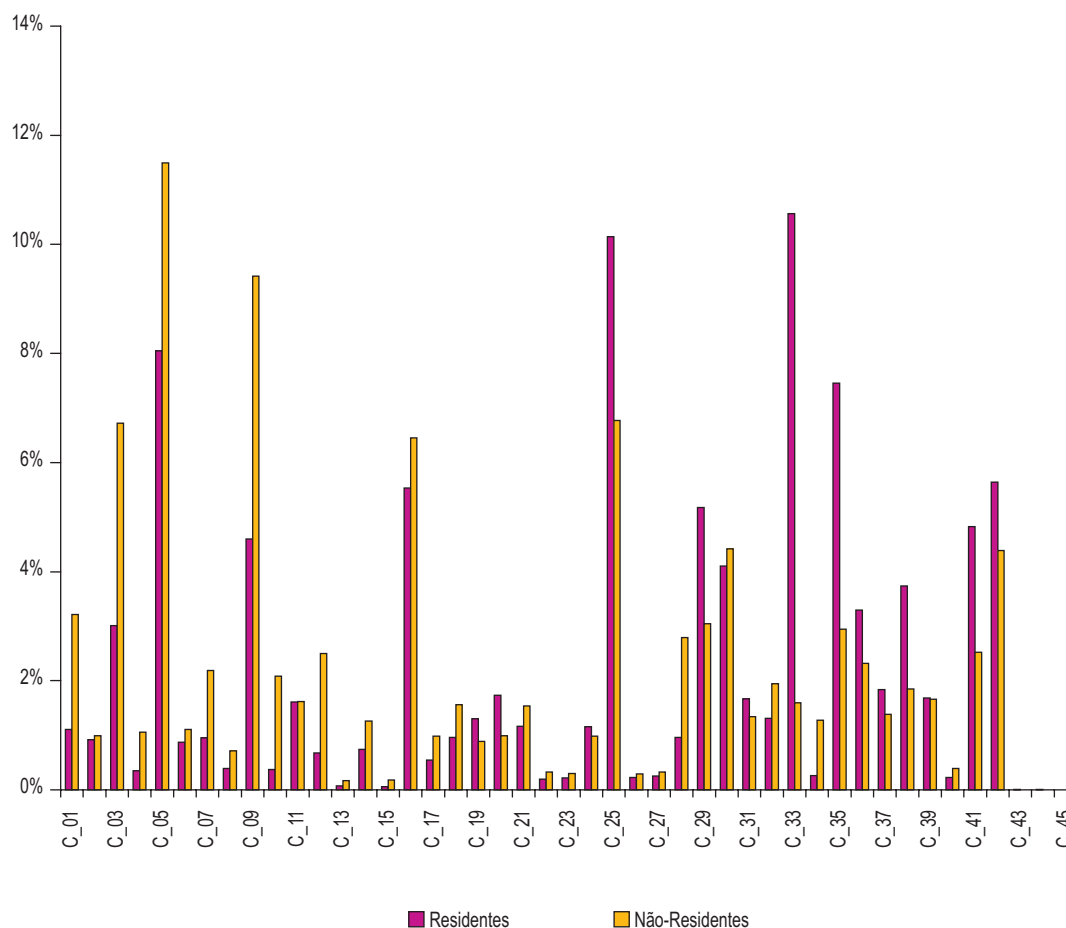
	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Residentes	1	9	13	25	39	102	98	390	984	1341	1101	2340	5450	6390	5614	4759	4308	3912	4816	4147	2773	8257
Não-Residentes		8	16	33	41	56	104	457	1214	1428	1284	2950	7667	8153	5499	5194	4237	2441	2413	1851	1042	2735

Figura 2.39 – Evolução das Concessões de Marcas Via Nacional a Residentes em Portugal**Figura 2.40 – Evolução das Concessões de Marcas Via Nacional a Não-Residentes em Portugal**

2.7.5. Concessões de Marcas Nacionais por Classes

A distribuição das concessões de marcas nacionais pelas Classes de Nice é em tudo semelhante com a distribuição relativa aos pedidos, quer para as concessões relativas a residentes quer para o caso dos não-residentes, mantendo-se as mesmas Classes com maior utilização. Estes dados são apresentados na Figura 2.41.

Figura 2.41 – Distribuição de Marcas por Classe – Concessões



2.7.6. Entidades Utilizadoras de Marcas Nacionais

As entidades residentes utilizadoras de marcas em Portugal são, como seria de esperar, maioritariamente as empresas, ainda que haja um número não negligenciável de registos em nome individual (cerca de 20%). Não é aqui possível distinguir os sectores de actividade destas, ou se pertencem à indústria transformadora ou aos serviços (embora tal distinção possa ser aproximada, como se viu acima, através das Classes a que respeitam as marcas registadas, diferenciando-se entre as correspondentes a 'bens' e a 'serviços').

A partir de 1995 aumentou a proporção de registos a título individual por entidades residentes em Portugal, com as empresas a verem decrescer a sua parcela de perto de 90% no início da década de 80, para 75% nos anos mais recentes. As entidades não-residentes utilizadoras são essencialmente empresas (93%).

O Quadro 2.46 apresenta as entidades residentes titulares de um maior número de marcas de registo nacional em Portugal.

Quadro 2.46 – Principais Titulares (Residentes) de Marcas de Registo Nacional

Titular	Registos
MODELO CONTINENTE HIPERMERCADOS, S.A.	263
INSTITUTO PORTUGUÊS DA QUALIDADE	257
EFFEM DE PORTUGAL INC.	227
BANCO COMERCIAL PORTUGUÊS, SA.	216
NOVA FLORA-INDÚSTRIA E COMÉR. DE PROD.NATURAIS, LDA.	202
PT COMUNICAÇÕES, S.A.	167
SIC-SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A.	163
CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS, S.A.	162
COMPANHIA PORTUGUESA DE HIPERMERCADOS, SA.	152
PT PRIME-SOLUÇÕES EMPRESARIAIS/TELEC. SISTEMAS, SA.	151
PORTUGAL TELECOM, SA.	148
TÊXTIL MANUEL GONÇALVES, S.A.	145
MODELO HIPER-EXPLORAÇÃO DE CENTROS COMERCIAIS, SA	144
FARMOZ-REPRESENTAÇÕES, IMPORT. E EXPORTAÇÕES, LDA.	132
LABESFAL – LABORATÓRIOS ALMIRO, S.A.	132

Nota: Deve ser aqui tido em conta que os dados referenciados acima não apresentam a harmonização e consolidação de ligações inter-empresariais.

2.7.7. Taxas de concessão

As taxas de concessão de marcas de registo nacional são relativamente elevadas, com uma taxa global de 90%. No entanto, os requerentes residentes em Portugal têm obtido taxas de concessão mais baixas em anos mais recentes, inferiores a 85% (77% em 2000). É de certo modo de esperar que os pedidos de residentes se traduzam em taxas de concessão inferiores, mas a tendência de diminuição da taxa de concessão nos últimos anos relativa aos residentes pode também dever-se a um aumento muito significativo do res-

pectivo número de pedidos. Os valores de taxas de concessão mais elevados para os anos mais recentes de 2001 e 2002 conferem com esta explicação, mas resultam também de uma aceleração no despacho dos pedidos.

Quadro 2.47 – Taxas de Concessão de Marcas (Via Nacional)

Ano de Pedido	Residentes		Não-Residentes	
	Despachos	Taxa de Concessão	Despachos	Taxa de Concessão
1980	859	89%	859	98%
1981	853	92%	771	98%
1982	817	92%	834	97%
1983	1005	93%	914	97%
1984	1102	94%	1046	97%
1985	1258	93%	1229	98%
1986	1348	90%	1577	97%
1987	1545	93%	1662	98%
1988	1978	92%	2026	98%
1989	3124	84%	3457	96%
1990	4242	85%	5000	96%
1991	4360	87%	4663	97%
1992	4776	86%	4141	96%
1993	4400	88%	3875	96%
1994	4273	87%	4661	97%
1995	4430	83%	3899	95%
1996	4322	83%	2119	95%
1997	4527	85%	2189	95%
1998	4580	86%	1674	94%
1999	5785	80%	1803	93%
2000	7126	77%	1736	94%
2001	2384	95%	495	99%
2002	24	92%	1	100%
Média	69118	86%	50631	96%

Nota: Os valores de “despachos” dizem respeito ao ano de entrada do pedido, tendo embora sido efectivamente realizados posteriormente. Por esta razão a taxa de concessão não é directamente comparável com as concessões de cada ano.

2.7.8. Caducidade de marcas

No caso das marcas, os direitos de titularidade podem ser renovados de 10 em 10 anos. A análise da vida dos registos pode ser considerada um indicador do sucesso da estratégia.

gia de registo desencadeada. Os dados revelam que de pouco mais de 100.000 títulos atribuídos durante o período em análise, cerca de 15% caducaram (a sua grande maioria por falta de pagamento de taxas por parte dos titulares). Naturalmente, os títulos atribuídos na primeira década analisada apresentam valores mais elevados, com 18% destes títulos já caducados. No entanto, este padrão temporal não é linear, e ao incremento significativo de registos na primeira metade da década de 90 correspondeu também um maior número de caducidades, comparando com os valores correspondentes para a segunda metade da década de 80. O Quadro 2.48 apresenta a evolução temporal para residentes e não-residentes.

Quadro 2.48 – Percentagem de registos caducados, por anos de pedido

	Residentes	Não-residentes	Total
1980-84	26,4%	14,9%	22,2%
1985-89	20,9%	9,6%	16,3%
1990-94	26,4%	13,3%	21,8%
1995-99	8,8%	5,0%	8,8%
Total (1980-2002)	18,7%	10,6%	15,2%

A comparação dos dados relativos a residentes e a não-residentes revela que os direitos de propriedade atribuídos a residentes se tornam mais frequentemente caducos. Assim, enquanto que para os residentes 19% dos títulos atribuídos durante o período caducaram, o valor correspondente para não-residentes é de apenas 10%, sendo de 23% e de 11% respectivamente para os registos requeridos durante a década de 80. Tal diferença entre residentes e não-residentes estará relacionada com as estratégias empresariais de registo de marcas. Ao registo de marcas em países terceiros corresponde, em grande parte dos casos, uma robustez significativa da marca, a qual é frequentemente lançada inicialmente em mercados nacionais, para ser posteriormente registada fora do país. Assim, é de esperar que um número significativo de marcas caduquem no país de residência, antes de serem registadas noutros países.

2.8 Marca Internacional

A Marca Internacional é um sistema que se rege pelo designado Sistema de Madrid, composto por um Tratado de 1891 e por um Protocolo complementar de 1989. O sistema é administrado pela OMPI. Todas as empresas estabelecidas em países signatários do Tratado podem utilizar este Sistema. Apenas se pode aceder a registo de Marca Internacional, caso primeiro tenha sido solicitado registo de marca nacional no país de origem. Na solicitação de registo de Marca Internacional devem-se indicar, dos países membros do Tratado, quais aqueles onde se pretende que ele tenha validade. Os países designados dispõem de um prazo para recusar o pedido de registo. O registo é feito para um período de 10 anos, renovável por períodos equivalentes.

A presente secção dá conta do recurso ao registo por Marca Internacional, sendo sucin-
tamente tratados dados sobre o uso desta modalidade de PI em Portugal.

2.8.1. Pedidos de Marcas Internacionais

O principal aspecto a destacar nos registos de Marcas Internacionais solicitados com designação de Portugal diz respeito à enorme disparidade entre os pedidos de “residentes” e “não-residentes”. Naturalmente que este desequilíbrio deve ser entendido tendo em consideração a maior utilização das Marcas Nacionais por parte dos “residentes”.

Anteriormente a 1991 existiam já solicitações por parte de não-residentes, mas em número relativamente muito diminuto em comparação com os níveis posteriores a 1990. O pico da utilização verifica-se em 1992 e 1993, com cerca de 12 mil pedidos, tendendo a diminuir para cerca de 8 mil nos anos mais recentes (os números para 2002 não dizem respeito a todo o ano). É de admitir que esta evolução tenha alguma correlação com os fluxos de Investimento Directo Estrangeiro em Portugal, com a entrada de produtos oriundos de outros países nos circuitos de distribuição por via de importações ou ainda com a entrada em vigor da Marca Comunitária.

Quadro 2.49 – Registos de Marcas Internacionais Solicitadas com Designação de Portugal, 1991-2002

Ano Pedido	Nº Pedidos Residentes	Nº Pedidos Não-Residentes
1991	7	6077
1992	7	12299
1993	9	12046
1994	13	11556
1995	9	11931
1996	12	10550
1997	6	9776
1998	9	9308
1999	1	8446
2000	4	8588
2001	3	8402
2002*	19	2886

Nota: * Valores parciais

2.8.2. Concessões de Marcas Internacionais

Entre 1980 e 1991 existem 12 concessões de Marcas Internacionais a “não-residentes”. Evidentemente, as concessões aumentam muito no início da década de 90, em sintonia com o verificado ao nível das tendências dos registos solicitados. As concessões a estabelecimentos comerciais “residentes” são bastante inferiores, também consentâneas com os pedidos anteriormente analisados.

Quadro 2.50 – Concessões de registos de Marcas Internacionais, 1992-2002

Ano Pedido	Nº Pedidos Residentes	Nº Pedidos Não-Residentes
1992	8	6775
1993	6	12301
1994	12	11858
1995	9	11332
1996	11	11224
1997	9	9958
1998	7	9128
1999	8	9559
2000	2	9300
2001	6	9223
2002*	1	4490

Nota: * Valores parciais

2.8.3. Entidades Utilizadoras de Marcas Internacionais

O Quadro seguinte diz respeito às entidades consideradas “residentes” que mais registos de Marcas Internacionais obtiveram. As respectivas denominações sugerem haver uma importância significativa de empresas ocupadas no negócio de *import-export* no uso desta modalidade, reforçando o que atrás foi dito sobre a importância desta via da PI em correlação com o Investimento Directo Estrangeiro e com a entrada de produtos de outros países por via de importações, mesmo quando os importadores são porventura entidades “residentes”.

Quadro 2.51 – Principais Titulares “Residentes” de Marcas de Registo Internacional

Titular	Registos
RCN – COMPANHIA DE IMPORT.E EXPORT.DE TÊXTEIS, LDA	7
BANQUE NATIONAL DE PARIS (SOC.ANONYME)	3
ANTÓNIO ALBERTO XAVIER E SOUSA	2
CRUZ VERDE-LEGRAIN S.A.	2
GROUPE EUROPEEN, SA.	2
IBERCAPIL-LABORATÓRIO CAPILAR INTERNACIONAL,LDA	2
RV TRADE-ESTUDOS DE MERCADO, S.A.	2
UDEX – IMPORTAÇÃO E REPRESENTAÇÕES, S.A.	2

2.9. Outros Sinais Distintivos – Nomes de Estabelecimento, Insígnias de Estabelecimento, Logotipos

Nesta secção é feita uma análise sucinta da utilização dos designados “Outros Sinais Distintivos”, que incluem os Nomes de Estabelecimento, as Insígnias de Estabelecimento e os Logotipos.

O Nome de Estabelecimento pode ser registado, bem com a respectiva Insígnia. Esta é um sinal externo composto por figuras ou desenhos, podendo também ser considerado como “insígnia” a ornamentação das fachadas ou das lojas, desde que estas individualizem perfeitamente o estabelecimento. O Logotipo, por seu turno, pode também ser registado, sendo constituído por um sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, utilizado(s) na referência de entidades comercializadoras de produtos.

Os dados que se analisam de seguida dizem respeito apenas a entidades “residentes”, em virtude da baixa utilização destas modalidades por “não-residentes”. Recorde-se que entre 1980 e Junho de 2002 foram registados por “não-residentes” 10 Nomes de Estabelecimento, 16 Insígnias e 17 Logotipos.

2.9.1. Pedidos de Outros Sinais Distintivos

De forma interessante, a procura da utilização de Nomes de Estabelecimento e das Insígnias de Estabelecimento segue um padrão comum, com um pico na primeira metade da década de 90, com valores respectivamente superiores aos 1000 e 500 pedidos de registo. A partir dessa altura, nota-se uma desaceleração da procura por estas duas modalidades, sendo essa desaceleração particularmente mais nítida no caso das Insígnias. No caso desta

segunda modalidade, eventualmente ter-se-á verificado um efeito de substituição relativamente aos Logotipos, cuja solicitação arranca em 1995 e cresce até 881 pedidos em 2001.

É de notar que os pedidos de registo de Nomes de Estabelecimento divergem significativamente dos cerca de 30 mil novas empresas iniciadas anualmente em Portugal, cuja criação consta no âmbito do Registo Nacional de Pessoas Colectivas.

Quadro 2.52 – Pedidos de registo de Nomes de Estabelecimento, de Insígnias de Estabelecimento e de Logotipos, 1980-2002

Ano Pedido	Nomes de Estabelecimento	Insígnias de Estabelecimento	Logotipos
1980	59	48	
1981	56	68	
1982	51	52	
1983	59	85	
1984	221	120	
1985	342	36	
1986	82	39	
1987	175	48	
1988	101	69	
1989	131	125	
1990	77	42	
1991	763	409	
1992	1289	681	
1993	1170	696	
1994	1046	562	
1995	1047	564	78
1996	995	480	297
1997	882	332	568
1998	808	273	690
1999	841	221	723
2000	913	204	879
2001	788	155	881
2002	398	79	375

2.9.2. Origem Geográfica dos Pedidos de Outros Sinais Distintivos

A distribuição regional da procura pelas três modalidades que estamos a analisar na presente secção, os Nomes de Estabelecimento, as Insígnias de Estabelecimento e os Logotipos, é sensivelmente idêntica. Mais de metade dos pedidos totais concentram-se em Lisboa e Vale do Tejo e mais de um quarto na Região Norte, seguindo-se a região Centro com um pouco menos de 10% dos pedidos para qualquer uma das modalidades. Em termos relativos, face à população dessa região, o Algarve tem também algum destaque.

Quadro 2.53 – Distribuição regional dos pedidos de registo de Nomes de Estabelecimento, de Insígnias de Estabelecimento e de Logotipos

Ano Pedido	Nomes de Estabelecimento	Insígnias de Estabelecimento	Logotipos
Lisboa e Vale do Tejo	54,3%	51,4%	56,7%
Norte	26,0%	30,7%	26,3%
Centro	9,1%	8,8%	9,6%
Algarve	5,6%	4,1%	3,3%
Alentejo	2,2%	1,7%	1,7%
Madeira	1,4%	1,3%	1,4%
Açores	0,6%	0,8%	0,6%

2.9.3. Concessões de Outros Sinais Distintivos

Como é visível no quadro que se segue, a dinâmica temporal de obtenção de registos nas três modalidades em observação na presente secção segue uma distribuição próxima da identificada em relação à procura, naturalmente com um pequeno desfasamento temporal. Algumas flutuações estarão naturalmente relacionadas com variações da eficiência nos processo administrativos.

Quadro 2.54 – Concessões de Nomes de Estabelecimento, de Insígnias de Estabelecimento e de Logotipos, 1980-2002

Ano Concessão	Nomes de Estabelecimento	Insígnias de Estabelecimento	Logotipos
1982	1		
1984	2		
1985	51	2	
1986	41	1	
1987	142	27	
1988	19	14	
1989	46	28	
1990	59	41	
1991	96	56	
1992	91	96	
1993	343	864	
1994	1328	768	
1995	2151	870	
1996	1285	645	178
1997	960	502	460
1998	1151	393	621
1999	906	282	622
2000	329	91	285
2001	1506	349	1084
2002	180	29	196

2.10. Marca Comunitária: Análise das tendências e da posição portuguesa a partir de uma exploração de dados públicos do IHMI

Esta secção dá conta de uma primeira análise exploratória da informação quantitativa disponível sobre a 'marca comunitária'. A fonte de informação que está na origem da análise de dados é o Instituto para a Harmonização do Mercado Interno (IHMI), o qual, como foi referido na introdução geral à Parte 2, entrou em funcionamento em 1994.

De registar que todos os dados foram recolhidos na página da Internet do IHMI e que várias vezes fomos obrigados a fazer opções e consolidações devido ao facto de se verificarem discordâncias entre os diversos documentos produzidos por essa instituição. Este problema limita a nossa capacidade de interpretar os indicadores de marcas com um grau elevado de segurança. Esperamos, no entanto, que os cuidados metodológicos ensaiados nesta análise quantitativa de marcas sejam suficientes para superar a maior parte destes problemas relacionados com a qualidade dos dados.¹⁸

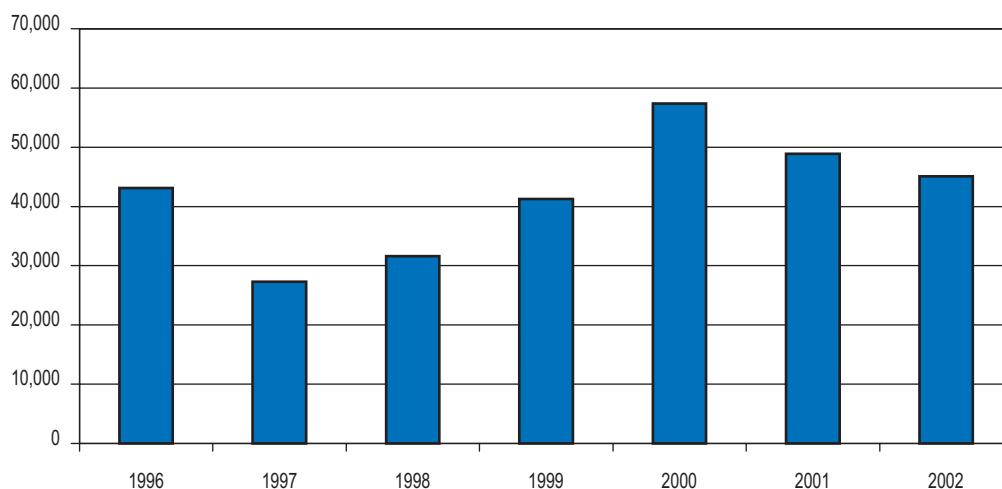
Uma vez que as informações sobre a marca comunitária não se encontram constantes das bases históricas do INPI, a análise apresentada na presente secção não segue uma estrutura igual às restantes secções da Parte 2.

2.10.1 A evolução global da marca comunitária

Após uma 'bolha' inicial, provavelmente derivada de uma entrada no novo sistema de muitas marcas já existentes e de decisões de agentes económicos que já estavam preparadas antes da entrada em vigor da marca comunitária, regista-se uma tendência de pedidos claramente crescente como se pode constatar no Figura 2.42. A taxa média de crescimento anual de pedidos é de 0,6% entre 1996 e 2002, isto se considerarmos os dados do primeiro ano em que a marca comunitária entrou em vigor (1996). Se ignorarmos o valor do ano de 1996, para evitar a 'bolha' referenciada, obtemos uma taxa de crescimento de 8,7% ao ano, o que indica um ritmo bastante elevado de pedidos de marcas comunitárias. É notório, contudo, uma queda de pedidos depois do ano 2000.¹⁹ No final de 2002, tinham sido efectuados 294.625 pedidos oriundos de países da UE e do resto do mundo e existiam já registadas um total acumulado de 168.190 marcas comunitárias.

¹⁸ Os problemas que as marcas impõem à investigação empírica não são poucos, nem simples, e não existem fontes que sejam do conhecimento da equipa que os abordem. Esta análise é, nesta perspectiva, pioneira correndo riscos mas oferecendo os benefícios próprios deste tipo de iniciativas.

¹⁹ Este fenómeno é descrito como "inesperado" por Wubbo de Boer, Presidente do IHMI, no relatório de actividades de 2002, embora ele possa ser compreendido à luz do abrandamento generalizado da actividade económica que ocorreu a partir desse ano.

Figura 2.42 – Pedidos totais de marca comunitária (1996-2002)

Fonte: IHMI (2003), *Annual Report 2002*.

Nota: Dados para 2000 consistem numa estimativa baseada em cálculos próprios. Dados para 2002 são estimativas.

2.10.2 Pedidos desagregados por país de origem

Ao efectuarmos uma análise da origem dos pedidos para o total acumulado entre 1996 e 2001, tendo ainda como referência o último ano para o qual existem dados, constatamos no Quadro 2.55 que, como seria de esperar, a maioria (62%) corresponde a países-membros da UE, sendo que essa proporção aumentou em 2002.

Quadro 2.55 – Origem dos pedidos no período 1996-2002

	Média anual 1996-2001		2002	
	Número	%	Número	%
UE-15	25.679	62	29435	65
Resto do mundo	15.908	38	15669	35
Total	41.587	100	45104	100

Fonte: IHMI (2003), *Annual Report 2002*

i) Pedidos da UE

Ao repartirmos os dados da UE pelos países-membros, obtemos o Quadro 2.56. Aqui se pode ver que os países que mais marcas solicitaram foram a Alemanha, Reino Unido, Itália, Espanha e França. Estes cinco países são responsáveis por 80% de todos os pedidos gerados na UE-15 e por cerca de 50% do total dos pedidos de todo o mundo.

O caso específico de Portugal não surpreende à luz de outros indicadores conhecidos. Portugal tem um desempenho somente superior ao da Grécia e do Luxemburgo. Uma vez que a UE é o principal destino das nossas exportações, estes dados revelam-se importantes para uma compreensão mais profunda da competitividade externa portuguesa. No entanto, uma observação interessante, é que em contra-ciclo, dada a redução generalizada de pedidos que se observa na Figura 2.38, Portugal consegue aumentar o seu peso no total de pedidos no contexto da UE e do mundo como um todo.

Quadro 2.56 – Pedidos procedentes dos países da UE (1996-2002)

	Pedidos 1996-2001	% UE	% Mundo	Pedidos 2002	% UE	% Mundo
BE	3655	2,4	1,5	598	2,0	1,3
DK	3915	2,5	1,6	727	2,5	1,6
DE	41554	27,0	16,7	7113	24,2	15,8
GR	648	0,4	0,3	197	0,7	0,4
ES	15679	10,2	6,3	3759	12,8	8,3
FR	14944	9,7	6,0	3411	11,6	7,6
IE	2344	1,5	0,9	429	1,5	1,0
IT	17713	11,5	7,1	3719	12,6	8,2
LU	1252	0,8	0,5	233	0,8	0,5
NL	6586	4,3	2,6	1055	3,6	2,3
AT	3700	2,4	1,5	717	2,4	1,6
PT	1543	1,0	0,6	378	1,3	0,8
FI	2347	1,5	0,9	438	1,5	1,0
SE	5530	3,6	2,2	801	2,7	1,8
GB	32664	21,2	13,1	5860	19,9	13,0
Total EU	154074	100	61,75	29435	100	65,3

Fonte: IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002*

Legenda: BE – Bélgica; DK – Dinamarca; DE – Alemanha; GR – Grécia; ES – Espanha; FR – França; IE – Irlanda; IT – Itália; LU – Luxemburgo; NL – Países Baixos; AT – Áustria; PT – Portugal; FI – Finlândia; SE – Suécia; GB – Reino Unido.

Um modo de aprofundar a análise dos diversos desempenhos nacionais, é calcular o número de marcas pedidas sobre a população residente (em 2000) e o número de pedidos sobre o PIB.²⁰ O Quadro seguinte segue esta perspectiva relativamente ao período 1996-2001.

O número de pedidos da Dinamarca corresponde à mediana, ou seja, este é o país que corta a distribuição ao meio quando comparamos os países em termos de marcas pedidas (primeira e segunda coluna do Quadro 2.57). No entanto, ao corrigirmos esses dados pela dimensão populacional e económica, a Dinamarca sobe para o segundo e terceiro lugares respectivamente. Ou seja, tendo em conta a sua pequena dimensão, a Dinamarca revela-se como um dos países mais intensivamente utilizadores de marcas dos 15 da UE.

²⁰ PIB em dólares dos EUA a preços correntes e em paridade de poder de compra (cálculos com base em dados OCDE).

Quadro 2.57 – Rankings dos países-membros da UE, vários indicadores (1996-2001)

Pedidos 1996-2001		Pedidos 1996-2001		Pedidos 1996-2001	
DE	41554	LU	2852	LU	61
GB	32664	DK	734	SE	25
IT	17713	SE	623	DK	25
ES	15679	IE	619	GB	22
FR	14944	GB	547	IE	21
NL	6586	DE	506	ES	20
SE	5530	AT	456	DE	20
DK	3915	FI	453	FI	18
AT	3700	NL	415	AT	17
BE	3655	ES	397	NL	15
FI	2347	BE	356	BE	14
IE	2344	IT	310	IT	12
PT	1543	FR	254	FR	10
LU	1252	PT	154	PT	9
GR	648	GR	61	GR	4
Total UE	154074	UE	410	UE	17

Fonte: Cálculos próprios com base em IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002*; OCDE, *Labour Force Statistics*.

Legenda: BE – Bélgica; DK – Dinamarca; DE – Alemanha; GR – Grécia; ES – Espanha; FR – França; IE – Irlanda; IT – Itália; LU – Luxemburgo; NL – Países Baixos; AT – Áustria; PT – Portugal; FI – Finlândia; SE – Suécia; GB – Reino Unido.

Em contraste com a Dinamarca, a Suécia ou a Irlanda, existem países que se destacam pela negativa, ou seja, têm um menor dinamismo em termos de pedidos de marcas. Este é o caso da França e da Itália que, na sua condição de “países grandes”, naturalmente pedem muitas marcas, embora apresentando uma baixa intensidade de pedidos de marcas por milhão de habitantes e em relação ao PIB. Podemos constatar, também, que os países medianos nos três *rankings* dos *i)* pedidos de marcas, *ii)* pedidos por milhão de habitantes e *iii)* pedidos sobre o PIB, são três pequenos países da UE-15: Dinamarca, Áustria e Finlândia respectivamente. Observamos também que Portugal se situa sempre na cauda da distribuição, embora significativamente acima da Grécia, ao analisarmos os *rankings* dos pedidos totais de marcas, dos pedidos por milhão de habitantes e dos pedidos sobre o PIB.²¹

²¹ Deve haver, contudo, prudência na extracção de conclusões a partir da comparação inter-países. Como as “marcas” incluem diversos tipos de sinais distintivos, não é claro o que significa o número de “marcas” pedido pelos agentes económicos de um certo país num determinado ano. Pode haver, sem dúvida, o pedido de vários tipos de sinais distintivos para a intensificação da protecção do mesmo produto ou empresa. E esta estratégia de protecção, mais ou menos integral, certamente varia de empresa para empresa, de país para país, e ao longo dos anos. Os dados de que dispomos não estão suficiente desagregados para acautelar estes problemas.

ii) O desempenho do resto do mundo

No que toca a outros países, os EUA são o que mais se destaca, como se percebe a partir do Quadro 2.58. Apenas este país explica 68% de todos os pedidos com origem no resto do mundo. Os EUA são mesmo o país com o maior número de pedidos de marcas comunitárias, ultrapassando mesmo os países-membros da UE. Para se ter uma percepção da diferença relativa, compare-se a informação dos Quadros 2.56 e 2.58. O peso dos pedidos dos EUA no total mundial é de 26%, enquanto que o país membro da UE mais destacado, a Alemanha, não chega aos 17%. Ainda em relação a países exteriores à UE, é de referir que, a seguir aos EUA, os países mais relevantes são o Japão, a Suíça, o Canadá e a Austrália, mas todos eles a distância significativa.

Quadro 2.58 – Resto do mundo (selecção de países não-UE, 1996-2002)

Países	Marcas	% do resto do Mundo
US	74457	78,0
JP	8535	8,9
CH	5982	6,3
CA	3889	4,1
AU	2646	2,8
TW	1994	2,1
IL	1306	1,4
HK	1238	1,3
NO	648	0,7
BR	631	0,7
MX	626	0,7
KR	878	0,9
CN	319	0,3
IN	296	0,3

Fonte: Cálculos próprios com base em IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002*.

Legenda: US – EUA; JP – Japão; CH – Suíça; CA – Canadá; AU – Austrália; TW – Taiwan (Formosa); IL – Israel; HK – Hong Kong; NO – Noruega; MX – México; BR – Brasil; KR – Coreia do Sul; CN – China; IN – Índia.

Outra maneira de utilizar esta informação é avaliar o desempenho relativo de Portugal cruzando a informação no Quadro 2.57 com a do Quadro 2.59. Portugal está ao nível de Taiwan (Formosa), que está no sexto lugar entre os países não comunitários, e um pouco acima de Israel.²²

²² Deve haver, contudo, prudência na extracção de conclusões a partir da comparação inter-países. A advertência que se avançou no final da sub-secção anterior também aqui se aplica.

iii) Evolução dos pedidos por países da UE

O Quadro seguinte mostra como têm evoluído os dados de cada país comunitário nos anos de 1996 a 2002.²³ Como um todo, os pedidos comunitários evoluíram positivamente, tendo a taxa média de crescimento anual (TMCA) sido de 2,4%. Se não contarmos o ano 1996, a tendência observada para o agregado dos países é um crescimento médio de 9,8% ao ano. Como facilmente se pode ver, o nível de pedidos é muito diferente de país para país. Neste período, o desvio padrão subiu um pouco, embora a medida de dispersão relativa, isto é, o coeficiente de variação, se tenha mantido estável.

Quadro 2.59 – Dados anuais para os países da UE-15

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	TMCA 96-01	TMCA 97-01	TMCA 96-02	TMCA 97-02
BE	643	418	562	574	771	687	598	1,1%	10.4	-1.0	6,2%
DK	706	473	526	621	822	767	727	1,4%	10.2	0.4	7,4%
DE	7.714	3.911	4.811	7.040	9.793	8.285	7.113	1,2%	16.2	-1.2	10,5%
GR	85	65	78	111	161	148	197	9,7%	17.9	12.8	20,3%
ES	2.794	1.468	1.965	2.609	3.417	3.426	3.759	3,5%	18.5	4.3	17,0%
FR	1.610	1.891	2.131	2.735	3.406	3.171	3.411	12,0%	10.9	11.3	10,3%
IE	282	217	289	436	636	484	429	9,4%	17.4	6.2	12,0%
IT	2.211	2.070	2.378	3.263	4.221	3.570	3.719	8,3%	11.5	7.7	10,3%
LU	137	112	148	227	349	279	233	12,6%	20.0	7.9	13,0%
NL	1.069	908	877	994	1.632	1.106	1.055	0,6%	4.0	-0.2	2,5%
AT	678	393	537	615	766	711	717	0,8%	12.6	0.8	10,5%
PT	161	183	232	274	396	297	378	10,7%	10.2	13.0	12,9%
FI	358	282	330	387	507	483	438	5,1%	11.4	2.9	7,6%
SE	855	713	787	870	1.346	959	801	1,9%	6.1	-0.9	2,0%
GB	5.705	3.659	4.234	5.303	7.622	6.141	5.860	1,2%	10.9	0.4	8,2%
UE	25.008	16.763	19.885	26.059	35.845	30.514	29.435	3,4%	12.7	2.4	9,8%

Fonte: IHMI (2002), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002*; IHMI (2003), *Annual Report 2002*.

Nota: Dados para 2000 são baseados numa estimativa elaborada em vários documentos do IHMI.

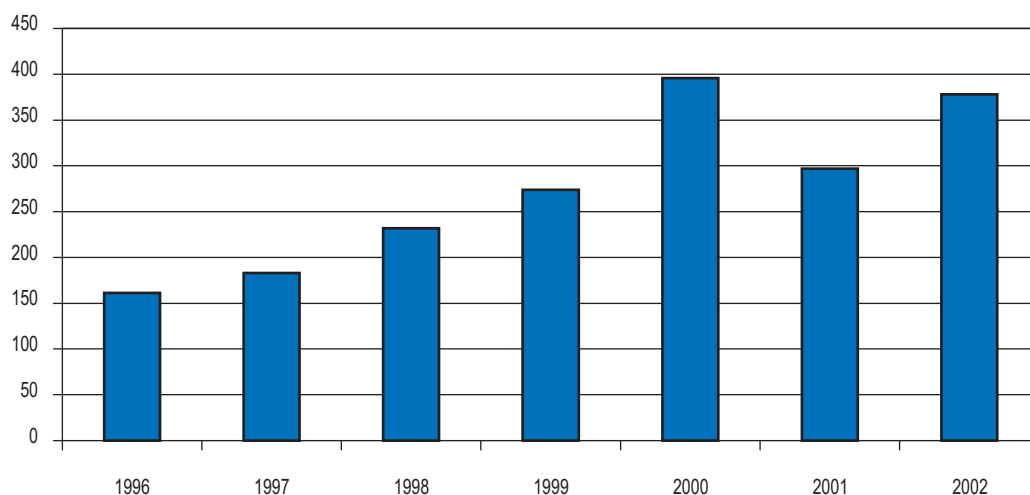
Legenda: BE – Bélgica; DK – Dinamarca; DE – Alemanha; GR – Grécia; ES – Espanha; FR – França; IE – Irlanda; IT – Itália; LU – Luxemburgo; NL – Países Baixos; AT – Áustria; PT – Portugal; FI – Finlândia; SE – Suécia; GB – Reino Unido.

²³ Uma vez que o IHMI vai corrigindo e actualizando à medida que o tempo passa os dados anteriormente lançados, as informações nem sempre são coerentes nos vários documentos do IHMI. Esta turbulência nas estatísticas oficiais foi especialmente sentida nos esforços de construção do quadro e da figura da presente subsecção, pelo que os dados devem ser entendidos como a melhor aproximação possível no contexto das condições atrás referidas.

Em termos de tendência, verificamos que o crescimento é positivo para todos os países, quer consideremos os períodos de 1996-2001 ou de 1997-2001 como referência. No entanto, a inclusão do ano 2002 faz com que a tendência de crescimento se inverta para diversos países se tivermos como ponto de partida o ano de 1996, o qual, como já se referiu, é afectado por um nível de pedidos extraordinário. Apenas 6 países entre os 15 da UE cresceram de 2001 para 2002, sendo um dos quais Portugal. Os países com crescimento mediano são a Finlândia (1996-2001, 1996-2002), Espanha (1997-2001) e França (1997-2002).

Quanto ao caso português, a tendência é para um nítido crescimento durante todo o período, como é notório na Figura 2.43. O desempenho de Portugal é, aliás, muito positivo, sobretudo se tivermos em conta que em 2002 os pedidos portugueses cresceram numa situação de queda dos pedidos totais de marcas (UE e não-UE de 2001 para 2002). Numa óptica comparativa, a taxa média de crescimento anual de pedidos (última coluna do Quadro 2.59) surge como a mais alta da UE em 1996-2002. Contudo, se fizermos os mesmos cálculos para o período 1997-2002 o desempenho fica-se na posição correspondente a terceiro mais elevado.²⁴

Figura 2.43 – Pedidos de marca comunitária com origem em Portugal



Fonte: IHMI (2002), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002*.

Nota: Dados para 2000 e 2002 correspondem a uma estimativa com base em cálculos próprios a com base em IHMI, (2003), *Detailed Registered Trade Marks Statistics, Situation at the end of May 2003*.

2.10.3 Tipos de marcas

As marcas são um fenómeno complexo, existindo diversos tipos de sinais distintivos. Os tipos de marcas mais comuns são os nomes de marca e os logótipos. A série temporal é, todavia, ainda demasiado curta para ajudar a produzir outros resultados robustos.

²⁴ É necessário acrescentar que a análise destes dados deve ter em conta o facto de o período sob análise ser bastante pequeno, pelo que as tendências não são ainda totalmente claras.

Quadro 2.60 – Pedidos de marcas e outros sinais distintivos (1996-2002)

	1996-2002	%
Marca nominativa	190.716	64,7
Marca figurativa	100.745	34,2
Marca tridimensional	2.563	0,9
Outras	314	0,1
Marca cromática	254	0,1
Marca sonora	24	0,0
Marca olfactiva	6	0,0
Holograma	3	0,0
Total	294.625	100

Fonte: IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002.*

2.10.4 Classificação dos pedidos por áreas de bens e serviços

Quando analisamos os pedidos com base nas Classes da classificação de Nice (descritas no volume II do estudo, correspondente a “anexos”) que lhes estão associadas, damos conta que também aqui a distribuição não é homogénea, ou seja, existem algumas áreas comerciais com muito mais pedidos de marcas que outras. O Quadro 2.61 mostra que, entre 1996 e 2002, as dez Classes mais escolhidas concentraram 58,3% do total de Classes seleccionadas nos pedidos. No ano 2002 as dez Classes mais pedidas absorveram 53,2% do total de Classes pedidas por todas as marcas. Concretamente, as cinco Classes mais pedidas foram, respectivamente, Instrumentos etc. (Classe 9) com 11% do total, Investigação etc. (Classe 42) com 7%, Consultoria etc. (Classe 35) com 7%, Papel etc. (Classe 16) com 6% e, finalmente, Educação etc. (Classe 16) com 5% do total.

Quadro 2.61 – As dez Classes de NICE mais requisitadas entre 1996 e 2002

Top 10	Classe	Pedidos 1996-2001	%	Top 10	Classe	Pedidos 2002	%
1	9	79.374	12,1	1	9	12.961	10,7
2	42	64.171	9,8	2	42	8.490	6,9
3	16	44.927	6,9	3	35	8.029	6,6
4	35	41.535	6,3	4	16	6.941	5,7
5	41	32.935	5,0	5	41	6.237	5,1
6	25	29.659	4,5	6	25	5.681	4,7
7	38	29.292	4,5	7	5	4.797	3,9
8	5	21.276	3,3	8	38	4.362	3,6
9	36	20.618	3,2	9	3	3.797	3,1
10	3	17.864	2,7	10	36	3.407	2,8
Total		58,3				53,2	

Fonte: IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002.*

Numa outra óptica, o quadro seguinte compara os pedidos por Classes de bens tangíveis com os pedidos relativos a serviços para o período. As Classes dos bens tangíveis explicam a maior parte dos pedidos, 66% no agregado 1996-2002. No entanto, e de forma nítida, as Classes de serviços têm vindo a registar um aumento significativo de importância.

Por razões de controlo de sensibilidade estatística, calculamos a taxa média de crescimento anual (TMCA) incluindo e excluindo 1996, ano inicial em que, como já se referiu, se verificou uma 'bolha' de pedidos que pode distorcer a tendências observadas. O contraste entre o sector dos bens tangíveis (Classes 1 a 34) e o sector dos serviços (Classes 35 a 42), revela que durante o período 1996-2002 ou 1997-2002 o crescimento deste último sector foi muito mais dinâmico.

Quadro 2.62 – Estrutura e dinâmica sectorial dos pedidos entre 1996 e 2002 (valores em %)

	1996	1997	1998	1999	2001	2002	TMCA 96-02	TMCA 97-02
Bens	74	72	69	65	58	66	0,4	9
Serviços	26	28	31	35	42	34	6	14

Fonte: Cálculos próprios com base em IHMI (2002), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002* e IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002*.

Nota: Dados desagregados para 2000 não disponíveis.

Outra abordagem consiste em averiguar o modo como o sector dos serviços tem mudado. A investigação detalhada do sector de serviços (ver Quadro 2.63) mostra que os sectores com maior peso são respectivamente as Classes de Investigação (Classe 42), Consultoria (Classe 35), Educação (Classe 41) e Telecomunicações (Classe 38) explicando no seu conjunto 3/4 de todas as marcas de serviços pedidas entre 1996 e 2002. Note-se que estas são áreas que poderíamos classificar de serviços informacionais²⁵ ou baseados em conhecimento. Entre estas, as que mais peso ganharam foram a Consultoria e as Telecomunicações.

²⁵ Segundo a taxonomia de Mário Murteira, Isabel Nicolau, Vivaldo Mendes e António Marti (2001), Serviços Informacionais e Transição para a Economia do Conhecimento em Portugal, GEPE.

Quadro 2.63 – Composição dos pedidos de marca no sector dos serviços

Classe	Descritivo	1996-2002	%
35	Consultoria etc.	49564	19
36	Finanças etc.	24025	9
37	Construção etc.	17814	7
38	Telecomunicações	33654	13
39	Transportes etc.	17346	7
40	Processos etc.	6607	2
41	Educação etc.	39172	15
42	Investigação etc.	72661	27
43	Restauração etc.	1883	1
44	Cuidados médicos	1501	1
45	Assistência etc.	506	0.2
	Total serviços	264733	100

Fonte: IHMI (2003), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002*.

O quadro seguinte apresenta a evolução dos pedidos por tipo de serviço, para os anos disponíveis. Uma via para sintetizar esta informação é calculando a taxa média de crescimento anual (TMCA) para os serviços. Quer consideremos o período 1996-2002 como um todo quer o sub-período 1997-2002, as Classes que cresceram acima da média do sector foram novamente as de serviços baseados em conhecimento, nomeadamente Consultoria etc. (Classe 35) e Telecomunicações (Classe 38).²⁶

Quadro 2.64 – Evolução anual dos pedidos por Classes de serviços

Classe	Descritivo	TMCA 1996-2002	TMCA 1997-2002
35	Consultoria etc.	12,5	20,0%
36	Finanças etc.	5,3	14,4%
37	Construção etc.	2,2	14,4%
38	Telecomunicações	9,1	16,5%
39	Transportes etc.	6,0	15,3%
40	Processos etc.	6,5	15,2%
41	Educação etc.	6,3	15,2%
42	Investigação etc.	1,7	8,6%
	Serviços	7,4	16,2%

Fonte: Cálculos próprios com base em IHMI (2002), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002* e IHMI (2003), *Statistics of community trade marks, Situation at the end of 2002*.

²⁶ As Classes 43, 44 e 45 não constam dos documentos do IHMI para o ano de 1996. Elas só foram integradas na classificação de Nice a partir de 2002.

Duas dificuldades limitam, contudo, a nossa capacidade de produzir conclusões mais precisas. Por um lado, as Classes são elas mesmo muito agregadas, contendo muitas áreas diferentes de bens e serviços. Por outro lado, em virtude da 'bolha' inicial e do facto de dispormos de poucos anos, não podemos tirar conclusões claras sobre a dinâmica temporal e comparativa das várias Classes.

2.10.5 Concentração dos pedidos por Classes de bens e serviços

Os pedidos de marcas podem requerer ao mesmo tempo a protecção em várias áreas correspondentes a diferentes Classes. Vemos no Quadro 2.65 que a maior dos pedidos apenas requer uma só Classe, embora 45% dos pedidos estejam associados a duas ou três Classes simultaneamente. No seu conjunto as três primeiras amplitudes (uma, duas e três Classes simultaneamente) concentram 82,4% dos pedidos, a partir daí o peso das restantes amplitudes é bastante inferior. Um facto curioso é que uma média de 27 pedidos por ano tenha requerido protecção em 42 Classes, o que representa um "cauda larga" na distribuição. Uma análise temporal revela ainda que as amplitudes de duas e três Classes cresceram durante 1996-2002, enquanto o peso dos pedidos englobando apenas uma Classe diminuiu. Estas tendências são continuadas em 2002, com a excepção que a proporção de marcas requerendo duas Classes diminui agora ligeiramente.

Quadro 2.65 – Número de pedidos pedindo 'n' Classes em simultâneo

Número	1996-2002	%
1	109.694	37,2
2	49.760	16,9
3	83.285	28,3
4	21.092	7,2
5	11.483	3,9
6	6841	2,3
7	3873	1,3
8	2348	0,8
9	1.357	0,5
...
42	149	0,05
...

Fonte: IHMI (2002), *Detailed Applications Statistics, Situation at the end of June 2002*.

PARTE 3

Análise dos inquéritos sobre uso da PI nas empresas

Nesta Parte 3 do relatório são apresentados os resultados dos inquéritos às empresas realizados pela equipa do CISEP. Tal como descrito detalhadamente na secção sobre “Metodologia” constante da Parte 1, foram feitos 4 tipos de inquéritos postais a empresas.

O primeiro inquérito, dito “inquérito base”, destinou-se a apurar a atitude e comportamento do universo empresarial português face à PI, tendo sido processadas 724 respostas válidas a partir de amostra aleatória construída a partir de dados fornecidos pelo INE. As duas primeiras secções desta Parte 3 dão conta dos resultados desse inquérito, a primeira tendo uma natureza mais descritiva e a segunda mais analítica, procurando identificar os factores explicativos do uso actual e prospectivo das diferentes modalidades de PI. No âmbito da terceira secção há referência a um conjunto de sectores identificados como relevantes por razões particulares, sendo proposta uma análise de contrastação do referido comportamento face aos valores globais da amostra.

Os outros três inquéritos, ditos “inquéritos específicos”, são analisados na quarta secção. Eles foram dirigidos a grupos de empresas constituídos por processos não-aleatórios. Cada um desses grupos é integrado por empresas que se entendeu, a partir de critérios de pré-observação e de outras informações reunidas (incluindo pertença a repertórios públicos), como representativo de utilizadores efectivos ou potenciais de cada um dos três principais grupos de modalidades da PI: as Patentes e Modelos de Utilidade; os Desenhos e Modelos Industriais; e as Marcas e Outros Sinais Distintivos. Cada um desses três inquéritos cobriu, portanto, cada um destes diferentes tipos de grupos de modalidade de PI. Cada inquérito específico foi ministrado empregando o mesmo questionário do “inquérito geral” mais um conjunto adicional de perguntas, direccionadas para cada um dos três grupos de modalidades referenciados. Algumas das empresas constantes da amostra aleatória foram também inquiridas no âmbito dos questionários específicos.

3.1. Apresentação geral dos resultados obtidos

Nesta secção são apresentados, com um teor descritivo, os resultados do designado “inquérito base”. Começaremos por uma descrição detalhada da amostra. Os pontos seguintes são dedicados a avaliar o conhecimento do sistema de PI pelo universo empresarial, a caracterizar as estratégias empresariais nos domínios do *marketing*, criatividade e inovação, a observar os comportamentos nas áreas relevantes da PI, a considerar as razões que dificultam o uso da PI e a considerar o comportamento específico de 5 sectores industriais em relação aos quais havia intenção de observar os respectivos desempenhos (calçado, mobiliário, moldes, cerâmica e vidro, têxtil e vestuário).

3.1.1. O universo-alvo do “inquérito base”

A amostra retida para efeitos de análise contém 724 empresas. Estas empresas estão distribuídas em números entre 27 e 69 por 16 grupos de sectores produtivos. Por razões de natureza prática, no que se segue de imediato iremos fazer referência a um nível de agregação superior, já indicado na secção inicial sobre “metodologia”, correspondente a oito grupos de sectores:

- Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica
- Indústrias de Média-Alta Intensidade Tecnológica
- Indústrias de Média-Baixa Intensidade Tecnológica
- Indústrias de Baixa Intensidade Tecnológica
- Sectores de Infraestruturas
- Sectores de Serviços de Alta Intensidade Informacional
- Sectores de Serviços de Baixa Intensidade Informacional
- Sector Primário

A mesma amostra de 724 empresas pode também ser observada por escalões dimensionais. Retivemos para efeitos práticos 4 escalões dimensionais em termos de emprego, que são os que se seguem:

- A – Menos de 20 empregados
- B – 20 a 99 empregados
- C – 100 a 499 empregados
- D – 500 ou mais empregados

Depois de imputadas 8,0% de não-respostas de acordo com os escalões dimensionais constantes da base de dados original fornecida pelo INE, as empresas respondentes distribuem-se, respectivamente, por cada um destes quatro escalões dimensionais nas seguintes proporções: 77,1%; 19,8%, 2,8% e 0,4%.

Numa outra perspectiva dimensional, de acordo com escalões de volumes de negócios em 2001, a distribuição é menos concentrada, sendo a seguinte: até 100 mil contos de vendas – 38,0%; entre 100 mil e menos de 1 milhão de contos – 47,0%; entre 1 milhão e menos de 5 milhões de contos – 6,3%; e, finalmente, para o escalão de vendas iguais ou superiores a 5 milhões de contos – 8,7%.

No que se segue, as referências a escalões dimensionais dizem, no entanto, respeito aos escalões de pessoal atrás identificados.

Outras características marcantes do universo respondente são as seguintes:

- 16,8% das empresas integram grupos empresariais, sendo que as restantes 83,2% se declaram autónomas;
- a pertença a grupos empresariais é muito mais significativa nas Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica (53,0% das empresas) e nos dois escalões acima dos 100 empregados (45,1% e 52,7%);
- 8,2% das empresas respondentes são maioritariamente detidas por capitais não portugueses;
- é claramente nos sectores de serviços que há maior presença de capital estrangeiro (13,1%) e em termos dimensionais esta situação é também mais frequente nos dois escalões dimensionais superiores (12,1% e 25,6%);
- menos de dois-terços das empresas (63,3%) surgiram antes da década de 90, enquanto mais de um terço (36,7%) surgiu na década passada;
- a maior juventude empresarial é característica dos sectores das Indústrias de Média-Baixa Intensidade Tecnológica, dos Serviços de Baixa Intensidade Informacional e das empresas do Sector Primário;
- tal característica é também mais intensa entre as empresas do menor escalão dimensional (40,4%).

Considerando a perspectiva dos mercados para que operam:

- 63,0% das empresas afirmam fornecer predominantemente outras empresas, enquanto 37,0% declaram que a sua produção se dirige predominantemente para consumidores finais;
- esta segunda circunstância é particularmente característica dos sectores de Serviços de Baixa Intensidade Informacional (53,0%) e das empresas no escalão dimensional inferior (39,7%);
- 86,5% das empresas, ou seja a larga maioria, afirma que o mercado externo tem uma importância residual na sua produção, inferior a 10% do respectivo volume de vendas;
- contudo 8,0% das empresas respondentes afirmam que mais de 50% das suas vendas são concretizadas por via da exportação;
- A propensão a exportar é particularmente relevante nos dois escalões de pessoal mais elevados (29,6% e 28,2%) e em termos sectoriais nas Indústrias de Média-Baixa Intensidade Tecnológica (14,6%).

3.1.2. Estratégias empresariais nos domínios do *marketing*, criatividade e inovação

As empresas foram confrontadas relativamente a um conjunto de aspectos associados aos seus investimentos nas áreas do *marketing*, da criatividade e da inovação. Esta informação tem interesse próprio, embora ela ganhe mais relevo na secção seguinte, onde se procurará explorar a associação entre as estratégias das empresas nessas áreas e os seus comportamentos face à PI.

Detectou-se que:

- 21,7% das empresas declaram ter a área do *marketing* autonomizada na sua estrutura interna e 18,5% indicam contratar serviços externos nestas áreas;
- valores acima da média para estas duas variáveis são particularmente evidentes

nas Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica (respectivamente 54,3% e 43,9%), embora as empresas das Indústrias de Média-Baixa Intensidade Tecnológica também recorram bastante a serviços externos nesta área (51,6%);

- Quase metade (47,6%) das empresas afirmam não dispor de orçamento nesta área do *marketing*, 32,8% afirmam que tal orçamento existe embora tendo um peso inferior a 1% na facturação, 18,4% afirmam que esse peso está entre 1 a 5% da facturação, e 2,5% afirmam mesmo ele ter um peso proporcional superior a 5%;
- destacam-se com uma presença forte neste escalão superior de esforço em actividades de *marketing* as Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica e também, embora menos, os Serviços de Alta Intensidade Informacional (33,2% e 10,7% das respectivas empresas indicam situar-se nesse escalão);
- há genericamente também uma correlação positiva entre o esforço em *marketing* e os escalões dimensionais das empresas.

Perguntas de intenção idêntica foram realizadas sobre o esforço das empresas nos domínios da criatividade e da inovação. Decorrente desta perguntas constata-se que:

- 18,5% dos respondentes indica que a área de concepção e desenvolvimento de novos produtos e/ou processos se encontra autonomizada dentro da empresa, e 16,0% informa também que serviços nesta área são contratados externamente (note-se que estes valores estão apenas ligeiramente abaixo dos equivalentes referenciados para o *marketing*);
- a presença da situação de autonomia da área de concepção e desenvolvimento é genericamente importante nos sectores industriais, com as Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica, em particular, a terem uma posição muito significativa (81,9%);
- relativamente à contratação de serviços externos nesta área, este tipo de indústrias também lidera, embora com menor destaque (48,0%), visto todos os restantes sectores, com a excepção dos Serviços de Baixa Intensidade Informacional (4,8%), se situarem em valores próximos do intervalo 20-30%;
- como seria de esperar, as situações de autonomia e de contratação externa de serviços nesta área estão positivamente associados com a dimensão das empresas.

No que concerne ao esforço financeiro na área da concepção e desenvolvimento de novos produtos e/ou processos, as empresas foram questionadas sobre a existência de orçamentos em três frentes específicas: “investigação e desenvolvimento”; “*design*, estilismo e modelação”; e “engenharia de produto”. Os resultados constam do quadro seguinte.

Quadro 3.1 – Esforço em inovação (todos os valores em %)

	Peso do orçamento de cada uma das três áreas seguintes em proporção da facturação de 2001			
	0%	Menos de 1 %	de 1% a 5%	mais de 5%
Investigação e Desenvolvimento	67,7	19,9	9,1	3,3
Design/Estilismo/Modelação	76,5	13,8	7,3	2,4
Engenharia de Produto	76,7	13,2	8,6	1,5

Embora os valores acima reportados possam sofrer de alguma sobre-estimação, a repartição sectorial deles parece-nos consistente:

- maior peso das Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica e dos Serviços de Alta Intensidade Informacional no esforço de I&D (com 26,9% e 20,4% das empresas respectiva no escalão superior) e na Engenharia de Produto (16,0% e 18,2%, respectivamente, no escalão superior); e
- maior peso das Indústrias de Média-Baixa (com 31,0% das empresas nos dois escalões superiores) e de Baixa Intensidade Tecnológica (com 25,8% das empresas nesses dois escalões) no esforço associado ao *design*/estilismo/modelação.

3.1.3. Conhecimento e percepção do sistema de PI

Em relação ao “conhecimento do INPI” no universo inquirido, os principais aspectos a realçar são os seguintes:

- Apenas 39% da população empresarial afirma conhecer o INPI;
- O conhecimento é tanto maior quanto maior a dimensão da empresa – nas empresas com 500 ou mais trabalhadores o conhecimento atinge os 87%;
- Existe uma significativa variância do conhecimento através dos diferentes grupos de sectores produtivos – nas Indústrias de Alta Tecnologia o conhecimento do INPI atinge os 82,1% e nos Serviços de Alta Intensidade Informacional a cifra correspondente é de 60,9%;
- Em contrapartida, o desconhecimento é maior nas empresas mais pequenas (65,4%) e, surpreendentemente, nos sectores industriais de Média-Alta Intensidade Tecnológica (73,8%).

Em relação à questão de saber se cada empresa utilizou ou tenciona vir a utilizar serviços relacionados com a Propriedade Industrial, os principais aspectos a realçar são os seguintes:

- Apenas 19% das empresas declaram ter utilizado ou tencionarem vir a utilizar tais serviços;
- Em termos dimensionais, a partir do 2º escalão dimensional nota-se uma predisposição relativamente idêntica para o uso de tais serviços, enquanto que em termos sectoriais apenas as indústrias de Alta Intensidade Tecnológica se destacam claramente (76,0%);
- 81% das empresas não utilizaram nem pensam vir a utilizar serviços relacionados com a PI;
- É no segmento das empresas mais pequenas, com menos de 20 activos, que este facto é mais vincado;
- Os sectores menos predispostos a tal utilização são os Serviços de Baixa Intensidade Informacional (92,1%), o sector de Infraestruturas (84,6%), o Sector Primário (80,4%), e na indústria transformadora o sector de Média-Alta Intensidade Tecnológica (70,7%).

Deve ser sublinhado que os comentários que a seguir são apresentados sobre a utilização e percepção do funcionamento do sistema, no âmbito do presente ponto 3.1.2., dizem apenas respeito aos 19% de empresas que declararam ter utilizado ou tencionar vir a utilizar serviços relacionados com PI.

Desses 19% de empresas, quando inquiridas acerca de qual a via pela qual tal utilização se verificou ou poderá vir a verificar, elas repartem-se do seguintes modo:

- 61,8% através do INPI, 47,2% através de AOPIs (Agentes Oficiais da Propriedade Industrial) e 6,6% por outra via (valores acumulam mais de 100% em virtude de ser possível utilização por mais que um canal);
- O recurso aos AOPI aumenta acentuadamente com o escalão dimensional das empresas, enquanto o inverso sucede para o INPI; também o acesso por outras vias aumenta genericamente com o escalão dimensional;
- Por sectores, aquele em que o INPI recolhe menor preferência é o das Indústrias de Média-Alta Intensidade Tecnológica.

Em relação à questão de saber qual a percepção sobre a qualidade dos serviços do INPI, entre o grupo dos 19% de utilizadores, os resultados relevantes são:

- A fracção mais significativa, 41,6%, afirma “não saber” (desconhecimento da qualidade desses serviços), seguindo-se os que consideram essa qualidade “boa” (31,0%) e “moderada” (18,1%), enquanto apenas 9,3% afirmam considerar tal qualidade como “fraca”.

Seguidamente, inquiriram-se as empresas relativamente a um conjunto de diferentes serviços prestados pelo INPI. As perguntas orientavam-se, de forma sistemática, para recolher a percepção sobre o uso e sobre os benefícios da utilização no passado recente e sobre a intenção quanto à intensidade de utilização futura.

Em relação à intensidade de utilização dentro do grupo dos 19% de empresas que afirmam ter usado ou tencionarem vir a usar serviços do INPI, é possível intuir a partir do Quadro seguinte os seguintes factos:

- Os serviços do INPI de “apoio à formulação de pedidos de PI” são procurados por cerca de 24% das empresas;
- Os serviços de “informação sobre o estado jurídico de registos/pedidos de DPI” são os segundos mais procurados, por uma proporção correspondente a 22% das empresas;
- Os serviços de “aconselhamento para obtenção de DPI” são geralmente muito pouco utilizados, aproximadamente 95% da população não recorre a eles;
- A “informação sobre tecnologias patenteadas” é procurada por uma minoria das empresas, cerca de 2,6% do total; os sectores mais interessados são a Indústria de Alta Intensidade Tecnológica e os Serviços de Alta Intensidade Informacional;
- Apenas 5% das empresas utiliza “informação sobre DPIs que caducaram e são do domínio público”; Entre os sectores com maior experiência nesta actividade, encontram-se uma vez mais as Indústrias de Alta Intensidade Tecnológica.

Em relação aos benefícios recolhidos e à intensidade de utilização futura, os resultados estão sumariados no Quadro seguinte. Genericamente há uma percepção que cerca de metade a três-quartos das empresas respondentes a estas questões, pertencentes ao já referido grupo de 19%, tencionam vir a usar no futuro próximo estes serviços, embora de uma forma predominantemente “moderada”.

Quadro 3.2 – Uso no passado recente/actualidade e uso esperado no futuro próximo de serviços do INPI (todos os valores em %)

Relativamente aos seguintes serviços do INPI indique	Utilizou-os no passado recente/actualmente?			Tenciona utilizá-los no futuro (próximos 5 anos)?		
	Não	Usou mas foi pouco útil	Usou e foi muito útil	Não	Moderadamente	Intensamente
Apoio à formulação de pedidos de Direitos de Propriedade Industrial (DPI)	76,1	4,8	19,1	30,9	59,6	9,5
Aconselhamento para obtenção de DPI internacionais	94,7	3,9	1,5	47,4	45,1	7,4
Informação sobre estado jurídico de registos/pedidos de DPI, a nível nacional e internacional	77,6	7,5	15,0	25,8	63,5	10,7
Informação sobre tecnologias patenteadas	97,4	1,2	1,4	44,6	50,2	5,2
Informação sobre DPI que caducaram e são do domínio público	95,0	2,4	2,6	38,9	57,9	3,2

Finalmente, ainda com referência ao grupo dos 19% de utilizadores actuais/futuros, há que avaliar a percepção quanto aos custos de processo para direitos de PI. Os resultados estão reportados no Quadro seguinte. A relevar.

- Genericamente quase metade ou mais das empresas afirma desconhecer os diferentes tipos de custos de acesso ao sistema de PI;
- Genericamente também, as empresas que respondem tendem a inclinar-se mais para a dupla “caro” e “muito caro” do que para a dupla “barato e acessível”, embora uma excepção a registar a esta norma diga respeito às “taxas de pedido e outros procedimentos do INPI”.

Quadro 3.3. – Classificação dos custos do processo para obtenção de direitos de PI (todos os valores em %)

	1 Desconhece	2 Barato	3 Acessível	4 Caro	5 Muito Caro
Taxas de pedido e outros procedimentos do INPI	46,9	0,5	32,4	17,9	2,3
Taxas de manutenção anual de direitos de PI nacionais	46,8	2,3	25,7	22,7	2,5
Custos dos Agentes Oficiais de PI	51,5	1,0	8,6	32,9	6,0
Custos de pedido de Patente Europeia	70,3	0,0	2,3	15,7	11,7
Custos de pedido de Marca Comunitária	59,1	0,9	8,0	19,6	12,4
Custos de informação/pesquisas	55,8	1,7	20,7	14,7	7,1
Traduções	83,2	0,9	4,1	9,3	2,5

3.1.4. Atitude perante diferentes modalidades de Propriedade Intelectual

As empresas inquiridas foram questionadas quanto à importância atribuída a diferentes modalidades de Propriedade Intelectual. Os resultados mais substantivos são os seguintes:

- Genericamente a maioria das empresas atribui “baixa” importância às diferentes modalidades de Propriedade Intelectual (entre 54,0% e 86,7%, consoante a modalidade);
- O grupo de modalidades que mais se destaca pela positiva é o das Marcas e Outros Sinais Distintivos, com 17,8% das empresas a considerarem-no com uma importância “alta” e 28,2% “média”;
- As restantes modalidades recolhem menor atenção das empresas, embora seja possível ordenar o interesse decrescentemente de acordo com a seguinte hierarquia: Patentes e Modelos de Utilidade; Desenhos e Modelos Industriais; Nomes de Domínio (na Internet); e, por fim, a uma maior distância, os Direitos de Autor.

Há que assinalar que para o futuro não se nota uma alteração substancial da atitude das empresas em relação a estas cinco modalidades de Propriedade Intelectual. Os resultados a assinalar são os seguintes:

- Entre 54,9% e 63,6% das empresas indicam que no futuro atribuirão uma importância “igual”, consoante as modalidades;
- Em balanço, comparando a proporção de respostas que dizem que a importância será “maior” e “menor”, respectivamente, conclui-se que existem duas modalidades que terão maior relevância (as Marcas e os Nomes de Domínio) e três que aparentam ter o seu interesse em regressão (Patentes e Modelos de Utilidade; Desenhos e Modelos Industriais; e os Direitos Autorais).

Deve-se notar que todas as questões cujos resultados foram acabados de apresentar têm uma “não resposta” variando, aproximadamente, entre 20 e 30%, sendo portanto as percentagens reportadas derivadas de imputação.

**Quadro 3.4 – Atitude face a diferentes modalidades de PI,
Passado e Futuro (todos os valores em %)**

Indique qual a importância para a sua empresa dos seguintes Direitos ?	Passado			Futuro		
	Baixa	Média	Alta	Menor	Igual	Maior
Patentes e modelos de utilidade	73,1	17,4	9,5	22,4	63,6	14,1
Marcas e Outros Sinais Distintivos	54,0	28,2	17,8	14,7	55,1	30,2
Desenhos e modelos industriais	78,4	12,1	9,5	25,8	54,9	19,2
Direitos de autor	86,9	8,8	4,3	21,9	60,3	17,8
Nomes de domínio (na Internet)	78,6	15,2	6,3	15,1	54,6	30,3

3.1.5. Utilização de diferentes modalidades de Propriedade Intelectual

Depois de termos observado a “atitude” das empresas face à PI, vamos agora concentrar-nos na observação das percepções existentes sobre o uso efectivo da PI, em duas vertentes distintas, a do pedido de registos e a utilização de direitos de terceiros através do licenciamento. Factos mais salientes a relevar:

- 4,2% das empresas afirmam ter pedido, desde 1990, registo de Patentes e Modelos de Utilidade. Contudo mais do dobro, 9,6%, dizem tencionar pedir a médio prazo;
- 17,7% das empresas afirmam ter pedido, desde 1990, registos de Marcas e Outros Sinais Distintivos, sendo que essa proporção deverá passar para 22,5% num futuro próximo;
- Em relação aos Desenhos e Modelos Industriais a proporção dos que afirmam ter pedido é bastante menor, fixando-se nos 2,6% da população, embora 8,2% manifestem intenção de solicitar registos a médio prazo;
- 1,1% das empresas afirmam ter recorrido aos Direitos de Autor, mas essa proporção crescerá para 5,9% no médio prazo;
- Por fim, em relação aos Nomes de Domínio, eles têm sido utilizados desde 1990 por 12,2% da população inquirida, sendo que 20,7% das empresas indicam que a eles recorrerão num futuro próximo.
- Em balanço, pode afirmar-se que apesar de no domínio das “atitudes” não se ter detectado que no futuro se venha a registar um maior interesse pelo conjunto dos 5 grupos de modalidades de PI inventariados, em relação à utilização futura, nota-se uma tendência de crescimento da ordem dos 5% da população para cada um dos referidos grupos. É contudo nítido o predomínio do interesse pelas Marcas e Outros Sinais Distintivos, bem como pelos Nomes de Domínio. Estes resultados são consonantes com os ventilados no ponto anterior.

Quadro 3.5 – Utilização de diferentes modalidades de Propriedade Intelectual, Passado e Futuro (todos os valores em %)

A sua empresa pediu ou tenciona pedir registo de algum dos seguintes Direitos?	Desde 1990		Médio Prazo	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Patentes e / ou modelos de utilidade	4,2	45,8	9,6	90,4
Marcas e / ou outros sinais distintivos	17,7	82,3	22,5	77,5
Desenhos e / ou modelos industriais	2,6	97,4	8,2	91,8
Direitos de autor	1,1	98,9	5,9	94,1
Nomes de domínio (na Internet)	12,2	87,8	20,7	79,3

Reportamos de seguida o interesse manifestado em termos de acesso através de licenciamento a terceiros nos seguintes três grupos de modalidades de PI: Patentes e Modelos de Utilidade; Marcas e Outros Sinais Distintivos; e Desenhos e Modelos Industriais.

A principal ilação é de que o recurso ao licenciamento destas modalidades é limitado e que, com a excepção dos Desenhos e Modelos Industriais, não se deverão verificar incrementos significativos.

Quadro 3.6 – Licenciamento de direitos privativos pertencentes a terceiros (todos os valores em %)

A sua empresa obteve ou tenciona obter licença de terceiros para exploração dos seguintes Direitos?	Desde 1990		Médio Prazo	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Patentes e / ou modelos de utilidade	5,3	94,7	5,9	94,1
Marcas e / ou Outros sinais distintivos	7,6	92,4	7,7	92,3
Desenhos e / ou modelos industriais	2,5	97,5	7,3	92,7

3.1.6. Razões que dificultam o uso da PI

Na sequência da inventariação das atitudes e uso efectivo e potencial das modalidades de PI, as empresas foram inquiridas sobre as possíveis razões de uma utilização de Direitos de Propriedade Industrial, nos últimos 5 anos, eventualmente menos intensa do que o interesse estratégico nesses direitos justificaria.

A abordagem foi feita em dois passos sucessivos, um primeiro contemplando a existência de invenções (novos produtos, processos técnicos, desenhos ou modelos) susceptíveis de serem protegidas por Patentes ou Modelos de Utilidade e/ou por Desenhos e Modelos Industriais, e um segundo contemplando a existência de activos susceptíveis de serem protegidos por Marcas ou Outros Sinais Distintivos.

Em relação ao referido primeiro passo, os resultados foram os seguintes:

- 15,8% das empresas reporta ter tido nos últimos 5 anos invenções susceptíveis das referidas protecções;
- Recorde-se que a proporção de empresas que declara ter usado desde 1990 “Patentes e Modelos de Utilidade” e “Desenhos e Modelos Industriais” é de, respectivamente, 4,2% e 2,6% – detecta-se assim uma proporção substancial de empresas inovadoras que não estarão a recorrer à protecção formal.

Por esta razão faz sentido apurar, entre o referido grupo de 15,8% de empresas que inovaram recentemente, quais as principais razões que dificultaram a utilização, nesta área, de Direitos de Propriedade Industrial nos últimos 5 anos. A inventariação correspondente àquilo que para cada empresa são as três principais razões que mais dificultaram o recurso a novos registos ou a manutenção de registos existentes de Patentes, Modelos de Utilidade, Desenhos ou Modelos Industriais nos últimos 5 anos produziu os seguintes resultados:

- As razões que mais se destacam são os “Custos dos registos demasiado elevados”, “Não existem elementos protegíveis através desses registos” e “Empresa não tinha informação suficiente sobre sistema de Propriedade Industrial”, recolhendo taxas de resposta entre os 25 e 30%;

- Seguem-se a alguma distância as “Características do sector/rapidez de inovação não se apropriam à obtenção desses registos”, “Dimensão da empresa/poucos recursos” e “Esses registos não trazem benefícios competitivos à empresa”, com valores próximos do intervalo 15-20%;
- As restantes razões apresentam todas peso bastante inferior.

Quadro 3.7 – Razões que mais dificultaram o recurso a novos registos ou a manutenção de registos existentes de Patentes, Modelos de Utilidade, Desenhos ou Modelos Industriais nos últimos 5 anos (todos os valores em %)

a) Características do sector/rapidez de inovação não se apropriam à obtenção desses registos	21,1
b) Custos dos registos demasiado elevados	29,1
c) Dimensão da empresa/poucos recursos	17,2
d) Empresa não tinha informação suficiente sobre sistema de Propriedade Industrial	25,6
e) Empresa opta por uma estratégia de antecipação face aos concorrentes	5,7
f) Esses registos não trazem benefícios competitivos à empresa	14,4
g) Inexistência de sistemas de apoio	10,2
h) Falta de confiança na eficácia da protecção legal	6,6
i) Não existem elementos protegíveis através desses registos	28,4
j) Produtos/processos da empresa são difíceis de imitar	0,9
k) Secretismo é mais eficaz na protecção	0,6
l) Outras Razões	2,3

Passando a observar o que acima designámos como “segundo passo” no apuramento das razões que dificultam a utilização de Direitos de Propriedade Industrial, vamos agora considerar a área das Marcas e Outros Sinais Distintivos.

Inquiridas sobre se dispunham de activos susceptíveis de serem protegidos por Marcas ou Outros Sinais Distintivos, 28,7% das empresas responderam afirmativamente. Recordemos que apesar de “Marcas e Outros Sinais Distintivos” ter sido o grupo de modalidades de PI onde se detectou uma atitude mais favorável das empresas e uma maior taxa de utilização no período desde 1990, ainda assim a taxa de utilização reportada foi de 17,7%. Faz assim todo o sentido procurar saber quais as razões que inibem as empresas que dispõem de activos susceptíveis de protecção de não recorrerem mais intensamente à referida protecção. Os resultados obtidos, com referência ao que cada empresa entende ser as três principais razões inibidoras, foram os seguintes:

- As “Características do sector/rapidez de inovação não se apropriam à obtenção desses registos”, os “Custos dos registos demasiado elevados” e a “Empresa não tinha informação suficiente sobre sistema de Propriedade Industrial” são as principais razões desmotivadoras, evidenciando todas elas taxas de resposta em torno dos 30%;
- Seguem-se, com taxas de resposta em torno dos 25%, “Esses registos não tra-

zem benefícios competitivos à empresa”, a “Dimensão da empresa/poucos recursos” e “Não existem elementos protegíveis através desses registos”;

- Há que registar o relativamente elevado nível de respondentes que indicam “Outras razões” (21,8%).

Quadro 3.8 – Razões que mais dificultaram o recurso a novos registos ou a manutenção de registos existentes de Marcas ou Outros Sinais Distintivos nos últimos 5 anos (todos os valores em %)

a)	Características do sector/rapidez de inovação não se apropriam à obtenção desses registos	33,3
b)	Custos dos registos demasiado elevados	30,1
c)	Dimensão da empresa/poucos recursos	23,7
d)	Empresa não tinha informação suficiente sobre sistema de Propriedade Industrial	29,8
e)	Empresa opta por uma estratégia de antecipação face aos concorrentes	6,9
f)	Esses registos não trazem benefícios competitivos à empresa	25,7
g)	Inexistência de sistemas de apoio	15,3
h)	Falta de confiança na eficácia da protecção legal	6,9
i)	Não existem elementos protegíveis através desses registos	23,5
j)	Produtos/processos da empresa são difíceis de imitar	3,5
k)	Secretismo é mais eficaz na protecção	0,3
l)	Outras Razões	21,8

3.2. Análise dos Padrões de Utilização da PI

Na secção que estamos a iniciar, retomamos a informação abordada na secção anterior, embora numa perspectiva mais analítica. Depois da descrição, o objectivo será agora o de compreender os padrões do interesse pela PI e do respectivo uso em Portugal. As análises que vão ser apresentadas baseiam-se em valores não extrapolados para o universo. Tal procedimento é justificado na secção sobre metodologia do estudo.

Viu-se no ponto anterior que uma parte significativa da população empresarial atribui “baixa” importância aos diferentes grupos de modalidades de PI. Mais se viu que no passado apenas uma proporção bastante baixa recorreu à protecção através destas modalidades. As Marcas e Outros Sinais Distintivos fazem alguma excepção a este padrão, mas também dele não se desviam substancialmente.

Neste contexto faz sentido averiguar com algum detalhe os padrões de uso da PI existentes em Portugal. Que características têm as empresas pertencentes ao grupo das que mais importância atribuem à PI? A resposta a esta questão é vital, pois são estas empresas que constituem o universo potencial de clientes do INPI. E que características têm as empresas que mais utilização pretendem vir a dar a essas modalidades de PI? São as mesmas empresas que no passado mais as utilizaram, ou vislumbra-se alteração desse perfil? Esta é naturalmente uma outra questão evidentemente relevante.

Assim, na procura de resposta a estas questões, a presente secção estrutura-se em três pontos principais, cada um deles contemplando, respectivamente, um dos seguintes grupos de modalidades de PI: Patentes e Modelos de Utilidade; Desenhos e Modelos Industriais; e Marcas e Outros Sinais Distintivos.

Os quadros incluídos nos três pontos que se seguem foram construídos a partir de testes estatísticos de análises de associação entre distribuições de duas variáveis, com base em tabelas de contingência. Diferentes testes foram aplicados, consoante o tipo de informação de base empregue, e a simbologia gráfica patente nesses quadros deverá ser interpretada da seguinte forma:

- #) não existe associação, as distribuições são independentes;
- *) associação bastante fraca (geralmente apenas significativa a 10%);
- **) associação fraca (geralmente significativa a 5%);
- ***) existe associação (geralmente significativa a 1%);
- ****) associação forte (geralmente significativa a menos de 1%).

3.2.1. Análise da Utilização de Patentes e Modelos de Utilidade

Foi constituído um quadro-síntese dos factores associados à importância no passado e à utilização no passado e no futuro das Patentes e Modelos de Utilidade.

Constata-se que as empresas que maior importância atribuem a Patentes e Modelos de Utilidade são as que dispõem de uma área de “novos produtos e processos” autonomizada na empresa, as que realizam contratação externa de serviços relacionados com “novos produtos e processos” e as que empregam maiores orçamentos de I&D, de design/modelação/estilismo e de engenharia de produto. De forma não surpreendente há também uma associação forte positiva entre o interesse por este grupo de modalidades de PI e a disponibilidade de inovações susceptíveis de recorrer a protecção. O conhecimento do INPI e o uso ou intenção de vir a usar serviços do INPI está também positiva e fortemente associado com a atitude favorável face às Patentes e Modelos de Utilidade.

A distribuição de interesse pelas Patentes e Modelos de Utilidade pelos diferentes sectores é significativamente desigual. Na verdade alguns sectores, como as Indústrias de Alta e Média-Alta Intensidade Tecnológica, revelam um interesse superior à média do universo.

De forma interessante verifica-se que a idade/juventude da empresa, a autonomia/ integração em grupos empresariais, as orientações de mercado (tipo de clientes, exportações), e em particular as variáveis dimensionais, são aspectos genericamente menos relevantes.

Passando agora para o domínio da utilização das Patentes e Modelos de Utilidade, há uma constatação genérica que as variáveis que manifestavam já intensidades de associação maiores e mais duradouras no campo das atitudes – existência de área de “novos produtos e processos” autonomizada na empresa, realização de contratação externa de serviços relacionados com “novos produtos e processos”, emprego de maiores orçamentos de I&D, de design/modelação/estilismo e de engenharia de produto, conhecimento do INPI e maior utilização dos seus serviços – desempenham um papel idêntico, tanto em relação ao uso passado como ao uso futuro.

Nota-se contudo agora que, quando passamos da análise do uso passado para o uso futuro, há um outro conjunto de variáveis que demonstra um mais intenso grau de associação com os padrões de uso prospectivo. Estão nesse caso as variáveis dimensionais e as de orientação de mercado, bem como o facto da empresa funcionar autonomamente, não integrada em grupo económico. Sem relevância, mantêm-se as variáveis ligadas à origem do capital (nacional/estrangeiro) e à idade da empresa.

Quadro 3.9 – Análise da associação entre “o grau de importância atribuído a” e “a utilização (no passado e prevista no futuro)” de Patentes e Modelos de Utilidade

	Importância no Passado	Usou no Passado	Vai usar no Futuro
Distribuição dos sectores (teste: distribuição desigual pelos sectores)	****	****	***
Empresa autónoma/integrada em grupo	**	**	**
Com capital nacional/com capital estrangeiro	****	#	#
Fundação da empresa (antes ou depois de 1990)	#	#	#
Dimensão (emprego)	**	****	***
Dimensão (volume vendas)	#	****	**
Mercado (outras empresas/consumidores finais)	#	#	**
Mercado (proporção das vendas para exportação)	**	*	****
Área de “novos produtos e processos” está (ou não) autonomizada na empresa	****	****	****
Existe (ou não) contratação externa de serviços relacionados com “novos produtos e processos”	***	***	****
Peso do orçamento de I&D nas vendas	****	****	****
Peso do orçamento design/estilismo/modelação nas vendas	****	****	****
Peso do orçamento de engenharia do produto nas vendas	****	****	****
Teve (ou não) inovações susceptíveis de protecção	****	****	****
Conhece (ou não) INPI	***	***	**
Usou ou vai usar (ou não) serviços de PI	****	****	****

Passado/Futuro

Em relação à importância atribuída às Patentes e Modelos de Utilidade no “passado” e no “futuro”, constata-se genericamente que 3/5 da população manterá a atitude que actualmente manifesta no futuro. No entanto, dos 2/5 que alteram a sua percepção, nota-se que a proporção dos que darão menos importância se situa no grupo que já actualmente menos valoriza este grupo de modalidades de PI, enquanto que é entre aqueles que actualmente lhe atribuem uma importância alta ou média que há um deslocamento mais nítido no sentido de atribuírem uma maior importância futura.

3.2.2. Análise da Utilização de Desenhos e Modelos Industriais

Tal como em relação a Patentes e Modelos de Utilidade, construiu-se um quadro-síntese dos factores associados à importância no passado e à utilização no passado/no futuro dos Modelos e Desenhos Industriais.

Em relação às atitudes nota-se um padrão bastante próximo do observado no ponto anterior para o caso das Patentes e Modelos Industriais. Uma diferença significativa é detectável, contudo, para a variável “conhecimento do INPI”, que aparece sem relação com a importância atribuída aos Modelos e Desenhos Industriais.

No respeitante ao uso, nota-se alguma coincidência com o perfil de factores associados às atitudes, anteriormente descrito a propósito da importância atribuída a este grupo de modalidades no passado recente.

É de salientar que quer no respeitante ao interesse, quer no respeitante ao uso passado e às intenções de uso futuro, as Indústrias de Média-Baixa Tecnologia são as que mais se destacam, sendo acompanhada, embora a uma certa distância, pelas Indústrias de Média-Alta Tecnologia e pelas Indústrias de Baixa Tecnologia.

Quadro 3.10 – Análise da associação entre o “grau de importância atribuído a” e a “utilização (no passado e prevista no futuro)” de Modelos e Desenhos Industriais

	Importância no Passado	Usou no Passado	Vai usar no Futuro
Distribuição sectorial (teste: distribuição desigual pelos sectores)	***	**	**
Empresa autónoma/integrada em grupo	#	#	#
Com capital nacional/com capital estrangeiro	*	#	#
Fundação da empresa (antes ou depois de 1990)	#	#	#
Dimensão (emprego)	****	****	****
Dimensão (volume vendas)	*	**	*
Mercado (outras empresas/consumidores finais)	#	#	#
Mercado (proporção das vendas para exportação)	****	*	**
Autonomização da área de “novos produtos e processos”	****	****	****
Contratação externa de serviços relacionados com “novos produtos e processos”	***	**	****
Peso do orçamento de I&D nas vendas	****	****	****
Peso do orçamento design/estilismo/modelação nas vendas	****	****	****
Peso do orçamento de engenharia do produto nas vendas	****	****	****
Teve (ou não) inovações susceptíveis de protecção	****	***	****
Conhece (ou não) INPI	#	*	#
Usou ou vai usar (ou não) serviços de PI	***	****	****

Passado/Futuro

Em relação à importância atribuída aos Desenhos e Modelos Industriais no “passado” e no “futuro”, constata-se quase 1/4 dos inquiridos vão atribuir no futuro maior importância a estas modalidades. Só no grupo dos que afirmam atribuir “baixa” importância na actualidade a estas modalidades se nota um predomínio das respostas que afirmam que ainda lhes irão atribuir menor importância no futuro.

3.2.3. Análise da Utilização de Marcas e Outros Sinais Distintivos.

Também para as Marcas e Outros Sinais Distintivos se procedeu à construção de um quadro-síntese dos factores explicativos da importância (no passado) e da utilização (no passado/no futuro) deste grupo de modalidades de PI, à imagem do que havia sido feito para as Patentes e Modelos de Utilidade e para os Modelos e Desenhos Industriais.

Sintomaticamente existe um conjunto de variáveis, de igual ou equivalente natureza, que continua a manifestar um grau de associação elevado em relação à importância (no passado) e à utilização (no passado/no futuro) do grupo de modalidades de PI em causa. Essas variáveis incluem a existência de uma área de *marketing* autonomizada na empresa, a realização de contratação externa de serviços relacionados com *marketing*, o emprego de maiores orçamentos em *marketing*, e o conhecimento do INPI e a maior utilização dos seus serviços. Constata-se neste caso também uma forte associação do interesse e da utilização, tanto no passado como no futuro, com as variáveis dimensionais e, apenas em relação à utilização, com as variáveis de orientação para o mercado.

Em termos sectoriais, há evidência da distribuição do interesse e da utilização (passada/futura) pelos sectores ser substancialmente distinta, revelando maior destaque nas análises realizadas os sectores industriais – pela seguinte ordem: Indústrias de Alta Tecnologia, de Média-Alta Tecnologia, de Baixa Tecnologia e de Média-Baixa Tecnologia – e também, embora de forma bastante menos evidente, os Serviços de Alta Intensidade Informacional.

Quadro 3.11 – Análise da associação entre “o grau de importância atribuído a” e “a utilização (no passado e prevista no futuro)” de Marcas e Outros Sinais Distintivos

	Importância no Passado	Usou no Passado	Vai usar no Futuro
Distribuição sectorial (teste: distribuição desigual pelos sectores)	***	****	****
Empresa autónoma/integrada em grupo	***	***	#
Com capital nacional/com capital estrangeiro	***	#	#
Fundação da empresa (antes ou depois de 1990)	*	#	*
Dimensão (emprego)	****	****	****
Dimensão (volume vendas)	****	****	****
Mercado (outras empresas/consumidores finais)	#	**	**
Mercado (proporção das vendas para exportação)	**	***	**
Autonomização da área de “marketing”	****	****	****
Contratação externa de serviços relacionados com “marketing”	****	****	****
Peso do orçamento de marketing nas vendas	****	****	****
Teve (ou não) activos susceptíveis de protecção por marcas	****	****	****
Conhece (ou não) INPI	****	****	****
Usou ou vai usar (ou não) serviços de PI	****	****	****

Passado/Futuro

No respeitante à importância atribuída às Marcas e Outros Sinais Distintivos no “passado” e no “futuro”, constata-se que quase 2/5 dos inquiridos vão atribuir no futuro maior importância a estas modalidades. Isto verifica-se entre todos os grupos actuais, mas com especial destaque entre aqueles que já hoje lhes atribuem uma importância “média” e particularmente “alta”.

3.3 Comportamento específico de sectores industriais estratégicos

Iremos de seguida caracterizar um conjunto de sectores, com a finalidade de observar os respectivos comportamentos e traçar perfis quanto ao potencial de pedidos de títulos de PI. Tal análise decorre de, entre outras razões, assumirem esses sectores relevância estratégica na economia portuguesa ou serem potenciais utilizadores de algumas modalidades de PI.

Estes sectores são a Cerâmica, o Vidro (ambos sectores de “média-baixa tecnologia”), o Calçado, o Têxtil, o Vestuário, e o Mobiliário (todos de “baixa tecnologia”). Estes sectores serão comparados com a média da população, para tornar claros os seus traços distintivos.

3.3.1. Descrição sumária da população

Começaremos esta secção por um inventário sumário das características da população (valores extrapolados da amostra respondente ao inquérito-base, representativa da totalidade das empresas portuguesas). Tal permitir-nos-á em seguida desenhar o perfil dos vários sectores, com a ajuda do conjunto de variáveis-chave eleitas para este fim.

Caracterização do mercado

- Tipo de clientes:
"Outras empresas" – 63%; "Consumidores finais" – 37%
- Peso das exportações na facturação:
"0-10%" – 86,5%; "10-25%" – 2,5%; "25-50%" – 3%; "+ 50%" – 8%

Capacidade inovadora e competências comerciais

- Existência de uma unidade de concepção de novos produtos/processos ... auto nomizada dentro da empresa na empresa:
"Sim" – 18,5%; "Não" – 81,5%
- Recursos a serviços externos de concepção de novos produtos/processos:
"Sim" – 16,0%; "Não" – 84,0%
- Existência de uma unidade de *marketing* na empresa:
"Sim" – 21,7%; "Não" – 78,3%
- Recursos a serviços externos de *marketing*:
"Sim" – 22,7%; "Não" – 77,3%
- Empresa teve invenções susceptíveis de serem protegidas por Patentes e Modelos de Utilidade e/ ou Desenhos e Modelos Industriais:
"Sim" – 15,8%; "Não" – 84,2%
- Empresa dispõe de activos susceptíveis de serem protegidos por Marcas e Outros Sinais Distintivos:
"Sim" – 28,7%; "Não" – 71,3%

Importância conferida à PI

- Importância no passado de Patentes e Modelos de Utilidade:
"Baixa" – 73,1%; "Média" – 17,4%; "Alta" – 9,5%
- Importância no futuro de Patentes e Modelos de Utilidade:
"Baixa" – 22,4%; "Média" – 63,6%; "Alta" – 14,1%
- Importância no passado de Marcas e Outros Sinais Distintivos:
"Baixa" – 54,0%; "Média" – 28,2%; "Alta" – 17,8%
- Importância no futuro de Marcas e Outros Sinais Distintivos:
"Baixa" – 14,7%; "Média" – 55,1%; "Alta" – 30,2%
- Importância no passado de Desenhos e Modelos Industriais :
"Baixa" – 78,4%; "Média" – 12,1%; "Alta" – 9,5%
- Importância no futuro de Desenhos e Modelos Industriais :
"Baixa" – 25,8%; "Média" – 54,9%; "Alta" – 19,2%

Utilização da PI

- A empresa pediu Patentes e Modelos de Utilidade desde 1990:
"Sim" – 4,2%; "Não" – 95,8%

- A empresa tenciona pedir Patentes e Modelos de Utilidade a médio prazo:
"Sim" – 9,6%; "Não" – 90,4%
- A empresa pediu Marcas e Outros Sinais Distintivos desde 1990:
"Sim" – 17,7%; "Não" – 82,3%
- A empresa tenciona pedir Marcas e Outros Sinais Distintivos a médio prazo:
"Sim" – 22,5%; "Não" – 77,5%
- A empresa pediu Desenhos e Modelos Industriais desde 1990:
"Sim" – 2,6%; "Não" – 97,4%
- A empresa tenciona pedir Desenhos e Modelos Industriais a médio prazo:
"Sim" – 8,2%; "Não" – 91,8%

Contacto com o INPI

- Empresas que conhecem o INPI:
"Sim" – 39%; "Não" – 61%
- Empresas que utilizam ou tencionam vir a utilizar serviços relacionados com a PI:
"Sim" – 19%; "Não" – 81%

3.3.2. Cerâmica

Caracterização do mercado

Este sector é classificado pela OCDE como sendo de média-baixa tecnologia. Em Portugal, as empresas deste sector dedicam maioritariamente (74%) a sua produção ao fornecimento de outras empresas. Por outras palavras, comparando com a média da população, este aparece predominantemente como produtor de bens intermédios que serão utilizados na produção de outras empresas. Este sector é o mais extrovertido do conjunto dos sectores da população empresarial estudada quanto às suas vendas para exportação.

Capacidade inovadora e competências comerciais

Uma grande proporção de empresas deste sector (47%), declara possuir uma área autónoma vocacionada para a concepção e desenvolvimento de novos produtos. Uma proporção semelhante (45%), e também claramente acima da média da população, indica recorrer a serviços externos nesta área. Uma proporção maior de empresas detém uma área de *marketing* autonomizada dentro da empresa (64%), enquanto que uma proporção não tão elevada procura este tipo de serviços no mercado (35%). Este é aparentemente um sector forte quanto à tradução de capacidades inovadoras e criativas em resultados concretos, uma vez que 48% das empresas afirma possuir invenções susceptíveis de protecção por via de Patentes e Modelos de Utilidade e/ou Desenhos e Modelos Industriais e 53% declara dispor de activos capazes de serem protegidos por Marcas e Outros Sinais Distintivos.

Importância conferida à PI

Para a esmagadora maioria deste sector, cerca de 74% das empresas, as Patentes e Modelos de Utilidade tiveram, no entanto uma baixa importância no passado. Quando ao futuro, 76% das empresas atribuirão uma igual importância a médio prazo. O número de empresas que crê que as Patentes e Modelos de Utilidade serão mais importantes para as actividades futuras é de aproximadamente 21%, uma expectativa acima da

média da população empresarial portuguesa. No caso das Marcas e Outros Sinais Distintivos, as disposições são mais favoráveis: cerca de 41% das empresas atribuíram uma importância "média" e "alta" a esta modalidade e aproximadamente 50% atribuíram uma importância futura superior à importância atribuída no passado. Por fim, os Desenhos e Modelos Industriais mereceram uma importância "média" de 62% das empresas e uma importância "alta" por parte de 20% das empresas, ou seja, proporções muito superiores à generalidade da amostra global. No futuro, 100% das empresas atribuirão uma importância "igual" ou "superior" (a maioria) aos Desenhos e Modelos Industriais .

Utilização da PI

A proporção de empresas a pedir Patentes e Modelos de Utilidade desde 1990 foi de 30%, ou seja, um total de empresas muito acima da média da população. Neste sector 44% das empresas tencionam pedir novos registos a médio prazo. Este é o sector com maior utilização actual e utilização provável num futuro próximo no conjunto de todos os ramos de actividades ventilados. Esta indústria tem também uma proporção de empresas (24%) que pediram registos de Marcas e Outros Sinais Distintivos acima da média, sendo que no futuro próximo cerca de 60% das empresas pensam vir a pedir esta modalidade. Este sector é ainda aquele que tem uma maior proporção de empresas que pediu Desenhos e Modelos Industriais desde 1990. A proporção de empresas que pensa pedir esta modalidade no futuro também é significativa, 20%.

Contacto com o INPI

Cerca de 30% das empresas do sector conhecem o INPI, o que, curiosamente, coloca este sector abaixo da média da população que é de aproximadamente 40%. No entanto, a proporção de empresas que utilizam/tencionam vir a utilizar serviços relacionados com a PI (44%) situa-se substancialmente acima da média da generalidade das empresas e também dos sectores que analisamos especificamente nesta secção.

3.3.3. Vidro

Caracterização do mercado

As empresas desta indústria, também considerada de média-baixa tecnologia pela OCDE, estão sobretudo viradas para o fornecimento de outras empresas: apenas 11,8% interagem directamente com consumidores finais, contra 37% da população empresarial. Este sector também evidencia uma proporção acima da média ao nível de empresas intensamente exportadoras, contudo não é tão virado para os mercados internacionais como a indústria Cerâmica.

Capacidade inovadora e competências comerciais

Somente 17% das empresas vidreiras autonomizaram a concepção de novos produtos/processos enquanto unidade dentro da empresa, o que coloca este sector abaixo da média da população. Esta indústria encontra-se também abaixo da média quanto à proporção de empresas que recorrem a serviços externos de concepção de novos produtos/processos ou similares: somente 10% contra 16% na população. Este sector encontra-se, porém, acima da média no que toca à percentagem de empresas com um departa-

mento de *marketing* próprio (32%), mas novamente abaixo da média quanto à proporção de empresas que recorrem a serviços externos de *marketing* (17%). Este sector tem tido, contudo, um desempenho na média da população quanto à proporção de empresas dispondo de invenções e activos de *marketing* susceptíveis de protecção por via de Patentes e Modelos de Utilidade/Desenhos e Modelos Industriais e Marcas e Outros Sinais Distintivos, de 16% e 28% respectivamente.

Importância conferida à PI

No passado a importância atribuída a Patentes e Modelos de Utilidade foi “baixa” para 61% das empresas, ainda assim existiram 19% das empresas do sector concedendo uma importância “alta” a esta modalidade, o que ultrapassa em muito a média da população. No futuro esta situação deverá alterar-se progressivamente, uma vez que não será de esperar que as empresas dêem menor importância a esta modalidade, sendo que 20% das empresas indicam uma alteração positiva da relevância de Patentes e Modelos de Utilidade. O caso das Marcas e Outros Sinais Distintivos aponta para a existência de uma polarização entre as empresas que atribuem “baixa” importância (50%) e “média” e “alta” importância (39% e 11%). Esta situação deverá desequilibrar-se gradualmente a favor de uma importância “média” e “alta” para as empresas desta indústria. Quanto aos Desenhos e Modelos Industriais, contrariamente à Cerâmica, eles têm tido uma importância predominantemente “baixa” (para 70% das empresas), embora também aqui haja indícios de um crescimento de importância no futuro.

Utilização da PI

Uma proporção de 20,4% de empresas no total do sector do Vidro afirma recorrer às Patentes e Modelos de Utilidade desde o 1990, o que coloca este sector logo a seguir à Cerâmica ao nível de intensidade de uso desta modalidade. Cerca de 23% das empresas pensam pedir novos títulos a médio prazo. No âmbito de Marcas e Outros Sinais Distintivos, o sector encontra-se também acima da média nacional, embora apenas ligeiramente, com cerca de 18% das empresas tendo pedido registo desta modalidade desde 1990. A estimativa é que num futuro próximo 26% das empresas recorram em breve a esta modalidade. Cerca de 10% das empresas pediram registos de Desenhos e Modelos Industriais no passado recente, mas uma proporção maior, 26%, prevê dirigir pedidos a médio prazo.

Contacto com o INPI

Cerca de 17% das empresas do sector afirma conhecer o INPI, valor muito abaixo da média geral. A proporção de empresas que utiliza ou tenciona vir a utilizar serviços relacionados com a PI situa-se nos 25%, portanto acima da média da população.

3.3.4. Calçado

Caracterização do mercado

Pertencendo às indústrias de baixa tecnologia, segundo a classificação OCDE, este sector é o mais internacionalizado nas suas vendas, com aproximadamente 58% das empresas exportando mais de 10% do valor da produção. Cerca de 99% das empresas deste sector fabricam sobretudo para outras empresas.

Capacidade inovadora e competências comerciais

Com cerca de 68% das empresas declarando dispor de uma unidade de investigação em novos produtos e/ou processos, o Calçado revela-se a indústria com um maior compromisso com a formalização interna deste tipo de actividades logo a seguir às Indústrias de Alta Tecnologia. Este sector está também acima da média quanto ao recurso a serviços externos de concepção de novos produtos/processos, com 25% de empresas declarando a procura deste tipo de actividades fora de portas. No que toca à área de *marketing*, 50% das empresas declaram possuir um departamento autónomo e 38% dizem contratar serviços externos (ambos os valores são superiores à média do universo das empresas). Este sector está na média da população no tocante ao ter tido invenções susceptíveis de protecção por Patentes e Modelos de Utilidade e/ou por Desenhos e Modelos Industriais. Contudo, apresenta-se relativamente mais forte em termos de competências comerciais, uma vez que aproximadamente 40% das empresas indicam ter desenvolvido activos susceptíveis de protecção por via de Marcas e Outros Sinais Distintivos, uma percentagem substancialmente acima da média da generalidade das empresas (que é de aproximadamente 29%).

Importância conferida à PI

Para este sector a importância de Patentes e Modelos de Utilidade no passado tem sido repartida sobretudo entre “baixa” (49%) e “média” (44%). Embora a maioria das empresas possa continuar a atribuir a mesma importância que atribuía no passado a esta modalidade, as cerca de 37% de empresas que afirmam vir a conceder mais importância no futuro indicam que a perspectiva das empresas está a mudar. Este sector não se distingue da média da população na importância atribuída a Marcas e Outros Sinais Distintivos no passado. Porém, 38% das empresas indicam passar a atribuir mais importância no futuro, contra apenas 6% que poderão vir a dar menor importância. Por fim, cerca de 50% das empresas atribuíram a importância “média” no passado a Desenhos e Modelos Industriais, mas a expectativa é que esse valor aumente substancialmente no futuro próximo.

Utilização da PI

A percentagem de empresas do sector que pediu a modalidade Patentes e Modelos de Utilidade desde 1990 situa-se em 12%, estando acima da média nacional – este sector situa-se a seguir à Cerâmica e ao Vidro como o terceiro em termos de utilização desta modalidade no passado recente. Cerca de um terço das empresas do Calçado prevê vir a recorrer a esta modalidade a médio prazo. Quanto a Marcas e Outros Sinais Distintivos este é o sector, entre o conjunto de indústrias estratégicas aqui em estudo, que contém a maior proporção de utilizadores no passado recente, isto é, 48% das empresas pediram esta modalidade desde 1990. 65% das empresas indicam tencionar vir a pedir a mesma modalidade no futuro próximo. O dinamismo deste sector parece não se estender contudo aos Desenhos e Modelos Industriais – o Calçado não revela pedidos no passado. No entanto, 25,5% das empresas prevêem formular pedidos de Desenhos e Modelos Industriais a médio prazo.

Contacto com o INPI

Aproximadamente 56% das empresas conhecem o INPI, um padrão muito acima da média da população. A percentagem de empresas que utilizam ou tencionam vir a utilizar serviços relacionados com a PI é de 40%, também muito acima da média.

3.3.5. Têxtil

Caracterização do mercado

As empresas deste sector dedicam-se sobretudo a abastecer outras empresas, visto apenas cerca de 20% terem contacto directo com o consumidor final. Este é também um sector altamente exportador, com uma proporção de 34% de empresas com mais de 10% das vendas obtidas fora do país, o que está claramente acima da média da população que é de 13,5%.

Capacidade inovadora e competências comerciais

Neste sector 46,5% das empresas afirmam dispor de uma unidade autónoma de concepção de novos produtos/processos, enquanto que 34% recorre a serviços externos da mesma natureza, valores estes que estão acima da média. Uma larga maioria das empresas (praticamente 80%) não dispõe de uma unidade autónoma na área do *marketing*, contudo a maior parte das empresas do sector (64%) afirma, ainda assim, recorrer a serviços externos nesta área. A tradução destas capacidades em competitividade no mercado não tem sido fácil: com 13% de empresas indicando invenções susceptíveis de serem protegidas por Patentes e Modelos de Utilidade e/ou Desenhos e Modelos Industriais, o sector situa-se abaixo da média da população neste aspecto. Já no que respeita à criação de activos capazes de serem protegidos por Marcas e Outros Sinais, o sector têxtil encontra-se acima da média, com cerca de 46% das empresas afirmando ser essa a sua situação.

Importância conferida à PI

No passado a importância concedida a Patentes e Modelos de Utilidade foi das maiores entre as indústrias agora em análise e mesmo entre os demais sectores, sendo que é de esperar um aumento continuado da importância para o futuro. Este sector é aquele que maior importância “média” atribui a Marcas e Outros Sinais Distintivos, com cerca de 58% das empresas incluindo-se nessa categoria. Um crescimento substancial da importância atribuída é também de esperar a médio prazo. Quanto a Desenhos e Modelos Industriais, são cerca de 49% as empresas que referem revestir essa modalidade uma “baixa” importância, 27% uma importância “média” e as restantes empresas referindo uma “alta” importância. Este padrão não deverá deslocar-se rapidamente no sentido da “alta” importância.

Utilização da PI

Em termos de Patentes e Modelos de Utilidade, este sector situa-se próximo da média nacional, com cerca de 5% das empresas tendo pedido registos desde 1990. No entanto este é o sector que, logo a seguir à Cerâmica, mais expectativas revela de fazer pedidos a médio prazo: aproximadamente 40% das empresas manifestam essa intenção. As Marcas e Outros Sinais Distintivos foram pedidas por 31% das empresas desde 1990, um desempenho substancialmente acima da média da população empresarial. Este é o sector, entre o conjunto de indústrias estratégicas aqui em estudo, onde mais empresas (73%) indicam pedir a mesma modalidade no futuro próximo. O dinamismo deste sector estende-se também aos Desenhos e Modelos Industriais – o Têxtil é o segundo sector utilizador desde 1990, com 28,4% das empresas tendo pedido a modalidade, um desempenho cerca de dez vezes acima média da população empresarial. As expectativas de utilização futura são também vigorosas, com 13,5% das empresas a prever pedir Desenhos e Modelos Industriais a médio prazo, valor substancialmente acima da média.

Contacto com o INPI

As empresas que conhecem o INPI representam 40% deste sector. A proporção de empresas que utiliza ou pensa vir a utilizar serviços relacionados com a PI é de 50%, ou seja, detecta-se um interesse que é nitidamente o maior entre os sectores que se analisam nesta secção.

3.3.6. Vestuário**Caracterização do mercado**

Este sector vende a sua produção a outras empresas – somente uma minoria de 8% das empresas se relaciona directamente com os consumidores finais. Este é um sector em que convivem muitas empresas dedicadas sobretudo ao mercado interno (aproximadamente 60%) com outras muito vocacionadas para o mercado externo (cerca de 41% das empresas de vestuário exporta mais de 25% da sua produção).

Capacidade inovadora e competências comerciais

O sector do Vestuário revela uma proporção de empresas com desenvolvimento de produtos internamente autonomizado de 46,5% e uma proporção de empresas que realiza recurso externo a concepção de novos produtos/processos de 30%, ambas acima da média. Também na área do *marketing* este sector assinala resultados acima da média, com 33% das empresas possuindo departamento de *marketing* interno e 27% recorrendo a serviços externos especializados na área. A realização deste potencial aparente não tem sido directa: somente 8% das empresas afirmam ter produzido invenções passíveis de protecção por Patentes e Modelos de Utilidade/Desenhos e Modelos Industriais (substancialmente abaixo da média da população e o desempenho mais fraco entre os sectores em análise nesta secção), embora 33% das empresas indiquem dispor de activos que permitem uma protecção formal em termos de Marcas e Outros Sinais Distintivos (acima da média).

Importância conferida à PI

O sector do vestuário é aquele que concentra a maior percentagem de empresas que atribuem uma importância “alta” a Patentes e Modelos de Utilidade (24%), contudo não é de esperar que a importância atribuída cresça substancialmente no futuro. O sector do vestuário é também aquele onde, quer entre os sectores estratégicos quer entre o geral dos outros sectores, uma maior proporção de empresas mais se inclina para conferir uma importância “média” e “alta” às Marcas e Outros Sinais Distintivos (80% no conjunto). É ainda de crer que a importância atribuída às marcas registe um crescimento significativo no futuro. Este sector é também o que mais atribui importância a Desenhos e Modelos Industriais (igualmente 24% das empresas). No futuro a proporção que se crê vir a atribuir mais importância está acima da média da população, mas é a segunda menor no conjunto dos sectores estratégicos agora analisados.

Utilização da PI

12% das empresas de Vestuário afirma ter pedido Patentes e Modelos de Utilidade desde 1990. Uma percentagem maior, cerca de 16%, prevê pedir registos a médio prazo. Quanto a Marcas e Outros Sinais Distintivos, a utilização do sistema é mais forte. Cerca de 41% das empresas pediram registos desta modalidade desde 1990 e 38% estima vir a pedir

num futuro próximo. As empresas que formularam pedidos de Desenhos e Modelos Industriais desde 1990 não chegam a 2%, portanto, uma proporção de utilizadores abaixo da média nacional. Contudo, existem 5,4% que prevêem pedir Desenhos e Modelos Industriais a médio prazo.

Contacto com o INPI

A proporção de empresas que conhecem o INPI é alta, 48%. A utilização e o interesse em vir a utilizar serviços relacionados com a PI é também elevado, 37%, em comparação com a média da população que não chega aos 20%.

3.3.7. Mobiliário

Caracterização do mercado

Este é o sector de baixa tecnologia mais virado para o consumidor final nacional. Dos sectores analisados este é simultaneamente o que mais interage com consumidores finais (38% das empresas) e simultaneamente o que abriga mais empresas para as quais as exportações têm um peso entre 0 e 10% da facturação (cerca de 86% das empresas).

Capacidade inovadora e competências comerciais

De entre os sectores que estudamos nesta secção, o Mobiliário revela os piores resultados em termos de constituição de unidades independentes de concepção de novos produtos/processos, somente cerca de 16% das empresas estão nesta situação. Contudo, uma proporção de empresas de 28% indica recorrer a serviços externos de concepção de novos produtos/processos, um valor claramente acima da média da população. O padrão da área de *marketing* é curiosamente o mesmo: 12% das empresas afirmam ter a área de *marketing* autonomizada dentro da empresa (o pior resultado entre os sectores que estamos a estudar e abaixo da média nacional), enquanto que 31% das empresas acedem a competências de *marketing* através da contratação de serviços externos (acima da média da população). Poderá assim dizer-se que estamos na presença de um sector dependente de competências tecnológicas e comerciais externas. Deste modo, é possível talvez compreender a fraca capacidade de gerar invenções e criar activos susceptíveis de protecção por PI: apenas 10% das empresas do sector dizem ter tido invenções susceptíveis de protecção por Patentes e Modelos de Utilidade e/ou Desenhos e Modelos Industriais e 14% indicam dispor de activos susceptíveis de protecção por Marcas e Outros Sinais Distintivos, ambos os valores substancialmente abaixo da média.

Importância conferida à PI

Para o sector do Mobiliário as Patentes e Modelos de Utilidade são vistas como pouco importantes na esmagadora maioria das empresas, não havendo sinal algum que esta situação evolua no sentido de conferir maior importância no futuro. No que respeita a Marcas e Outros Sinais Distintivos o cenário é similar, 81% das empresas atribuem uma reduzida importância a esta modalidade. Porém, com cerca de 30% a afirmarem que as Marcas e Outros Sinais Distintivos serão mais importantes no futuro do que no passado, é de acreditar que esta situação está a mudar. No caso dos Desenhos e Modelos Industriais, este sector destaca-se uma vez mais pela negativa entre as indústrias estratégicas e por concentrar a maior proporção de empresas (86%) que atribuem uma impor-

tância “baixa” a esta modalidade. A atitude face a Desenhos e Modelos Industriais não deverá mudar no futuro.

Utilização da PI

Dos sectores estratégicos em análise, o Mobiliário é o único a ter uma proporção de utilizadores de Patentes e Modelos de Utilidade desde 1990 (2%) abaixo da média da população empresarial em Portugal (4,2%). No entanto, 7% das empresas crêem vir a pedir registos a médio prazo. Quanto a Marcas e Outros Sinais Distintivos, a proporção de empresas que formularam pedidos desde 1990 é maior (13,4%), mas continua abaixo da média nacional. Dá-se o mesmo caso com a proporção de empresas com expectativas de vir a pedir esta modalidade no futuro, 12%, sendo que a proporção para a população empresarial é de 22%. As empresas que pediram Desenhos e Modelos Industriais desde 1990 não chegam a 1%, portanto, e uma vez mais, uma proporção de utilizadores abaixo da média nacional. Contudo, existem 8,1% que prevêem pedir Desenhos e Modelos Industriais a médio prazo.

Contacto com o INPI

Cerca de 32% das empresas conhecem o INPI, o que coloca este sector novamente abaixo da média da população. As empresas que utilizam ou tencionam vir a utilizar serviços relacionados com a PI são cerca de 18% do total do sector, valor este igualmente abaixo da média.

3.4. Sectores cobertos por inquéritos específicos

Os “inquéritos específicos” foram dirigidos a grupos de empresas constituídos por processos não-aleatórios. Cada um desses grupos foi constituído por empresas que se considerou, a partir de critérios de pré-observação e de outras informações reunidas (incluindo pertença a repertórios públicos), como representativo de utilizadores efectivos ou potenciais de cada um dos três principais grupos de modalidades da PI: as Patentes e Modelos de Utilidade; os Desenhos e Modelos Industriais; e as Marcas e Outros Sinais Distintivos.

Assim, estes inquéritos foram organizados com a intenção de analisar o comportamento de grupos de empresas potencialmente mais utilizadores de cada um dos três grupos de modalidade de PI. É possível, por conseguinte, identificar estas empresas como integrando também grupos de maiores clientes potenciais de serviços oferecidos pelo INPI.

Cada inquérito específico foi ministrado empregando o mesmo questionário do “inquérito geral” mais um conjunto de perguntas, direccionadas para cada um dos três grupos de modalidades referenciados. Há a referir que algumas das empresas constantes da amostra aleatória global foram também inquiridas no âmbito dos inquéritos específicos. Responderam a estes inquéritos 113 empresas, repartindo-se em: 71 para Patentes e Modelos de Utilidade; 15 para os Desenhos ou Modelos Industriais; e 27 para as Marcas e Outros Sinais Distintivos.

No que se segue, reproduziremos as perguntas do questionário específico e reportaremos brevemente as respostas correspondentes.

3.4.1. Estratégia e utilização de modalidades de PI

6.1 Estratégia

No âmbito da gestão estratégica da sua empresa, indique qual o grau de definição da estratégia de Propriedade Industrial no domínio das Patentes e Modelos de Utilidade:

Nulo ☐₁ Baixo ☐₂ Moderado ☐₃ Significativo ☐₄ Elevado ☐₅

6.2 Actividades de registo de direitos de Propriedade Industrial

A sua empresa dispõe de títulos, activos ou em fase de pedido, no domínio das Marcas e Outros Sinais Distintivos, activos ou em fase de pedido, dispõe a sua empresa?

Sim ☐ (Passe à questão 6.3) Não ☐ (Passe já à questão 6.4)

6.3. Títulos pedidos ou detidos

Diga quantos desses títulos a empresa dispõe:

Via Nacional: _____ Outras vias (Via Comunitária, Internacional, Outras) ² _____

- % dos 113 respondentes referem que o grau de definição da estratégia de PI é nulo ou baixo, cerca de 29% respondem que é moderado e somente 25% das empresas indica que têm uma definição de estratégia de PI significativa ou elevada.

- 75 respondentes, ou seja, aproximadamente 68% dos 113, indicam que não dispõem de títulos activos ou em fase de pedido. Entre os vários grupos, os potenciais utilizadores de Desenhos e Modelos Industriais revelam uma tendência acima da média para não utilizarem a modalidade de PI sobre a qual foram especificamente inquiridos. Pelo contrário, os dados dos grupos dos potenciais utilizadores de Marcas e Outros Sinais Distintivos e de Patentes e Modelos de Utilidade apontam para um grau de utilização dessa modalidade acima da média (66,7% e 53,8%, respectivamente, contra 14,3% entre os potenciais utilizadores de Desenhos e Modelos Industriais).

- Em relação à questão sobre o número de títulos nacionais que possuem, 35 dos 113 respondentes referiram ter pelo menos um título. A modalidade das Marcas e Outros Sinais Distintivos é, de longe, aquela onde as empresas pedem mais títulos, tanto a nível nacional como a nível internacional ou comunitário. O número de empresas que revela ter títulos internacionais é também de 35.

3.4.2. Práticas de observação de bases de dados

6.4 Fontes de informação sobre títulos de Propriedade Industrial

Na actividade corrente da sua empresa existe recurso à análise de bases de dados sobre Marcas e Outros Sinais Distintivos para contribuir para a tomada de decisões de *marketing* da empresa?

Não ☐₁ Uso pouco frequente ☐₂ Uso muito frequente ☐₃

- 62,4% das 113 empresas respondentes afirmam não consultar bases de dados, sendo que as empresas potencialmente utilizadoras de Desenhos e Modelos Industriais são as que mais contribuem em termos relativos para esta estatística. O tipo de empresas que tende a indicar um uso positivo, contudo moderado, de bases de dados são as potencialmente utilizadoras de Patentes e Modelos de Utilidade. Por seu lado é

o sub-grupo dos potenciais utilizadores de Marcas e Outros Sinais Distintivos que evidencia uma utilização “muito frequente” de bases de dados.

3.4.3. Factores importantes para a obtenção de PI

6.5 Motivação para a obtenção de Propriedade Industrial

<i>Que importância têm tido/poderão vir a ter os seguintes factores para o registo de Marcas e Outros Sinais Distintivos?</i>	<i>Sem importância</i>	<i>Pouco importante</i>	<i>Muito importante</i>
• Diferenciação competitiva face aos concorrentes	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Factor de prestígio, reputação e imagem da empresa	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Favorecer a estratégia de internacionalização da empresa	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Garantir a realização de parcerias, manter a participação em redes de colaboração	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Obtenção de proveitos através de licenciamento a terceiros	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Permitir cobrar um preço mais elevado no mercado	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Indicação/imposição de parceiros comerciais	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Prolongamento/reforço de protecção conferida por outros instrumentos de Propriedade Industrial	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Protecção das inovações da empresa contra a imitação por terceiros	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Reposicionamento da oferta, apoiar a mudança de estratégia da empresa	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
• Outros (especificar) _____	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

- A PI é geralmente importante para a diferenciação competitiva no seu sector e está associada a grande “prestígio, reputação e imagem” para todos os segmentos de potenciais grandes utilizadores de PI.

- O factor “internacionalização” parece ser relevante para a constituição de estratégias de PI dos grupos potencialmente utilizadores de Patentes e Modelos de Utilidade e Desenhos e Modelos Industriais. No dos potenciais utilizadores de Marcas e Outros Sinais Distintivos, a PI aparentemente não tem facilitado o processo de internacionalização das empresas.

- Para 76,5% dos inquiridos, a PI não acrescenta valor na conquista de novos parceiros comerciais ou na melhoria das vantagens negociais perante parceiros existentes. Embora os dados não permitam descortinar com segurança diferenças evidentes entre os diversos segmentos, a informação disponível sugere que as Patentes e Modelos de Utilidade são relativamente mais importantes na constituição de redes de colaboração e que, por outro lado, o emprego da modalidade dos Desenhos e Modelos Industriais permite o fortalecimento de poder negocial perante parceiros comerciais.

- Os proveitos através do licenciamento apresentam-se como mais importantes para as empresas potencialmente utilizadoras de Patentes e Modelos de Utilidade, seguidas das empresas do segmento dos Desenhos e Modelos Industriais.

- Para os segmentos abordados, a PI não se tem distinguido por permitir uma política de preços mais elevada nos mercados das diversas empresas.

- A PI é vista por uma minoria de empresas (26,5%) como importante no reforço da protecção dos seus activos intangíveis. As respostas das empresas do segmento potencialmente utilizador de Desenhos e Modelos Industriais, sugerem que este factor é relativamente mais importante neste caso, provavelmente devido a uma intensidade de imitação acima da média nas áreas de negócio destas empresas.

- As Patentes e Modelos de Utilidade e os Desenhos e Modelos Industriais podem surgir como importantes para reposicionar a oferta e ajudar à mudança de estratégia nos segmentos potencialmente utilizadores das respectivas modalidades. Por outro lado, as Marcas e Outros Sinais Distintivos não revelam a mesma elasticidade estratégica.

3.4.4. Valor estratégico da PI para as empresas e imitação

6.6 Valor da Propriedade Industrial para a empresa

O actual posicionamento da estratégia de Propriedade Industrial na área de Marcas e Outros Sinais Distintivos tem tido um impacto para a sua empresa,

Muito benéfico ☐₁ Benéfico ☐₂ Indiferente/Inconsequente ☐₃ Prejudicial ☐₄ Muito prejudicial ☐₅

6.7 A Inovação e a cópia

Como classificaria a intensidade da imitação de imagem de marca no seu ramo de actividade?

Muito baixa ☐₁ Baixa ☐₂ Alta ☐₃ Muito alta ☐₄

- Para cerca 37% dos inquiridos, a PI tem tido um impacto benéfico ou mesmo muito benéfico no desempenho da empresa. O segmento das Marcas e Outros Sinais Distintivos distingue-se como aquele em que os benefícios têm sido maiores.

- Para a maioria das empresas (60%), a percepção é que nos seus ramos de actividade a imitação é intensa ou muito intensa. Este padrão surge particularmente intenso na área de Desenhos e Modelos Industriais.

3.4.5. A situação do *software*

6.8 Em relação ao caso do *software*:

Foi criado algum *software* específico no contexto da actividade da empresa?

Sim ☐₂ Não ☐₃

Se Sim, foi protegido/associado a uma Patente ou Modelo De Utilidade?

Sim ☐₂ Não ☐₃

- Esta pergunta sobre a criação de *software* no decurso das suas actividades foi apenas dirigida aos potenciais utilizadores de Patentes e Modelos de Utilidade. Das empresas deste grupo que responderam a esta questão, 9 (65%) afirmaram ter desenvolvido esse tipo de tecnologia. Destas 9, 7 não protegeram essas criações com Patentes e Modelos de Utilidade ou Marcas e Outros Sinais Distintivos, nem recorreu à protecção por via do direito de autor.

PARTE 4

**Análise do inquérito sobre o uso da PI
pelas instituições de investigação**

4.1. Introdução

Esta Parte 4 do relatório apresenta os resultados do inquérito a instituições de investigação realizado no âmbito do presente estudo sobre a utilização da PI em Portugal. Este inquérito, conforme anteriormente referido, pretendeu auscultar o comportamento deste sector perante a PI, que como é sabido constitui um sector com crescente importância neste domínio.

O sistema de investigação nacional tem apresentado níveis de desenvolvimento elevados desde a adesão de Portugal às Comunidades Europeias. O desenvolvimento de Programas Estruturais especificamente orientados para o sistema de investigação contribuiu fortemente para um aumento dos recursos disponíveis e para o desenvolvimento de instituições e investigação de qualidade internacional. Ao mesmo tempo, com a participação em programas europeus de investigação e desenvolvimento tecnológico, os Programas-Quadro, as unidades de investigação nacionais têm intensificado as suas ligações internacionais, em particular europeias, inclusive com parceiros industriais em áreas de alta tecnologia. Estes padrões de crescimento foram recentemente assinalados no relatório europeu de *benchmarking* de políticas de investigação, publicado em 2001 pela Comissão Europeia. Este relatório europeu identifica claramente o acentuado crescimento em termos de produção científica e de recursos humanos nacionais.

Para além deste contexto específico nacional, que já de si é relevante para que seja aqui dada atenção especial a este grupo de instituições, desenvolvimentos no contexto internacional têm também posicionado as instituições de investigação de um modo cada vez mais central no sistema de propriedade industrial.

Em conjunto com as transformações que os sistemas de direitos de propriedade intelectual têm vindo a sofrer, assiste-se a um questionamento crescente das regras que tradicionalmente regularam o trabalho dos investigadores universitários, relativas à livre publicitação dos resultados científicos. Tal passa-se sobretudo em países como os EUA, onde a percepção da cada vez maior relevância comercial de muitas dessas descobertas e o receio da sua utilização gratuita por empresas concorrentes de outros países, têm levado a iniciativas destinadas a estimular a procura de direitos de propriedade por parte das universidades e dos seus parceiros empresariais.

A expressão principal desta tendência foi a promulgação do Bayh-Dole Act em 1980. Tal lei surgiu por se considerar que os resultados da investigação feita com o apoio financeiro federal tinham um aproveitamento comercial muito reduzido, em virtude da impossibilidade legal da utilização dos benefícios decorrentes do licenciamento e transmissão onerosa das patentes. Algumas alterações legislativas que datam de 1984, terão sido feitas com o mesmo objectivo. O problema surgiu porque as invenções ao serem disponibilizadas livremente eram de “todos e não eram de ninguém”; a posse das invenções por várias empresas desmotivava o investimento no seu desenvolvimento, pela impossibilidade de uma utilização em exclusivo que propiciasse o retorno dos investimentos incorridos.

Por outro lado, têm-se tornado notórios casos de sucesso de exploração da propriedade industrial decorrente da investigação académica em áreas de ponta, nomeada-

mente com a emergência do potencial económico da biotecnologia, mas também na área das tecnologias da informação. Universidades norte-americanas têm vindo a recolher rendimentos muito significativos de patentes de que são proprietárias, ainda que esses rendimentos (quer a nível da patente quer da instituição) sejam muito concentrados em poucas universidades.

Ainda que hajam várias vozes contrárias a este argumento, salientando quer a importância da difusão pública do conhecimento científico e da sua apreciação pelos pares, quer o interesse de manter alguma independência entre o patenteamento universitário e o desenvolvimento industrial, a grande maioria dos países tem vindo a realizar ajustamentos aos regimes de propriedade industrial das instituições públicas ou de invenções desenvolvidas com base em financiamentos do Estado. A nível europeu têm também sido desenvolvidos iniciativas nesse sentido. Existem no entanto neste campo grandes variações nos quadros de incentivos, entre os dois extremos da propriedade e lucros serem totalmente atribuídos ou ao investigador individual (ou sua equipa) ou à instituição, e suas variações intermédias.

Também em Portugal foram realizadas alterações com a aprovação de um novo Estatuto da Carreira de Investigação Científica (Dec.-Lei nº 124/99). Ao mesmo tempo que o estatuto passou a consagrar regimes de PI para a investigação de carácter público, regulando a divisão da propriedade entre o investigador ou equipa de investigação e a sua instituição bem como a divisão em duas partes iguais de quaisquer lucros daí provenientes, tornou clara a diferença com o regime aplicado nas universidades, visto que o Estatuto da Carreira Docente Universitária (Dec.-Lei nº 448/79) nada refere quanto a este tema. A introdução do novo regime na carreira de investigação científica cria incentivos, e mesmo obrigações, às instituições públicas de investigação para assumirem um papel mais activo neste domínio, passando a poder realizar receita, face ao quadro anterior que dependia em grande parte da iniciativa individual do investigador. Apesar de haver um vazio legislativo neste campo, as universidades têm também vindo a regulamentar internamente os seus próprios sistemas de PI, com algumas variações e inovações.

Assim, o inquérito que foi realizado a instituições de investigação foi orientado para analisar a prática institucional relativa à PI. Mais do que aferir do registo de patentes (que foi também analisado na base de dados), pretendeu-se caracterizar a existência de estratégias orientadas para a PI nas instituições de investigação e a sua percepção da crescente importância destes temas.

4.2. As instituições de investigação e a PI

As 27 instituições respondentes distribuíram-se pelas seguintes características:²⁷

²⁷ Os dados aqui apresentados devem ser considerados apenas em relação à amostra inquirida, não se podendo considerar como mais do que uma indicação face a um comportamento global deste grupo de utilizadores em Portugal. Os valores percentuais indicados nesta secção são relativos ao número total de respondentes a cada pergunta, o que nem sempre correspondeu ao total dos inquéritos recebidos.

Quadro 4.1 – Caracterização das instituições de investigação

a) Tipo de Instituição			
Universidade Pública	Laboratório do Estado	IPSFL*	Outra (inclui Institutos Politécnicos e Centros Tecnológicos)
33%	7%	37%	22%
b) Dimensão da Instituição			
Menos de 25 investigadores	Entre 25 e 99 investigadores	Entre 100 e 249 investigadores	250 ou mais investigadores
27%	23%	23%	27%

Nota: IPSFL – Instituições Privadas Sem Fins Lucrativos.

Na sua grande maioria, o seu orçamento, superior em 42% dos casos a 2 milhões e meio de Euros, tem origem em financiamentos públicos (56% das respostas indicam financiamentos públicos superiores a 90% das despesas).

Ainda que se tratem, em grande parte, de instituições com alguma dimensão, na sua maioria não têm uma estratégia articulada para questões de PI.

Quadro 4.2 – Existência de uma estratégia de PI

	Sim	Não
Existe responsável por PI	38,5%	61,5%
Existe gabinete para gerir PI	37,0%	63,0%
Existe regulamento interno para gestão de PI	33,3%	66,7%
Existem incentivos ao registo de PI	38,5%	61,5%

O lançamento da rede de GAPIs reflecte-se desde logo neste questionário, como tendo sido um passo inicial para a institucionalização do apoio à gestão da PI em instituições de investigação. Reflecte-se também na articulação a nível interno de um posicionamento mais claro sobre a PI. Como foi anteriormente referido, o enquadramento institucional tem-se mostrado como central nas dinâmicas recentes de apoio ao patenteamento derivado de actividades académicas.

Assim, nas instituições onde existem gabinetes de PI verifica-se também uma tendência para existirem regulamentos internos relativos à gestão da PI, e a considerar-se igualmente o papel de incentivos aos investigadores para o registo de PI.

Na grande maioria das instituições em que existem práticas típicas relativas à titularidade e distribuição de rendimentos sobre direitos de PI, a titularidade é atribuída na totalidade à instituição (62% das respostas). Na verdade, a co-titularidade, ainda sendo a prática recentemente regulamentada para a Carreira de Investigação Científica, é potencial ponto de discórdia e de desaproveitamento de direitos existentes. No caso de financiamentos privados, a prática está menos clarificada (apenas 30% de respostas). No entanto, uma percentagem idêntica das respostas indica igualmente que a titularidade (a 100%) dos direitos de PI nestes casos reverte para a instituição de investigação.

Já no que respeita à distribuição dos rendimentos derivados de licenciamentos de PI, estes são divididos entre a instituição e o inventor em 91% das respostas a esta questão (em 60% destes casos o inventor tem direito a 50% destes rendimentos), podendo ainda esses rendimentos abranger o departamento ou o próprio gabinete de PI.

É ainda curioso que mesmo em investigação maioritariamente financiada por entidades privadas, as respostas não indicam um tratamento preferencial às empresas contratantes, quer no caso da titularidade quer no caso do licenciamento. Este é possivelmente um sinal de que a experiência é ainda reduzida neste campo.

Ainda que a prática de patenteamento nas instituições de investigação suscite frequentes dúvidas face às consequências na actividade tradicional da investigação, orientada para a publicação de resultados, para uma proporção significativa das instituições inquiridas este não é um problema central. Na verdade, 48% das respostas consideraram que a relação entre publicação e patenteamento pode ser considerada neutra, conforme indica o Quadro 4.3.

Quadro 4.3 – Patentes vs. Publicações

	-2	-1	0	1	2	
Patenteamento prejudica Publicação	4%	4%	48%	20%	24%	Publicação prejudica Patenteamento

4.3. Conhecimento e percepção do sistema de PI

É de realçar que a quase totalidade das instituições inquiridas (com excepção de uma) declararam conhecer o INPI. De entre estas, 80% (20) utilizaram ou tencionam utilizar serviços relacionados com a PI, principalmente através do próprio INPI (84%) ou de Agentes Oficiais da PI (84%), sendo que a sua percepção destes serviços é na sua maioria positiva (53% consideraram os serviços do INPI de boa qualidade).

Ainda que a declaração de utilização dos serviços do INPI seja elevada, o baixo índice de utilização dos serviços indicados no Quadro 4.4 sugere que a utilização dos serviços tenha sido limitada à actividade administrativa de solicitação de direitos de PI.

Quadro 4.4 – Uso no passado recente/actualidade e uso esperado no futuro próximo dos serviços do INPI

Relativamente aos seguintes serviços do INPI indique	Utilizou-os no passado recente/actualmente?			Tenciona utilizá-los no futuro (próximos 5 anos)?		
	Não	Usou mas foi pouco útil	Usou e foi muito útil	Não	Moderadamente	Intensamente
Apoio à formulação de pedidos de Direitos de Propriedade Industrial (DPI)	76,1	4,8	19,1	30,9	59,6	9,5
Aconselhamento para obtenção de DPI internacionais	94,7	3,9	1,5	47,4	45,1	7,4
Informação sobre estado jurídico de registos/pedidos de DPI, a nível nacional e internacional	77,6	7,5	15,0	25,8	63,5	10,7
Informação sobre tecnologias patenteadas	97,4	1,2	1,4	44,6	50,2	5,2
Informação sobre DPI que caducaram e são do domínio público	95,0	2,4	2,6	38,9	57,9	3,2

No entanto, o mesmo Quadro indica que existe um claro interesse na intensificação das actividades relacionadas com direitos de PI, para além da formulação de pedidos. Assim, as respostas revelam uma tendência clara para um envolvimento, ainda que moderado, nestas actividades.

O desconhecimento do processo é maior, como seria de esperar, em relação aos processos internacionais, os custos dos quais são também considerados elevados, mas é interessante a conclusão de que os custos do registo nacional não parecem ser os maiores inibidores ao registo de patentes por instituições de investigação nacional.

Quadro 4.5 – Classificação dos custos do processo para obtenção de títulos

	1 Desconhece	2 Barato	3 Acessível	4 Caro	5 Muito Caro
Taxas de pedido e outros procedimentos do INPI	15,8%	10,5%	68,4%	5,3%	0%
Taxas de manutenção anual de direitos de PI nacionais	15,8%	5,3%	73,7%	5,3%	0%
Custos dos Agentes Oficiais de PI	26,3%		10,5%	26,3%	36,8%
Custos de pedido de Patente Europeia	26,3%			47,4%	26,3%
Custos de pedido de Marca Comunitária	38,9%		16,7%	27,8%	16,7%
Custos de informação/pesquisas	36,8%		31,6%	26,3%	5,3%
Traduções	47,4%			31,6%	21,1%

4.4. Utilização de diferentes modalidades de Propriedade Intelectual

Como já foi concluído através da análise da base de dados retrospectiva de PI, as instituições de investigação mostram-se activas neste processo. Efectivamente, 52% das instituições que responderam a esta questão indicaram ter patentes vigentes ou pendentes. No cômputo geral, as 13 instituições que declararam ter patentes ou pedidos em curso declararam a existência de 121 patentes vigentes ou pendentes, das quais 38, o que significa perto de um terço, foram pedidas no ano de 2001. Este valor demonstra assim a crescente dinâmica neste campo. Pelo menos mais de um quarto das patentes pedidas em 2001 foram também pedidas enquanto patentes europeias, indicando a existência de algum planeamento estratégico.

Sendo esta dinâmica marcadamente mais recente, não será de esperar que a exploração de direitos de PI em ambiente académico seja particularmente eficaz. 19% de respostas declararam ter obtido receitas de licenciamento de PI e quase 30% também o afirmaram relativamente à transmissão dos direitos. Nesta área o papel de intermediários tecnológicos parece claramente importante. Se cerca de 40% dos respondentes declararam já ter recorrido a '*technology brokers*', perto de dois terços tencionam continuar esta prática ou passar a fazê-lo no futuro, caso não tenha sido esse o caso até agora. O seu papel pode vir a ser crucial na exploração comercial dos direitos de PI, agora em nítida fase de expansão.

É também claro que as patentes são a modalidade de maior importância para este grupo de utilizadores. Conforme o Quadro 4.6 revela, apenas um pequeno número de instituições declaram ter desencadeado processos de registo de outras modalidades de Propriedade Intelectual.

Quadro 4.6 – Processos relativos a outras modalidades de Propriedade Intelectual

	Sim	Não
Marcas e Outros Sinais Distintivos	69,2%	30,8%
Desenhos e Modelos Industriais	92,3%	7,7%
Direitos de Autor relativos a Software e Bases de Dados	80,8%	19,2%
Outros Direitos de Autor	88,5%	11,5%

O valor relativamente reduzido relativo a direitos de autor de *software* e bases de dados é talvez inesperado, devido à particular importância do *software* nas actividades de investigação. As dificuldades associadas a uma protecção adequada a esta tecnologia poderão ser relevantes neste contexto.

PARTE 5

Síntese dos workshops temáticos

5.1. Motivação e enquadramento dos *workshops*

Um dos três passos metodológicos nucleares do estudo agora apresentado, a par da análise das bases de dados históricas do uso da PI e dos inquéritos sobre os padrões de uso actual e prospectivo da PI, centrou-se na promoção de um conjunto de *workshops* temáticos sobre diferentes temas pertinentes. O objectivo primordial dos *workshops* foi o de proporcionar um fórum de discussão entre os diversos actores sobre alguns dos temas mais relevantes relativos à PI no contexto português.

Mais especificamente, estes *workshops* contribuíram para o programa de trabalhos do estudo agora apresentado essencialmente através das seguintes quatro vertentes:

- obtenção de contribuições directas de actores centrais no sistema sobre o tema em causa, proporcionando visões diversificadas, bem como maior detalhe;
- potencial recolha de informação sobre casos específicos de relevo;
- meio de alerta à equipa para possíveis aspectos de importância, não suficientemente explorados até então;
- possível teste preliminar de análises em curso.

Pretendia-se, desta forma, suscitar o debate e identificar questões importantes, eventualmente merecedoras de abordagem subsequente tanto no plano da reflexão e da análise estatística como no da proposta de medidas de política sobre PI. Cada um destes *workshops* teve a presença de cerca de 12-18 participantes, distribuídos entre peritos convidados, técnicos do INPI e membros da equipa do CISEP. Segue-se uma listagem dos seis *workshops* realizados em diferentes datas, durante o ano de 2002, em parceria e nas instalações do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), em Lisboa.

- "A Utilização da Propriedade Industrial nas instituições de investigação"
- "Novas Empresas de Base Tecnológica e Estratégias de Propriedade Industrial"
- "Invenção e Inventores: Contributo para a Inovação e Efeitos Económicos"
- "Utilização de Desenhos e Modelos Industriais: Vantagens e Tendências"
- "Economia e Estratégia das Marcas e Outros Sinais Distintivos: Padrões de Utilização e Desafios da Política Pública"
- "Empresas Portuguesas Utilizadoras da Propriedade Industrial: Balanço da Utilização de Patentes e Modelos de Utilidade"

A lógica sequencial de apresentação acima enunciada (3 *workshops* centrados em "actores" e outros três centrados em modalidades de PI) não corresponde à sequência cronológica dos *workshops*, que foi diferente.

Todos os *workshops* obedeceram a um formato estandardizado, ocupando uma tarde, de modo a estimular a participação. Sobre cada tema foi elaborado um breve texto introdutório, incluindo um conjunto de questões a debater. Este texto era enviado previamente a todos os convidados, por forma a facilitar a sua preparação e era depois objecto de breve apresentação na abertura de cada *workshop*. O número médio de participantes convidados foi de cerca de dez, pretendendo-se que reflectissem adequadamente o leque de tópicos e actores relevantes para cada tema. Para além dos convidados, intervieram igualmente elementos do INPI e da equipa do projecto²⁸.

²⁸ As Actas dos seis workshops, incluindo as listas de participantes, podem ser consultadas no Anexo.

De um modo geral, os resultados obtidos corresponderam às expectativas, tendo-as mesmo excedido em alguns casos em que a vivacidade dos debates e as sinergias e/ou contrastes entre as diferentes posições, permitiram identificar não só restrições mas também eixos de actuação a desenvolver.

Vamos proceder, de seguida, a uma apresentação sintética dos resultados obtidos em cada *workshop*. Nos pontos subsequentes, serão identificados os principais resultados obtidos em cada um dos *workshops* e as conclusões globais retiradas desta iniciativa no seu conjunto.

5.2. Síntese dos Resultados dos *Workshops*

5.2.1. *Workshop* 1 – “A Utilização da Propriedade Industrial nas Instituições de Investigação”

Posicionamento das Questões

A utilização da PI por instituições de investigação é uma área que tem sofrido grandes alterações nos tempos mais recentes. Tais alterações devem-se em parte a evoluções no campo científico, nomeadamente em áreas como a biotecnologia, que têm dado origem a um número crescente de patentes. Devem-se também a modificações no quadro institucional, por vezes conduzindo a maiores incentivos ao recurso à PI por parte daquelas instituições. Em particular, a aprovação nos Estados Unidos da Lei Bayh-Dole, em 1980, tem sido considerada como um estímulo importante para o significativo aumento do registo de patentes por instituições de investigação naquele país. Apesar das críticas à Lei Bayh-Dole e à variabilidade no quadro de incentivos atribuídos, a grande maioria dos países têm vindo a realizar ajustamentos aos regimes de PI das instituições públicas ou de invenções desenvolvidas com base em financiamento do Estado.

Também em Portugal foram realizadas alterações recentemente com a aprovação do novo Estatuto da Carreira de Investigação Científica (Dec.-Lei nº 124/99). Ao mesmo tempo que o estatuto passou a consagrar regimes de PI para a investigação de carácter público, regulando a divisão dos direitos (co-propriedade) entre o investigador ou equipa de investigação e a sua instituição, bem como a divisão em duas partes iguais de quaisquer lucros daí provenientes, tornou clara a diferença face ao regime aplicado nas universidades, visto o Estatuto da Carreira Docente Universitária (Dec.-Lei nº 448/79) nada referir quanto a este tema. A introdução do novo regime na carreira de investigação científica cria incentivos, e mesmo obrigações, às instituições públicas de investigação para assumirem um papel mais activo neste domínio, passando a poder realizar receita, face ao quadro anterior que dependia em grande parte da iniciativa individual do investigador. Apesar de haver um vazio legislativo neste campo, algumas universidades têm também vindo a regulamentar internamente os seus próprios sistemas de PI.

Tendo em conta o baixo nível de patenteamento em Portugal, o *workshop* pretendeu analisar as condições de registo de patentes em instituições de investigação. Para isso, partiu-se de um diagnóstico da situação actual (Qual o potencial de utilização existente? Quais os factores favoráveis? Quais os principais obstáculos?) e procurou-se reflectir sobre as direcções futuras, designadamente quanto à alteração do regime existente e à facilitação, ou não, do registo das invenções realizadas por instituições de investigação.

Resultados

A troca de impressões efectuada foi extremamente rica, tendo permitindo apresentar experiências variadas e discutir processos de gestão dos direitos de PI por parte das instituições de investigação, bem como as acções a desenvolver no sentido de maximizar o valor do *stock* de conhecimentos gerado por aquelas instituições. As principais conclusões obtidas foram as seguintes:

- Salvo algumas excepções, *não tem existido qualquer estratégia definida, a nível de cada instituição, relativamente à utilização da PI para protecção dos resultados da investigação efectuada*. As decisões de obtenção/comercialização de patentes tendem a ser feitas numa base *ad-hoc*, em função da sensibilidade e capacidade de iniciativa dos inventores.
- *As Universidades e as instituições de investigação apresentam, em regra, uma dupla incapacidade em identificar o valor e a patenteabilidade dos resultados obtidos e em detectar potenciais interessados na sua exploração comercial*. Dito de outro modo, existe uma grande dificuldade em promover a exploração comercial dos resultados da investigação.
- *A excessiva desarrumação do ordenamento jurídico nacional constitui um obstáculo adicional à utilização da PI*: a disparidade de situações entre os estatutos de carreira de investigador e docente e os problemas associados à co-propriedade dos direitos de PI, estabelecida no primeiro, não favorecem a criação de regras uniformes e claras de comportamento. Daí a necessidade da regulamentação própria, já definida em algumas instituições.
- *Existe pouca informação sobre os investimentos e o funcionamento do sistema de PI*: não obstante as iniciativas já desenvolvidas, designadamente a criação das GAPIS, mantém-se um substancial desconhecimento do sistema de PI por parte dos investigadores e um desconhecimento do que pode ou não ser patenteado/protegido por PI.
- *Não existem políticas claras relativamente à opção entre o registo de patente, para uma posterior comercialização ou licenciamento, e a criação de empresas pelos próprios investigadores*.
- *Parece haver consenso quanto à necessidade de dinamizar o mercado de tecnologia e ao papel dos intermediários tecnológicos no estabelecimento de uma ponte entre as instituições de investigação detentoras de patentes e as empresas eventualmente interessadas na sua aplicação comercial*. Foi suscitada, a propósito, a questão da possível coordenação das instituições a nível nacional como forma de ganhar escala e poder de negociação.
- *Finalmente, não estando os investigadores sensibilizados para a protecção por PI e sendo a sua agenda marcada fundamentalmente pelas publicações e incentivos do mundo da ciência, por um lado, e não havendo nas instituições gabinetes especificamente vocacionados para a protecção dos resultados da investigação, por outro, muitas oportunidades acabam por se perder*.

5.2.2. Workshop 2 – “Novas Empresas de Base Tecnológica e Estratégias de Propriedade Industrial”

Posicionamento das Questões

As novas empresas de base tecnológica (NEBT) são agentes de dinamismo e de competitividade nacional através de competências científicas e tecnológicas e do conhecimento

gerado. Sendo a sua actividade intrinsecamente ligada à inovação tecnológica, coloca-se a questão da forma de apropriação dos avanços conseguidos, isto é, do modo como preservam e retiram rendimentos desses avanços. Neste âmbito, as patentes de invenção – a modalidade de PI particularmente orientada para a protecção da invenção de novas tecnologias – podem ter um papel relevante. Encontram-se, assim, na charneira de áreas crescentemente prioritárias a nível de políticas públicas, que têm vindo a salientar a importância da inovação, da ciência e tecnologia e da protecção da PI. Torna-se assim particularmente importante analisar o seu posicionamento neste domínio e as estratégias que desenvolvem de protecção das suas competências e inovações.

A PI pode ter, de facto, um papel central para estas empresas, embora em áreas onde o progresso tecnológico é extremamente rápido, outras formas de protecção informal poderão ter maior relevância e serem mais consonantes com o ciclo de vida do produto, por vezes claramente desfasado do período necessário à obtenção de direitos de PI, ou mesmo do período de protecção que tais direitos conferem. Pelo contrário, em determinadas áreas, os investimentos iniciais têm uma clara perspectiva de médio-prazo pelo que a obtenção de patentes pode ter um papel central não só perante os investidores (nomeadamente empresas de capital de risco) ou investidores potenciais, como materialização de resultados, mas também enquanto activos transaccionáveis da empresa.

Por outro lado, deve-se reconhecer que a PI não tem uma função única de protecção dos activos intelectuais no âmbito da estratégia das empresas. Na verdade, ao proteger formalmente as suas invenções, uma empresa pode na realidade estar a procurar, por exemplo, a publicitação da existência destes e um correspondente posicionamento no mercado, utilizando assim a PI como instrumento de sinalização, para o estabelecimento de possíveis parcerias ou para conquista de financiamentos.

Em síntese, este *workshop* propôs-se discutir, de modo informal, os desafios que se colocam no campo da propriedade industrial e da protecção de activos centrais destas empresas, nomeadamente através do registo de patentes de invenção e analisar o desenvolvimento de estratégias de PI por novas empresas de base tecnológica portuguesas. Tendo em conta o baixo nível de patenteamento em Portugal, pretende-se analisar o potencial do registo de patentes, partindo de um diagnóstico da situação presente – quais os factores favoráveis a esta utilização e quais os factores inibidores – e analisar direcções futuras.

Resultados

A troca de impressões entre os cerca de 20 participantes no *workshop* foi muito rica e viva, permitindo identificar um conjunto de eixos relevantes acerca do papel da PI na estratégia das NEBT e das acções a desenvolver no sentido de promover a sua afirmação competitiva.

- *O papel da PI na estratégia das NEBT depende, em larga medida, do tipo de actividade desenvolvido.* Assim, em dois grupos de sectores com grande expressão nas NEBT, tem-se:
 - Na *biotecnologia* e na *farmacêutica* os investimentos de PI constituem parte integrante dos respectivos planos de negócio desde a sua criação, surgindo como elemento decisivo para a afirmação no mercado. A PI, e designadamente a gestão das patentes, é central para a sobrevivência e expansão das empresas.

- Nas *tecnologias de informação*, a PI assume menor relevância. Ao invés da protecção, são a velocidade de desenvolvimento de produto, a reputação e o serviço ao cliente (i.e. redes de distribuição) que aparecem como as variáveis fundamentais para determinar o progresso das empresas. Em particular, no sector do *software* a protecção formal é bastante fragmentada e imperfeita. Apenas uma das empresas revelou estar a ponderar pedir uma patente internacional na área de computação de alto desempenho.
- *As empresas que recorrem mais à PI lamentam, no entanto, a insuficiência de profissionais qualificados para apoio à instrução dos processos de patenteamento e valorização dos activos detidos e a morosidade na instrução e decisão dos processos.*
- *Em contrapartida, para as empresas de tecnologias de informação o principal obstáculo está na fragmentação dos sistemas de protecção de propriedade intelectual (e.g. copyright e patentes) e não uniformidade de critérios a nível global (e.g. patenteabilidade de software e modelos de negócio na Europa e nos EUA), criando barreiras à gestão global dos activos passíveis de serem protegidos por PI.*
- *Os elevados custos de pedido e manutenção de patentes e a inadequada legislação sobre a contabilização das despesas com PI são também genericamente considerados como factores dissuasores.* O SIUPI poderia contrabalançar este estado de coisas. Contudo, o facto de o SIUPI estar enquadrado no âmbito do QCA e, consequentemente, sujeito a limites temporais decorrentes desse enquadramento (nem sempre coincidentes com os dos pedidos de direito, designadamente na via internacional – PCT), dificulta a redução dos custos efectivos suportados pelos utilizadores de PI.
- *As relações das NEBT com as Universidades tendem a ser estreitas, dado que na sua maioria constituem spin-offs universitários, mas não deixam de envolver tensões e divergências.* O diálogo parece ser dificultado por dois factores: (a) Estatuto da Carreira Docente Universitária, que funciona como um espartilho e dificulta o estabelecimento de parcerias; e (b) o confronto entre a lógica de publicação universitária e as exigências de tempo, sigilo e empenhamento requeridas para a obtenção das patentes.
- *A dificuldade de valorizar os activos imateriais e mais especificamente os direitos de PI constitui uma limitação no acesso ao capital de risco.* Foi referido que as empresas de capital de risco não estão em muitos casos sensibilizadas para as dinâmicas específicas das NEBT e adoptam uma óptica financeira que compromete a sustentabilidade destas a longo prazo.

5.2.3. Workshop 3 – “Invenção e Inventores: Contributo para a Inovação e Efeitos Económicos”

Posicionamento das Questões

São os inventores independentes que maior número de pedidos de patentes de invenção nacionais depositam no INPI. Este é um potencial que deverá ser devidamente aproveitado, através de uma maior comercialização dessas invenções. Contudo, poucas têm tido um bom resultado comercial, importando por isso analisar os obstáculos responsáveis pelos fracos resultados.

Com este *workshop* pretendeu-se também conhecer melhor o perfil dos inventores independentes e as suas sugestões, de modo informal, para contribuir para melhorar o sistema de propriedade industrial. De entre outros aspectos considerou-se as áreas da tecnologia em que desenvolveram os seus inventos, os incentivos que os conduziram ao processo inventivo, e as motivações que tiveram para recorrer à propriedade industrial. A forma e o ambiente em que criaram os seus inventos é também relevante – trabalharam na invenção com outros inventores, em colaboração com centros de investigação, ou sozinhos? O invento foi desenvolvido em instalações próprias ou no seio da empresa onde laboram?

Neste sentido foram definidos quatro eixos enquadradores dos trabalhos do *workshop*:

- Motivação para a criação do invento – nomeadamente a satisfação pessoal ou o potencial proveito comercial, e os investimentos e ligações necessárias para o desenvolver.
- Motivação para o recurso à protecção pela PI – Para assegurar a autoria ou como protecção comercial? Para assegurar exclusividade ou para licenciamento?
- Internacionalização do invento – Tendo recorrido à patente europeia, internacional ou Euro-PCT, como é realizada a decisão de cobertura geográfica?
- Obstáculos encontrados no sistema de PI – Os apoios existentes são adequados, ou é necessário outro tipo de intervenção? Qual tem sido o papel do INPI neste âmbito? Existe confiança no sistema judicial para combater a violação dos direitos de Propriedade Industrial ou não?

Resultados

Os diversos inventores individuais presentes no *workshop* relataram as suas experiências de invenção, de utilização da PI e de tentativa de aplicação comercial dos seus inventos. Da diversidade das vivências individuais ressalta, no entanto, um conjunto de temas comuns que importa realçar.

- *O processo de obtenção de protecção nacional e internacional é longo, financeira e psicologicamente desgastante*, com dificuldades burocráticas, suspeitas de protecção a certas economias nacionais, insuficiente qualificação dos serviços profissionais neste domínio e falta de apoio público.
- *A comercialização das invenções é dificultada pela ausência de suporte institucional e ausência de meios para assegurar o desenvolvimento do produto em fases mais próximas do mercado (protótipos) e a sua publicitação*: vários participantes relataram as suas vicissitudes para transformar os seus inventos em produtos fabricados industrialmente e comercializados no mercado. O diálogo com empresas potencialmente interessadas nem sempre é fácil e, por vezes, tal interesse parece ser mais orientado para impedir uma exploração efectiva da patente.
- *Os apoios públicos são considerados insuficientes*: deveria haver apoio financeiro não apenas ao processo de registo de direitos de PI, mas também para a valorização das patentes concebidas.
- *Torna-se necessário um melhor enquadramento dos inventores independentes*, em termos de informação, de apoio burocrático e de contactos. Falta um espaço para a avaliação das ideias que permita que surjam os apoios necessários para levar os projectos até à fase de exploração comercial.

5.2.4. *Workshop 4 – “Utilização de Desenhos e Modelos Industriais: Vantagens e Tendências”*

Posicionamento das Questões

Os desenhos e os modelos apresentam uma importância crescente nas estratégias das empresas nas últimas décadas. Um dos aspectos em que o *design* industrial tem ganho importância tem sido no maior apoio ao esforço de inovação da oferta das empresas das mais variadas indústrias, transmitindo uma imagem de qualidade, de modernidade e de valor única. Neste sentido a componente de criatividade ao nível da arquitectura do produto, da embalagem e da escolha dos materiais, tem sido uma via através da qual as empresas têm procurado diferenciar as suas gamas de oferta (ex.: sector automóvel, relojoaria, cerâmica, vidro, alimentação, mobiliário, vestuário e calçado). O *design* contribui também para conceber produtos que são mais simples, mais práticos e mais seguros de usar, bem como mais operacionais ao nível da produção e distribuição. Além disso, o investimento na identidade estética e na coerência visual da imagem das empresas (*corporate image*), como forma de aumentar a qualidade percebida das suas propostas de valor, tem vindo a aumentar consideravelmente.

Face a este contexto, o *workshop* tinha três objectivos principais: (1) analisar o valor dos desenhos e modelos enquanto elementos de diferenciação e de competitividade e aferir o papel estratégico da sua protecção formal; (2) discutir alguns tópicos de fronteira, como a intersecção dos modelos e as marcas tridimensionais, ou entre desenho e os direitos de autor; e (3) partilhar impressões sobre problemas práticos do enquadramento legal e acções que aumentem a eficácia dos modelos e desenhos enquanto modalidade de propriedade industrial.

Resultados

A presença de participantes de diferentes indústrias e instituições proporcionou uma interessante discussão sobre o tema da protecção por modelos e desenhos industriais. Foi possível identificar, um conjunto de tópicos relevantes que se apresentam de seguida:

- *A utilização desta modalidade de PI suscita questões distintas, em função das características das indústrias:* foi claro o contraponto entre a utilização mais ampla no têxtil, vestuário ou mobiliário e o recurso mais limitado no caso dos moldes, por exemplo, em que existem problemas de apropriação face ao peso negocial dos grandes clientes (v.g. moldes para a indústria automóvel).
- *Necessidade de compatibilizar tempo e protecção:* dado que o ciclo de vida dos produtos é cada vez mais breve, os tempos necessários para obter protecção de modelos e desenhos não são, muitas vezes, compatíveis com a necessidade de resposta rápida em mercados sazonais e em que os padrões estão em mudança constante.
- *Dimensão estratégica do design e da protecção:* o *design* tem uma dimensão estratégica cada vez mais relevante, como instrumento de diferenciação dos produtos e de associação à facilidade de manufactura. A protecção actua como um factor dissuasor da cópia, mais do que como um elemento efectivo para fazer valer os direitos da empresa face a terceiros. É importante notar que as empresas orientadas para a exportação parecem recorrer mais à protecção que as vocacionadas para o mercado interno; em alguns casos parecem ser os próprios clientes estrangeiros a aconselhar a utilização de PI nos mercados de destino.

- *No design associam-se componentes diferentes, designadamente a vertente estética e a funcional, o que aconselha muitas vezes a utilização integrada de diversas modalidades de PI:* no entanto, em termos práticos, isso nem sempre se justifica numa lógica custo-benefício uma protecção múltipla, pelo que têm de ser feitas opções a este respeito.

- *A familiaridade das empresas com os instrumentos de PI é limitada:* há muito a fazer neste campo em termos de difusão de informação sobre as vantagens oferecidas pela protecção, através de casos de sucesso, e da denúncia junto da opinião pública de situações de cópia. Há necessidade de credibilizar os instrumentos de PI existentes.

- *As empresas portuguesas têm capacidades internas limitadas na área do design, pelo que tendem a recorrer a gabinetes de design externos:* o diálogo estabelecido envolve dimensões diversas que vão para além do *design*. Todavia, ao contrário do que sucede com muitas empresas estrangeiras, as empresas portuguesas tendem a negligenciar a sua protecção no quadro destas relações, raramente apresentando aos *designers* modelos de contrato para protecção dos seus interesses.

Apesar de tudo o que foi dito, *existe por parte das empresas nacionais uma sensibilização crescente para a importância estratégica do design:* esta é, pensamos, uma condição necessária para, gradualmente, reconhecerem as vantagens da sua protecção através de direitos de PI.

5.2.5. Workshop 5 – “Economia e Estratégia das Marcas e Outros Sinais Distintivos: Padrões de Utilização e Desafios da Política Pública”

Posicionamento das Questões

A importância da marca como elemento de diferenciação e competitividade, é pacificamente aceite. A marca é um dos elementos que contribui para a notoriedade e manutenção dos produtos e serviços aos quais está associada. A utilização da marca como factor constituinte da tomada de decisão na aquisição de bens, é não só homotética com a qualidade percebida, como igualmente determina a formação do preço. É uma das modalidades de propriedade industrial mais familiar aos consumidores, com notoriedade própria. A marca aumenta o potencial nominativo dos bens que representa.

Todavia, embora seja comum em Portugal a utilização de marcas, o seu registo é relativamente limitado, sendo ainda mais escassa a afirmação internacional das marcas portuguesas. O défice de iniciativa empresarial, a predominância de estratégias de preço face a estratégias de diferenciação e a insuficiente sensibilização para a importância do registo da marca, estarão certamente entre os principais factores que determinam a relativa pouca exploração desta modalidade de PI.

O objectivo principal deste *workshop*, foi a análise da marca como ferramenta de diferenciação e de competitividade, de modo a criar uma base de conhecimentos sobre as tendências recentes da gestão das marcas em Portugal. Pretendeu-se, além disso, analisar: (a) as relações entre a marca e os nomes de domínio e com o nome comercial, assim como entre a marca tridimensional e os nomes comerciais; e (b) o uso dessas modalidades de propriedade industrial, como activos intangíveis transaccionáveis – licenciamento, franquias e transmissões onerosas, e também como “activos da empresa” susceptíveis de terem valor financeiro, eventualmente enquadráveis na contabilidade.

Resultados

O amplo leque de experiências e interesses dos participantes no *workshop* permitiu um debate vivo sobre o papel das marcas e lançou interessantes pistas para o aprofundamento dos temas acima identificados. Mais especificamente, são de registar os seguintes aspectos:

- *As marcas têm uma considerável importância no desempenho competitivo das empresas:* todavia, a imagem de marca leva tempo a consolidar e exige uma estratégia continuada de promoção. Ao fim e ao cabo, como se referiu, a marca expressa um conjunto de valores abstractos que existem na mente dos consumidores. Mas, em contrapartida, é necessário ter produtos e/ou serviços de qualidade que dêem suporte à manutenção da notoriedade da marca.
- *Há um défice de marcas portuguesas com afirmação global:* neste campo parece haver lugar para o desenvolvimento de políticas públicas capazes de promover e fazer ressaltar a imagem do País e das marcas portuguesas.
- *A consciencialização das empresas portuguesas para a importância das marcas tem vindo a crescer, mas é ainda limitada:* o défice informacional, levando à confusão entre marca e logotipo, a insuficiente aposta na diferenciação (onde as marcas têm um papel relevante), a não centralização dos processos de registo de firmas e de marcas e a não contemplação contabilística dos custos associados à marca serão factores que militam no sentido de um relativamente reduzido registo de marcas em Portugal.
- *As marcas são cada vez mais utilizadas na Internet,* podendo ter efeitos sinérgicos com as imagens de marca utilizadas nas plataformas tradicionais. A Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN) aceita o comprovativo do pedido de registo de marca no INPI para conceder o domínio “.pt”.
- *O franchising tem conhecido uma significativa expansão em Portugal, embora muito mais na vertente inward que na outward, de projecção externa.* Nesta perspectiva, há indícios, todavia, de uma crescente utilização. Para lançar uma experiência de *franchising* sobre bases sólidas é necessário o registo da marca nos mercados potenciais e a obtenção de uma massa crítica, que passa por ter uma rede de lojas com dimensão considerável.
- *O workshop apontou para o facto de existir uma falta de fiscalização generalizada da legalidade de uso das marcas e sinais distintivos, tanto por parte dos organismos oficiais como dos proprietários dos títulos:* apenas dão entrada no Tribunal de Comércio de Lisboa cerca de 10 a 15 queixas por ano. Além disso, o funcionamento dos tribunais deixa muito a desejar.

5.2.6. Workshop 6 – “Empresas Portuguesas Utilizadoras da Propriedade Industrial: Balanço da Utilização de Patentes e Modelos de Utilidade”

Posicionamento das Questões

De acordo com um estudo sobre o grau de utilização da PI em Portugal, realizado em 1997 pela empresa Roland Berger & Partner, mesmo as empresas utilizadoras (empresas que nos últimos 5 anos à data do estudo haviam recorrido ao sistema de propriedade industrial), não consideraram o recurso às patentes para proteger os seus produtos ou serviços, como um factor de vantagem competitiva. A protecção por patente foi mais valorizada nas indústrias farmacêutica, química e agro-alimentar. Cerca de metade das empresas utilizadoras (cerca de 62 empresas) disseram não recorrer à patente europeia e inter-

nacional, porque o produto só interessa ao mercado nacional, e cerca de 1/3 referiram o problema dos custos. As empresas não-utilizadoras (universo constituído por 604 empresas) consideraram a patente europeia sem interesse (80%) e apontaram três principais razões para este facto: produtos/processos não patenteáveis; a produção destina-se essencialmente ao mercado português; e o risco de cópia. Apenas cerca de 4% apontaram os custos como motivo para não patentearem. As duas principais razões apontadas pelas empresas para não recorrer à patente internacional, foram o facto de os produtos se destinarem essencialmente ao mercado português, e os custos.

Este *workshop* constituiu uma oportunidade para confirmar se os nossos convidados se revêem nestes resultados e para identificar medidas que se deverão adoptar para mudar esta situação. Dado que este *workshop* tratou do balanço da organização de patentes e modelos de utilidade, as seguintes questões de partida animaram a sessão:

- Foi vantajoso escolher as patentes e/ou os modelos de utilidade como mecanismos de protecção das invenções e factor de competitividade?
- Que tipo de estratégia tem estado associada a uma exploração bem sucedida dos direitos: utilização directa dos processos ou produtos protegidos, *sleeping patents*, licenciamento ou transmissão onerosa?
- Outros aspectos, como a eficácia da protecção percebida ex-ante à violação dos direitos de propriedade industrial, ou concretizada por via da compensação da sentença judicial, foram analisados.

Resultados

As posições expressas pelos intervenientes foram bastante influenciadas pelas suas experiências pessoais e das respectivas empresas, permitindo identificar questões muito concretas na gestão dos instrumentos de PI à escala empresarial. Todavia, as experiências relatadas não podem ser encaradas como traduzindo o panorama genérico do uso de PI em Portugal. Pelo contrário, elas realçam a especificidade de certos casos concretos. Sem embargo, será possível sublinhar alguns vectores relevantes para a reflexão sobre a problemática da gestão da PI por empresas portuguesas.

- *Mesmo as empresas mais experientes sentem dificuldades na gestão da PI, nas suas diversas fases:* reconhecimento das ideias patenteáveis e determinação da sua aplicação prática; processo de patenteamento; aplicação comercial; e resposta aos infractores.
- *O know-how sobre como descrever e desenvolver uma ideia, de forma a torná-la patenteável, é muito específico e as empresas carecem, na generalidade, de rotinas organizacionais para lidar com os processos de patenteamento,* os quais tendem a ser levados a cabo de uma forma *ad-hoc*.
- *As empresas têm de se saber defender face aos ataques às suas patentes e aos contrafactores:* se as patentes protegem, elas também alertam os concorrentes para novas possibilidades e incentivam-nas a buscarem um equivalente mais aperfeiçoado, corrigindo um pouco o original. Uma das empresas referiu ter contratado prémios Nobel para produzirem pareceres sobre a sua posição em situações de litígio nos tribunais. Uma questão relevante, neste caso, é a determinação do valor da indemnização a exigir.
- *As patentes têm um papel relevante como sinalizador de competências,* conferindo legitimidade à empresa e indicando-a como potencial parceiro para projectos de cooperação tecnológica.

- *As patentes são alavancas da capacidade de negociação e de diferenciação, ajudando a empresa a consolidar as suas posições e, reforçando o seu poder face a concorrentes e grandes clientes e protegendo elementos intangíveis.*
- *É necessário reforçar e dinamizar os instrumentos de apoio e protecção à utilização da PI e efectuar um investimento significativo na qualificação dos profissionais envolvidos:* a exemplo de outros *workshops* foi referida a vantagem de dinamizar a rede de GAPI, de adaptar os incentivos à utilização da PI e de formar profissionais qualificados, capazes de prestarem serviços que acrescentam, de facto, valor, tanto a nível dos GAPIs como dos Agentes Oficiais de Propriedade Industrial.

5.3. Principais ilações derivadas dos *workshops*

O balanço dos seis *workshops* realizados foi extremamente positivo. Por um lado, juntaram-se actores relevantes no panorama da PI em Portugal e promoveu-se o contacto e o relacionamento entre eles. Por outro, a diversidade de contribuições obtidas permitiu iluminar múltiplos aspectos com implicações para a definição de uma política consistente de PI em Portugal.

Da reflexão sobre as discussões havidas e dos resultados dos *workshops* ressaltam oito eixos de análise, para cada um dos quais é possível destacar as principais conclusões obtidas: instrumentos de PI; funcionamento do sistema; informação; incentivos; actores (empresas e centros de investigação); e mercados.

5.3.1. Instrumentos de PI

- *A utilização dos instrumentos de PI pelos agentes económicos portugueses é limitada, apresentando no entanto variações significativas em função do tipo de instrumentos e da actividade.*
- *As marcas constituem o instrumento mais utilizado, embora o seu registo não seja automaticamente assumido como essencial.*
- *As diferentes componentes do design – estética e funcional – aconselham frequentemente a utilização de protecção múltipla, através de modelos desenhos e marca.*
- *As patentes constituem um vector básico da estratégia para algumas empresas de biotecnologia e de farmacêutica, mas o mesmo não acontece nas tecnologias de informação ou na electromecânica.*
- *A fragmentação dos sistemas de protecção do software e a não uniformidade de critérios a nível global condicionam a gestão global dos activos susceptíveis de serem protegidos por direitos de PI.*

5.3.2. Funcionamento do Sistema

- *As regras de funcionamento do sistema de PI introduzem-lhe uma morosidade excessiva, tendo em conta a dinâmica da economia actual:* este aspecto foi referido em diversas ocasiões, nomeadamente nos *workshops* sobre modelos e desenhos e sobre as principais empresas utilizadoras.

- *Os custos de pedido e manutenção dos direitos, especialmente quando se pretende protecção a nível internacional são elevados, o que condiciona o recurso às patentes, nomeadamente por NEBTs e investidores independentes.*
- *O sistema de PI carece de ser credibilizado, punindo os infractores, o que implica também um melhor funcionamento dos Tribunais.*
- *Falta qualificação e sofisticação no sistema de PI em Portugal: a qualificação e especialização de muitos intervenientes no sistema são insuficientes e os serviços de aconselhamento e apoio neste domínio são escassos, obrigando as principais empresas utilizadoras a recorrer a profissionais estrangeiros para as apoiar nos processos de patenteamento internacional.*

5.3.3. Informação

- *Existe um défice generalizado de conhecimento e informação sobre a PI em Portugal: este nota-se a nível das empresas mas também dos investidores e público em geral. Os GAPIs podem ter um papel relevante no inverter tal situação.*
- *A falta de conhecimento de base por muitos agentes económicos e a marginalidade estratégica da PI condicionam, por outro lado, a capacidade de captar e interpretar a informação relevante.*

5.3.4. Incentivos e Apoios

- *Os prazos do SIUPI, decorrentes do enquadramento no QCA, não se coadunam com os prazos dos pedidos de títulos de PI (em particular nas vias europeia e internacional – PCT), o que condiciona a eficácia deste sistema como mecanismo de dinamização do patenteamento, nomeadamente do patenteamento internacional, pelos agentes económicos portugueses.*
- *A eficácia dos GAPIs passa pela ampliação da extensão territorial da rede e pelo investimento na formação dos seus profissionais.*
- *Os inventores independentes sentem-se desapoitados, não apenas no processo de patenteamento mas também na ausência de um espaço para a avaliação de ideias, de modo a garantir uma maior probabilidade de êxito de aplicação comercial das invenções.*
- *As normas contabilísticas e fiscais existentes dissuadem o recurso à PI, pois não facultam condições vantajosas para a contabilização dos investimentos realizados neste domínio.*

5.3.5. Actores: Empresas

- *Genericamente, a sensibilidade das empresas portuguesas para as questões da PI é limitada, como o é a sua consciencialização para as vantagens que pode proporcionar. Isso expressa-se, por exemplo, no reduzido número de processos apresentados nos tribunais, na insuficiente determinação em prosseguir-los e na utilização de certos instrumentos, como modelos e desenhos, mais por influência dos clientes internacionais que por iniciativa própria.*

- *Excepção feita a um pequeno número de empresas da indústria farmacêutica e biotecnologia, as patentes não constituem um vector relevante nas estratégias das empresas portuguesas.*
- *Mesmo nas empresas mais avançadas, não existem rotinas e procedimentos sistemáticos para a gestão do processo de obtenção de direitos de PI, aspecto que limita a eficácia na utilização do sistema e não permite a profissionalização e especialização internas neste domínio.*
- *As patentes tendem a ser utilizadas como instrumentos de protecção de invenções, mas também como elementos de sinalização de competências com vista a futuras alianças internacionais (caso das NEBT).*

5.3.6. Actores: Instituições de Investigação

- *Falta uma visão colectiva, partilhada por poderes públicos, instituições públicas de investigação e universidades sobre a utilização da PI, a qual seria a base indispensável para as instituições desenvolverem depois regulamentações internas.*
- *As instituições de investigação não têm tido, na generalidade, políticas específicas em matéria de utilização da PI e de gestão dos respectivos instrumentos. Recentemente nota-se, contudo, algum progresso.*
- *Os investigadores universitários estão, em regra, pouco sensibilizados para os temas da PI e para muitos deles a obtenção de patente e a sua colocação no mercado não é relevante.*
- *Aquelas instituições (tanto laboratórios públicos como Universidades) têm dificuldade em avaliar a patenteabilidade dos resultados de investigação, avaliar o seu valor comercial e identificar potenciais interessados na sua aplicação comercial.*
- *O Estatuto de Carreira Docente Universitária condiciona as possibilidades de cooperação com a Indústria e o desenvolvimento de projectos susceptíveis de conduzir a resultados patenteáveis.*
- *A regra de co-propriedade dos direitos de PI estabelecida no Estatuto de Carreira de Investigação não é clara e carece de ser especificada: sem isso corre-se o risco de litígios e divergências que acabam por reduzir a já baixa propensão a patentear.*

5.3.7. Mercados

- *Reconheceu-se a importância dos mercados de tecnologia como factor essencial para permitir uma maior exploração comercial das patentes, especialmente por instituições de investigação e por NEBT, carentes de activos complementares na área comercial. No caso dos inventores independentes o défice nesta área é ainda mais evidente.*
- *Nesse contexto, o papel dos intermediários tecnológicos é muito relevante, pois permitem pôr em contacto oferta e procura. Todavia, trata-se de um tipo de actores que quase não existe em Portugal.*
- *A capacidade de identificar o valor das tecnologias desenvolvidas e das patentes detidas é uma dificuldade sentida por todos os agentes envolvidos, tanto instituições de investigação como empresas.*

PARTE 6

Perspectivas para políticas na área da PI

A questão a dar resposta na presente Parte 6 do estudo é «Como pode o sistema de PI contribuir para o aumento de determinados resultados sociais e económicos desejáveis, incluindo os desempenhos em domínios como 'inovação', 'competitividade' e 'bem-estar'?». As propostas que são apresentadas traduzem o entendimento da equipa face ao conhecimento obtido com o estudo.

Como já foi sublinhado noutros pontos do presente relatório, os direitos de propriedade intelectual, dos quais a propriedade industrial (PI) constitui uma parte apreciável, estão hoje no topo das agendas dos decisores políticos, gestores de empresas e investigadores académicos. Agora que a tecnologia e o *marketing* são aspectos cada vez mais importantes para determinar o desempenho económico, torna-se indispensável saber o que pode ser feito pelos governos nacionais e pelas autoridades públicas em geral, para ajudar os actores económicos a prosseguir e a aperfeiçoar as suas estratégias.

O INPI tem vindo a percorrer uma trajectória de profunda renovação em anos recentes. De agência fundamentalmente focalizada nas tarefas de protecção, o INPI tem vindo a transformar-se numa agência de divulgação e promoção activa de PI nas suas diversas vertentes. Dado o enorme défice na utilização da PI em Portugal, amplamente explicitado em todas as secções anteriores, esta mudança de postura não só é bem-vinda como é justificada.

Nas secções seguintes vai apresentar-se um leque muito amplo de propostas que complementam, mas, também, desenvolvem e desafiam a orientação estratégica que tem vindo a ser seguida em Portugal nos últimos anos. Estas propostas incidem desde as esferas mais gerais com relevância para a PI – no âmbito das políticas de inovação e das políticas públicas de regulamentação da actividade económica –, até às esferas mais estritamente relacionadas com a PI – no âmbito de intervenções específicas que se entende deverem ser prosseguidas pelo INPI. Em particular no respeitante a estas últimas, a sua enunciação não significa que acções de natureza similar não estejam já a ser implementadas. Eventuais sobreposições em relação a acções em curso devem-se ao facto de se ter desejado esboçar um quadro coerente e integrado que emerge de uma reflexão independente sobre as implicações práticas do presente estudo. Assim, a inclusão de tais propostas deve ser entendida como recomendação de reforço de orientações e iniciativas que eventualmente se encontrem já no terreno. Deve-se ainda sublinhar que a totalidade de perspectivas e propostas enunciadas em seguida não decorrem de uma avaliação da gestão ou de um diagnóstico operacional das actividades do INPI. Pelo contrário, a posição adoptada é a do aconselhamento estratégico na óptica das políticas públicas genericamente direccionadas ao estímulo da inovação e da competitividade.

Neste enquadramento apresentam-se na secção 6.1 os fundamentos da Política de PI entendida como componente de uma política de inovação. Na secção 6.2 descreve-se o contexto actual do sistema de PI em Portugal e os desafios colocados à condução da política nacional de PI. Na secção 6.3 identificam-se as novas responsabilidades e descreve-se o papel multi-dimensional de um Instituto de PI no contexto emergente de uma economia baseada no conhecimento e crescentemente globalizada. Por fim, na secção 6.4 apontam-se as medidas concretas a prosseguir.

6.1. Natureza do sistema de PI numa economia que prossegue o objectivo de convergência

Existem diversos problemas bem identificados no sistema de ciência, tecnologia e inovação em Portugal que obstam a um pleno aproveitamento do potencial de inovação dos recursos.

É sabido que se vive actualmente um processo rápido e turbulento de transformação nas sociedades. Esta transformação ocorre continuamente em domínios autónomos, embora interligados, como a cultura, a ecologia, a competitividade, a ciência e a tecnologia. Porém, tal transformação nem sempre ocorre espontaneamente. A transição para uma sociedade de informação *aberta* pode ser induzida, acelerada e orientada através de métodos apropriados. A gestão da transformação implica a escolha de processos de selecção e adaptação nos actores económicos, sociais e políticos. O investimento em capacidades *sociais*, deve constituir a prioridade, e o sistema de PI pode constituir um eficaz regulador do conhecimento útil e da criatividade comercial.

Neste contexto, e dadas as ambições de convergência, um objectivo relevante da política de PI deverá ser o de contribuir para a difusão de recursos económicos intangíveis na população de actores do sistema de inovação. A política de PI deverá, assim, incentivar e apoiar uma cultura de inovação, disseminando informação útil contida na PI pela comunidade de actores interessados. Esta orientação visa melhorar, acelerar e disseminar o acesso e a utilização de activos intangíveis como informação técnica, criatividade estética e capital de notoriedade por empresas, universidades e centros tecnológicos.

A maximização do *valor* da PI não coincide necessariamente com o objectivo de maximizar os termos de protecção da PI. O que é crítico para os gestores de activos intangíveis é a massa crítica no mercado, a rapidez com que os seus clientes podem aceder ao produto em segurança e comodidade, a visibilidade junto de potenciais parceiros, a reputação junto de fornecedores, a capacidade de gerir as expectativas dos rivais, o potencial de conversão de direitos de PI em instrumentos de colaboração ou competição, a fluidez de relacionamento das fontes de saber e inovação com o mundo das necessidades, etc.

Uma política de PI deve, por conseguinte, melhorar a capacidade colectiva de absorver inovações com vista à aproximação do sistema económico como um todo à fronteira tecnológica internacional. O Programa Estratégico do INPI, versão de 2 de Julho de 1999, reconhece já a natureza multifacetada da PI no contexto de uma política económica virada para a geração de oportunidades de valorização individual e colectiva dos cidadãos.

Na secção que se segue descreve-se o enquadramento de gestão do sistema de PI no âmbito mais alargado das políticas de inovação. O deslocar do centro de prioridade da gestão pública da PI, das políticas industrial e de concorrência para o âmbito da política de inovação, tem sido uma tendência que se tem vindo a reforçar desde a segunda metade da década de 1990. É neste quadro que o *trade-off* fundamental da gestão do sistema de PI (protecção *versus* difusão) deve ser equacionado.

6.2. Desafios à gestão do sistema de PI em Portugal

Face ao fosso tecnológico e de inovação que nos separa das economias mais avançadas, claramente reflectido em indicadores apresentados neste estudo, a dinamização do sistema de PI deve inscrever-se no quadro global de uma política de inovação. É hoje reconhecido que o país se encontra numa situação de debilidade nos domínios relacionados com o 'capital intelectual', factor necessário para garantir a transição para o que se tem vindo a designar como 'economia baseada no conhecimento'.

A organização e implementação activa de uma política de inovação, enquanto elemento de coordenação de um conjunto de intervenções sectoriais – em que se incluem as políticas dirigidas às actividades económicas, a política de C&T, as políticas de educação e formação ou ainda as políticas de regulação do mercado de trabalho –, constitui uma via que tem vindo a ser proposta em várias esferas de governança (OCDE e UE, designadamente) para fazer face aos desafios da referida transição. A missão emergente da política de inovação coloca, no entanto, desafios enormes à gestão do sistema de PI nacional. Este sistema tem de ser credível e mostrar que consegue corresponder ao que promete.

Ora a PI promete, ainda que indirectamente, direitos privativos que proporcionam uma renda ao agente inovador. Tais benefícios dependem da capacidade efectiva do produto gerar lucros (quer através da imagem de marca, quer através da qualidade e inovação do produto ou do processo subjacente) e da capacidade de exercer essa exclusividade ou, de outro modo, de beneficiar da sua protecção.

Esta dimensão de incentivo individual à inovação e criatividade, tem-se, no entanto, deparado com enormes barreiras no contexto nacional, o que leva os actores do sistema a reduzirem a sua confiança na promessa que os direitos de PI representam. Em grande parte, esta baixa confiança não residirá predominantemente num problema de oferta (acção do INPI), mas frequentemente num problema de procura (percepções e comportamentos) dos actores. Com frequência, estes actores desenvolvem as suas atitudes com base na realidade: é possível inovar sem registar PI, é possível copiar mesmo havendo direitos de PI ou, quando experimentaram registar PI, não identificaram benefícios directos (quer por dificuldade de contabilizar os benefícios daí adquiridos, quer por sua efectiva inexistência). Partindo deste pressuposto, e sem terem a prova contrária, a PI corresponde assim a um custo e não a um valor acrescentado à sua actividade.

A política de PI neste campo deverá mitigar os problemas de fraca utilização da PI, apostando também na valorização da PI enquanto instrumento de disseminação de informação economicamente útil. Acções importantes têm vindo já a ser implementadas neste âmbito (*vd.* Caixa 6.1). A PI pode ser encarada como um repositório de conteúdos criativos que devem ser bem conhecidos por todos os actores relevantes para assim tomarem melhores decisões na prossecução das suas actividades de I&D, de *marketing* e de *design*, podendo optar por pedirem licença de uma certa tecnologia, esperarem que um dado invento caia em domínio público, evitar duplicação de investimento numa tecnologia que já existe, saberem que um invento específico pode ser importante como componente de outro invento em que se está a trabalhar, etc. A utilização da PI pode ser, assim, vista num sentido mais lato que não apenas o de pedido de um título para fins de protecção e exclusão.

O sistema de PI pode servir o sistema nacional de inovação estruturando-se, por exemplo, em volta da dinamização de mercados de tecnologia nacionais ou da participação de actores residentes em mercados de tecnologia internacionais. Tal dinamização poderá ser realizada através de um conjunto diversificado de acções, as quais estão ventiladas nas duas secções que se seguem. Existem, sem dúvida, questões específicas a analisar respeitantes a matéria de concorrência, mas é claro que a visão do sistema de PI deve ser alargada e o seu funcionamento deve ser articulado com os processos de inovação e de difusão da inovação.

Caixa 6.1 A rede dos GAPI

Os objectivos assumidos pelo INPI orientam-se para uma valorização do sistema de PI e para o reforço da divulgação no domínio da PI. Uma das acções mais relevantes de regeneração da intervenção do INPI em tempos recentes, no sentido de passar de agência de recepção e análise de pedidos para agência promotora de uma cultura de PI nas suas múltiplas vertentes, consiste no estabelecimento da rede dos GAPI. A aposta na criação da rede de Gabinetes de Apoio à Promoção da PI, os GAPI, constitui um esforço importante para endogeneizar a preocupação estratégica com a PI junto do tecido produtivo português. Este mecanismo contribui, também, para criar competências de gestão e valorização comercial da PI.

Os GAPI são pequenas estruturas organizacionais estabelecidas no seio de associações empresariais, centros tecnológicos, universidades e outras instituições do sistema científico e tecnológico nacional. Os GAPI foram criados com o objectivo de esclarecer essas entidades quanto ao sistema jurídico que envolve a PI, prestando informações quanto às regras, custos e vantagens das várias modalidades de PI. O desenvolvimento da rede de GAPI constitui, assim, a emergência de um novo tipo de actor no sistema de ciência, tecnologia e inovação que age como intermediador na relação entre o INPI e os vários utilizadores potenciais da PI.

6.3. Novo Papel dos Institutos de PI

Para realizar o potencial da PI para a inovação e difusão de activos intangíveis com vista a objectivos de desenvolvimento socio-económico, a adopção de uma perspectiva *sistémica* da política de PI constitui um ponto de partida necessário.

Como foi referenciado na introdução à presente Parte 6 do estudo, o INPI tem estado envolvido em anos recentes numa re-orientação das suas actividades. Esta re-orientação tem assentado numa transição da função predominante de atribuição de direitos privativos (função 'protecção') para um conjunto mais diversificado de actividades. Neste novo papel inclui-se a disseminação de informação, o estímulo à formação de competências entre os potenciais utilizadores, o alargamento da base de potenciais utilizadores e, genericamente, a dinamização de redes de actores com interesses nesta área.

A constituição da estrutura dos GAPI, abrangendo (i) associações empresariais, (ii) unidades da infraestrutura tecnológica operando junto de PME em sectores de forte especialização portuguesa, e (iii) entidades de I&D, designadamente de âmbito académico, cons-

titui testemunho evidente da nova postura. A comunidade de actores 'residentes' associados à PI, que até há poucos anos integrava apenas os profissionais trabalhando no INPI e os AOPI, bem como um número restrito de empresas nacionais e inventores individuais, tem vindo por esta via a sofrer um impulso. É possível afirmar-se que a estratégia que tem vindo a ser prosseguida tem já implícita uma perspectiva de contributo para a dinamização do sistema de inovação.

O que se avança a seguir corresponde a uma sistematização das funções – tradicionais, actuais e novas – que o INPI deverá desempenhar. Esta sistematização tem presente o facto de o INPI actuar numa envolvente instável e incerta e em que – face aos objectivos nacionais de estímulo à inovação e promoção das condições de competitividade – novos papéis são exigidos a este tipo de entidades.

Fazem parte desta nova envolvente o reforço da protecção da PI no quadro das relações comerciais internacionais (por via do acordo TRIPS e da actuação da Organização Mundial do Comércio), as tendências para a harmonização de regras e procedimentos e o caminhar para a atribuição de títulos válidos em territórios económicos cada vez mais amplos (sobretudo por via da transição para a PI comunitária).

Nesta nova situação impõe-se a necessidade de renovação estratégica e exige-se uma capacidade de ajustamento flexível aos actores socio-económicos em geral, mas também aos Institutos de PI em particular. As barreiras à mudança são dominadas pela inércia por formação inadequada de competências e, genericamente, por uma compreensão insuficiente da relevância do uso do sistema de PI nas suas diferentes vertentes. Perante fenómenos como a rigidez organizacional e a incapacidade de antecipação, o esforço e capacidades de liderança exigidos são muitíssimo elevados. Uma questão crucial prende-se, igualmente, com o financiamento de novas funções dos Institutos de PI, tendo em atenção a previsível retracção de algumas fontes tradicionais de financiamento. A sistematização seguidamente apresentada visa enquadrar o debate sobre o alargamento de funções dos Institutos de PI no contexto de uma economia com o nível de desenvolvimento da Portuguesa.

Neste âmbito, o tríplice papel que se antevê para o INPI pode articular-se da seguinte forma:

- *Agência gestora do sistema de propriedade industrial*, continuando a função tradicional de processamento de pedidos e credenciação de direitos privativos. Este papel clássico surge devido a falhas de mercado, essencialmente associadas ao baixo investimento em inovação, e que justificam que seja o Estado a entidade que cria e protege direitos privativos definidos para ultrapassar essas falhas. A infra-estrutura legal que enquadra esta intervenção estabelece a propriedade dos privados sobre activos intangíveis como novas ideias, criações estéticas ou distinções de pessoa comercial. A acção neste âmbito tem sido identificada com o objectivo de 'protecção'.

Neste papel, o INPI deve continuar a competir pela atenção dos potenciais utilizadores de PI, procurando envolver novos actores no uso das diferentes modalidades e vias de protecção através de esforços de *marketing* dirigindo a segmentos chave da população relevante de actores interessados no instrumento competitivo que é a PI. O alargamento da base de utilizadores 'residentes' passa pela dinamização da PI junto

das 'novas empresas de base tecnológica' e, genericamente, pelo universo das PME. Também a dinamização destes usos, por parte da comunidade científica e das entidades da infraestrutura tecnológica, constitui parte das tarefas de promoção da função tradicional do INPI.

- *Agência de apoio tecnológico e competitivo*, através do desempenho de funções formativas e informativas que permitam aos actores privados e públicos utilizarem e extraírem o máximo benefício do sistema de PI. Por esta via, a missão alarga-se da promoção da protecção pela PI para a disseminação de informação, para a aquisição de competências e para a capacitação da utilização do sistema de PI nas suas várias vertentes. O fim será promover a difusão de técnicas e facilitar a inovação comercial dos residentes no território nacional e agilizar as suas estratégias com vista à passagem para uma economia baseada no conhecimento. As novas tarefas a desempenhar surgem como sub-produto da actividade tradicional do Instituto, mas envolvendo uma maior interacção com outros actores. A reformulação da agenda do Instituto de PI implica, porém, uma nova filosofia interna e uma reorganização dos recursos disponíveis para dar resposta aos objectivos que este novo papel sugere. Neste novo contexto, os novos objectivos passam por:

- a)** *aumentar as competências dos residentes enquanto utilizadores do sistema* (p. ex.: formação em gestão da PI, publicitação de manuais práticos sobre PI e gestão de activos intangíveis, abrir zonas reservadas ao *e-learning* na página de Internet do Instituto, indicações sobre a melhor forma de se tirar partido dos apoios financeiros à PI, fazer chegar o aconselhamento pessoal e directo a várias regiões do país, etc.);
- b)** *contribuir para o melhor conhecimento do sistema nacional e internacional de PI* (p. ex.: orquestração de campanhas informativas, produção de estatísticas, publicitação de casos de sucesso, identificação de tecnologias e sinais que caíram em domínio público em Portugal e no estrangeiro, divulgação de *sites* sobre PI na Internet que permitam aos diversos actores fazerem as suas próprias buscas de 'inteligência competitiva', patrocínio de estudos sobre a evolução do sistema, etc.);
- c)** *contribuir para a disseminação de informação relevante constante dos repertórios nacionais e internacionais de PI* (p. ex.: disponibilizando o acesso a bases de dados, construindo e fornecendo suportes interactivos de acesso via Internet a tais bases de dados, apoiando a realização de estudos sobre a PI, ajudando indivíduos e organizações a tirar partido da informação e trabalhos produzidos em cada vez maior número por instituições como a OMPI, o Instituto Europeu de Patentes, o IHMI, etc.);
- d)** *contribuir para o desenvolvimento e acesso aos mercados de tecnologia* (p. ex.: fornecendo informação sobre agentes e organizações que operam nesta área, desenvolvendo capacidades nestas matérias em organismos do tipo dos GAPI, concertando com outros actores o desenvolvimento de entidades de *technology brokering*, informando sobre os agentes com formação jurídica e tecnológica capazes de auxiliarem em processos de pedido ou de recurso fora do país, etc.);
- e)** *contribuir para o estabelecimento de contactos entre potenciais colaboradores e para a formação de redes entre inventores, empresas e instituições de investigação* (p. ex.: realização de conferências, atribuição de prémios, utilização do *site* na Internet e da revista do Instituto enquanto canal para a divulgação de

intenções de procura e oferta de parcerias, tomar a iniciativa de facilitar o contacto entre detentores de PI cujos títulos poderão apresentar sinergias não evidentes para os próprios, empreendimento de esforços de coordenação que permitam a emergência de alianças tecnológicas e de mercados de tecnologia, etc.);

- *Agência prestadora de serviços profissionais*, de alto valor acrescentado, à comunidade científica e empresarial, através do desempenho de funções personalizadas destinadas a extrair o máximo valor do património de informação a que o Instituto de PI tem acesso. O papel aqui gira em torno de tarefas de vigilância tecnológica e inteligência competitiva encomendadas por clientes específicos e que devem ser remuneradas a preços de mercado, uma vez que representam custos de oportunidade para o desempenho dos papéis de interesse público normalmente levados a cabo pelo Instituto de PI. Estas actividades podem ser promovidas em parceria com outros agentes já existentes no terreno. Como exemplos do tipo de produtos que podem ser oferecidos poderão incluir-se:

- a) *monitorização de patentes específicas ou trajectórias tecnológicas* de interesse económico e/ou científico para os utilizadores residentes em território nacional, contribuindo assim para aumentar as capacidades de absorção tecnológica e adaptação competitiva destes;
- b) *produção de análises sobre diversos aspectos do sistema de PI*, com especial interesse para os clientes, tal como a identificação de potenciais licenciadores de uma determinada tecnologia, a descrição das ameaças e oportunidades com que se deparam produtores nacionais (p. ex.: de produtos de elevada reputação como o vinho ou a cortiça), a inventariação de cenários sobre o futuro provável da discussão dos direitos privativos em biotecnologia, as tendências de fundo quanto à protecção de *software* nos debates efectuados na UE, OMPI, OCDE, ONU, etc.;
- c) *realização de pareceres* prévios sobre a probabilidade de sucesso de pedidos de obtenção de títulos como a patente europeia ou a marca comunitária que permita às empresas e inventores calibrarem as suas opções de investimento com maior realismo, etc.

Em resumo, a política de inovação é mais do que política tecnológica. Durante o decorrer do presente século é possível antecipar, com alguma segurança, que a política de PI em sentido amplo constituirá um dos meios prioritários para alavancar as competências colectivas dos sistemas nacionais de inovação.

6.4. Objectivos e instrumentos de política

Conclui-se a presente Parte 6 com um *portfolio* de propostas práticas de intervenção a que decisores, a vários níveis, poderão recorrer para melhorar o lugar que a PI ocupa no sistema nacional de inovação. Encontram-se também identificadas medidas específicas para uma administração mais coerente dos diversos títulos de PI. A abordagem seguida procura dar atenção à importância e detalhe dos mecanismos institucionais de apoio à PI e ter em conta a necessária horizontalidade da política de inovação entendida numa aceção abrangente. Um objectivo sempre presente é facilitar o surgimento e consolidação de

redes de conhecimento e aprendizagem, as quais constituem esquemas organizacionais centrais da economia baseada no conhecimento. A selecção de ferramentas de acção foi orientada para medidas simples e robustas a diferentes cenários, uma vez que, como já foi referido, o ambiente competitivo e legislativo externo se encontra em mudança.

Mais uma vez, há que introduzir a ressalva que o que se propõe é um esforço de sistematização, podendo alguns dos instrumentos ou propostas referenciados estar já a ser empregues.

O quadro de propostas aqui avançado tem em consideração a perspectiva sistémica e dinâmica anteriormente enunciada. O Instituto de PI encontra-se no centro de um sub-sistema do sistema de inovação em mudança. Os actores tradicionais deste sub-sistema são os profissionais da PI (AOPI, examinadores e técnicos do INPI) e as principais empresas utilizadoras. Progressivamente, as PME, designadamente aquelas actuando em novos sectores, devem ser vistas como fazendo parte desse sub-sistema. Entre os outros actores emergentes contam-se as entidades de I&D e os agentes de intermediação situados em diferentes *interfaces* com as fontes de saber e os mercados de tecnologia. Também a actividade de invenção independente deverá ser tida em conta, procurando atribuir-lhe maior pertinência económica. Em síntese, a política de PI deverá constituir o elemento estratégico estruturante deste sub-sistema no âmbito mais largo da política de inovação.

Articulação Institucional e Melhoria de Eficiência dos Processos Relacionados com PI

- É necessária uma alteração da estrutura procedimental de modo a centralizar no mesmo local a criação de empresas, os registos de firmas, e os registos de PI e de nomes de domínio associados, a fim de reduzir a dispersão destes serviços e aproximar estes instrumentos que podem fazer parte de uma mesma estratégia para as empresas.
- Os procedimentos contabilísticos em vigor devem permitir a avaliação dos activos intangíveis. É importante que os gestores tenham incentivo face aos accionistas em gerir bem a PI, o que não se consegue se só forem registadas na contabilidade as despesas efectuadas com os pedidos e manutenção da PI. Esta necessidade poderá no entanto colidir com possíveis fraudes contabilísticas relacionadas, pelo que seria recomendável o desenvolvimento de competências nesta área nas instituições de governação associadas ao sistema de PI.
- Melhorar a fluidez dos tribunais deve constituir um esforço permanente. A estrutura judicial deve aumentar a celeridade de prossecução dos processos através da racionalização dos serviços dos tribunais. A pouca celeridade dos tribunais constitui factor de redução da reputação e eficácia dos instrumentos de PI.
- No âmbito da dissuasão e da fiscalização preventiva, as relações entre o INPI e a Inspeção Geral das Actividades Económicas (IGAE) devem ser aprofundadas.
- Um dos principais obstáculos à utilização da PI são os custos. Destes, os custos com AOPIs são considerados como significativos pelas empresas, sobretudo pelas de

menor dimensão. Deverão assim ser consideradas acções que possam contribuir para diminuir os custos a suportar pelas empresas neste âmbito.

Comunicação, Regras e Serviços de PI

- A actividade de gestão de informação é cada vez mais importante para garantir um sistema de PI útil e eficaz. Deve haver maior difusão de informação sobre o sistema de PI e sobre os intermediários no processo de valorização e de comercialização das invenções, com maior intercâmbio de informação entre as diversas fontes de informação economicamente útil.

- Nem só os sectores de alta tecnologia são inovadores. O mercado latente para os serviços ligados à PI é maior que esse. O desenho de campanhas de informação segmentadas deve ser essencialmente dirigido a sectores exportadores, sectores de alta tecnologia e serviços de alta intensidade informacional. Esta actividade de promoção pode aproveitar canais como as associações sectoriais regionais e os centros tecnológicos.

- Observa-se que as empresas uma vez utilizadoras da PI dão uma importância crescente à PI e aos serviços do INPI e que as empresas que não são utilizadores continuam a atribuir uma importância baixa à PI. Da observação deste fenómeno decorre que um objectivo básico deve ser o de maximizar a inclusão das empresas para dentro do sistema. Feito esse contacto, as empresas tenderão a endogeneizar a preocupação com a PI. A implicação é a necessidade de se gerarem novas actividades de promoção da PI, focalizadas agora em franjas específicas que são relativamente pouco conhecedoras e pouco utilizadores de PI mas que revelam forte potencial de utilização.

- Uma vez que as empresas que dão importância a uma modalidade de PI tendem também a dar importância às restantes, a promoção da PI deve alertar para as várias modalidades e demonstrar o potencial de uma gestão integrada da PI para a competitividade das empresas.

- É também importante publicitar a eficácia da protecção. Uma via para esse fim será através de um maior conhecimento público de casos em que a PI tenha tido um papel importante na prevenção da cópia e na manutenção da posição no mercado.

- Os esforços com vista à melhoria da eficácia do sistema podem beneficiar das oportunidades proporcionadas por uma sofisticada condução da actividade de comunicação pelos reguladores da PI. Ou seja, uma parte substancial da política de PI poderá passar por uma apurada gestão de mensagens à população de actores detentores de interesse na PI, de modo a permitir a concretização de certos objectivos da política de PI.

- Outra ferramenta que pode ajudar na gestão do sistema de PI, é a criação de um 'sinal de pré-protecção' da PI, isto porque a manipulação de signos visuais pode influenciar o comportamento dos actores alvo. A associação de um símbolo gráfico bem conhecido à existência de direitos de PI, ou mesmo à existência de pedidos pendentes, poderá contribuir para uma mais eficaz dissuasão à cópia, para o reconheci-

mento de um maior valor do produto pelo cliente/consumidor e para um incentivo à maior utilização de PI. Devido à enorme rapidez de funcionamento dos mercados modernos a dissuasão, ou mero atraso da cópia, poderão ser suficientes para garantir aos detentores de um pedido de direitos de PI a apropriação de parte substancial do retorno do seu esforço inovador.

- O período de desenvolvimento de produtos em determinadas indústrias não se coaduna com o período necessário à decisão de concessão relativa aos pedidos de direitos de PI. De modo semelhante, a crescente diminuição do ciclo de vida dos produtos em determinadas indústrias sugere que poderá haver vantagens em reduzir o período limite de exclusividade de direitos nestes sectores. A implicação é a necessidade de uma contracção do período de processamento dos pedidos de PI e publicação dos resultados desses pedidos.
- Uma medida de suporte à procura de serviços relacionados com informações relativas a registos existentes, ou outros serviços de PI, consiste na expansão da capacidade dos actores em saberem o que fazem no seu melhor interesse no domínio da PI. Consequentemente, a existência de cursos de especialização em gestão de PI e o apoio à formação de quadros técnicos na área da gestão da PI poderá ser um investimento com muitas externalidades positivas a médio-longo prazo.

Caixa 6.2 Serviços a prestar e segmentação sectorial

- Os serviços de 'apoio à formulação de pedidos de PI' poderão sofrer um grande aumento de procura por parte dos Serviços de Baixa Intensidade Informacional e por parte de indústrias como a Cerâmica, Têxteis, Mobiliário ou as Indústrias de Média-alta Tecnologia (excluindo a Química). O tipo de atendimento, as operações formais e o material de comunicação deverá, assim, vir a ser desenhado com especial cuidado para estes segmentos.
- Os serviços de 'informação sobre o estado jurídico de registos/pedidos de DPI' serão mais procurados no futuro, pelo que é de antecipar as necessidades operacionais daqui decorrentes. Os sectores que liderarão a procura deverão ser os Serviços de Baixa Intensidade Informacional, Têxtil, Cerâmica, Vidro, Indústrias de Alta Intensidade tecnológica e Vestuário. A Internet poderá vir ter uma aplicação útil na distribuição desta informação.
- É provável que se registre um aumento significativo na procura de 'informação sobre tecnologias patenteadas', sobretudo por parte dos sectores do Mobiliário, Serviços de Alta Intensidade Informacional, Vidro, Indústria de Alta Intensidade Tecnológica e Calçado. Serviços que permitam um acesso fácil, compreensível e imediato a esta informação serão valorizados por estes actores.
- A generalidade das empresas revela uma intenção de ter uma melhor consciência da 'informação sobre DPIs que caducaram e são domínio público'. Os sectores mais sensíveis a serviços que permitam o acesso a esta informação são o Mobiliário, Vidro, Sector Primário, Vestuário e (outras) Indústrias de Média-baixa tecnologia. Existe potencial para uma grande expansão do serviço público a prestar nesta área, inclusivamente quando o tipo de informação em causa se prende com informações relativas à Patente Europeia e à Marca Comunitária.

Proximidade da Informação sobre PI

- A rede de GAPI veio dar maior visibilidade a interlocutores no domínio da PI. Uma vez que os conhecimentos exigidos são complexos e mutáveis, será aconselhável manter o investimento na formação dos seus elementos e daqueles de outras instituições congéneres no sistema de PI, de modo a aumentar o potencial de auxílio deste tipo de agentes.
- O potencial da Internet enquanto mecanismo de interacção descentralizada e eficaz deve ser explorado, com o objectivo de dar resposta rápida a pedidos de esclarecimento.
- Contudo, o acesso virtual não substitui completamente os benefícios da proximidade geográfica, ou seja, o acesso aos GAPI pode melhorar também por via da descentralização regional, um esforço que poderá ser crescentemente assumido por associações de índole regional e sectorial.

Criação de Competências de Gestão de PI

- Existem elementos do sistema de PI (visto de modo bastante lato) que representem peças importantes da utilização e gestão de patentes. Exemplos são os Tribunais de Comércio, ou por vezes os próprios Agentes Oficiais de PI, que revelam défices em áreas novas do conhecimento tecnológico, não lhes permitindo desempenhar as suas tarefas ao nível das novas exigências.
- Outro campo do saber em que especialmente os tribunais e as empresas privadas denotam insuficiências profundas é na capacidade de quantificação do valor da PI e das consequências monetárias da sua infracção, pelo que há necessidades de formação nestes domínios. A existência de estudos sobre estas matérias será, também, de grande utilidade.
- As universidades poderão ter um papel na correcção destas carências de conhecimento, ao incluírem temas ligados à PI nos currículos das licenciaturas e dos mestrados.
- As necessidades de formação em PI dos recursos humanos das empresas e instituições de investigação poderiam ser mitigadas pela realização de cursos sobre o sistema de PI e as estratégias de utilização de PI. Estes cursos poderiam ser completados com um manual, breve e prático, que estaria disponível na Internet no site do INPI.
- Ao nível do sistema financeiro (bancos e seguradoras, sociedades de capital de risco, etc.) existiriam igualmente vantagens na especialização em nichos relacionados com a PI (por ex.: na avaliação de riscos de investimentos em PI, na planificação do investimento, na criação de uma capacidade real de avaliação de activos intangíveis, na capacidade de avaliação de prejuízos em casos de abuso e no que concerne à atribuição de indemnizações).
- Outra via muito importante para a criação e disseminação de competências de gestão de PI, consiste na inventariação e publicitação de exemplos de sucesso de empresas portuguesas que utilizam estas ferramentas na prossecução das suas estratégias em diversas áreas de negócio. A promoção de casos bem sucedidos nas dife-

rentes modalidades e vias principais de PI, quer em termos de obtenção de registos, quer na área de licenciamento, constitui um instrumento com enorme interesse pelos efeitos de demonstração potencialmente gerados.

- Uma fonte privilegiada, e subutilizada, de conhecimentos sobre PI é a comunidade de examinadores portugueses no Instituto Europeu de Patentes e os funcionários do Instituto para a Harmonização do Mercado Interno. Estas redes informais podem e devem ser activadas, com vantagem para o desenvolvimento das competências nacionais na gestão integrada de PI. Muitos destes peritos possuem largas redes de contactos internacionais e profunda experiência profissional tanto ao nível tecnológico como processual. Estes profissionais são activos humanos únicos que importa aproximar, reter e integrar nas diversas instituições do sistema nacional de inovação, desde as universidades, às associações empresariais, aos GAPI, aos AOPI, aos tribunais e ao próprio INPI.

- As ambições empreendedoras destes profissionais devem também ser apoiadas na medida em que se possam constituir como *technology brokers* especializados em servir empresas e instituições com actividade em Portugal mas com ligações ao estrangeiro.

Incentivos à utilização da PI

- A percepção dos potenciais utilizadores do sistema é que os incentivos públicos existentes são poucos, pouco claros e pouco sofisticados. Este é um sinal de que os incentivos são relativamente pouco conhecidos. Existem, portanto, razões para melhorar este aspecto da infra-estrutura de apoio à utilização da PI.

- Os programas de incentivo ao patenteamento não podem estar dependentes do período inicial de entrada do pedido de concessão, mas devem ter mais flexibilidade para poder vir a incluir as suas extensões. É nas extensões internacionais que esse apoio é verdadeiramente mais importante. O desajustamento entre os *timings* previstos no SIUPI, decorrentes do enquadramento do QCA, e os *timings* das vias internacionais tem dificultado o recurso a essas vias.

- Do mesmo modo, os programas de apoio ao patenteamento não devem ser descontinuados por mudanças no enquadramento legislativo, alheias ao beneficiário, mas devem pelo contrário criar condições para que o apoio inicialmente concedido funcione como um verdadeiro incentivo à exploração comercial das invenções e possa ser continuado, caso se justifique, ao longo de diferentes programas e iniciativas públicas.

- Os instrumentos de apoio ao pedido de patentes não foram expressamente desenhados para os institutos e laboratórios públicos. Existe também um baixo conhecimento destes recursos entre os investigadores e as suas instituições. Esta situação pode ser melhorada criando e promovendo um pacote de incentivos para este segmento.

- A maior parte das patentes concedidas têm-no sido a inventores independentes. Haverá, por conseguinte, interesse em dispor de capacidade para proceder a uma análise do potencial económico dos pedidos. Nessa sequência será vital encontrar os canais e recursos que apoiem a comercialização dessa tecnologia.

- Os mecanismos de incentivos existentes deverão dar maior relevo ao estímulo à obtenção de registos na área dos desenhos e modelos industriais. Tais incentivos deverão naturalmente orientar-se para algumas das indústrias de maior especialização da economia portuguesa.

Papel da I&D Pública e Colaboração Universidade-Indústria

- Há carência de uma posição mais clara por parte dos poderes públicos quanto à matéria da PI e das instituições públicas de investigação. A existência de uma visão comum facilitará a definição descentralizada de estratégias por parte dos vários actores envolvidos.
- Não existe um enquadramento legislativo claro e sistemático sobre PI no contexto da Universidade e que permita o desenvolvimento específico de regulamentação de PI das instituições, instrumento central para a promoção de estratégias institucionais neste campo, com vista a parcerias fáceis e rápidas. Em particular, será oportuno rever os estatutos das carreiras docente universitária e de investigação, no que a estas matérias diz respeito.
- As referências internacionais para a definição de uma abordagem integrada nesta área não se resumem aos EUA. Existem vários exemplos, com diferentes graus de sucesso e mais ou menos recentes, a nível europeu. É necessária uma atitude de comparação crítica para apoiar a elaboração de enquadramento institucional avançado e adaptado às necessidades nacionais.
- É também necessária uma actuação mais sistemática ao nível da sensibilização dos investigadores para a PI. A formação de uma consciência atenta sobre estes assuntos poderá cobrir várias áreas, desde conhecimento do sistema legal, ao esclarecimento do que é ou não patenteável, aos potenciais benefícios do patenteamento, à problemática da tensão existente entre os valores de publicação e os desejos de apropriação privada dos agentes económicos, etc.
- Enquanto que a titularidade dos direitos unicamente pela instituição é a modalidade mais óbvia, vários mecanismos de incentivos poderão ser previstos na distribuição de rendimentos (venda/licenciamento), em diferentes percentagens, por instituição e inventores, e, eventualmente, também por unidades de investigação.

Mercados de Tecnologia

- O encontro entre a oferta de ideias e a procura de soluções não é automática. O mercado de tecnologia é caracterizado por muitas imperfeições informacionais que dificultam a ligação entre a invenção e a exploração, entre a investigação e a indústria. Existe, portanto, espaço para a emergência de mecanismos que façam a ponte entre estes dois mundos.
- O desenvolvimento de intermediários (*technology brokers* ou similares), de cariz público ou privado, com capacidades para identificar o potencial comercial e tecnológico das invenções, criando mecanismos de selecção para a sua exploração, é uma peça importante da integração nesses mercados.

- Há um espaço em aberto na valorização das invenções dos inventores independentes e no apoio à sua ligação com intermediários tecnológicos e com agentes empresariais, no país ou fora do país, sendo necessário que sejam criadas condições para a integração daqueles nos mercados de tecnologia.
- Ao nível metodológico da intervenção pública não existem razões evidentes para crer que a criação de raiz de um novo organismo nacional vocacionado para a intermediação comercial seja uma resposta eficiente. O alargar da vocação relacional das redes já existentes (como é o caso dos GAPI) poderá oferecer um modelo de desenvolvimento mais flexível, mais rápido, mais seguro, mais económico e mais eficaz.
- A criação de espaços de informação sobre os canais e agentes que actuam neste tipo de intermediação, a nível internacional, nas diferentes áreas de especialização tecnológica relevantes, será vital para poder encaminhar os detentores de PI para junto dos mercados onde poderão capitalizar os seus esforços inventivos.
- Será também desejável o desenvolvimento de mais competências no domínio do desenho de contratos, das cláusulas e das disposições sobre compensações, de forma a informar eficazmente os inventores e criadores nacionais. Esse tipo de competências caracteriza-se, cada vez mais, por níveis de especialização muito elevados.

Aspectos específicos a contemplar para diferentes modalidades de PI

- No caso específico das Patentes e Modelos de Utilidade, e também dos Modelos e Desenhos Industriais, é importante a existência de maiores bases de financiamento, nomeadamente através de empresas de capital de risco, *business angels*, etc. para apoiar e apostar na exploração de invenções com elevado potencial de sucesso comercial.
- É desejável uma clarificação sobre os modos possíveis de protecção de *software* por patente e uma clarificação do papel dos direitos de autor nesta área.
- É igualmente desejável a criação de competências em domínios emergentes, como seja na intersecção da PI com considerações de natureza ética. Este tipo de considerações ocorrem essencialmente em domínios ligados às biotecnologias e ciências da vida, em geral.
- No caso específico das Modelos e Desenhos Industriais é desejável uma clarificação da demarcação dessas modalidades com a figura dos direitos de autor junto dos potenciais utilizadores.
- No caso específico das Marcas e Outros Sinais Distintivos é necessário desenvolver um trabalho pedagógico, de modo a que os empresários e gestores compreendam a diferença entre marcas, logotipos, etc. Será desejável fomentar uma postura mais proactiva dos decisores privados em relação ao registo das marcas.
- Uma estratégia interessante para aumentar o prestígio internacional das marcas portuguesas seria uma actuação concertada de empresas nacionais no estrangeiro. Por exemplo, através da utilização dos canais de distribuição que já têm marcas de pres-

tígio. Este tipo de acção deverá naturalmente ser articulada com campanhas como a 'Marca Portugal' e outras acções de âmbito equivalente.

Processos para continuar a inovar na política de PI

- O estudo das melhores práticas internacionais de gestão de PI (*benchmarking*) ao nível de dispositivos legais e modo de funcionamento dos Institutos de PI³⁰ constitui uma técnica útil e económica de aprender a aperfeiçoar e actualizar o sistema nacional de PI. Para que o instituto de PI seja um elemento válido e estimulante do sistema nacional de inovação, é necessário uma permanente detecção de forças e fraquezas nesta área. Esta abordagem parece já ter dado frutos aquando da reflexão da melhor maneira de implementar a rede de GAPI devendo agora ser encarada de maneira mais sistemática e regular. A própria evolução e autonomização da rede de GAPI gerará a seu tempo experiências idiossincráticas a nível regional, cujas características convirá estudar para benefício do sistema de PI como um todo (isto é, estão a ser criadas condições para que no futuro, os actores do sistema aprendam com as experiências uns dos outros – '*benchmarking* interno').
- Uma estratégia para continuar a inovar nas prioridades e instrumentos da política de PI é a realização de exercícios de prospectiva (p. ex.: cenários, Delphi). Estes métodos são conhecidos por permitirem uma selecção mais robusta de objectivos de política e de, como sub-produto do próprio processo de prospecção de futuros, ajudarem à consolidação de redes de actores interessados no sistema de PI.

Caixa 6.3 Benchmarking e Prospectiva

O recurso aos instrumentos de inteligência competitiva é necessário para procurar o posicionamento adequado de um instituto cuja actuação é predominantemente local, embora inserido num quadro de gestão de PI crescentemente globalizado. A capacidade de antecipar tendências e mudanças críticas, a par da capacidade de desenvolver e disseminar visões mobilizadoras, constituem competências que devem ser integradas na gestão estratégica do Instituto de PI. As inércias de décadas necessitam de acções vigorosas para as contrariar, particularmente em face das rupturas na gestão global da PI que se têm vindo a registar.

³⁰ Referências de destaque a merecer monitorização constante são os patent and trademark offices dos EUA, Dinamarca e Espanha.