

GESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO FERRAMENTA DE INOVAÇÃO EM EMPRESAS DE COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO INTRODUTÓRIO E CONCEITUAL | *INTELLECTUAL PROPERTY*

MANAGEMENT AS AN INNOVATION TOOL IN FOREIGN TRADE COMPANIES: AN INTRODUCTORY AND CONCEPTUAL STUDY

ROMULO FRANCISCO HENDGES DOS SANTOS
FRED LEITE SIQUEIRA CAMPOS

RESUMO | Este artigo objetiva analisar a gestão da propriedade intelectual como uma ferramenta estratégica de inovação para empresas de comércio exterior. Com a expansão contínua desse setor e a crescente demanda por práticas inovadoras, uma gestão eficaz dos ativos de propriedade intelectual torna-se fundamental. A análise busca entender os impactos dessa gestão, destacando seu papel na promoção de competitividade e inovação dentro dessas empresas. Para isso, foi adotada uma abordagem multidisciplinar, que explora como a propriedade intelectual pode gerar e proteger inovações. Os resultados indicam que a gestão estratégica da propriedade intelectual não só impulsiona a inovação, mas também fortalece a competitividade das empresas de comércio exterior, permitindo que elas protejam seus ativos e alcancem maior vantagem competitiva no mercado global. Como metodologia, utilizou-se uma abordagem quantitativa, com a análise de dados de ativos de propriedade intelectual no INPI, além da revisão bibliográfica para a fundamentação teórica.

PALAVRAS-CHAVE | Inovação.
Gestão da Propriedade Intelectual.
Comércio Exterior.

ABSTRACT | *This article aims to analyze intellectual property management as a strategic innovation tool for foreign trade companies. With the continued expansion of this sector and the growing demand for innovative practices, effective management of intellectual property assets becomes essential. The analysis seeks to understand the impacts of this management, highlighting its role in promoting competitiveness and innovation in these companies. For that, a multidisciplinary approach was adopted, which explores how intellectual property can generate and protect innovations. The results demonstrate that strategic intellectual property management not only drives innovation, but also strengthens the competitiveness of foreign trade companies, allowing them to protect their assets and achieve greater competitive advantage in the global market as a methodology a quantitative approach was used, with the analysis of data on intellectual property assets at INPI, in addition to a bibliographic review for the theoretical foundation.*

KEYWORDS | *Innovation.
Intellectual Property Management.
Foreign trade.*

1. INTRODUÇÃO

O Comércio Exterior é a área da economia que se refere às transações comerciais específicas que um país realiza com o resto do mundo, visando atender às demandas de uma cadeia de consumo ou empresas de outras nações (Torre e Silva, 2016).

Esse mercado é regulado por entidades governamentais nacionais e internacionais que buscam a proteção e a garantia de uma livre concorrência e a repressão à concorrência desleal ou, ainda, a infração de ordenamentos jurídicos.

Essas práticas corroboraram, consideravelmente, o crescimento desse mercado que, conforme números apresentados pelo Ministério da Economia do Brasil, em junho de 2024, atingiu o 6º maior resultado da série histórica nas exportações e o 3º maior resultado da série histórica nas importações (Brasil, 2024).

Nesse contexto, a inovação surge como uma ferramenta necessária para que empresas possam exercer suas atividades em pé de igualdade com as melhores práticas do mercado, não ficando obsoletas e, conseqüentemente, mantendo a competitividade. Essas práticas de inovação são necessárias mais do que nunca, haja vista o atual cenário global e a rapidez de criação de novos produtos e serviços (Espindola *et al.*, 2021).

Diante disso, a propriedade intelectual, que é a proteção das criações intelectuais do homem, seus produtos ou seus serviços, torna-se essencial para que as empresas possam evoluir e, acima de tudo, assegurar que as criações realizadas com seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento sejam resguardadas e mantidas dentro da empresa (Santos, 2019).

Nesse cenário, a proteção de ativos intangíveis de propriedade intelectual, tais como: marcas, patentes, desenhos industriais, entre outros que envolvem a criação de novas tecnologias ou inovações, faz-se necessária para

a perpetuação do conhecimento dentro das empresas e a garantia de um uso prolongado e protetivo dessas criações pelas empresas (Barbosa, 2010).

Mas, para que essas criações sejam protegidas da forma correta, uma abordagem adequada deve ser realizada para esses ativos intangíveis, por meio de uma gestão de propriedade intelectual eficiente.

A gestão da propriedade intelectual é uma eficiente maneira de garantir maior poder de mercado para uma empresa, oriundo do conhecimento gerado de um ativo intangível. Para tanto, é empregado o uso de atividades estratégicas de proteção e a construção de diretrizes de gestão desses conhecimentos (Minas, 2018).

Nessa senda, o presente estudo tem como objetivo analisar a gestão da propriedade intelectual como uma ferramenta estratégica de inovação para empresas de comércio exterior.

Aqui, utilizou-se uma abordagem multidisciplinar, que explora como a propriedade intelectual pode gerar e proteger inovações. Como metodologia aplicada ao presente estudo, utilizou-se o método quantitativo na análise de dados de ativos de propriedade intelectual no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), além da revisão bibliográfica para a fundamentação teórica.

2. PROPRIEDADE INTELECTUAL

A sociedade se desenvolve à medida que o homem cria e desenvolve novas tecnologias e invenções. Para isso, é necessário que as inovações sejam aplicadas e protegidas, de modo a proteger o conhecimento e levar à continuidade e melhoria, contribuindo para que esse ciclo de desenvolvimento permaneça. Para isso, existe a propriedade intelectual.

A propriedade intelectual possuiu sua tipificação e conceituação oficial no documento da “Convenção de Estocolmo” instituída pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual, assinada em 14 de julho de 1967,

destacando a proteção artística, literária, científica, de interpretação, fonogramas, radiofusão, descobertas, desenhos industriais e quaisquer direitos relacionados à criação do intelecto humano (OMPI, 1967).

É a normativa legal que possibilita a proteção dos direitos de criações, sendo protegidas pelas leis nacionais e internacionais. Contudo, essa área não é exclusividade do direito, visto aplicar-se a uma multiplicidade de áreas, partindo do empreendedorismo, podendo chegar às mais diversas (Muller, 2022).

Esse tipo de proteção garante a segurança necessária em relação aos investimentos realizados na pesquisa e no desenvolvimento, cujo resultado tornou-se uma inovação e, conseqüentemente, possibilita um retorno financeiro para os seus criadores (Néres, 2019).

Há uma intrínseca relação da propriedade intelectual com as criações advindas do intelecto humano, aquilo que não é material, mas que se aplica na indústria, ciência, literatura e arte, sendo a forma de compensação da criação, gerando impactos diretos na sociedade, por meio da possibilidade de apropriar-se de conhecimentos que vêm da criação humana ao mesmo tempo em que possibilita a transferência e negociação dessas tecnologias com segurança (Santos, 2019).

As criações intelectuais também são chamadas de “ativos intangíveis”, ou seja, possuem valor econômico e, embora não sejam palpáveis, conferem proteção a patentes, registros de desenhos industriais, marcas, indicações geográficas, cultivares, topografias de circuitos integrados, direitos autorais e *softwares* (Ferreira, 2013).

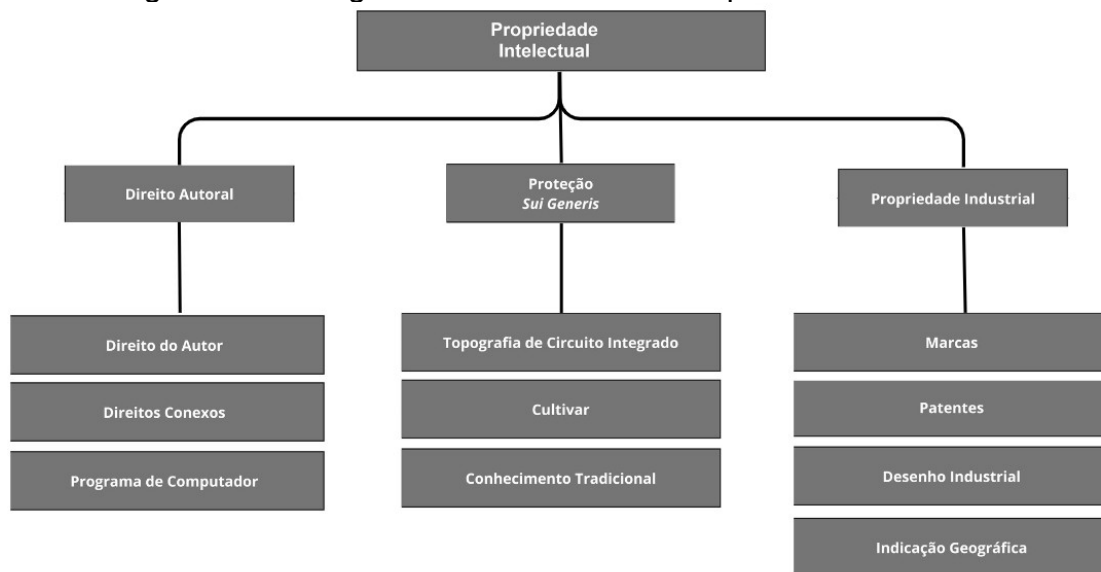
Para garantir que todas essas criações sejam protegidas, a propriedade intelectual é dividida em três pilares: o direito autoral, a propriedade industrial e a proteção *sui generis*. Esses pilares protegem cada condição inerente ao respectivo ativo (Machado, 2023).

Essa proteção se torna essencial, pois garante a proteção da inovação e não apenas a criação em si, mas todos os recursos alocados para os resultados. Sem essa proteção, haveria uma desvalorização e,

consequentemente, um uso “irresponsável” por terceiros das tecnologias, produtos, invenções e serviços desenvolvidos (Muller, 2022).

Para facilitar a compreensão, a figura 01 (abaixo) possibilita uma visualização segmentada dos tipos de ativos de propriedade intelectual:

Figura 01: Fluxograma das divisões da Propriedade Intelectual



Fonte: Adaptado (Araujo *et al.*, 2010).

Nesse contexto, o direito autoral protege as criações intelectuais decorrentes da criação de uma obra, conforme estabelecido pela Lei nº 9.610, de 1998. Os ativos de propriedade industrial são regulamentados pela Lei nº 9.279, de 1996. Além dessas, existem outras formas de proteção jurídica específicas: a topografia de circuitos integrados, protegida pela Lei nº 11.484, de 2007; as cultivares, que são resguardadas pela Lei nº 9.456, de 1997; e os conhecimentos tradicionais, protegidos pela Lei nº 13.123, de 2015 (Araujo *et al.*, 2010).

Sendo assim, todos esses elementos garantem que as empresas possam assegurar que seus investimentos em ativos intangíveis, tais como: marcas, nomes e tecnologias, possam ser resguardados (Machado, 2023). Os ativos intangíveis são “os serviços, certos direitos, a energia, o poder de

controle sobre as sociedades empresariais e os bens relativos aos direitos *de clientela*” (Barbosa, 2010). (Grifo no original)

Já pela ótica comercial, essas proteções são dependentes de uma concessão estatal, mais especificamente pelo INPI, sendo este o responsável por gerir, avaliar e revogar, nos termos da Lei nº 9.279/96, a Lei Nacional da Propriedade Industrial (Machado, 2023).

O Decreto nº 10.886/2021, que instituiu a Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual, visa garantir sete eixos estratégicos: (1) promover a competitividade e o desenvolvimento de negócios, por meio da Propriedade Intelectual (PI); (2) disseminar a cultura de propriedade intelectual e capacitar profissionais e a sociedade; (3) garantir governança e fortalecimento institucional; (4) modernizar marcos legais e regulatórios; (5) reforçar a observância e a segurança jurídica; (6) incentivar análises prospectivas para apoiar a inovação; e (7) fortalecer a inserção do Brasil no sistema global de propriedade intelectual, atraindo investimentos e promovendo produções culturais brasileiras (Brasil, 2021).

2.1. Overview histórico da Propriedade Intelectual

Toda essa proteção segmentada por categorias de ativos de propriedade intelectual e o compromisso de assegurar o desenvolvimento da propriedade intelectual só são possíveis mediante os instrumentos jurídicos existentes atualmente. Contudo, nem sempre foi assim.

A primeira tipificação legal, ainda que de caráter rudimentar, encontrada no famoso e antigo Código de Hamurabi, de 1750 a.C., previa, no artigo 188, que, caso um artesão ensinasse um ofício para uma criança adotada, ela não poderia ser tomada novamente pelos antigos pais. (PROFNIT, 2018).

A sociedade sempre foi inovadora, criando tecnologias e produtos ou serviços que pudessem facilitar a vida das pessoas desde o início das

negociações, em 4000 a.C., visto que já existiam produtos como lamparina a óleo, cerveja, tinta, entre outros (Santos *et al.*, 2019). Esse período, quanto à evolução da propriedade intelectual, pode ser dividido em quatro momentos: antigo, mercantilista, industrial e globalizado (Néres, 2019).

No período antigo, não havia a possibilidade de proteção dessas invenções. Somente no período mercantilista que se viu a necessidade de proteção, mediante os privilégios de invenção. Os privilégios de invenção eram concessões feitas pelo soberano em favor daqueles que criassem técnicas e tecnologias, por um prazo determinado (Santos, 2019).

O surgimento da necessidade protetiva dos conhecimentos e das criações baseou-se não só na proteção da invenção em si, mas no conhecimento e na forma de distinção dessas invenções em relação às outras existentes até então, surgindo as marcas. Esse período foi essencial para que as criações pudessem ser valoradas comercialmente, e o Estado se tornou o guardião das criações existentes, regulador e incentivador das novas, possibilitando, ainda, a punição em caso de uso irregular por terceiros (Néres, 2019).

Em 1236, na cidade de Bordeaux (na França), foi datada a concessão de privilégio de exploração de invenção mais antigo do mundo, sendo concedido à empresa Bonafusus de Santa Colômbia o direito de explorar comercialmente a tecnologia de tecer, tingir tecidos de lã com enfoque na moda flamenga, francesa e inglesa, concedido com exclusividade por um período de 15 anos (Santos, 2019).

O período industrial foi essencial para o desenvolvimento tecnológico, fortemente impactado pela Revolução Industrial, que substituiu grande parte da mão de obra manual e braçal por máquinas que poderiam realizar essas atividades de forma autônoma, criando uma verdadeira revolução na sociedade. Diante disso, a necessidade de proteger criações e conhecimentos tornou-se essencial (Néres, 2019).

Após a Revolução Francesa, os direitos de propriedade intelectual passaram a ter um caráter subjetivo e protegido no seu respectivo país, tais

como: o *Patent Act* nos Estados Unidos, em 1790; a proteção de invenções e descobertas na França, em 1791 e as sanções por violação de marcas na França, em 1803. É também, nesse período, que se inicia o uso da expressão propriedade industrial (Santos *et al.*, 2019).

Avanços significativos para a propriedade intelectual, frente à adesão em tratados de amplo aspecto protecionista, somente ocorreram no século XIX, criando uma cultura de repressão à concorrência desleal. Também foram criados dois sistemas de grande importância para a proteção dos sinais distintivos: criações industriais e obras literárias, frente à criação da Convenção da União de Paris (CUP) e à Convenção de Berna (Néres, 2019).

A CUP, considerada protecionista da propriedade intelectual, em nível internacional, foi assinada em 1883, após as conferências de 1880 e 1883, com revisões que aconteceram em Bruxelas (1900), em Washington (1911); em Haia (1925), em Londres (1934), em Lisboa (1958) e, em 1967, em Estocolmo, com algumas melhorias e, em 1992, com a adesão do Brasil (Convenção de Paris, 1880).

A CUP assegura quatro princípios basilares: o *tratamento nacional* que possibilita aos domiciliados ou que possuem estabelecimentos industriais ou comerciais em algum dos países dos membros da Convenção serem equiparados aos nacionais onde se requereu a patente, o desenho industrial ou a marca; a *prioridade unionista* que estabelece que o primeiro pedido de patente em um dos países membros serve para depósito subsequente da mesma matéria. a *interdependência de direitos* que assegura que as patentes depositadas em países membros da convenção são independentes das patentes concedidas e, por fim, a *territorialidade* que assegura a proteção somente nos países nos quais a concedem (PROFNIT, 2022).

Já a Convenção de Berna, datada de 1886, propôs, mediante acordo signatário entre países, a proteção de obras literárias e artísticas para assegurar, de forma efetiva e clara, o direito autoral de autores, tendo sido aplicada e expandida para Berlim em 1908, Roma em 1928 e Paris em 1975 (Brasil, 1975).

Apesar de essas legislações terem tido grande papel na proteção da propriedade intelectual, com a criação de organizações de proteção inseridas pelas Nações Unidas, após a Segunda Guerra Mundial, a propriedade intelectual foi fortemente influenciada em vista das transformações dos direitos internacionais. Essas transformações, com enfoque nos direitos de propriedade intelectual, foram fortemente influenciadas pela Convenção de Estocolmo de 1967, o que, posteriormente, acarretou a criação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), em Genebra, no ano de 1974 (Basso, 2004).

Esse arcabouço histórico possibilitou a proteção de inúmeras invenções e conhecimentos técnicos que proporcionaram um importante desenvolvimento econômico. Nesse contexto, a lei veneziana conferiu um grande avanço ao definir a primeira lei de patentes, denominada Estatuto Veneziano. Essa lei previa a concessão temporária àqueles que desenvolvessem técnicas e inovações, mediante depósito nos Escritórios Administradores da Municipalidade. A proteção era conferida pelo período de 10 anos, contudo existiam penas severas para o detentor do conhecimento caso levasse esse conhecimento para fora de Veneza, como a pena de morte para o infrator e sua família (Santos *et al.*, 2019).

Para proteger os conhecimentos da produção de vidro e impedir que os aprendizes recebessem o conhecimento e divulgassem para terceiros, ou ainda, trabalhassem em países estrangeiros, todos os artesãos e fornos de Veneza foram aprisionados na Ilha de Murano, correndo risco de pena de morte a si e sua família em caso de tentativa de fuga ou divulgação do segredo industrial (PROFNIT, 2022).

Todos esses instrumentos jurídicos contribuíram de forma significativa para o avanço da propagação da propriedade intelectual em nível mundial.

Além dos instrumentos jurídicos mencionados, existem outros existentes no Brasil, quais sejam: Lei nº 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial); Lei nº 9.456/1997 (Lei de Cultivares); Lei nº 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais); Lei nº 9.609/1998 (Lei de Programa de Computador); Lei nº

10.973/2004 (Lei de Inovação) e Lei nº 11.484/2007 (Lei Topografia de Circuitos Integrados).

3. COMÉRCIO EXTERIOR

Quando se fala em comércio exterior, cria-se uma neblina acerca do seu conceito, este que, por vezes, confunde-se com comércio internacional. Sendo assim, faz-se necessária uma diferenciação para melhor entendimento de cada um desses institutos de modo autônomo.

O comércio internacional pode ser conceituado como a abordagem de diversas operações comerciais que objetivam fazer com que países possam realizar a troca de mercadorias ou serviços em todos os cantos do mundo. No entanto, ao referir-se ao Comércio Exterior, este pode ser conceituado como transações comerciais específicas que um determinado país exerce com o restante do mundo, sendo a forma de atender as necessidades de uma cadeia de consumo ou empresas de outros países (Torre e Silva, 2016).

Possui influência do liberalismo econômico, em vista dos diferentes tipos de produção de mercadorias e insumos entre países, que fomentam no surgimento de necessidades que podem ser supridas por outros países, em vista da abundância de que cada região dispõe. Existe, ainda, uma corrente doutrinária denominada Teoria da Vantagem Absoluta, que destaca a possibilidade de um país se dedicar ao que tem de maior competitividade em relação aos outros países e dedicar-se à comercialização e exportação desses produtos (Roratto, 2011).

Com o surgimento da Teoria da Demanda Recíproca, foi demonstrado que as trocas internacionais não dependem apenas de vantagens das especializações, mas também das oscilações de um país em vista da procura e demanda, fortemente influenciadas pelas oscilações de PIB e desemprego (Roratto, 2011 *apud* Williamson, 1989).

Nesse contexto, remete-se ao conceito inicial de globalização, ponto de partida para o desenvolvimento do comércio exterior em âmbito global, partindo da Rota da Seda, que conectava o Oriente e a Europa ainda no período antes de Cristo, o que refletiu no progresso tecnológico e impactou o transporte e a industrialização (Lima *et al.*, 2020).

A globalização permitiu a união de empresas, a aproximação de mercados e o aumento de lucros em vista do encontro entre interessados na compra e venda, em destaque os importadores, vendedores e exportadores, impactando diretamente o comércio exterior (Matos *et al.*, 2015).

O comércio exterior surge como uma forma de possibilitar a troca de bens econômicos entre diferentes países e nações. A Rota da Seda mencionada durou em média dois mil anos, contudo, em vista das constantes guerras que acarretavam o bloqueio da Rota, foi necessário buscar novas formas de acessar outros povos. Assim, descobriu-se um novo caminho ao contornar a África para acessar o extremo oriente (Almeida, 2020).

A Câmara de Comércio Exterior (CAMEX) é o órgão responsável pela criação, orientação e revisão das atividades relacionadas às atividades no Brasil, prestando auxílio direto ao Presidente da República. Possui como objetivos principais definir diretrizes, implementar uma política de Comércio Exterior eficiente e coordenar as ações voltadas ao comércio exterior. O ponto principal de atuação da CAMEX é garantir que sejam atendidos os anseios daqueles que atuam nesse mercado e garantir uma competitividade justa (Torre e Silva, 2016).

Outro órgão essencial para a regulação do Comércio Exterior no Brasil é o Ministério das Relações Exteriores (MRE), cujo objetivo é fazer com que a política de comércio exterior criada pela CAMEX, seja executada fora do Brasil de modo coerente ao proposto. Além disso, assegura que o MRE atue de forma estratégica na negociação comercial, econômica, técnica e cultural com outros governos, garantindo uma cooperação internacional entre os países envolvidos (Silva, 2014).

O MRE objetiva “defender os interesses do Brasil no exterior; e fazer o marketing externo do país, buscando promover e divulgar as oportunidades comerciais no estrangeiro por meio de consulados, embaixadas e chancelarias” (Torre e Silva, 2016).

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) tem como objetivo fomentar a formulação, execução e avaliação de políticas públicas existentes em comércio exterior para garantir competitividade e investimento de inovação nas empresas. Possui quatro entidades vinculadas, sendo elas: a SUFRAMA – Superintendência da Zona Franca de Manaus; o INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial; o INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial e o BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (Silva, 2014).

A Receita Federal do Brasil (RFB) é o agente responsável pela fiscalização aduaneira, incluindo a análise e liberação de cargas vindas do exterior, os despachos das importações, bem como pela fiscalização de tributos envolvendo as operações de Comércio Exterior (Silva, 2014).

Portanto, a sistemática que regula o Comércio Exterior no Brasil pode ser definida como a Conselho Monetário Nacional (CMN); Câmara de Comércio Exterior (CAMEX); Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), Banco Central do Brasil (BACEN); Receita Federal do Brasil (RFB) e o Ministério das Relações Exteriores (MRE) (Sousa *et al.*, 2010).

Em se tratando das operações em específico, no que se refere às importações, possui respaldo legal mediante a Instrução Normativa nº 1861, de 27 de dezembro de 2018. (Receita Federal, 2018).

Com relação à exportação, esta é pautada e regida pela Lei nº 5.025, de 10 de junho de 1996, que dispõe sobre as trocas comerciais no exterior, bem como estabelece os órgãos vinculados, armazéns habilitados, incentivos e isenções, além das penalidades que podem incorrer aos que não cumprirem a lei, ficando expostos a multas que podem variar de 20% a 50% do valor das mercadorias, além da proibição de exportar até 12 meses, além de multas (Receita Federal, 1966).

No nível internacional, a Organização Mundial do Comércio (OMC) tem como objetivo garantir a aplicação das regras do acordo entre os signatários, além de auxiliar na resolução de impasses nas negociações e auxiliar, de maneira técnica e de ensino, o desenvolvimento do comércio nos países que estão em crescimento (Alves *et al.*, 2010).

Em 1945, a ONU envidou esforços a fim de que diversos países criassem uma regulamentação econômica em nível internacional, criando o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial (BIRD) e, sob a esfera comercial, discutiu-se a criação da Organização Internacional do Comércio (OIC). Diante disso, em 1946, 23 países reuniram-se com o intuito de firmar o *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT). Em 1994, esse acordo foi revisado, tendo como resultado o GATT 94, o surgimento do *General Agreement on Trade in Services* (GATS), que trata de comércio e serviços, além do *Agreement on Trade-Related Investment Measures* (TRIMS) e o *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) sobre os direitos de propriedade intelectual. (Alves *et al.*, 2020).

Além de diversos entes que efetuam a regulação do Comércio Exterior, existem, ainda, diversas barreiras que podem dificultar o acesso ou o exercício aos mercados internacionais, merecendo atenção e resiliência dos empreendedores.

Uma dessas limitações é a barreira tarifária, que altera a alíquota de importação dos produtos importados por determinado país. A alíquota de importação deve ser compatível com a entrada dos produtos no país, de modo a garantir o emprego e a indústria local. O objetivo é assegurar a possibilidade de aumento da alíquota, reduzindo a quantidade de importação de determinado produto. Quando isso acontece, ocorre a falta de determinado produto vindo do exterior, fazendo com que seja consumido no mercado interno. O teto da alíquota de importação é de 35%, conforme estabelecido pela OMC (Torre e Silva, 2016).

As barreiras tarifárias aplicam impostos e taxas dificultando o ingresso de um produto no país, aplicando, ainda, quotas de importação dos produtos, podendo aplicar, também, quotas extras não previstas (Ramos *et al.*, 2018).

Outro mecanismo dentro da barreira tarifária é a barreira *antidumping* que serve a aumentar a alíquota de países específicos, em vista de práticas comerciais consideradas desleais, como é o caso do *dumping* (Torre e Silva, 2016).

Faz-se necessário compreender o conceito do *dumping*, qual seja: uma “prática comercial que consiste em uma ou mais empresas de um país venderem seus produtos, mercadorias ou serviços por preços extraordinariamente abaixo de seu valor justo para outro.” (Shan, 2018).

Ou conforme Torre (2016), pode ser conceituado quando ocorre uma venda ao Brasil de um produto com valor muito inferior ao que se cobraria pelo mesmo produto de outra marca no mercado nacional, verificando uma diferença prejudicial às empresas nacionais.

Outro tipo de barreira comercial é a barreira não tarifária, sendo aplicação de exigências legais como certificados, inspeções, de modo a cumprir normas e regulamentos. O objetivo é garantir que a mercadoria atenda à legislação brasileira, protegendo a produção nacional de pragas e doenças. Aplica-se para limitar os investimentos como forma de afetar os negócios de uma empresa específica, transações ou impactar o desempenho de um exportador (Ramos *et al.*, 2018).

Outras barreiras podem ser aplicadas com o objetivo de regular o comércio exterior, sendo elas: as barreiras técnicas, para garantir padrões técnicos e de qualidade mínimos de ingresso no país; barreiras sanitárias que impedem a entrada de doenças, pragas ou contaminações; barreira ecológica, apresentando padrões de qualidade e assegurando que os produtos foram feitos com o menor impacto ambiental possível e a barreira de qualidade, que faz com que, principalmente, alimentos sejam regulados e estabelecidos por padrões rígidos em relação ao consumo (Torre e Silva, 2016).

Conforme se verificou no presente tópico, o comércio exterior é pautado por inúmeros organismos nacionais e internacionais que fazem com que sua regulamentação seja levada à risca. Ademais, as atividades, além de serem fiscalizadas de forma rígida, possuem certas limitações, de modo a prevenir a concorrência desleal e a minimizar riscos para o mercado interno.

4. INOVAÇÃO

Desde a primeira definição formal de "inovação" proposta em 1934, o termo passou a ser amplamente discutido em seu uso técnico voltado à produção. A inovação foi inicialmente tida como uma combinação de ideias trazidas por empreendedores, representando uma força propulsora para o aumento da produtividade empresarial e o crescimento econômico. Seu conceito englobava inovações em processos, produtos e estruturas organizacionais, o que impulsionou o desenvolvimento de pesquisas científicas sobre o tema (Barboza, 2021).

A inovação é essencial para garantir o sucesso duradouro de uma organização, pois protege tanto seus ativos tangíveis quanto intangíveis da deterioração no mercado. Como parte estratégica do negócio, a inovação precisa ser gerida ativamente, não sendo um elemento que aparece espontaneamente ou apenas uma conveniência. Representa uma oportunidade de crescimento e sobrevivência, uma vez que possui o potencial de influenciar de forma decisiva a direção do setor em que a organização atua (Martins *et al.*, 2013).

A inovação pode envolver tanto o lançamento de um novo produto, serviço ou processo no mercado quanto melhorias internas, como a implementação de um novo dispositivo, sistema, programa ou prática em diferentes áreas da organização (Bernardino, 2021).

Torna-se indispensável quando a competição cresce, especialmente com o impacto da transformação digital, que amplia a concorrência para além

das fronteiras locais. Empresas que buscam se destacar podem criar atributos únicos e relevantes para seus consumidores. Em serviços, inovar significa proporcionar experiências memoráveis que gerem satisfação e promovam o retorno, um aspecto essencial diante da facilidade de replicação. (Carvalho *et al.*, 2011)

A inovação se classifica em inovação de produtos e serviços ou processos. A inovação de produto inclui tanto bens quanto serviços e pode ocorrer de duas formas: com o lançamento de produtos completamente novos ou com a melhoria tecnológica de produtos já existentes. A inovação de processo refere-se à adoção de novos métodos de produção ou melhorias significativas nos métodos atuais, incluindo a entrega de produtos. Isso pode envolver mudanças no equipamento ou na organização da produção, com o objetivo de criar produtos novos ou aprimorados e aumentar a eficiência na produção existente (OCDE, 2018).

Divide-se em inovação em *marketing* e inovação organizacional. A inovação em *marketing* envolve novas abordagens que resultam em mudanças significativas no *design* de produtos ou embalagens, além de influenciar o posicionamento, a promoção e a precificação. Por sua vez, a inovação organizacional diz respeito à implementação de novas estratégias nas práticas comerciais da empresa, afetando o ambiente de trabalho e as relações externas. Ambas são essenciais para aumentar a competitividade e a eficácia operacional das organizações (Cavalcante e Camões, 2017 *apud* OCDE).

A Lei nº 10.973, de 2004, a “Lei de Inovação”, estabeleceu 14 princípios de fomento à inovação no Brasil, sendo estratégias de desenvolvimento econômico, redução de desigualdades, democratização da ciência, interação entre setor público e privado, estímulo à inovação, competitividade empresarial, incentivo à inovação e transferência de tecnologia, capacitação, meios de crédito para inovação, incentivo do Estado, entre outros (BRASIL, 2004).

A lei supracitada possui três pilares: fomentar parcerias entre universidades, institutos e empresas; estimular a participação de instituições

científicas no processo de inovação e incentivar a inovação nas empresas. Ela permite a incubação de empresas em espaços públicos, compartilhamento de infraestrutura e recursos para promover o desenvolvimento tecnológico (Pereira e Kruglianskas, 2005).

O dispositivo legal surgiu para salvaguardar as disposições já trazidas na Constituição Federal de 1988, assim asseguradas no art. 218: “O Estado promoverá e incentivará o desenvolvimento científico, a pesquisa, a capacitação científica e tecnológica e a inovação” (Brasil, 2004).

A lei define mecanismos como bolsas de estímulo à inovação, adicionais variáveis para servidores públicos, participação nas receitas de propriedade intelectual e licença para criação de empresas tecnológicas. Também autoriza recursos diretos às empresas em projetos inovadores, com exigência de contrapartida e avaliação de resultados, além de incluir instrumentos como encomenda tecnológica e fundos de investimento (Pereira e Kruglianskas, 2005).

Esses pilares basilares para inovação demonstram que a inovação deve ser incentivada de diversas maneiras, incluindo pelo Estado que exerce um papel importante ao seu estímulo em todos os âmbitos de acesso.

Quanto à sua forma, pode ser dividida em inovação radical e incremental. A inovação radical cria algo que não existia antes no mercado, trazendo novas referências em qualidade, velocidade e distintividade. Já a inovação incremental melhora algo já existente sem alterar a essência inicial de um produto ou serviço (Carvalho *et al.*, 2011).

Existem ainda outras linhas doutrinárias acerca da inovação consistente em dois conceitos, sendo eles o de destruição criativa e o de inovação disruptiva. A destruição criativa é o sumiço de tecnologias anteriores, uma vez que tecnologias melhores foram inseridas no mercado. Já as inovações disruptivas são aquelas que trazem tecnologias fora do tradicional, criando soluções que, até então, não se faziam percebidas ou não eram atendidas pelas tecnologias pré-existentes (Nogami, 2019).

Dentro desse contexto, a gestão da inovação assume um papel crucial, uma vez que deve abordar aspectos tecnológicos, sociais e de mercado. O foco do planejamento organizacional reside em definir as políticas, as filosofias e os objetivos que fundamentam o desenvolvimento do plano estratégico, sendo necessário que esse planejamento seja minuciosamente avaliado e contextualizado na estrutura organizacional, perpetuando o conhecimento (Espindola *et al.*, 2021 *apud* Coral, 2011).

Nas empresas, as alternativas para gerenciar a inovação são influenciadas por características próprias, como as oportunidades tecnológicas e de mercado, o que torna improvável a existência de um método único e ideal. A gestão da inovação, assim, deve focar em encontrar soluções eficazes e adequadas, adaptando os processos às necessidades e circunstâncias específicas de cada organização (Martins *et al.*, 2013).

A implementação de ferramentas de gestão é considerada uma boa prática, pois contribui para gerir as incertezas do mercado e melhora a adaptação das organizações para enfrentar desafios de maneira sistemática. A principal finalidade das ferramentas para gestão da inovação é integrar todos os participantes do processo, visto que a gestão de projetos inovadores requer uma visão baseada em recursos, conhecimento e propriedade intelectual, que são cruciais para a tomada de decisões eficazes e oportunas (Barboza, 2021 *apud* Landaeta *et al.*, 2014; Igartua *et al.*, 2015; Eito-Brun *et al.*, 2016).

Todo esse arcabouço evidencia que a proteção do conhecimento se configura uma necessidade de acordo com cada tipo de inovação, razão pela qual, no próximo tópico, será verificada a importância e o impacto da gestão da propriedade intelectual como uma ferramenta de inovação nas empresas de comércio exterior.

5. A GESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NO COMÉRCIO EXTERIOR

As empresas operam com um modelo de negócio que, de maneira explícita ou implícita, direciona suas ações para criar e entregar valor, assim como para gerar lucro. Modelos bem-sucedidos são essenciais, visto que permitem que as organizações respondam rapidamente às mudanças do mercado e são difíceis de serem copiados. Se um modelo de negócio não se alinha ao ambiente competitivo, a empresa corre o risco de ser ultrapassada por concorrentes, mesmo que possua tecnologia avançada e uma equipe qualificada (Loiola e Mascarenhas, 2013 *apud* Teece, 2010).

Nesse cenário, a adoção de métodos protetivos é necessária para assegurar que todo investimento de capital intelectual seja preservado dentro das empresas, surgindo a necessidade de uma efetiva gestão da propriedade intelectual.

Essa gestão atua como uma ferramenta administrativa que organiza e valoriza a informação, gerindo processos informacionais de forma a convertê-los em conhecimento. Em vez de eliminar dados, ela os processa para torná-los práticos e acessíveis, facilitando sua aplicação nas atividades da empresa (Benetti e Moraes, 2018).

Para garantir a proteção da propriedade intelectual, é comum que as empresas enfrentem desafios relacionados a testes de protótipos, construção e planejamento. Esses custos não se limitam apenas a invenções originais, mas também incluem a proteção contra imitações secundárias (Lima, 2006).

A gestão da propriedade intelectual surge como uma ferramenta importante, dividindo-se em interna, externa, tática e estratégica, cujo objetivo é proteger os ativos de propriedade intelectual, chamados de “PI”. Engloba várias fases, desde o planejamento até a efetiva prática da propriedade intelectual relacionada aos produtos ou serviços, aplicando-se a todos os tipos de propriedade intelectual (Loiola e Mascarenhas, 2013).

A gestão da propriedade intelectual deve ser entendida como um elemento integrado à estrutura organizacional, funcionando como um setor especializado. Essa gestão não se limita a aspectos legais, mas também abrange uma abordagem técnica que busca implementar ações estratégicas e

inovadoras dentro da empresa. O objetivo é atuar dentro da legalidade para salvaguardar os direitos autorais, enquanto são geridos processos administrativos e legais relacionados à aquisição, proteção e conservação das inovações desenvolvidas internamente (Garcia e Gava, 2012).

Em uma pesquisa com 27 empresas sobre gestão da inovação, em uma abordagem geral, 70% das empresas realizam inovação em processos; 59% investem em inovação de produtos ou serviços; 48% desenvolvem inovações relacionadas ao modelo de negócio; 7% mencionam inovações de caráter tecnológico; 44% das empresas utilizam ferramentas de gestão da inovação e 56% não adotam tais ferramentas em suas operações (Martins *et al.*, 2013).

Das empresas do estudo de Martins *et al.* (2013), verificam-se empresas que atuam no comércio exterior, tais como: ArcelorMittal; Gerdau; Usiminas Mecânica; MRS Logística S/A; U&M Mineração e Construção S.A., demonstrando que a inovação e a gestão da inovação nessas companhias já são uma realidade, não sendo atributo apenas de outros setores que não sejam do comércio exterior.

Por outro lado, na presente pesquisa, foram analisadas grandes empresas de comércio exterior do Brasil, assim consideradas pela sua alta capacidade de faturamento anual com base nos dados disponibilizados pelo Catálogo de Importadores Brasileiros (CIB).

Dentro dessas análises, foi realizado um mapeamento de ativos de propriedade intelectual dessas empresas junto ao INPI. Essas análises possibilitam uma visão de como a propriedade intelectual vem sendo protegida, e, conseqüentemente, demonstra de que forma a Gestão da Propriedade Intelectual é conduzida dentro dessas empresas.

A empresa Comexport - Companhia de Comércio Exterior, situada no Estado de São Paulo, é mencionada pelo CIB, sendo uma empresa com faturamento de US\$ 10 a 50 milhões de dólares, com capacidade de atuação em 161 produtos distintos (Brasil, 2024).

Ao analisar os ativos de propriedade intelectual da Comexport junto ao INPI, percebeu-se que a empresa possui 16 registros relacionados a sua marca “COMEXPORT”. Os registros iniciaram em 1973, demonstrando um histórico de proteção de ativos intangíveis dentro da empresa. Os resultados demonstram que foram registradas 13 marcas mistas e 13 marcas nominativas. Do total dessas marcas, 5 permanecem ativas, e as demais foram arquivadas ou extintas (INPI, 2024).

Analisou-se, ainda, a empresa Sertrading BR LTDA, situada no Espírito Santo, cujo faturamento é de acima de US\$ 50 milhões de dólares, atuando com mais de 690 produtos (Brasil, 2024).

Na consulta junto ao INPI, a análise dos dados revelou que essa empresa possui 25 processos de registro de marcas, sendo 19 marcas nominativas, em classes distintas, garantindo marcas ativas como Sertrading, Serglobal, Serinvest. Revelou, ainda, seis marcas mistas, como Sertrading Vista e Vista, marcas estas relacionadas a um *software* de atuação estratégica da empresa (INPI, 2024).

Esses dados demonstram uma ampla estratégia de proteção, sendo bem pulverizada quanto a suas classes e segmentos, demonstrando, ainda, uma vertente tecnológica e inovadora com a proteção do nome do *software* ‘VISTA’.

Foi analisada, ainda, a empresa Columbia Trading S.A, situada no Estado de São Paulo, com faturamento acima de US\$ 50 milhões de dólares, com atuação superior a 818 produtos. (Brasil, 2024). Como resultado da pesquisa junto ao INPI, a empresa Columbia demonstrou possuir 13 processos de registro de marca, dos quais 4 estão em vigor, sendo Columbia Trading, Comexperience, Columbia, nas classes de sua atuação principal de importação, e gestão de negócios, de número 35. Demonstrou, ainda, haver 4 marcas arquivadas e 5 pedidos em andamento (INPI, 2024).

Essa análise demonstra uma clara proteção e, ainda, a expansão de ativos intangíveis, reforçando a atuação da empresa no comércio exterior.

Ao explorar empresas de comércio exterior no Estado de Santa Catarina, a empresa Ascensus Comércio Internacional LTDA demonstrou um faturamento variável de US\$ 10 a 50 milhões de dólares, com atuação em mais de 310 produtos (Brasil, 2024).

Observando os dados da Ascensus junto ao INPI, a análise dos dados demonstrou haver 21 processos, sendo que 10 constituem-se em mistas, 7 em nominativas e 4 em marcas figurativas. As classes de registro demonstram uma pulverização dos serviços, sendo a mais frequente a 35, relacionada aos serviços de gestão de negócios e comércio exterior, a classe 39, de logística, e algumas voltadas para serviços jurídicos de gestão tributária e societária (INPI, 2024).

Os dados extraídos e analisados da Ascensus demonstram uma expertise no tratamento desses ativos, sendo que 17 desses ativos estão em vigor e somente 4 estão em andamento, aguardando exame de mérito pelo INPI. Outro aspecto relevante é o fato de a empresa possuir um CNPJ exclusivo para gestão desses ativos, demonstrando que a alocação de ativos em empresas específicas corroboram estratégias internas e estruturadas de gestão de ativos de propriedade intelectual.

Ao analisar outra empresa, com forte atuação no comércio exterior do Estado de Santa Catarina, a empresa WEG, cujo faturamento é superior a US\$ 50 milhões de dólares, observa-se que possui uma gama de 419 produtos em sua atuação nos setores de equipamentos elétricos (Brasil, 2024).

O mapeamento de ativos dessa empresa junto ao INPI demonstrou resultados expressivos quanto ao protagonismo na proteção de ativos de propriedade intelectual e gerenciamento desses ativos com impressionantes 276 registros de marcas. Desse total, 141 marcas nominativas, 107 mistas, 28 figurativas, abrangendo uma gama de setores. Suas classes de registro são divididas em múltiplos segmentos relacionados a sua atuação de mercado. Verifica-se, ainda, que há 204 processos em vigor, 16 processos arquivados e 56 em andamento junto ao INPI (INPI, 2024).

Além das marcas, a WEG demonstra uma forte atuação na proteção de suas patentes. A pesquisa demonstrou que a empresa possui 144 patentes registradas, voltadas principalmente para áreas de tecnologia em motores (40%), automação e controle (25%), eficiência energética (15%) e outras tecnologias (20%). Esses números demonstram um total de 88 patentes em vigor, com efetivo direito exclusivo de utilização, além de 20 patentes arquivadas e 36 patentes em análise (INPI, 2024).

Esses resultados evidenciam uma avançada gestão de ativos de propriedade intelectual, que vai ao encontro dos resultados da empresa, uma vez que se trata de grande empresa multinacional, situada no Estado de Santa Catarina, com potencial de inovação e liderança tecnológica de alto impacto.

A gestão da propriedade intelectual envolve uma abordagem que se concentra no acompanhamento dos registros de propriedade intelectual. Esse monitoramento é essencial para explorar as oportunidades comerciais associadas às inovações protegidas, garantindo que não haja violação de direitos (Bainain e Carvalho, 2000 *apud* Kitch, 1977).

Ao analisar empresas de grande porte, observa-se que sua postura, em relação à proteção de ativos de propriedade intelectual, é respaldada por um sistema integrado e coordenado. As principais ações incluem: 1. Conscientização interna sobre objetos passíveis de proteção legal; 2. Disseminação de informações sobre ativos “*protegíveis*”; 3. Desenvolvimento de um mecanismo para identificação, coleta e avaliação da viabilidade de proteção, monitorando objetos patenteados e registros de terceiros e 4. Definição clara das áreas de atuação e responsabilidades dentro do Sistema de Propriedade Industrial (Lima, 2006).

Nesse íterim, é essencial que sejam elaboradas e implementadas políticas voltadas para o desenvolvimento científico e tecnológico. Essas políticas devem facilitar e maximizar a criação e o uso de ativos intangíveis relacionados à propriedade intelectual, visando à promoção do desenvolvimento. Além disso, há uma necessidade premente de modernizar os sistemas de gestão de propriedade intelectual (Bainain e Carvalho, 2000).

Lima (2006), em seus estudos, ainda propõe a construção de uma política de gestão da propriedade intelectual como uma forma de nortear, elencar procedimentos para promoção e fomento da propriedade intelectual, bem como para facilitar a tomada de decisão por meio de diretrizes já definidas.

Denota-se que uma gestão da propriedade intelectual se faz necessária no âmbito empresarial de modo significativo, ressaltando que as utilizações dessas ferramentas deixam de ser exclusividade apenas do setor público, aplicando-se também no setor privado, que engloba as empresas de comércio exterior.

6. CONCLUSÃO

Foram analisados e discutidos dados sobre o comércio exterior e a importância desse setor para o mercado nacional brasileiro. Paralelamente, buscou-se relacionar esses dados com a existência e o arcabouço legal de órgãos reguladores relacionados ao comércio exterior e à propriedade intelectual de empresas, demonstrando que se trata de uma área comercial muito regradada e com forte atuação e fiscalização e que o INPI atua como facilitador e gerenciador de pedidos de registro dos ativos de propriedade intelectual das empresas.

Nesse sentido, a adoção da proteção da propriedade intelectual e, acima de tudo, uma gestão eficiente desses ativos se fazem necessárias por meio de uma abordagem da inovação dentro das organizações, sendo essa última considerada um elemento essencial para a competitividade das empresas.

A inovação foi verificada na pesquisa com múltiplas abordagens, bem como suas diretrizes de aplicação, destacando-se como ferramenta-chave para nortear a gestão da inovação em grandes empresas de comércio exterior no Brasil.

Esses resultados foram confirmados pelos dados extraídos do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, demonstrando que a gestão de ativos de propriedade intelectual faz parte da estratégia dos negócios dessas empresas.

O estudo demonstrou, ainda, que essas empresas estão cada vez mais conscientes da necessidade de proteção dos ativos de propriedade intelectual. Os resultados expressivos de faturamento demonstram sua liderança e inovação em diversos setores e, conseqüentemente, necessitam de uma gestão eficiente desses ativos.

Ademais, verificou-se, em um total de 27 empresas analisadas no estudo de Martins *et al.* (2013), que 47% dessas empresas com foco no comércio exterior entendem e utilizam-se da gestão da propriedade intelectual como ferramenta de inovação.

Tais dados, corroborados por outros estudos apresentados por uma abordagem de autores, demonstram que essa gestão de propriedade intelectual é composta por diversas ações e estratégias para proteção e disseminação desses ativos, partindo da proteção, do monitoramento e da definição de políticas de gestão da propriedade intelectual consolidadas dentro das organizações.

Outros dados extraídos da pesquisa demonstram que essas empresas de comércio exterior, analisadas junto ao INPI, possuem forte atuação internacional, demonstrando uma atuação estratégica na gestão de seus ativos de propriedade intelectual.

O presente estudo evidencia que a gestão de propriedade intelectual por empresas de comércio exterior não é uma questão apenas regulatória ou requisito legal, mas, sim, uma ferramenta importante de inovação e competitividade. Foi demonstrado que empresas que gerenciam de forma inteligente seus ativos de propriedade intelectual possuem vantagem superior às demais no mercado. Conseqüentemente geram grande capacidade de competir nacional e internacionalmente, alcançando resultados econômicos cada vez mais expressivos.

Essa abordagem demonstra que a gestão da propriedade intelectual de empresas se firma como uma poderosa ferramenta para geração e proteção da inovação, a qual abarca não apenas as empresas de comércio exterior, mas também o mercado como um todo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Luiz Carlos Barnabé. O comportamento do Comércio Internacional no Século XXI: do Capitalismo Industrial. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**. Ano XXXIV. N 142, jan., fev. e mar. 2020. p. 15. Disponível em: http://www.funcex.org.br/publicacoes/rbce/material/rbce/rbce142_LuizBarnabe.pdf. Acesso em: 2 nov. 2024.

ARAÚJO, E. F. *et al.*. Propriedade Intelectual: proteção e gestão estratégica do conhecimento. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 39, p. 1–10, jul. 2010.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. 2010. Disponível em: Disponível em https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf. Acesso em: 29 out. 2024.

BARBOZA, Bertiene Maria Lack. **Sistema de Gestão da Inovação ISO 56002 – Proposta de framework que evidencia o processo de transferência de tecnologia**. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em engenharia de produção. 2021. Disponível em <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/25089/1/sistemagestaoinovacaoio.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

BASSO, Maristela. A proteção da propriedade intelectual e o Direito Internacional atual. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, v. 41, n. 162, p. 287-309, abr./jun. 2004. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/175095>. Acesso em: 2 nov. 2024.

BERNARDINO, Lis Lisboa. **Investimentos em Inovação e Sistemas de Gestão Qualidade Asseguram Desempenho Financeiro Superior? Um Estudo Quantitativo em Empresas Brasileiras de Capital Aberto**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/35626/1/Lis%20Lisboa%20Bernardino.pdf>

BRASIL. Decreto nº 10.886, de 7 de dezembro de 2021. **Institui a Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 8 dez. 2021. Seção 1, p. 1. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/decreto/d10886.htm. Acesso em: 30 out. 2024.

BRASIL. Decreto nº 75.699, de 6 de maio de 1975. **I Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, revista em Paris, a 24 de julho de 1971.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, Brasília, 6 de maio de 1975; 154º da Independência e 87º da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75699.htm . Acesso em: 20 out 2024.

BRASIL. Instrução Normativa RFB nº 1.861, de 27 de dezembro de 2018. **Estabelece requisitos e condições para a realização de operações de importação por conta e ordem de terceiro e por encomenda.** Publicada no DOU, seção 1, p. 352, em 28 dez. 2018.

BRASIL. Lei Nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. **Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm. Acesso em: 29 out. 2024.

BRASIL. Lei nº 5.025, de 10 de junho de 1966. **Dispõe sobre o intercâmbio comercial com o exterior, cria o Conselho Nacional do Comércio Exterior, e dá outras providências.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5025.htm. Acesso em: 29 out. 2024.

BRASIL. Ministério da Economia. **Catálogo de Importadores brasileiros.** Invest & Export Brasil - Guia de Comércio Exterior e Investimento. Disponível em: <https://cib.dpr.gov.br/Home/PesquisaCompleta>. Acesso em: 15 nov. 2024.

BRASIL. **Monitor do Comércio Exterior Brasileiro: Informativo Completo. Ministério da Economia, Secretaria de Comércio Exterior, 04 de outubro de 2024.** Disponível em: <https://balanca.economia.gov.br/balanca/IPQ/xnota.html#:~:text=O%20volume%20das%20exporta%C3%A7%C3%B5es%20cresceu,recorde%20alcan%C3%A7ado%20em%201%20%2F%202024%20>. Acesso em: 29 out. 2024.

BUAINAIN, Antonio Marcio; CARVALHO, Sérgio M. Paulino de. **Propriedade intelectual em um mundo globalizado.** Parcerias Estratégicas (Brasília), Brasília, v. 9, p. 145-153, 2000.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação.** Curitiba, PR: Aymará Educação, 2011.

CAVALCANTE, Pedro Luiz Costa; CAMÕES, Marizaura Reis de Souza. **Inovação pública no Brasil: uma visão geral de seus tipos, resultados e indutores.** In: CAVALCANTE, Pedro (Org.). Inovação no setor público: teoria,

tendências e casos no Brasil. Brasília: Enap: Ipea, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8794>. Acesso em: 29 out. 2024.

CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS. **CONVENÇÃO DE PARIS**. 1880. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/CUP.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

ESPINDOLA, Adriane; CALLEGARO, Ana Rita; MOREIRA, Evandro Kieffer; SEIBERT, Rosane. **Gestão da Inovação e Competitividade: conceitos e modelos teóricos. Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI**. Disponível em: <https://www.iri.org.br/>. Acesso em: 29 out. 2024

FERREIRA, Patrícia Silva. **Propriedade intelectual na formação de recursos humanos para inovação: um estudo de caso no Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ)** / Patrícia Silva Ferreira - - 2013. 128 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) — Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/FERREIRAPatriciaSilva.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

GARCIA, Marcelo de Oliveira; GAVA, Rodrigo. **Gestão da Propriedade Intelectual Como Suporte à Inovação Tecnológica: o Caso do Núcleo de Inovação Tecnológica da Universidade Federal de Viçosa**. 2012. redige. 3. 24. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Garcia-18/publication/267568442_Gestao_da_Propriedade_Intelectual_Como_Suporte_a_Inovacao_Tecnologica_o_Caso_do_Nucleo_de_Inovacao_Tecnologica_da_Universidade_Federal_de_Vicosa/links/54529c8b0cf2cf51647a476d/Gestao-da-Propriedade-Intelectual-Como-Suporte-a-Inovacao-Tecnologica-o-Caso-do-Nucleo-de-Inovacao-Tecnologica-da-Universidade-Federal-de-Vicosa.pdf. Acesso em: 02 nov. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Ministério da Economia. **Consulta de registros de marcas e patentes**. Dados extraídos de consulta realizada na base do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. 2024. Disponível em: <https://busca.inpi.gov.br/pePI/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

LAZZARIN, Flávia Cristina; SANTOS JUNIOR, Elias Lira dos; COLLA, Eliane; SILVA-BUZANELLO, Rosana Aparecida da. **Gestão da Propriedade Intelectual em Núcleos de Inovação Tecnológica de Instituições de Ensino Superior: cenário nacional. Cadernos de Prospecção**, v. 17, n. 2, p. 371-385, 2024. DOI: <https://doi.org/10.9771/cp.v17i2.55781371>. Acesso em: 29 out. 2024.

LIMA, João Ademar de Andrade. **Bases teóricas para gestão da propriedade intelectual**. Campina Grande: EDUFCG, 2006. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/riufcg/30248/BASES>

%20TE%C3%93RICAS%20PARA%20GEST%C3%83O%20-%20E-BOOK
%20EDUFCG%202006.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 02 nov.
2024.

LIMA; Araken Alves de Lima; LESSAK, Alisson Luiz; ARRABAL, Alejandro Knaesel; LUZ, Mauro Catharino Vieira da; GONÇALVES, Bruna Luiza. Direitos de propriedade intelectual e comércio exterior de serviços do Brasil no período de 2014 a 2018. **Revista Catarinense de Economia** –Vol. 4 N. 2 –2020 -ISSN 2527-118. Disponível em:

<https://www.apec.pro.br/rce/index.php/rce/article/view/97/84>. Acesso em: 1º nov. 2023.

LOIOLA, Elisabeth; MASCARENHAS, Tatiane. Gestão de ativos de propriedade intelectual: um estudo sobre as práticas da Braskem S.A. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, art. 3, p. 42-63, jan./fev. 2013. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 02 nov. 2024.

MACHADO, Marcella. **Inovação e Propriedade Intelectual em empresas que implementam estratégias de mercado baseadas em Marcas Verticais Nativas do Ambiente Digital (DNVBs): uma análise de caso da empresa Pantys**. Universidade Federal de Santa Catarina. 2023. Disponível em: <https://tede.ufsc.br/teses/PITI0040-D.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

MARTINS, Paula Salomão e ALVES, Luiz Henrique Dias e PLONSKI, Guilherme Ary. Gestão da inovação: uma análise da utilização de ferramentas pelas empresas. 2013, **Anais [...]**. Porto: ALTEC, 2013. Disponível em: http://www.altec2013.org/programme_pdf/975.pdf. Acesso em: 02 nov. 2024.

MATOS, E. L. de; VIANA, L. S.; OLIVEIRA, V. L. S. de. Internacionalização das empresas brasileiras: como potencializar as oportunidades e enfrentar desafios. In: **C@LEA – Cadernos de Aulas do LEA**, n. 4, p. 16-29, Ilhéus – BA, nov. 2015.

MINAS, Raquel Beatriz Almeida de. **A cultura da gestão da propriedade intelectual nas empresas: uma análise da proteção por patentes pelos pequenos negócios brasileiros de base tecnológica**. 2018. Defesa do Mestrado (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2018. Disponível em: <https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2019/06/UNB-Raquel-Beatriz-de-Almeida-Minas-TCC.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

MULLER, Fernando. **Capacitação em propriedade intelectual direcionado a empreendedores: estudo de caso na Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina**. Dissertação (mestrado profissional). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico. Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência da Tecnologia para Inovação. Florianópolis, 2022. Disponível em <https://tede.ufsc.br/teses/PITI0036-D.pdf>. Acesso em: 20 out. 2024.

NERES, Scheila Priscila Simon. **Sistema de registro internacional de marcas: desafios para os escritórios de propriedade intelectual com a adesão do Brasil ao protocolo de Madri para o registro internacional de marcas**. Scheila Priscila Simon Neres; orientador, Araken Alves de Lima. Florianópolis, SC, 2019. 96 p. Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico. Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação. Disponível em: <https://tede.ufsc.br/teses/PITI0009-D.pdf>. Acesso em: 20 out. 2024.

NOGAMI, Vitor Koki da Costa. Destruição criativa, inovação disruptiva e economia compartilhada: uma análise evolucionista e comparativa. **SUMA DE NEGOCIOS**, 10(21), 9-16, Enero-Junio 2019, ISSN 2215-910X Doi: <http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N21.A2>. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v10n21/2027-5692-sdn-10-21-9.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

OCDE. **Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação (4. ed.)**. Paris: Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. 2018. Disponível em: http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf. Acesso em: 29 out. 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**. Assinada em Estocolmo, em 14 de julho de 1967, e modificada em 28 de setembro de 1979. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf. Acesso em: 2 nov. 2024.

PEREIRA, José Matias; KRUGLIANSKAS, Isak. MATIAS-PEREIRA, J.; KRUGLIANSKAS, I.. Gestão de inovação: a lei de inovação tecnológica como ferramenta de apoio às políticas industrial e tecnológica do Brasil. **RAE eletrônica**, v. 4, n. 2, jul. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/dsjQSfvMtrSkVdgf95WmLLf/#>. Acesso em: 29 out. 2024.

PROFNIT – Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação. **Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual. Introdução e Evolução Histórica da Propriedade Intelectual; Acordos Internacionais e Marcos Regulatórios de PI no Brasil**. Material didático do curso de Pós-Graduação. Acesso em: 02 nov. 2024.

RAMOS, André Luiz Lirio da Silveira; BARATEIRO, Robson da Silva; BAPTISTA, José Abel Andrade. Barreiras Tarifárias e Não Tarifárias. In: ENGETEC 2018 – V Congresso de Engenharia, Tecnologia e Informação, Faculdade de Tecnologia da Zona Leste, São Paulo, 2018. **Anais [...]** Disponível em:

https://www.fateczl.edu.br/engetec/engetec_2018/ENGETEC_2018_paper_112.pdf. Acesso em: 2 nov. 2024.

REGINALDO ESPÍNDOLA, A.; KIEFFER MOREIRA, E.; CALLEGARO, A. R.; SEIBERT, R. GESTÃO DA INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 5, n. 1, 6 out. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/14128>. Acesso em: 29 out. 2024.

RORATTO, Renato Paulo. **Comércio exterior I: livro didático** / Renato Paulo Roratto; revisão e atualização de conteúdo Maria da Graça Poyer; design instrucional. Carolina Hoeller da Silva Boeing, Marina Cabeda Egger Moellwald; [assistente acadêmico Roberta de Fátima Martins]. 4. ed., Palhoça: UnisulVirtual, 2011.

RUSSO, Suzana Leitão; SANTOS, Antonio Vanderlei dos; ZAN, Fatima Regina; PRIESNITZ, Mariane Camargo. **Propriedade intelectual, tecnologias e inovação**. Aracaju: Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual, 2018. Disponível em: <http://api.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Propriedade-Intelectual-Tecnologias-e-Inova%C3%A7%C3%A3o-1.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

SANTOS, Wagna Piler Carvalho dos (Org.). **PROFNIT, Conceitos e aplicações de propriedade intelectual**; v. 2). [recurso eletrônico on-line]. Salvador (BA): IFBA, 2019. 532 p. ISBN 978-85-67562-39-1. Disponível em: https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2025/03/PROFNIT-Serie-Conceitos-e-Aplicacoes-de-Propriedade-Intelectual-Volume-II-PDF_compressed.pdf. Acesso em: 02 nov. 2024.

SHAN, Liu. **Comparação entre a Rota da Seda e Uma Faixa e Uma Rota. 2018**. Dissertação (Mestrado em Estudos Interculturais Português/Chinês: Tradução, Formação e Comunicação Empresarial) — Universidade do Minho, Instituto de Letras e Ciências Humanas, [s.l.], 2018. Orientador: Professor Doutor Manuel Rosa Gonçalves Gama.

SZEZERBICKI, Arquimedes da Silva; DINIZ, Conrado de Mello; GURSKI, Fábio; SANDRINO, Samuel. Comércio exterior brasileiro. **Eptic – rede de economia política da informação, comunicação e cultura**. Disponível em: <https://eptic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/textdisc8.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

TORRE, José Alfredo Pareja Gomes de La; SILVA, Anderson. **Comércio Exterior e Logística Internacional**. Indaial: UNIASSELVI, 2016. 194 p.: il. ISBN 978-85-515-0025.

SUBMETIDO | *SUBMITTED* | *SOMETIDO* | 17/11/2024
APROVADO | *APPROVED* | *APROBADO* | 28/05/2025

REVISÃO DE LÍNGUA | *LANGUAGE REVIEW* | *REVISIÓN DE LENGUAJE*
Rosângela Rodrigues Borges

SOBRE OS AUTORES | *ABOUT THE AUTHORS* | *SOBRE LOS AUTORES*

RÔMULO FRANCISCO HENDGES DOS SANTOS

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, Santa Catarina, Brasil.

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Bacharel em Direito pela Universidade do Vale do Itajaí. Advogado. Professor. E-mail: romulohendges@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3600-1262>.

FRED LEITE SIQUEIRA CAMPOS

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Economia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialista em Economia pela Universidade Federal do Paraná. Engenheiro Mecânico pela UFPB. Professor. E-mail: fred.campos@ufsc.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6011-3010>.