



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ
IFCE *CAMPUS* FORTALEZA
PROFNIT – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE
INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO

AMANDA ALVES GOMES ROLIM

A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE
INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS
EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ

FORTALEZA/CE

2023

AMANDA ALVES GOMES ROLIM

A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso PROFNIT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) - *Campus Fortaleza/CE*, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre. Área de concentração: Propriedade Intelectual.

Orientador: Prof. Francisco Fábio Cavalcante Barros.

FORTALEZA/CE

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal do Ceará - IFCE
Sistema de Bibliotecas - SIBI

Ficha catalográfica elaborada pelo SIBI/IFCE, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- R748m Rolim, Amanda Alves Gomes.
A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE
INTELLECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS
EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ / Amanda
Alves Gomes Rolim. - 2023.
106 f. : Il. color.
- Dissertação (Mestrado) - Instituto Federal do Ceará, Mestrado em Propriedade
Intelectual, Campus Fortaleza, 2023.
Orientação: Prof. Dr. Francisco Fábio Cavalcante Barros.
1. marcas. 2. desenvolvimento local. 3. educação empreendedora. I. Título.

CDD 346.048

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos os meus familiares, e em especial ao meu marido, que muito me ajudaram nessa caminhada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus Pais que me incentivaram e sempre buscaram me ensinar a importância de buscar o crescimento e evolução profissional.

Ao meu marido Rennan Rolim que me apoiou e incentivou em todo o período do Mestrado.

Agradeço, também, a todos os professores que imensamente trouxeram as suas contribuições e aprendizados ao longo de todo o curso e em especial ao meu orientador que me impulsionou e enriqueceu em suas contribuições.

A todos que participaram da pesquisa, por toda a colaboração durante a ministração das aulas do Curso e obtenção de dados.

ROLIM, Amanda Alves Gomes. **A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ**. 2022. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Instituto Federal do Ceará, Fortaleza/CE.

RESUMO

O trabalho teve como objetivo avaliar o impacto que o curso de conhecimentos básicos sobre Propriedade Intelectual aplicado aos empreendedores e trabalhadores informais da região de Pacatuba no Estado do Ceará tem na apropriação de ativos intangíveis, e se esse conhecimento adquirido gerou a utilização do sistema de PI. Pacatuba é um município da Região Metropolitana de Fortaleza, que se destaca por possuir grandes indústrias e empresas, como, por exemplo, atividades mais voltadas para área do vestuário. Nesse contexto, o presente trabalho dispõe sobre o conceito e dos ativos de propriedade intelectual, em específico marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas e direitos autorais, além de dispor sobre o empreendedorismo, dispondo um pouco sobre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, em especial no município de Pacatuba. Ademais, o estudo trata sobre uso da propriedade intelectual por pequenos empreendedores, bem como o impacto dos programas educativos no uso da propriedade intelectual. Dessa forma, com uma abordagem qualitativa e quantitativa, através de levantamento de dados primários em uma amostragem. Em uma segunda etapa, apresentou-se um processo de capacitação por meio da aplicação de um Curso de noções básicas de propriedade intelectual. Logo após o curso, algumas percepções foram interessantes bem como através de aplicação de questionário podemos verificar o interesse e o nível de conhecimento em PI. É interessante destacar que durante o colhimento de dados e apresentação do curso, a turma tinha em sua totalidade mulheres, e aqui cabe destacar como o empreendedorismo feminino vem se destacando e crescendo ao longo dos anos. Além disso, ao colher os dados através de questionários, foi verificado que a maioria dos entrevistados trabalhava de forma informal e sem qualquer registro de marcas e/ou outros ativos de PI. Ademais, a maioria dos

entrevistados não sabiam da importância acerca da PI, e expressaram o interesse em futuramente registrar suas marcas.

Palavras-chave: marcas; desenvolvimento local; educação empreendedora.

ROLIM, Amanda Alves Gomes. **A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ**. 2022. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Instituto Federal do Ceará, Fortaleza/CE.

ABSTRACT

The objective of this work was to evaluate the impact that the course of basic knowledge on Intellectual Property applied to entrepreneurs and informal workers in the region of Pacatuba in the State of Ceará has on the appropriation of intangible assets, and whether this acquired knowledge led to the use of the IP system. Pacatuba is a municipality in the Metropolitan Region of Fortaleza, which stands out for having large industries and companies, such as, for example, activities more focused on the clothing area. In this context, the present work deals with the concept and assets of intellectual property, in particular brands, patents, industrial designs, geographical indications and copyrights, in addition to providing for entrepreneurship, providing a little about entrepreneurship by necessity and by opportunity, especially in the municipality of Pacatuba. Furthermore, the study deals with the use of intellectual property by small entrepreneurs, as well as the impact of educational programs on the use of intellectual property. Thus, with a qualitative and quantitative approach, through the survey of primary data in a sampling. In a second stage, a training process was presented through the application of a course on basic notions of intellectual property. Right after the course, some perceptions were interesting as well as through the application of a questionnaire we can verify the interest and the level of knowledge in PI. It is interesting to note that during the data collection and presentation of the course, the class was entirely women, and here it is worth highlighting how female entrepreneurship has been standing out and growing over the years. In addition, when collecting data through questionnaires, it was found that most respondents worked informally and without any registration of trademarks and/or other IP assets. Furthermore, most respondents were not aware of the importance of IP and expressed interest in registering their trademarks in the future.

Keywords: marks; local development; entrepreneurial education.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 Esquema acerca da Propriedade Intelectual

FIGURA 2 Processo de desenho industrial de configuração aplicada em calçado da arezzo

FIGURA 3 Processo de desenho industrial de padrão ornamental aplicado em tecido da arezzo

FIGURA 4 Gráfico da quantidade geral de ativos de PI depositados por ano

FIGURA 5 Esquema de maturação da atividade empreendedora

FIGURA 6 Percentual de motivação para começar um novo negócio

FIGURA 7 Etapas da metodologia

FIGURA 8 Percentual de pessoas físicas e jurídicas dentre os entrevistados

FIGURA 9 Quantidade de empresas abertas

FIGURA 10 Quantidade de atividades dos entrevistados

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 Tabela expositora de taxas de crescimento do PIB

TABELA 2 Quantidade geral de ativos de PI depositados por ano

TABELA 3 Total de depósitos por tipo de proteção e origem e natureza jurídica do depositante residente

TABELA 4 Tabela de instituições responsáveis por registro autoral no Brasil

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CNI	Confederação Nacional das Indústrias
GEM	Monitoramento de empreendedorismo global
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBPQ	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
IFCE	Instituto Federal do Ceará
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
JUCEC	Junta Comercial do Estado do Ceará
LPI	Lei da Propriedade Industrial
MEI	Microempreendedor Individual
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PI	Propriedade Intelectual
PIB	Produto Interno Bruto
PROFNIT	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO.....	15
2 INTRODUÇÃO.....	16
3 JUSTIFICATIVA.....	17
3.1.1 Lacuna preenchida pelo tcc.....	17
3.1.2 Aderência ao PROFNIT.....	17
3.1.3 Impacto.....	17
3.1.4 Aplicabilidade.....	18
3.1.5 Inovação.....	18
3.1.6 Complexidade.....	19
4 OBJETIVO.....	20
4.1 OBJETIVO GERAL.....	20
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
5 REFERENCIAL TEÓRICO (ESTADO DA ARTE E DA TÉCNICA)	21
5.1 CONCEITOS DA PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	21
5.1.1 Marcas.....	24
5.1.2 Desenho Industrial.....	27
5.1.3 Patentes.....	30
5.1.4 Indicações Geográficas.....	33
5.1.5 A Propriedade Intelectual e a Inovação	34
5.2 USO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL POR PEQUENOS EMPREENDEDORES.....	36
5.3 EMPREENDEDORISMO.....	41
5.3.1 Empreendedorismo por oportunidade x empreendedorismo por necessidade.....	43
5.3.1.1 Estímulo ao empreendedorismo.....	47
5.4 ECONOMIA LOCAL.....	48
5.4.1 Economia Cearense.....	48

5.4.2 Município de Pacatuba no Estado do Ceará.....	49
5.5 IMPACTO DE PROGRAMAS EDUCATIVOS NO USO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL	51
6 METODOLOGIA.....	55
6.1 SELEÇÃO DO PÚBLICO ALVO.....	55
6.1.1 Obtenção de dados.....	56
6.1.2 Realização de ações de disseminação.....	56
6.2 LEVANTAMENTO DE DADOS DE NÍVEL DE APLICAÇÃO E CONHECIMENTOS EM PI	57
6.3 FORMA DE APLICAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS.....	58
7 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	59
7.1 Resultados prévios ao Curso.....	59
7.2 Resultados após o Curso.....	62
8 CONCLUSÃO.....	65
9 ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC.....	66
10 PERSPECTIVAS FUTURAS.....	67
11 REFERÊNCIAS.....	68
APÊNDICE I – Questionário níveis de conhecimento e aplicabilidade da propriedade intelectual.....	73
APÊNDICE II – Questionário níveis de conhecimento e aplicabilidade da propriedade intelectual.....	76
APÊNDICE III – Manual de aplicação do curso de noções básicas da propriedade intelectual	78
ANEXO I – Ementa Curso.....	79
ANEXO II – Carta de solicitação do curso	81
ANEXO III – Material Curso de Noções básicas da Propriedade Intelectual.....	82

1 APRESENTAÇÃO

A região de Pacatuba vem realizando um trabalho no incentivo a formalização e desenvoltura dos pequenos empreendedores da região. Ademais, em análises realizadas e apresentadas no presente trabalho, os microempreendedores no Estado do Ceará veem crescendo de uma forma significativa.

Sendo assim, foi verificado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Pacatuba no Estado do Ceará, uma necessidade de levar os conhecimentos básicos da propriedade intelectual, para explicar da importância da PI e como aplicar nos negócios desses empreendedores. Dessa forma, com o intuito de avançar na melhoria do desenvolvimento econômico do município de Pacatuba e propagação dos conhecimentos da Propriedade Intelectual, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Pacatuba solicitou que fosse levado um Curso acerca da PI.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivo apresentar um curso de conhecimentos básicos para os trabalhadores informais e pequenos empreendedores da região de Pacatuba no Estado do Ceará.

2 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está totalmente interligado a inovação, pois conforme dispõe Drucker (1987), o empreendedor é aquele que sempre está buscando mudanças, e reagindo a elas, para que possa explorar e gerar oportunidades.

Nassif (2014) também aponta em seu texto que o economista Cantillon afirmava que os empreendedores procuram sempre aplicar mudanças no mercado com a finalidade de obter lucros, ou seja, o empreendedor deve apresentar contextos que saíssem da zona de conforto para que o mercado em si pudesse evoluir, em outras palavras “pensar fora da caixa”.

O empreendedor é aquele que está em constante desenvolvimento e que pode promover mais incentivos a inovação. Ademais, o empreendedorismo em uma região produtora de determinado produto, gera uma maior economia e pode se propagar de diferentes formas.

Além disso, os incentivos a inovação e a propagação dos conhecimentos básicos sobre a questão da Propriedade Intelectual é de grande valia principalmente para o estímulo a proteção desses recursos, além de poder atrair um maior incentivo econômico.

Diante desse contexto, decidiu-se pela entrega de um curso de noções básicas acerca da propriedade intelectual para os pequenos empreendedores e trabalhadores informais da região de Pacatuba no Estado do Ceará, como produto tecnológico para o título de Mestrado pelo sistema PROFNIT ofertado pelo Instituto Federal do Ceará (IFCE) e com a finalidade de disseminar o conhecimento e aplicação prática nos negócios desses pequenos empreendedores.

O presente estudo aborda alguns aspectos da propriedade intelectual, do empreendedorismo e economia na região do Ceará, em especial no município de Pacatuba. Além disso, dispõe como os pequenos empreendedores têm utilizado a Propriedade Intelectual e como tem sido o impacto de programas educativos no uso da PI.

3 JUSTIFICATIVA

3.1.1 Lacuna Preenchida pelo TCC

O presente estudo tem como tema a disseminação da cultura da Propriedade Intelectual entre microempreendedores e trabalhadores informais da região de Pacatuba no Estado do Ceará, tendo em vista que muitos sequer conhecem os seus direitos inerentes à Propriedade Intelectual.

A escolha do tema veio da necessidade de um programa de qualificação desses empreendedores ofertado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Pacatuba, onde, a partir da apresentação de um curso no qual foi mencionado o tema de PI, houve a percepção dos empreendedores e trabalhadores informais em entender melhor como funciona as questões de Propriedade Intelectual em como realizar e aplicar dentro de seus negócios.

Assim, visando suprir uma necessidade real da região, foi solicitada a ministração de um curso e avaliação de como se encontra os níveis de conhecimento dos empreendedores em relação à propriedade intelectual com o intuito de fomentar a inovação e estimular o desenvolvimento econômico da região de Pacatuba.

3.1.2 Aderência ao PROFNIT

O tema proposto tem como identificar o nível de disseminação do conhecimento da Propriedade Intelectual dentre os trabalhadores informais e os pequenos empreendedores na Região de Pacatuba, Estado do Ceará.

Além disso, tem como produto tecnológico o desenvolvimento de um modelo Curso de noções da Propriedade Intelectual e respectivo material didático para que o conhecimento chegue de uma forma mais clara a micro e pequenos empreendedores, bem como profissionais autônomos.

3.1.3 Impacto

Os principais impactos da aplicação de cursos e treinamentos na área de PI terão como impacto:

Levar o conhecimento da PI para os microempreendedores. Além disso, avaliar os níveis de conhecimento e uso de ativos de PI antes e depois da aplicação do curso através de instrumentos de pesquisas.

A partir da apropriação dos ativos intangíveis de PI, proporcionar um impacto econômico positivo para essa população. Assim, o maior impacto é o social, pois responde a demandas sociais básicas dos microempreendedores.

3.1.4 Aplicabilidade

Aqui, primeiramente serão levantados dados de uma parcela de pequenos empreendedores e alguns trabalhadores informais para avaliar o nível de conhecimento e aplicabilidade de uso de ativos de PI em seus negócios, através de questionários. O público-alvo da pesquisa será definido por meio dos primeiros encontros ofertados pela Prefeitura de Pacatuba, em que será avaliado inicialmente o nível de conhecimento e em que atividades atuam.

Posteriormente, será realizado um Curso de noções básicas da Propriedade Intelectual que será elaborado e exposto para um grupo de empreendedores e trabalhadores informais ofertado com o auxílio da Prefeitura de Pacatuba, pois esta disponibilizará salas, retroprojektor e demais equipamentos que se façam necessários.

Após a aplicação do curso, será avaliado como está o nível do conhecimento desses empreendedores e se estes estão sendo aplicados dentro das suas respectivas empresas, além de verificar se houve uma percepção de valor em relação aos ativos da Propriedade Intelectual. Ou seja, será avaliado o impacto que o curso gerou para esse grupo.

Como consequência, o modelo aqui desenvolvido de qualificação e avaliação de impacto poderá ser replicado. Dessa forma, caso exista interesse, outras prefeituras e/ou associações podem fazer uso das ferramentas aplicadas.

3.1.5 Inovação

O conceito de inovação é muito amplo, mas em linhas gerais, pode-se definir como a ação ou ato de inovar, podendo ser uma modificação de algo já existente ou a criação de algo novo. Considerando esta amplitude e para fins de avaliação deste

critério, podemos apresentar a seguinte classificação:

Produção com baixo teor inovativo, porém de alto impacto social, pois de acordo com algumas pesquisas prévias realizadas na região da Pacatuba, onde será aplicado o curso, os empreendedores não possuem tanto conhecimento, necessitando da disseminação desse conhecimento para que possa ser aplicado e desenvolvido dentro dos seus negócios.

3.1.6 Complexidade

O grau de complexidade do presente estudo pode ser entendido como uma produção com média complexidade tendo em vista que será desenvolvido uma metodologia para ampliar os conhecimentos dos empreendedores em Propriedade Intelectual e posteriormente avaliar se fato houve a disseminação desses conhecimentos.

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do presente trabalho é avaliar o impacto que o curso de conhecimentos básicos sobre Propriedade Intelectual aplicado aos empreendedores e trabalhadores informais tem na apropriação de ativos intangíveis.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Avaliação de como está o nível de conhecimento na área de PI dos pequenos empreendedores e dos trabalhadores informais do município de Pacatuba.
2. Aplicação de um curso básico geral sobre PI, dando ênfase nas necessidades identificadas previamente desse grupo de empreendedores.
3. Análise por meio de questionários e como evoluiu o conhecimento e, ao final verificar se houve aplicação prática no dia a dia desses empreendedores e quais suas dificuldades.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 CONCEITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

A história do desenvolvimento tecnológico provém da genialidade de grandes criadores que conseguiram produzir diversos inventos importantes para a sociedade. Alguns exemplos são a invenção do avião, o desenvolvimento de vacinas e medicamentos para solucionar doenças, produtos e equipamentos utilizados no dia a dia. Da mesma forma, é importante salientar a importância dos pequenos criadores, que com modestos, mas incessantes incrementos sobre criações anteriores permitiram em um longo período o desenvolvimento tecnológico e comercial permitindo alcançar o nível existente atualidade.

Partindo da premissa desses inventos e inovações, temos a Propriedade Intelectual (PI), que é a apropriação de tudo aquilo produzido pelo intelecto humano e que seja passível de proteção.

O direito da propriedade intelectual, conforme disposto por Mello (2010) é algo imaterial, que vem de resultados do intelecto humano, mas não da sua força de trabalho. A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) define Propriedade intelectual como:

“a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.”

Importante destacar que o conceito de “propriedade” significa que alguém é titular de algo, que pode usar, gozar e dispor de algo dentro da sua função social, não podendo utilizar de forma indevida por lei e podendo retomar por quem injustamente está utilizando, conforme disposto por Idou (1997).

Barbosa (2003) aborda em seu livro “Uma introdução à Propriedade Intelectual”:

“Direitos de exclusiva da propriedade intelectual

São as criações do espírito humano, quanto às quais a ordem jurídica concedeu ao titular o estatuto de direitos absolutos exclusivos. Como bens intangíveis cuja propriedade é assegurada, são contabilizados no ativo permanente, em princípio no ativo imobilizado.

São as patentes de invenção, os modelos de utilidade, o software, os cultivares registrados, as marcas registradas, as indicações geográficas, os desenhos industriais registrados, os direitos autorais e conexos. Os direitos sobre os signos distintivos são direitos de clientela em sua forma mais flagrante. A situação perante o mercado conseguida pela empresa depende da produção de coisas e serviços capazes de satisfazer necessidades econômicas, como também depende de que o público seja capaz de identificar a coisa e o serviço como tendo as qualidades necessárias.”

Então, pode-se destacar que, partindo dos conceitos dispostos acima, a PI é o direito de excluir que demais terceiros possam se utilizar daqueles ativos já protegidos. Logo, garantindo ao detentor da exclusividade sobre a utilização da marca já devidamente protegida, patente, desenhos industriais, programas de computador, criações artísticas e dentre outros.

Assim, segundo Barbosa (2003), esses direitos são baseados na exclusividade de ganhos econômicos pelo detentor ou criador de determinado ativo de PI. Como, por exemplo, podemos citar a marca de uma empresa ou de um produto, um produto inovador ou até mesmo um *design* diferenciado, os direitos autorais, os programas de computador, indicações geográficas, dentre outros.

Dessa forma, os direitos exclusivos impactam nos negócios, pois geram uma maior segurança para o produtor ao permitir a exploração exclusiva desses ativos, ou o direito de licenciar ou ceder para outro, gerando uma maior lucratividade para seus negócios.

Desse modo, a PI tem o intuito de garantir exclusividade aos processos inovativos para que não haja a contrafação e a tecnologia possa ser propagada de forma que haja uma recompensa material aos titulares da inovação com consequente influência positiva em demandas sociais e econômicas.

Dada a importância desses direitos, o artigo 5º da Constituição Federal de 1988, dispõe que:

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos

distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

Vejamos o que a PI engloba diversos ativos que são mostrados na Figura 1:

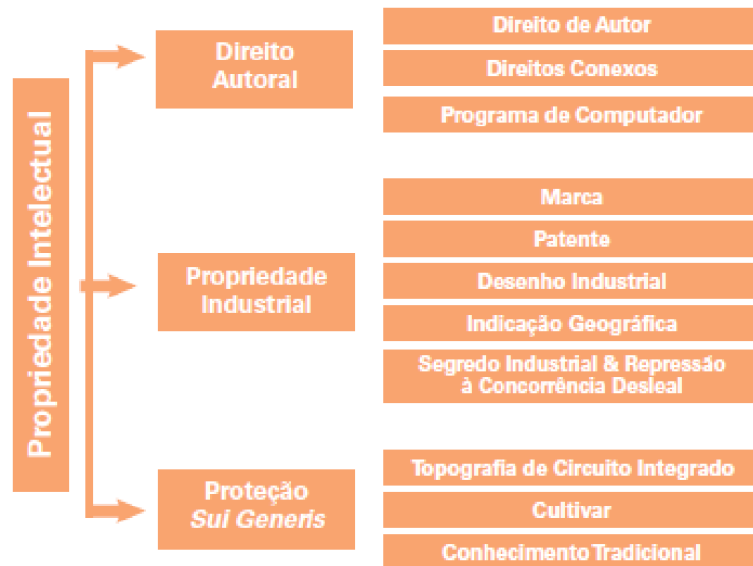


Figura 1 – Esquema acerca da Propriedade Intelectual.

Fonte: Jungmann, 2010.

É importante dispor que a Propriedade Intelectual possui como um de seus ramos a Propriedade Industrial, grupo no qual estão incluídas as proteções de marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas e contratos de transferência de tecnologia. Bem assim, disposto na Lei nº 9.279/96, também conhecida como Lei da Propriedade Industrial (LPI):

Art. 1º Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;

II - concessão de registro de desenho industrial;

III - concessão de registro de marca;

IV - repressão às falsas indicações geográficas; e

V - repressão à concorrência desleal.

Já em outra esfera, temos os direitos autorais compostos por direito do autor, direitos conexos e os programas de computador. Além disso, há uma proteção *sui generis* em que estão incluídas a topografia de circuitos integrados, os cultivares e o chamado conhecimento tradicional.

Dessa forma, é importante que tracemos alguns conceitos e exemplificações abaixo para melhor compreensão.

5.1.1 Marcas

Segundo Kimura em seu artigo publicado “Marcas, patentes e criação de valor”, fala acerca da importância do gerenciamento de ativos como as marcas, vejamos:

A marca, categorizada como um ativo de relacionamento com o cliente, proporciona vantagem competitiva, quando bem gerenciada, e serve como instrumento para a empresa se diferenciar dos concorrentes ou conquistar e fidelizar o cliente. Dessa forma, a marca possibilita a criação de valor para as empresas por meio do aumento de vendas, influenciando, consequentemente, o valor de mercado da empresa.

A Lei de Propriedade Industrial em seu artigo 122 versa:

“Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.”

E aqui cabe a definição de marca, que seguindo o artigo 122 da Lei nº 9.279/96, as marcas “são sinais distintivos em que as funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos”.

As marcas podem ser classificadas em marcas de produtos ou serviços, marcas de certificação (que tem como objetivo informar ao público que o produto ou serviço está de acordo com as normas ou padrões técnicos específicos) e as marcas coletivas.

Essa última, é interessante destacar que, segundo o manual de marcas disponibilizado pelo INPI, são aquelas que identificam e distinguem serviços e produtos advindos de membros de uma pessoa jurídica de uma coletividade, como associações, sindicatos, consórcios.

Diferente das marcas de produtos e serviços, a marca coletiva indica ao consumidor que aquele produto por exemplo pertence aos membros de uma

determinada entidade, como por exemplo a marca UNIMED e a ABPI (associação brasileira de propriedade intelectual).

As marcas, como já disposto, podem ser classificadas como produtos ou serviços, conforme o manual de marcas (2022), assim se diferenciando em diversas especificações que precisam estar de acordo com a atividade exercida.

Portanto, é de extrema valia que o empreendedor verifique a disponibilidade daquela marca junto ao banco de dados do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), para que não tenha o protocolo de registro indeferido nem infrinja o direito de terceiros.

Considerando que se não há proteção, não há exclusividade, o empresário deve ficar atento antes de iniciar seus negócios para não sofrer com algum problema jurídico. Pois, o empresário ou pessoa física, pode solicitar que um terceiro que esteja utilizando da sua marca, por exemplo, para a mesma finalidade, retire de circulação, sob pena de demanda judicial. O titular da marca poderá adentrar com uma demanda judicial tanto na esfera cível, quanto na criminal. Bem assim disposto pelos artigos 183 ao 210 da Lei nº 9.279/96.

Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem:

I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou

II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 190. Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque:

I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte; ou

II - produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

A marca quando copiada indevidamente e sendo utilizada por terceiros sem consentimento, geram danos, como indenizações materiais e morais, lucros cessantes que a empresa deixou de auferir com aquela cópia indevida.

Jungamann (2010) no guia do empresário “O caminho da inovação”, afirma:

Do ponto de vista da gestão empresarial, a marca transcende o *marketing* e está relacionada a outros aspectos-chave do negócio. Entre esses aspectos estão a atração e a retenção de talento, as percepções de analistas sobre o negócio, o relacionamento e alavancagem do fornecedor, bem como a sua cobertura pela mídia.

A marca simboliza para o consumidor algumas características da empresa fabricante do produto ou fornecedora do serviço, tais como a reputação, controle de qualidade, investimentos em pesquisa e desenvolvimento, qualidade do *design* do produto e a qualificação dos profissionais que prestam o serviço. Ela permite que o consumidor associe esses atributos aos produtos e serviços identificados por ela.

Consumidores satisfeitos com um determinado produto ou serviço voltam a comprá-lo ou a usá-lo. Para que isso seja possível, é necessário que eles sejam capazes de diferenciar produtos e serviços idênticos ou semelhantes da concorrência. Assim, a função essencial da marca nas estratégias comerciais e publicitárias das empresas é facilitar ao consumidor a sua identificação e diferenciação do produto ou serviço desejado.

É importante que o empreendedor também invista em pesquisa e desenvolvimento para melhorar os seus processos. Além disso, ao realizar campanhas de marketing através de uma estratégia de *branding*, a marca gera valor agregado aos negócios, com maior segurança.

E aqui cabe uma definição sobre *branding*, vejamos:

Branding significa dotar bens e serviços com o poder de uma marca. O branding diz respeito a criar estruturas mentais e ajudar o consumidor a organizar seu conhecimento sobre os produtos de modo a tornar sua tomada de decisão mais clara e, nesse processo, gerar valor a empresa. (KOTLER ; KELLER, 2012 p. 259)

Ademais, várias marcas brasileiras que iniciaram pequenas e hoje possuem uma marca extremamente forte, como por exemplo a marca “TREVO AÇAÍ”, a “MARIA PITANGA” que começou bem pequena, com apenas 1 unidade, e hoje atuam como franquias. E aqui é importante destacar que para se obter uma franquia a marca deve estar devidamente protegida através do INPI, bem assim disposto na Lei de Franquias.

Outras marcas cearenses que hoje possuem um renome no mercado, é a Farmácia Pague Menos e a Brisanet, que hoje são considerada uma das mais valiosas do Estado do Ceará, segundo Marques (2023), com valor de mercado, respectivamente de 1,5 bilhão e 1 bilhão de reais.

Outro caso de sucesso de marcas, é o da marca coletiva da APROCAN (Associação dos Produtores de Queijo Canastra) a marca “Região do Queijo da Canastra”. Vinhas (2022) dispõe em seu artigo sobre o estudo da marca e da região que a marca só pode ser utilizada por quem faça parte da Associação e que cumpram o regulamento da marca coletiva, além disso teve seu modo de fabricação reconhecido como Patrimônio Cultural pelo IPHAN desde 2008. Marca bastante conhecida pela região da Serra da Canastra por produzir seu queijo típico, de sabor único e forte, sendo produzido e vendido para todo o país brasileiro.

5.1.2 Desenhos Industriais

Os Desenhos Industriais (DI), que segundo o manual disposto pelo INPI em seu site publicado em 2020, o registro de Desenho Industrial “protege a configuração externa de um objeto tridimensional ou um padrão ornamental que possa ser aplicado a uma superfície ou a um objeto”.

Assim, esse registro protege o *design* diferenciado do produto de outros. É importante ressaltar que essa configuração deve ter um caráter exclusivamente ornamental, pois *designs* que tenham efeitos técnicos quanto ao uso ou produção devem ser protegidos na forma de patentes de invenção ou de modelos de utilidade.

Partindo desse conceito, os empreendedores que querem se destacar por ter um *desing* diferenciado e inovador deve estar sempre atento a proteção desses. Segundo Jungmann (2010) a proteção por Desenho Industrial traz algumas vantagens competitivas como dirigir um apelo visual para cada segmento (ex: relógios), criar um nicho no mercado com a finalidade de diferenciar seus produtos (ex: automóveis), fortalecer a marca a partir da criação de uma embalagem diferenciada por exemplo.

Entre as indústrias com grande potencial de uso dos DI destaca-se a da moda, ao que se pode tratar de vestuário e artigos, como bolsas, chapéus, joias, ou de calçados. Além disso, objetos de uso doméstico, itens de decoração e materiais esportivos também representam importantes setores para o caráter de novidade inventiva. Assim, o pequeno empreendedor que tem sua própria produção de artigos do vestuário, por exemplo, e que possui uma configuração específica, pode solicitar essa proteção e assim se destacar em relação aos demais.

O titular de um desenho industrial pode realizar diversos tipos de negociações, como licenciamentos, ou seja, o direito de uso por um determinado período com pagamento de “*royalties*”. Além disso, pode realizar contratos de cessão, ou seja, vender o bem por valores estimados conforme o “*valuation*” daquele produto.

Um caso interessante de alegação de cópia indevida por Desenho Industrial recente, foi o que aconteceu com a *Loungerie* x *Hope*, em que *Loungerie* entrou com uma demanda judicial solicitando que a Hope do Nordeste Ltda. parasse de comercializar peças de vestuário íntimo feminino que se assemelhava com a linha de produtos fabricada pela *Loungerie*. Nesse caso é interessante que a empresa *Loungerie* alega cópia de “*trade dress*”, no entanto esta não requereu a proteção por Desenho Industrial para que se justificasse a exclusividade. Vejamos o julgamento do Recurso Especial de nº 1.843.339 pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) com fala da ministra Nancy Andrighi:

"Dado o contexto dos autos – em que as recorrentes deixaram de pleitear o registro de desenho industrial para seus produtos –, era ônus que lhes incumbia comprovar tanto a anterioridade do uso quanto a distintividade do conjunto-imagem, na medida em que, ausentes tais circunstâncias, não se pode falar que a utilização de elementos estéticos semelhantes, que se presume estarem em domínio público, configure concorrência desleal". (grifo nosso).

Avaliando o caso em questão o que podemos considerar é que é de extrema importância que o empreendedor proteja seus produtos e assim possa solicitar corretamente a retirada da cópia de circulação e obter vantagens competitivas.

Um caso de sucesso é o da marca “AREZZO”, segundo o site da companhia, a empresa começou pequena por dois irmãos em 1972, Anderson e Jefferson Birman, com o intuito de propagar a moda e traduzir tendências para o público feminino, hoje a marca possui mais de 30 anos de mercado, com mais de 450 lojas franquizadas. Além disso, ao buscas por processos de desenhos industriais junto ao órgão competente o INPI, pode-se verificar que a empresa possui 13 pedidos de desenhos industriais, como calçados, estampas, vejamos:



(11) BR 302022000349-2

(22) Data do Depósito: 25/01/2022

(45) Data da Publicação do Registro:
15/02/2022

Decisão: Concessão do Registro



(54) Título: CONFIGURAÇÃO APLICADA A/EM CALÇADO

(15) Data da Concessão do Registro:
15/02/2022

(17) Prazo de Validade: 10(dez) anos contados a partir de 25/01/2022, mediante o recolhimento da taxa quinquenal de manutenção (Artigos 119 e 120 da LPI) e observadas as demais condições legais.

(51) Int. Cl.: 02-04.

(73) Titular(es): AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A..

(72) Autor(es): CÁSSIA PICCOLI DA SILVEIRA.

(74) Procurador(es): BARIL & ADVOGADOS ASSOCIADOS



Figura 2 – Processo de Desenho Industrial de Configuração Aplicada em Calçado da Arezzo.

Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

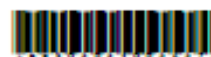


(11) BR 302021002427-6

(22) Data do Depósito: 28/05/2021

(45) Data da Publicação do Registro:
03/11/2021

Decisão: Concessão do Registro



(54) Título: PADRÃO ORNAMENTAL APLICADO A/EM TECIDO

(15) Data da Concessão do Registro:
03/11/2021

(17) Prazo de Validade: 10(dez) anos contados a partir de 28/05/2021, mediante o recolhimento da taxa quinquenal de manutenção (Artigos 119 e 120 da LPI) e observadas as demais condições legais.

(51) Int. Cl.: 32-00.

(73) Titular(es): AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A..

(72) Autor(es): MILENA LUISI KLEIN.

(74) Procurador(es): BARIL & ADVOGADOS ASSOCIADOS

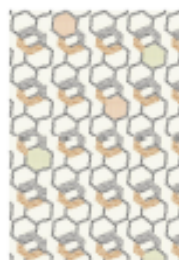


Figura 3 – Processo de desenho industrial de padrão ornamental aplicado em tecido da Arezzo.

Fonte: INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

5.1.3 Patentes

Segundo a Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9279/96), as patentes podem ser entendidas como títulos de propriedade temporários em que os textos devem estar adequadamente descritos as invenções, possuem três características fundamentais, quais sejam novidade, tenham atividade inventiva e aplicação industrial. Além disso, se classificam em patentes de invenção e patentes modelos de utilidades.

As patentes de invenção são classificadas como totalmente inovadoras em que não há qualquer produto ou processamento semelhante no estado da técnica e que traga uma solução nova para um problema técnico específico. Já as patentes modelos de utilidade são aquelas que trazem uma melhoria na funcionalidade dos objetos já produzidos, essas melhorias devem ser novas. Bem assim definido através do manual de patentes do INPI em disponibilizado seu site, vejamos:

“- Patente de Invenção (PI): para novas tecnologias, sejam associadas a produto ou a processo, como um novo motor de carro ou uma nova forma de fabricar medicamentos;

- Patente de Modelo de Utilidade (MU): para novas formas em objetos de uso prático, como utensílios e ferramentas, que apresentem melhorias no seu uso ou na sua fabricação.”

Como dito anteriormente, uma patente constitui um direito temporário de exclusividade na exploração de uma nova tecnologia, sendo este concedido pelo Estado. Esta concessão exige como contrapartida do titular interessado em patentear, a disponibilização da informação necessária para a realização da invenção ou do objeto alvo da proteção.

Além do direito de exclusividade, é interessante destacar que as patentes quando depositadas, após o período de sigilo, ficam disponíveis para conhecimento público, assim podendo demais empreendedores e técnicos no assunto produzirem outros produtos inovadores ou melhorias técnicas baseadas nessas invenções, assim gerando avanços e melhorias para sociedade.

Segundo Jungmann (2010) dispõe que dentro dos bancos de dados de patentes incluem:

- Fonte importante de informações sobre as empresas competidoras;
- Possibilidade de visualizar e estudar tendências de tecnologias similares e complementares, para compor um amplo cenário futuro;
- Identificação de uma nova tecnologia que ameace a competitividade da empresa;
- Fonte para estudos sobre o próprio estado da arte de uma tecnologia;
- Prospecção de novas oportunidades de negócio por meio de operações de compra, venda e licenciamento de tecnologia.

Dessa forma, os pequenos empreendedores devem estar atentos às inovações trazidas por demais empresas, para que possam melhorar procedimentos ou até inovar em suas áreas de competência. Adicionalmente, especialmente quando o novo negócio se dá em torno de uma nova tecnologia, é importantíssimo a garantia do uso exclusivo temporário por parte de seus criadores, de forma a garantir um diferencial competitivo frente aos seus concorrentes que não poderão explorar comercialmente o objeto da invenção protegida.

A WIPO (organização mundial da propriedade intelectual), define seis aspectos fundamentais para um bom gerenciamento da Propriedade Intelectual nos pequenos negócios, como: Criar uma cultura de PI na empresa; Planejamento adequado; Sistema de gerenciamento de PI, nesse caso buscando estratégias do negócio; Registro; Proteção e; Auditoria, ou seja, realizar auditoria periódica do portfólio de PI.

Jungmann (2010) ainda dispõe sobre algumas formas de gerir os bens de propriedade intelectual, vejamos:

Alguns procedimentos básicos para garantir a gestão de bens intangíveis que envolvam o direito sobre a propriedade intelectual de uma empresa:

- Consultar bancos de dados marcários para evitar o uso de marcas registradas de terceiros antes de iniciar o lançamento de produtos e serviços. Se a marca se destina ao mercado internacional, consultar também bancos de dados estrangeiros;
- Proceder rapidamente à análise de viabilidade técnica e comercial para inventos patenteáveis e caso a relação de custo X benefício seja satisfatória, solicitar o depósito do pedido de patente nos escritórios de propriedade intelectual dos países (mercados) em que se deseja a proteção (no Brasil é no INPI);
- Certificar-se de que invenções patenteáveis não são divulgadas ou publicadas antes do pedido de depósito da patente. A liberação antecipada

de informações estratégicas sobre o invento pode inviabilizar a concessão de uma patente (anula o critério de novidade);

- Certificar-se de que segredos de negócio são mantidos dentro da empresa. Em casos de negociação com terceiros, providenciar que contratos de confidencialidade sejam assinados antes da divulgação do objeto a que o segredo se refere;
- Ter o cuidado de proteger e manter protegido os ativos de propriedade intelectual (principalmente marcas e patentes) nos países em que vão ser comercializados tais produtos e serviços (importante para empresas exportadoras);
- Usar bancos de dados de marcas e patentes para auxiliar no desenvolvimento da estratégia comercial e tecnológica da empresa (importante ferramenta de inteligência competitiva);
- Quando desenvolver projetos com outras empresas, universidades ou centros de pesquisas, ter a clareza (se possível documentada nos termos da colaboração) sobre quem será o titular do direito sobre a propriedade intelectual gerada e em que bases se dará a remuneração dos *royalties*.
- Monitorar periodicamente o mercado para saber se a propriedade intelectual da empresa, que é legalmente protegida, não está sendo violada, bem como se a empresa não está violando direitos de terceiros. Disputas judiciais são onerosas e podem afetar o bom andamento do negócio.

Importante frisar que é sempre bom o empresário procurar um profissional adequado para dar seguimento a proteção da patente, tendo em vista a complexidade, os prazos e acompanhamento do processo, além de contribuir para uma maior segurança jurídica nas operações comerciais.

Ademais, para os pequenos empreendedores ter uma proteção patentária é de extrema valia, pois pode significar um grande crescimento econômico para empresa. Segundo Silva et. al (2021), apresenta a importância para o empreendedor de ter a proteção por patente, vejamos:

A exclusividade do mercado, durante o tempo da vigência, empodera o titular da patente na comercialização do invento e no controle do mercado, de acordo com as suas estratégias. Portanto, o conhecimento tecnológico protegido é passível de troca entre os agentes econômicos. A proteção agrega valor ao estabelecer a exclusividade temporária sobre o conhecimento, impondo limite a sua comercialização, concedendo-lhe valor de troca e solicitação de autorização prévia para fins comerciais, apoiados numa relação contratual entre as partes da contratação. Portanto, o contrato contratual é o instrumento para o estabelecimento das condições da exploração do conhecimento protegido.

Silva et al. (2021) colaciona em sua cartilha que:

A patente é um instrumento de propriedade industrial, que visa proteger a invenção ou aperfeiçoamento técnico do invento no mercado. Este instrumento pode proteger o diferencial competitivo do agente econômico que busca a inovação tecnológica ao utilizar sua capacidade inventiva para desenvolver novos produtos ou processos. Para os micros e pequenos empresários que desejem ofertar novos produtos ou processos ao mercado, este instrumento pode ser de vital importância para proteger a tecnologia do seu negócio. Contudo, a proteção conferida pela patente apresenta requisitos para que a solicitação seja exitosa e o agente econômico obtenha a concessão, os quais serão brevemente apresentados nesta cartilha. Às vezes, por falta do entendimento sobre o funcionamento do sistema de propriedade industrial, os agentes econômicos podem não lograr êxito na obtenção da dita proteção.

No entanto, de nada adiante se esse pequeno empreendedor não possui o conhecimento suficiente para solicitar essa proteção ou gerir a propriedade intelectual. Esse é um dos maiores desafios dos operadores da PI, fazer com que o conhecimento assertivo chegue até esses pequenos empreendedores.

5.1.4 Indicações Geográficas

As indicações geográficas (IG) podem ser entendidas, segundo o manual de IG do INPI, como aquelas que distinguem a origem geográfica de um produto ou serviço. A lei nº 9279/96 dispõe no artigo 177 e 178 que:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Logo as IGs possuem duas espécies, as indicações de procedência e as denominações de origem. As Indicações de procedência se referem ao nome característico que se tornou extremamente conhecido por determinado serviço ou produto, como por exemplo a Cachoeiro de Itapemirim, que ficou conhecido pela extração e beneficiamento do mármore.

Já as denominações de origem são aquelas que representam as características de uma região geográfica, influenciadas pelos fatores naturais e humanos pertencentes a um serviço ou produto que o diferencie pelas suas qualidades. Como por exemplo podemos citar os camarões da costa negra.

Ademais um exemplo que possuem as duas classificações são os vales dos vinhedos, sendo em 2002 o reconhecimento de Indicação de Procedência e em 2012 recebeu o reconhecimento de Denominação de Origem, bem assim disposto por Fabris (2019). Correa et. al (2013) aborda que a região do vale dos vinhedos após conseguir as certificações do INPI, atraiu diversos turistas e muitos investidores para a região.

As indicações geográficas podemos destacar como um grande parâmetro para desenvolvimento e crescimento de pequenos empreendedores da região, tendo em vista que o reconhecimento através do depósito da propriedade intelectual gera um grande atrativo turístico, favorecendo o crescimento econômico da região. No entanto, o conhecimento sobre as certificações e o adequado depósito desse tipo de propriedade intelectual ainda é pouco disseminado para esses pequenos empreendedores, sendo um dos fatores básicos de disseminação.

5.1.5 A Propriedade Intelectual e a Inovação

Para Schumpeter (1982), o desenvolvimento econômico não se explica pelo crescimento, mas por conta do processo de mudança espontânea e descontínua, e é nesta conjuntura em que se apresenta a inovação como resultado de novas combinações.

Importante destacar que as ideias novas e criativas não possuem valor em si. Portanto, elas precisam ser desenvolvidas, transformadas em produtos, processos ou serviços que possam ser comercializados. Para isso são necessários investimentos.

Assim, uma empresa de sucesso é aquela que consegue produzir algo novo, criativo, ou que solucione algum problema que ainda não foi resolvido, transformando a propriedade intelectual em riqueza.

“Empresas não comprem nem investem apenas em “ideias”, e sim no seu potencial de se transformarem em produtos que sejam economicamente viáveis e tenham relevância para o mercado.” (Jungmann, Diana de Mello, 2010).

Peters (2004), dispõe que a combinação entre o mercado e as necessidades sociais e a tecnologia e o conhecimento são fatores fundamentais para a inovação, ou seja, muitas vezes o crescimento econômico de uma região está atrelado a inovação, tendo em vista as demandas sociais.

Drucker (2002) sugere que com o surgimento da economia empreendedora se enquadra em um evento cultural e psicológico, além de econômico e tecnológico, em que as oportunidades alcançadas sejam objetos de inovação.

Segundo ressalta Mason (2017):

O argumento de Drucker, repousa na premissa de que os velhos fatores de produção – terra, trabalho e capital – tornaram-se secundários em relação à informação. [...] Drucker observou o capitalismo rico de informação, dos anos de 1980, e imaginou em traços amplos a economia de rede que emergiria nos vinte anos seguintes.

Em relação a inovação, Kimura (2008) em artigo publicado, dispõe que:

A inovação é um importante ativo intangível. Ele gera vantagens competitivas sustentáveis que permitem erguer barreiras contra algumas das ameaças competitivas. Um exemplo típico é o caso da indústria farmacêutica, na qual as patentes de novos medicamentos criam uma espécie de monopólio provisório e impedem a ação dos concorrentes. Assim, a capacidade de inovação propicia vantagens competitivas sustentáveis que potencializam a criação de valor das empresas.

A PI, como já bem-conceituada acima, e partindo dos conceitos de Peters (2004), trata sobre as proteções das produções intelectuais desenvolvidas pelos seres humanos e que são passíveis de comercialização, com uma garantia e segurança de desenvolvimento no mercado. Assim, pode gerar benefícios para toda a sociedade, pois estimula as atividades criativas e a inovação, como disposto pela Confederação Nacional das Indústrias – CNI (2017).

Sendo assim, entende-se que a PI está interligada com a inovação e a apropriação pelos criadores de todos os direitos do intelecto humano, e que envolvem a Ciência, Indústria, Literatura e Artes, conforme disposto pela Confederação Nacional das Indústrias – CNI (2017).

Nesse sentido, ao dispor sobre a inovação como objeto propulsor da economia, não podemos deixar de abordar a proteção dos ativos de PI, pois não

adianta obter algo inovador e não proteger esse ativo para geração de riquezas nos negócios. Desse modo, fazendo com que a PI seja essencialmente e totalmente interligada com a vida empresarial.

5.2 USO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL POR PEQUENOS EMPREENDEDORES

No mundo empresarial, como disposto por Mello (2010), os conhecimentos, são transformados em propriedade privada, de forma intangível, são chamados de bens imateriais, protegidas por lei, podendo ser comercializadas, gerando ativos de negócios para o empresário.

Esses ativos de negócios, como por exemplo as marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas, são protegidos através do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O INPI é uma autarquia federal responsável por proteger os ativos da Propriedade Industrial, uma ramificação da propriedade intelectual como já abordado em tópico anterior.

Outros ativos como os direitos autorais são protegidos através de outros órgãos, como podemos observar na tabela abaixo disponibilizada por Jungmann, 2010:

Tabela 1 - Tabela de instituições responsáveis por registro autoral no Brasil

CRIAÇÕES	INSTITUIÇÕES RESPONSÁVEIS
Livros e textos	Biblioteca Nacional
Obras artísticas	Escola de Belas Artes
Filmes	Agência Nacional de Cinema
Partituras de músicas	Escola de música e Biblioteca Nacional
Plantas arquitetônicas	Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura – Unidade da Federação (CREA-UF)
Programas de Computador	INPI

Fonte: O caminho da inovação – Jungmann, 2010.

A disseminação dos conhecimentos e proteção da propriedade intelectual são fundamentais para que as empresas e os indivíduos resguardem suas marcas, invenções, criações, obras artísticas ou literárias e que com isso possam obter retorno financeiro a partir da comercialização desses ativos.

Além disso, para a economia do conhecimento, a propriedade intelectual devidamente protegida de forma legal é um importante ativo para a competitividade das empresas que desejam comercializar e otimizar o valor desses bens (Jungmann, 2015).

Para que as empresas possam atingir seus objetivos de saírem a frente de outras em relação a competitividade no mercado, elas devem planejar seus negócios estrategicamente, protegendo as inovações atuais e futuras para que gerem valor para capacidade inovadora de suas empresas.

Essa forma de proteção tem como finalidade favorecer o comércio nacional e internacional, estimular novos métodos de produção, aumentar a produtividade dos negócios, melhorar a qualidade de vida, gerar riquezas, propagar a criação, melhorar a ciência e tecnologia, bem como o mundo das artes e literatura.

Abaixo, podemos destacar a quantidade de depósito desses ativos de PI junto ao INPI, com dados até fevereiro de 2022. O que é interessante de se verificar é como essa quantidade vem evoluindo ao longo dos anos, especialmente na apropriação das marcas.

Bem assim dispostos pelo INPI através do boletim mensal de propriedade industrial de 2022, vejamos na Tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – Quantidade geral de ativos de PI depositados por ano.

Período	PATENTES	MARCAS	DESENHOS INDUSTRIAIS	PROGRAMAS DE COMPUTADOR	CONTRATOS	INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	TOPOGRAFIA DE CIRCUITOS INTEGRADOS
Anual							
2013	34.050	163.422	6.847	1.508	1.725	6	4
2014	33.182	157.016	6.590	1.609	1.710	12	1
2015	33.043	158.709	6.039	1.616	1.400	12	3
2016	31.020	166.368	6.027	1.802	1.027	5	9
2017	28.667	186.103	6.000	1.692	1.166	10	3
2018	27.551	204.419	6.111	2.511	1.207	7	3
2019	28.318	245.197	6.433	3.049	1.165	16	3
2020	27.091	293.502	6.263	2.999	1.045	17	2
2021	26.921	386.845	6.711	3.259	1.135	9	0
Acumulado no ano	3.833	60.610	998	441	210	1	1
Janeiro/2022	1.871	28.904	482	178	121	0	0
Fevereiro/2022	1.962	31.616	516	263	89	1	1
Comparação mês a mês							
Fevereiro/2021	2.007	27.694	466	204	73	1	0
Janeiro/2022	1.871	28.904	482	178	121	0	0
Var. % Fev/2022 / Fev/2021	-2,2	14,2	10,7	28,9	21,9	0,0	
Var. % Fev/2022/ Jan/2022	4,9	9,0	7,1	47,8	-26,4		
Acumulado no ano							
Jan-Fev/2022 (A)	3.833	60.610	998	441	210	1	1
Jan-Fev/2021 (B)	3.855	52.058	865	345	144	2	0
Var. % (A)/(B)	-0,6	16,4	15,4	27,8	45,8	-50,0	
Acumulado de doze meses							
Mar/2021 - Fev/2022 (C)	26.899	386.397	6.844	3.355	1.201	8	1
Mar/2020 - Fev/2021 (D)	26.782	307.422	6.264	2.982	1.033	17	2
Var. % (C)/(D)	0,4	26,6	9,3	12,5	16,3	-52,9	

Fonte: INPI / AECON

Fonte: Boletim mensal de propriedade industrial de 2022 disposto pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

(Fevereiro/2016 – Fevereiro/2022)



Figura 4 – Gráfico da quantidade geral de ativos de PI depositados por ano.
Fonte: Boletim mensal de propriedade industrial de 2022.

Em relação ao município a ser estudado, Pacatuba, foi detectado através de dados disponibilizados pelo site do INPI, que dos anos de 2000 a 2019, foram

registradas 92 (noventa e duas) marcas, 2 (dois) desenhos industriais, e depositadas 2 (duas) patentes de invenção. Quanto aos demais ativos de PI, não foram detectados depósitos correspondentes no município de Pacatuba.

Um ponto a ser discutido é como a PI vem sendo utilizada por pequenos empreendedores. Segundo dados disponibilizados pelo INPI, pode se observar que a maior parte de depósitos de ativos de PI, no ano de 2022 até o mês de abril, são de pequenos empreendedores ou através de pessoas físicas, vejamos abaixo na tabela:

Tabela 3 – Total de depósitos por tipo de proteção e origem e natureza jurídica do depositante residente

	Contratos de tecnologia	Desenhos industriais	Indicações geográficas	Marcas	Patentes	Programas de computador	Topografias de circuitos integrados	Total geral
PESSOA FÍSICA	5	394	-	23.212	730	192	1	24.534
PESSOA JURÍDICA	201	813	-	58.452	764	532	-	60.762
Associação com intuito não econômico	-	1	-	1.006	7	5	-	1.019
Empresa Simples de Inovação - Inova Simples	-	-	-	68	3	1	-	72
Sociedade com intuito não econômico	1	3	-	216	3	21	-	244
Cooperativa assim definida em lei	-	-	-	190	-	-	-	190
Instituição de Ensino e Pesquisa	4	17	-	196	217	169	-	603
Órgão Público	-	-	-	64	7	9	-	80
Microempreendedor	1	28	-	10.132	29	10	-	10.200

dor Individual – MEI								
Microempresa assim definida em lei	3	261	-	23.107	152	69	-	23.592
Empresas de Pequeno Porte assim definidas em lei	3	143	-	7.646	53	29	-	7.874
Pessoa Jurídica	189	360	-	15.827	293	219	-	16.888
Total Geral	206	1.207	-	81.664	1.494	724	1	85.296

Fonte: Instituto Nacional Da Propriedade Industrial (INPI).

Assim, verificando os dados acima, o que se conclui é que as pequenas empresas, como microempreendedores individuais, microempresas, empresas de pequeno porte e pessoas físicas estão buscando proteção para as suas marcas e tecnologias. Contudo, quando comparado o volume de registros e depósitos com o número de empresas em funcionamento vemos que o nível de uso do sistema de PI é baixo.

5.3 - EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo sempre esteve presente na sociedade, tanto é assim que diversos sociólogos e economistas discutem a respeito de como se dava o empreendedorismo ao longo dos anos.

O economista e cientista político Schumpeter (1939) entendia que o empreendedor é aquele que exerce um papel de liderança, e traça uma característica criativa. Esse economista postulou a ocorrência de “inovação e ondas de adaptação” decorrentes da atuação empreendedora e trazendo sempre aspectos inovadores. Na realidade, esse economista não via o empreendedor como aquele que traria um

equilíbrio para o mercado, mas sim aquele em que traria o desequilíbrio, justamente por conta da inovação.

Segundo McMullen e Shepherd (2006), o empreendedor pode ser definido, também, como aquele que consegue identificar oportunidades em seus negócios através de conhecimentos e explorar essas oportunidades de negócios gerando inovação. Ademais, segundo Reinaldo (2012) em seu artigo dispõe a respeito de duas correntes sobre o empreendedorismo, a primeira se trata de uma associada à inovação e uma segunda corrente é tratada o empreendedor como aquele intuitivo e criativo.

Nassif et al. (2014) cita em seu texto que o economista Cantillon afirmava que os empreendedores procuravam sempre aplicar mudanças no mercado com a finalidade de obter lucros, ou seja, o empreendedor deveria apresentar contextos que saíssem da zona de conforto para que o mercado em si, pudesse evoluir, em outras palavras: “pensar fora da caixa”. Além disso, Nassif et al. (2014) menciona também em seu texto que alguns economistas alemães como Hans Von Mangoldt, Frieddrich Hermann e J. H. Von Thunen, apresentavam o empreendedor como aquele que é inovador, alguém que assume riscos.

Bem assim, Nassif et al. (2014) em seu texto “Documentos e Debates: Réplica – Empreendedores”, dispõe:

“O empreendedor caracteriza-se como alguém que identifica oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000). É o acúmulo de conhecimentos e a motivação para a criação de valor que capacita os indivíduos a explorarem oportunidades e a tornarem-se empreendedores (McMullen & Shepherd, 2006). Habilidades e motivações estão associadas com a criação de valores (Julien, 2010).”

De acordo com os conceitos acima dispostos, podemos destacar então que os empreendedores são aqueles que identificam oportunidades, traçando metas inovadoras e possuindo uma boa rede de relacionamentos. Assim, podemos entender que o empreendedorismo está totalmente interligado a inovação, além disso não podemos falar sobre empreendedorismo sem dispor sobre a propriedade intelectual.

No entanto, uma grande pauta a ser abordada é sobre como o crescimento do empreendedorismo vem sendo efetuado, se é por oportunidades, visando algum

negócio e alavancando no sentido de realmente ter detectado algo diferente no mercado ou se por necessidade, como abordaremos a seguir.

5.3.1 Empreendedorismo por oportunidade x empreendedorismo por necessidade

Partindo dos conceitos acima dispostos sobre empreendedorismo, devemos analisar alguns pontos.

Primeiramente, cabe dispor que o empreendedor muitas vezes se vê diante de uma necessidade, assim passa a desenvolver alguma atividade econômica autônoma para obter alguma lucratividade de imediato para seu próprio sustento, logo estamos diante de um empreendedorismo por necessidade.

Bem assim, dispõe no artigo Análise das Dimensões de Empreendedorismo Sustentável em Micro, Pequenas e Médias Indústrias no Ceará (2012):

“(ii) Empreendedorismo de necessidade – o empreendedor inicia suas atividades por falta de opção (desemprego) e cria uma empresa com pouco ou nenhum planejamento diante de uma necessidade. Esses negócios costumam ser informais e fracassam rapidamente, não contribuindo com o desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade de negócios. Esse tipo de empreendedorismo é mais comum em países em desenvolvimento.”

Logo o ponto que se analisa é que geralmente os pequenos empreendedores começam a empreender por alguma necessidade pessoal e não por simplesmente querer aplicar e desenvolver algum tipo de inovação.

Aliás, muitas vezes essas pessoas que abrem seus negócios não sabem nem dos seus direitos acerca de uma proteção de uma marca ou de uma patente, ou até mesmo da produção de um artesanato específico produzido em uma determinada região. Além disso, pode-se falar de outras carências de conhecimentos que esses empreendedores podem ter, como técnicas de vendas, questões contábeis e análise de mercado.

Sendo assim, esses empreendimentos por necessidade, por diversas vezes, podem não ser duradouros.

Ademais, o que pode ser destacado é que com a pandemia do COVID-19 ocasionada entre os anos de 2020 e 2021 muitas empresas foram fechadas,

conforme dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os índices de desocupação no ano de 2020 ocasionado pela pandemia chegou no Estado do Ceará a 13,2% conforme relatado por Barros (2021).

O que se observa é que com a pandemia, muitas empresas foram abertas com o intuito de empreender diante de uma necessidade, pois muitas pessoas ficaram desempregadas e necessitavam começar algo para atender as suas necessidades básicas, como afirmado por Nalin (2022) após análises realizadas em pesquisas divulgadas pelo IBGE.

Quanto ao empreendedorismo por oportunidade, define-se como aquele relacionado à percepção de uma oportunidade de mercado. Desse modo, o empreendedor produz estratégias para que possa executar todo o processamento de abertura de seus negócios. Bem assim disposto no artigo Análise das Dimensões de Empreendedorismo Sustentável em Micro, Pequenas e Médias Indústrias no Ceará (2012):

(i) Empreendedorismo de Oportunidade – o empreendedor percebe uma oportunidade de negócio no mercado e cria uma empresa com planejamento prévio e objetivos claros para melhorar sua condição de vida. Esse tipo de empreendimento promove o desenvolvimento econômico através do crescimento da organização e da geração de lucro, empregos e riqueza;

Um caso interessante e que se tornou de sucesso, e que se iniciou como um empreendedorismo por necessidade é o da marca “PARDAL”, e que hoje possui mais de 30 marcas registradas junto ao INPI. Segundo a reportagem do Jornal “O Povo” por Carol Kossling (2022), a empresária Joselma Oliveira iniciou a sua produção de picolé no interior da sua casa para ajudar as despesas de casa, com uma venda de 30 picolés e que hoje produz mais de 40 mil picolés diários e 8 mil litros de sorvetes.

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é composto por um consórcio de equipes de pesquisadores voltados para área do empreendedorismo e estão vinculados a renomadas instituições acadêmicas e de pesquisa de mais de 100 países. Ademais, o GEM disponibilizou uma figura com o que considera o empreendedor inicial até quando está com uma maturidade:

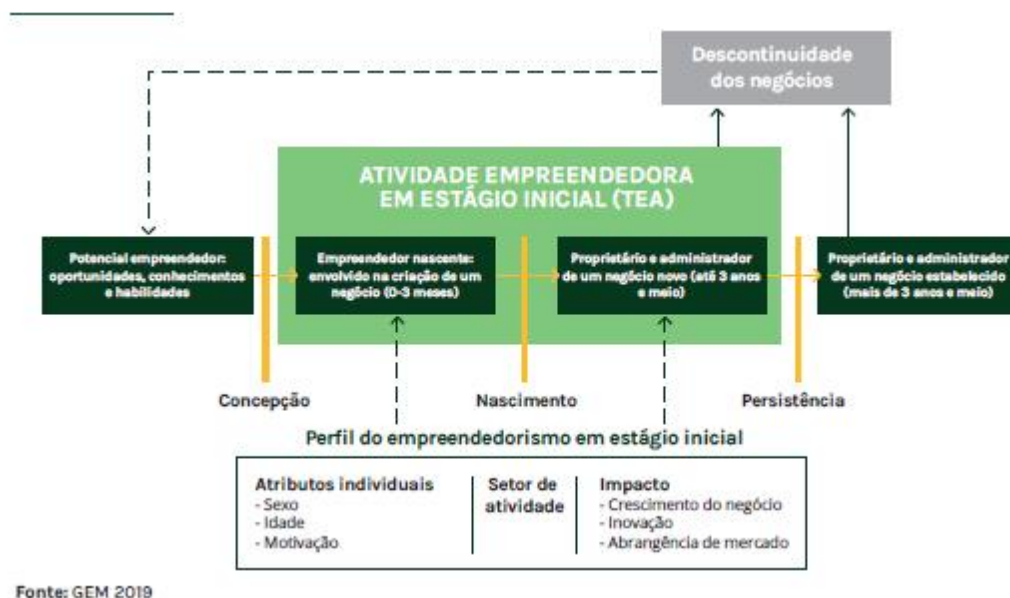


Figura 5 – Esquema de maturação da atividade empreendedora.

Verificando os dados dispostos pelo GEM em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), de 2019 para 2020 houve um crescimento do empreendedorismo por oportunidades em 75% no Brasil. No entanto, é importante considerar que em 2020 houve uma pandemia, e que a taxa de abertura de empresas evoluiu segundo dados do IGBE, mas muitas por necessidade.

Ainda considerando-se os dados obtidos pela GEM 2019, o Brasil atingiu a segunda maior taxa de empreendedorismo nos últimos anos. Os dados mostram que em 2019 23,3% da população adulta estava à frente de algum negócio ou envolvido na criação de um outro negócio. Enquanto em 2002, apenas 13,5% da população adulta fazia parte do empreendedorismo inicial, chamado de TEA que significa do inglês “Total Early - Stage Entrepreneurial Activity”.

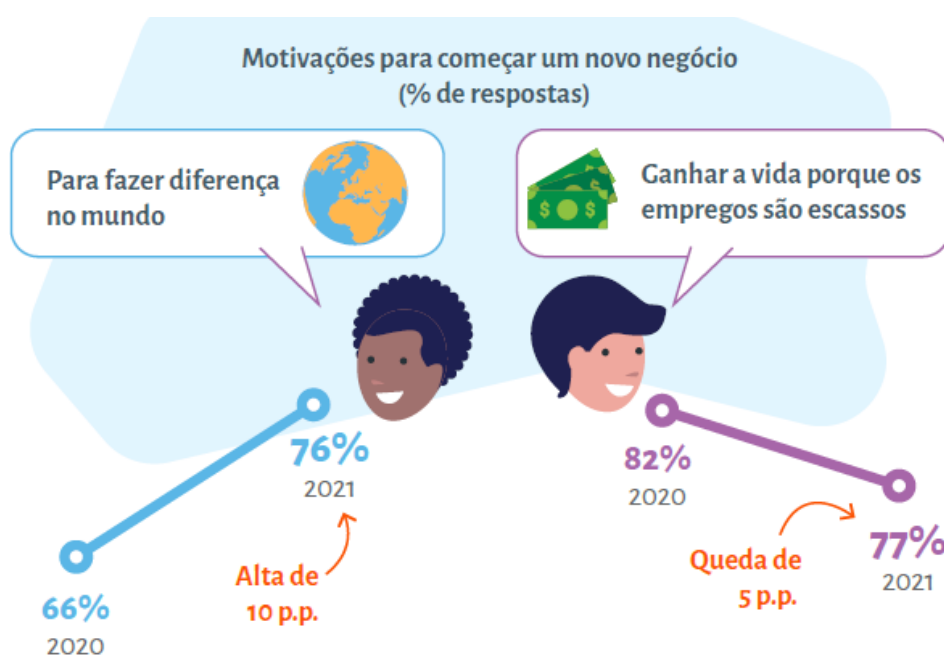
De acordo com as pesquisas realizadas pela GEM 2019, alguns fatores foram cruciais para esse aumento:

1. A recuperação da economia brasileira, em 2019, já que o país estava vivendo um aumento gradual do consumo incentivado pela baixa inflação, redução da taxa básica de juros (Selic) e utilização dos valores sacados das contas do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS); e 2. A melhora do ambiente dos negócios, no país, devido a mudanças recentes na legislação brasileira, como por exemplo: (a) operacionalização da reforma trabalhista, em vigência desde novembro de 2017, que trouxe maior flexibilidade aos contratos de trabalho, permitindo customizações favoráveis a empregados e empregadores; (b) aprovação da reforma da previdência, em 2019, com a qual espera-se uma redução dos gastos públicos,

melhorando a confiança dos empresários e liberando recursos para investimentos; (c) aprovação da medida provisória da liberdade econômica com o objetivo de reduzir a burocracia e facilitar a abertura de empresas, principalmente das micro e pequenas. Dentre as mudanças que contribuíram para tal melhoria, estão a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como é o caso da maioria dos pequenos comércios, a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, e a criação da figura do abuso regulatório, para impedir que o poder público edite regras que afetem a “exploração da atividade econômica” ou prejudiquem a concorrência.

A taxa do empreendedorismo teve um aumento de 1,2 ponto percentual e passou para 8,7% da população adulta em 2020 e para 9,9%, em 2021, segundo pesquisas realizadas pelo IBQP.

O GEM em pesquisas no ano de 2021 disponibilizou dados que demonstram que o número de pessoas que estão mais interessadas em fazer uma maior diferença no mundo aumentou mais do que o das que querem ganhar a vida porque os empregos são escassos, vejamos:



Produção de Infografia: **CONTEÚDO**
PATROCINADO

Sobre a GEM: Realizada anualmente durante 22 anos, já participaram 110 países. No Brasil, foram entrevistados 2 mil adultos e 46 especialistas, no período de julho a outubro de 2021.

Pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com o IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade)
Confira mais em: www.datasebrae.com.br

A força do empreendedor brasileiro/ 0800 570 0800 / www.sebrae.com.br



Fonte: GEM 2021.

Figura 6 – Percentual de motivação para começar um novo negócio.

Outros dados relevantes, tendo em conta a realidade local, são os disponibilizados pela Junta Comercial do Estado do Ceará (JUCEC), que mostram que existem 666.590 empresas ativas, dessas, 398.365 são microempreendedores individuais. Desse modo, o que se calcula é que mais da metade de empresas ativas são de pequenos empreendedores.

Já em relação ao município de Pacatuba, hoje se tem 4.855 empresas ativas, das quais 3.438 são Microempreendedores Individuais, segundo dados da JUCEC, o que também demonstra a predominância de pequenos empreendimentos.

5.3.1.1 Estímulo ao empreendedorismo

Como discutido anteriormente, a inovação e o empreendedorismo são capazes de criar valores econômico que podem ser apropriados pela sociedade.

Desse modo, vários municípios têm programas de estímulo ao empreendedorismo. Nesse contexto, é importante destacar que o município de Pacatuba também possui ações nesse sentido, bem assim apresentado através do *site* da Prefeitura de Pacatuba. A Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Pacatuba, por exemplo, vem realizando diversos cursos e ministrações de palestras sobre temas que auxiliem os empreendedores da região a buscarem conhecimentos importantes para o crescimento de suas empresas e possam se desenvolver, e a não realizar apenas um empreendedorismo por necessidade, mas que visem diferentes oportunidades e melhor se estruturarem, podendo ser verificado através do site da Prefeitura de Pacatuba.

Como por exemplo a semana do MEI, cursos de capacitação sobre controle financeiro, *workshop* sobre empreendedorismo, *marketing* digital, curso sobre aumento de vendas com criatividade, técnicas de vendas para pequenos negócios, consultorias de *marketing* através de uma parceria da Prefeitura de Pacatuba junto ao SEBRAE.

Dentro dessas ações a Secretaria solicitou a ministração de um curso sobre noções básicas da Propriedade Intelectual, para que os pequenos empreendedores da região e até mesmo os profissionais informais despertem para evolução e aplicabilidade em seus negócios.

5.4 – ECONOMIA LOCAL

5.4.1 – Economia Cearense

Primeiramente cabe abordar que a economia de uma região se dá pelo resultado a soma da produção advinda de diferentes setores, entre eles a agropecuária, a indústria e os serviços.

O montante de valor da produção econômica resultante de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano é definido como Produto Interno Bruto (PIB), conforme disposto no sítio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023).

Partindo desse pressuposto, é importante levar em consideração a economia cearense obteve um crescimento do PIB de 3,38% nos 1º e 2º trimestres do ano de 2022, segundo dados do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE, 2022).

Um dos setores que mais cresce no Estado do Ceará é o da agropecuária que registrou um crescimento de 6,08%, quando comparado ao segundo trimestre de 2021, segundo dados do IPECE (2022). Outros setores que obtiveram crescimento foi o de serviços de 3,75% comparado com o mesmo período. Quanto ao setor da Indústria, este apresentou um recuo de 1,61%, levando em consideração o mesmo período de 2021, de acordo com os dados do IPECE.

Vejamos a figura abaixo por setores da economia cearense disposto na tabela abaixo, segundo o IPECE 2022:

Tabela 4 – Tabela expositora de taxas de crescimento do PIB no Ceará

Tabela 3 - Taxas de crescimento do PIB (%), por setores e atividades, do segundo trimestre de 2022, em relação ao mesmo período do ano anterior*

	2° T21	3° T21	4° T21	1° T22	2° T22	Acumulado 2022
Agropecuária	-6,66	-8,06	-0,55	-0,95	6,08	4,72
Indústria	47,47	8,41	0,31	-8,64	-1,61	-5,21
Extrativa Mineral	8,87	-18,68	-18,29	-3,80	-2,92	-3,35
Transformação	62,35	-4,33	-10,69	-14,08	-0,78	-7,61
Construção Civil	37,47	6,41	12,12	15,40	4,84	10,00
Eletricidade, Gás e Água (SIUP)	37,32	49,33	12,01	-22,32	-14,44	-18,74
Serviços	15,77	5,35	4,18	4,45	3,75	4,29
Comércio	38,32	1,09	2,05	9,58	3,50	6,39
Alojamento e Alimentação	-4,11	1,26	-2,64	12,56	24,36	18,28
Transportes	21,96	14,16	10,85	11,22	15,06	13,21
Intermediação Financeira	18,49	4,74	3,32	1,54	3,15	2,58
Administração Pública	6,96	8,49	6,65	1,47	-0,71	0,71
Outros Serviços	0,36	3,13	2,29	8,90	13,40	11,13
Valor Adicionado (VA)	18,27	4,78	3,38	1,77	3,20	2,72
PIB	18,14	4,85	3,44	1,96	3,38	2,89

Fonte: IPECE e IBGE.

(*) Ceará e Brasil: Os dados são preliminares e podem sofrer alterações quando forem divulgados os dados definitivos

Fonte: Jungmann, 2010.

Partindo dos dados dispostos acima, e diante do cenário que a economia cearense se encontra, devemos levar em consideração algumas análises.

Segundo dados do IPECE, em relação à economia cearense, apresentou um crescimento em 2022, bem abaixo do PIB do Brasil. O setor que obteve um maior destaque foi o do agropecuário, como abordamos acima, logo em seguida o de serviços, no que tange a atividades de administração pública e alimentação. No entanto, a indústria cearense apresentou um destaque negativo. Isso pode ter tido um impacto na Região Metropolitana de Fortaleza, na qual se encontra Pacatuba, pois essa região concentra boa parte do setor industrial cearense.

5.4.2 Município de Pacatuba

Pacatuba é um município que fica na Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará. Possui população estimada de 85.647 habitante, segundo dados do IBGE disponibilizados até 01.07.2021. Um interessante dado populacional, é a observação de crescimento da população rural que aumentou 8,13 % positivamente nos últimos anos, segundo dados do IPECEDATA.

Dentro dessa população, é interessante abordar que segundo dados do

IPECEDATA até o ano de 2021, apenas 6.715 pessoas exerciam trabalhos dentro da formalidade.

Ademais, é importante frisar que atualmente o município possui 4.855 empresas ativas, das quais 3.438 são Microempreendedores Individuais, segundo dados da JUCEC, com a predominância de pequenos empreendimentos. O segmento que possui a maior quantidade de indústrias e comércio é o do ramo do vestuário e logo em seguida o de alimentos, segundo dados do IPECEDATA até o ano de 2021.

Algumas empresas grandes que podemos destacar do município de Pacatuba, é a Heineken, a Zanotti elásticos, uma empresa do ramo têxtil fabricante de fitas elásticas e a fábrica da LUPO.

Esta última é interessante abordar, pois segundo Ramos (2022), fora verificado que a cidade de Pacatuba possui um nicho de empreendedores carentes que necessitam do apoio de grandes empresas como gerador de oportunidades de negócios. Além disso a LUPO disponibilizou um projeto de “Treinamento de Costura” que tem uma participação grande composta por mulheres com faixa etária entre 20 e 40 anos para treinar sobre corte, costura e consequentemente trabalhar na indústria.

O PIB de Pacatuba foi calculado em R\$ 1.104.197,00, sendo a maior participação do ramo de serviços com quase 70 % desse valor, segundo dados do IPECEDATA até o ano de 2020.

Segundo os dados estatísticos disposto por “Caravela Dados Estatísticos” de Pacatuba, o município possui grande relevância e se destaca pela regularidade das vendas no ano e por dispor de novas oportunidades de negócios. No entanto, o que preocupa é o baixo potencial de consumo e o desempenho econômico que deve ter bastante atenção.

Ademais, como verificado através das redes sociais, como *instagram* e *site* da prefeitura verificamos que os cursos propostos pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico apresentam iniciativas para a qualificação da mão de obra e melhoria econômica da região. Entre essas ações estão a realização de feiras para os empreendedores da região, bem como cursos de capacitação que envolvem desde

a abertura de empresa, ao gerenciamento de seus negócios, controle financeiro, gestão de marketing.

Com esse viés econômico para melhoria da região e gerar uma melhor desenvoltura econômica, é importante trazer os aspectos inovadores para os empreendedores. Pois, diante de uma análise disposta pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Pacatuba, muitos empreendedores começam a empreender por necessidade e poucos visando oportunidades de mercado, em se tratando de microempreendedores individuais e aqueles que ainda nem possuem um CNPJ aberto.

Dessa forma, visando uma propagação dos conceitos inovadores e dispondo sobre os conceitos que norteiam a Propriedade Intelectual, fora proposto pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da região de Pacatuba a ministração de um curso sobre os conceitos básicos da propriedade intelectual, para que seja levado o conhecimento sobre o assunto e possa ser largamente disseminado na região.

Ademais, ao longo do curso foram colhidos dados para serem analisados em como essa região tem obtido conhecimento acerca da Propriedade Intelectual e se estão desempenhando esses conceitos de forma prática.

Portanto, o estudo que apresentado é se de fato os pequenos empreendedores possuem conhecimentos de potenciais inovativos de proteção de Propriedade Intelectual, e avaliar se estão protegendo seus os ativos.

5.5 IMPACTO DE PROGRAMAS EDUCATIVOS NO USO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Na cartilha para micro e pequenas empresas pela Confederação Nacional das Indústrias (2017) dispõe que a propriedade intelectual após o período de proteção seja disseminada o conhecimento para a sociedade, contribuindo para um maior desenvolvimento.

Nesse sentido, podemos destacar então que um dos principais pilares que envolvem a Propriedade Intelectual e a economia moderna é o conhecimento, em que envolvem a aplicação de informações e desses conhecimentos de forma prática

(Innovations derive from knowledge-based activities that involve the practical application of existing or newly developed information and knowledge), de acordo com o Manual de Oslo, 2018. E é neste cenário que despontam novas oportunidades de negócios, onde o aplicador do conhecimento tem papel relevante na maneira de se produzir riquezas.

De acordo com Jungmann (2010), a tecnologia e o conhecimento são de grande importância para promoção do desenvolvimento econômico a nível mundial. E partindo dessa premissa, a inovação quando adequadamente estimulada contribui para o processo de geração de riquezas e conseqüentemente uma melhor qualidade de vida da população.

Para que a inovação possa ser explorada por seus criadores de forma mais eficaz, é importantíssimo o conhecimento sobre a apropriação dos ativos de PI associados. Considerando-se que não existe qualquer formação dentro do ensino fundamental e médio – e mesmo superior – sobre esse assunto, devem ser fornecidos programas educativos voltados para inovação. Nesse sentido, diversas ações que almejam disseminar conhecimentos em PI, bem como a cultura de apropriação de ativos intangíveis têm sido executadas nas últimas décadas.

É importante considerar que em 1998 surgiu a Academia Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), foi a primeira academia onde se falava em propriedade intelectual como tema fundamental, justamente para atender as demandas de conhecimento nessa seara.

No contexto brasileiro, o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) dispõe de uma academia, criada em 2008, onde disponibiliza diversos cursos, através do seu *site*, como um geral sobre todos os ativos de PI e como proteger essas tecnologias inovadoras, e outros mais específicos para diversas áreas, como profissionais do marketing por exemplo. As academias, oferecem também treinamentos, capacitação para gestores e cursos de pós-graduação.

Desde 2021, o INPI também disponibiliza de uma ação estratégica chamado “PI nas Escolas” contando com grande apoio de mentores, e parceiros institucionais para levar a propriedade intelectual ao público infanto-juvenil, bem assim disposto através do *site* do INPI.

Na esfera do ensino superior, podemos destacar o esforço realizado pela Associação Fórum Nacional de Gestores de Inovação e Transferência de Tecnologia (FORTEC), em conjunto com uma rede de Instituições Públicas de Ensino Superior, com a criação do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT). Este, ofertado através de um curso de mestrado *stricto sensu*, realizado para capacitação a respeito de políticas de propriedade intelectual, estímulo à proteção das criações, resultados de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, busca de anterioridades, processamento e manutenção dos títulos de PI nas diversas áreas do conhecimento.

O Mestrado Profissional é ministrado em todas as regiões do Brasil. O conteúdo é ministrado através de aulas presenciais, tendo a duração de 24 meses. Reconhecido e aprovado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), recebeu nota 4 em sua avaliação. O PROFNIT atende as diretrizes do Governo Federal de "situar o Brasil na vanguarda do conhecimento científico e tecnológico", como disponibilizados através de seu site.

O Sistema S, através do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), ofertam cursos destinados para o conhecimento da Propriedade Intelectual. As aulas são ministradas através do ensino à distância (EAD), de forma gratuita e sem pré-requisitos. Existem também diversos cursos ofertados pelo SENAI, quais são: Propriedade Intelectual e Competências Transversais Propriedade Intelectual. Já o SEBRAE disponibiliza os seguintes cursos "Patentes: tudo o que o empresário precisa saber" e "Propriedade intelectual para Startups".

Apesar de toda essa gama de cursos e ações estratégicas que os órgãos propulsores disponibilizam, ainda existe uma grande parte da população que não sabe o que é propriedade intelectual e, portanto, desconhecem a importância e proteção dos ativos de PI. Essa carência é ainda maior junto aos pequenos empreendedores e ainda mais crítica nos empreendedores por necessidade.

É importante destacar que o impacto que os conhecimentos em PI geram é de extrema relevância, pois geram crescimento para uma região. E aqui cabe citar um exemplo claro de proteção de PI que gerou e gera uma grande demanda econômica

para uma região, como o Vale dos Vinhedos que possui indicação geográfica concedida em 2002.

A partir dessa certificação a região teve um propulsor impacto econômico na região, como disponibilizado no próprio site do vale dos vinhedos, vejamos:

- Traz satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados com a Indicação Geográfica que corresponde ao seu local de trabalho, valorizando sua propriedade.
- Estimula investimentos na própria zona de produção a novos plantios e replantios, melhorias tecnológicas no campo e na agroindústria do vinho.
- Aumenta a participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico.
- Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que os mesmos são submetidos a controles de produção e de elaboração.
- Contribui para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região/país.
- Possibilita incrementar atividades de enoturismo.
- Aumenta o valor agregado dos produtos e/ou gera maior facilidade de colocação no mercado, pois ficam menos sujeitos à concorrência com outros de preço e qualidade inferiores.
- Melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança no consumidor que, sob a etiqueta da Indicação Geográfica, sabe que vai encontrar qualidade e características regionais.
- Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto dentre outros, inclusive de preços inferiores.
- Do ponto de vista da proteção legal: oportuniza mecanismos legais contra fraudes e usurpações, facilitando a ação contra o uso indevido da Indicação Geográfica.

Além do vale dos vinhedos, outra região que obteve indicação geográfica foi o Ceará com as Redes de Jaguaruana e o Camarão da Costa Negra. Logo ao que se percebe com essas certificações é o crescimento do turismo na região proporcionando consequentemente o crescimento da região.

Outro exemplo, são os *designs* moveleiros da região sul, que se destacam em todo o território brasileiro sobre as peças inovadoras e diferenciadas no mercado, como disposto no artigo de Abreu et. al (2001). Logo, ao que se percebe com essas certificações, é o crescimento do turismo na região, proporcionando consequentemente o crescimento da região. Isso são alguns exemplos da utilização da Propriedade Intelectual através do conhecimento que se chegou até as pessoas daquela região.

6 METODOLOGIA

A metodologia do presente trabalho foi composta por uma pesquisa de campo, onde foi dado ênfase à coleta e tratamento de dados qualitativos. Silva (2019) descreveu sobre a capacitação profissional para microempreendedores, através da inovação, através de pesquisas quali-quantitativa em que houve o estudo e análise de livros, artigos científicos, bases oficiais de dados estatísticos, manuais e guias que abordassem o tema e a execução prática.

Neste trabalho optou-se por uma pesquisa em base de dados, priorizando-se fontes oficiais do Governo Federal ou instituições ligadas a governança do setor das micro e pequenas empresas, como INPI, JUCEC, FORTEC, SEBRAE, GEM, IBPQ, IPECE, e demais órgãos competentes.

A metodologia aplicada foi dividida em quatro etapas, onde podemos observar abaixo:

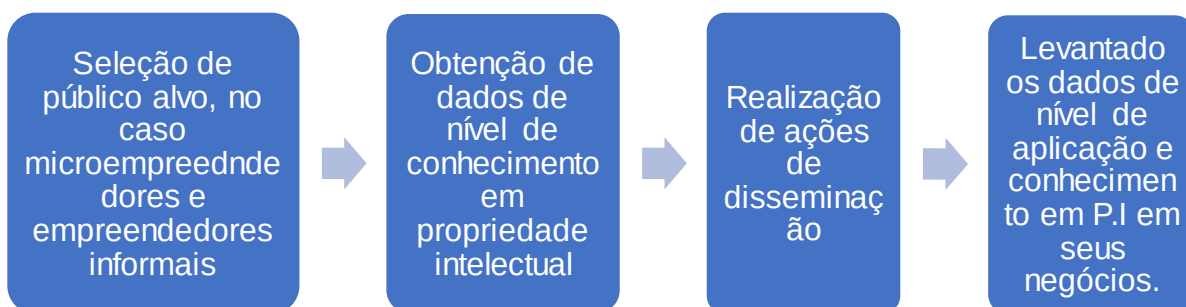


Figura 7. Etapas de Metodologia.

6.1 SELEÇÃO DO PÚBLICO ALVO

O público alvo foi selecionado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Pacatuba dentre o público participante das “Feiras dos Pequenos Empreendedores”. Nesse contexto, foi oferecido a esses pequenos empreendedores e trabalhadores informais a ministração de um curso para que possam se capacitar e entender um pouco mais sobre o empreendedorismo e PI.

Dessa forma, não houve uma especificidade de públicos, quanto a atividade ou setor econômico, tendo em vista que a Secretaria de Desenvolvimento Econômico

enviou para todos os participantes da feira, um material de divulgação com o local, data e horário da realização do curso, em que todos empreendedores de toda a região puderam participar. Houve aplicação de 1 (uma) edição do curso de noções básicas, com 25 participantes, e consequentemente as aplicações dos questionários do Anexo I no mesmo dia antes do início do curso e outro do Anexo II após dois meses da ministração do curso.

6.1.1 Obtenção de dados

A obtenção de dados de nível de conhecimento de PI foi realizada anteriormente à aplicação do curso de conhecimentos básicos da propriedade intelectual, mas no mesmo dia poucos minutos antes do início do curso.

Dessa forma, com uma abordagem qualitativa e apresentação de estatísticas descritiva, através de levantamento de dados primários em uma amostragem por meio de um questionário, conforme Apêndice I do presente trabalho, para obtenção desses níveis de conhecimento e uso e posterior para comparação e avaliação.

6.1.2 Realização de Ações de Disseminação

Em uma terceira etapa, fora realizado um processo de capacitação por meio da aplicação de um curso dentro da programação dos eventos ofertados pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Pacatuba voltados para os pequenos empreendedores formalizados ou não.

Assim, o desenvolvimento do projeto se deu através da aplicação de um curso de formação sobre os diversos aspectos da PI, desde os conhecimentos mais fundamentais até a abordagem de ativos, como marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas, direitos autorais, programas de computador e transferência de tecnologia tendo em vista a aplicabilidade dos empreendedores em seus negócios.

No Curso, foram utilizados materiais de *power point*, assim como uma apostila com os principais aspectos da Propriedade Intelectual (Ementa no Apêndice III). Foram utilizados projetor e salas disponibilizadas pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Pacatuba. O curso foi realizado em meio período no início do mês de abril de 2023, em torno de 3 a 4 horas de aula expositiva.

No Curso foi abordado os seguintes temas:

1. Noções gerais sobre a Propriedade Intelectual
2. Por que é importante proteger a propriedade industrial?
3. Onde são protegidos esses ativos?
4. Marcas
5. Patentes
6. Desenhos Industriais
7. Indicações Geográficas
8. Direitos Autorais

Ao final do Curso, fora ministrado pelo SEBRAE uma pequena palestra sobre empreendedorismo, no qual trouxe toda a importância da abertura do CNPJ, sobre o pagamento dos impostos, contribuições previdenciárias e regularização da empresa.

6.2 LEVANTAMENTO DE DADOS DE NÍVEL DE APLICAÇÃO E CONHECIMENTO EM PI

Em uma quarta e última etapa, após o curso, através de pesquisa de levantamento de dados, quantitativa, exploratória, foi verificado o nível de conhecimento e eventuais usos do sistema de Propriedade Intelectual, bem como o impacto desse conhecimento nas atividades desses empreendedores, conforme questionário no Apêndice II.

Importante destacar que o questionário de reaplicação, conforme Apêndice II, foi realizado em torno de 2 meses posterior ao Curso, com a finalidade de verificar se houve o início do desenvolvimento ou aplicação dos ativos de PI. O período foi escolhido tendo em vista o prazo para desenvolvimento da demanda.

Ademais, os entrevistados foram contactados através de contato telefônico disposto no primeiro questionário do Apêndice I, onde responderam as perguntas conforme formulário do Apêndice II.

6.3 FORMA DE APLICAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS

Primeiramente, ao ser levantado os dados iniciais obtidos através do questionário aplicado poucos minutos antes do início do Curso (Apêndice I) fora realizado um diagnóstico de como é o uso dos diferentes ativos da propriedade intelectual pelos público-alvo da pesquisa.

Os dados foram tabulados e agrupados de forma que foi permitida a realização de um diagnóstico. Posteriormente, foi estudado como esses empreendedores aplicaram os conceitos em seus negócios e se tiveram já algum retorno sobre os ativos intelectuais.

Foram utilizados dados disponibilizados pelo INPI, JUCEC, FORTEC, SEBRAE, GEM, IBPQ, IPECE e demais órgãos oficiais competentes, para comparar o nível de conhecimento e de uso de ativos de PI pelos empreendedores antes e após a capacitação, além da verificação se essa variação foi estatisticamente significativa.

Todos os dados foram analisados e comparados e posteriormente levados ao conhecimento da Prefeitura. Além disso, os resultados obtidos resultaram em uma proposta de programa de capacitação para microempreendedores e autônomos que possa posteriormente serem aplicados para os demais empreendedores do próprio município ou de outras regiões que queiram entender e proteger os seus ativos de PI.

Foram colhidos os dados e realizado uma somatória sobre as perguntas respondidas, após isso, fora pego a quantidade de participantes envolvidos na pesquisa e feito o percentual de respostas semelhantes para análise de dados e apresentados em forma de gráficos.

7 RESULTADOS E DISCUSSÕES

7.1 – Resultados prévios ao Curso

Os resultados da presente pesquisa foram colhidos em uma única edição do Curso. Sendo assim, os dados colhidos compatibilizam com os aspectos demográficos e econômicos da região de Pacatuba. Sendo assim, passamos para as primeiras análises dos dados do primeiro questionário (apêndice I) anterior a ministração do Curso.

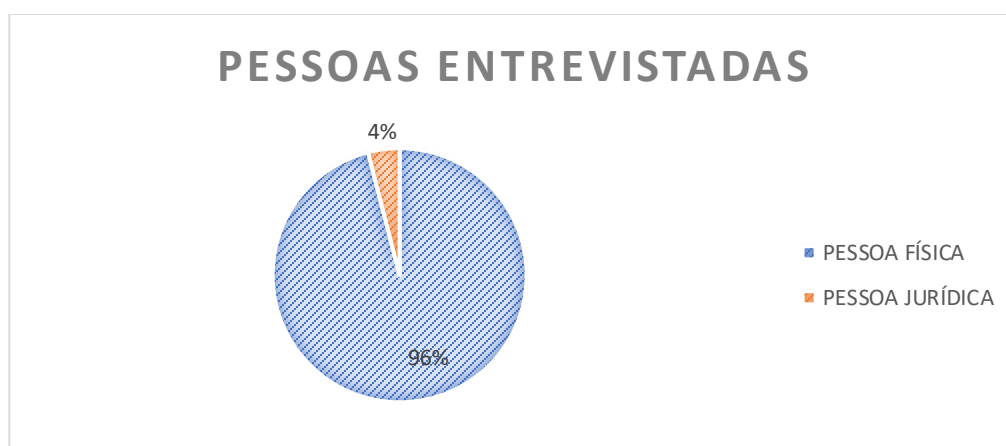


Figura 8 – Percentual de pessoas física e jurídicas dentre as entrevistadas.

Fonte: O próprio autor.

Como é possível ver na figura 6 acima, 96% dos participantes eram pessoas físicas, enquanto apenas 4% eram pessoas jurídicas do ramo de vestuário e artesanato. Dados que se trata de microempreendedores no início de suas atividades ou que partem de uma situação econômica muitas vezes precária, esse resultado era esperado.

Esses primeiros dados são interessantes, pois corroboram os dados de pessoas que trabalham na informalidade, que segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) só no Estado do Ceará 52,2% da população ocupada trabalha na informalidade. Na 1ª edição do Curso de noções básicas da propriedade intelectual, 96% da turma são trabalhadores informais que não possuem CNPJ aberto.

Outro dado bastante interessante é que todas as pessoas que participaram do Curso eram mulheres. Segundo pesquisas do SEBRAE com dados obtidos do IBGE, só no terceiro trimestre do ano de 2022, o crescimento da mulher empreendedora foi mais de 34%.

Só no Estado do Ceará tivemos um aumento 1,93% de empresas abertas por mulheres, segundo dados da JUCEC:

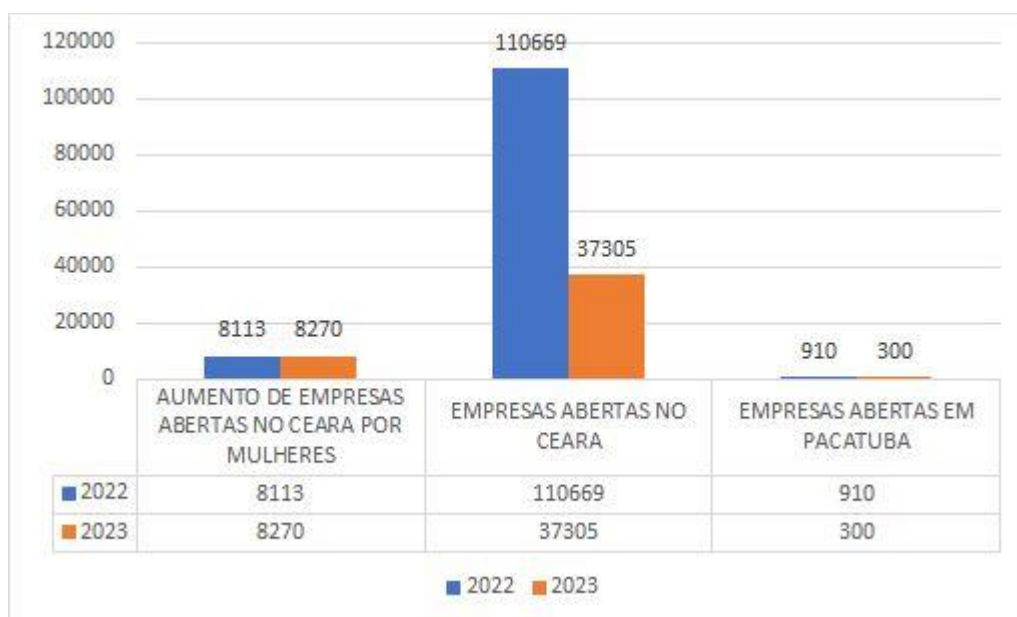


Figura 9 – Quantidades de empresas abertas

Fonte: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas> .

Conforme podemos verificar na figura 7 acima, segundo dados do mapa de empresas no *site* do Governo Federal, só no ano de 2022 foram abertas 110.669 empresas e até início de junho de 2023 já foram abertas 37.305 empresas no Estado do Ceará. Em 2022, houve um aumento de 8113 empresas abertas por mulheres e em 2023 esse número cresce para 8270 no Ceará.

Segundo Niquito (2023), a mulher empreendedora, principalmente pós pandemia, segundo os dados tratados em seu repositório, se apresenta muito no empreendedorismo por necessidade.

“Esta nota procurou documentar o tamanho do empreendedorismo feminino no Brasil a partir da principal pesquisa amostral que temos à disposição. Ficou evidente que a informalidade é um traço marcante do empreendedorismo da

mulher, embora esse padrão também seja observado entre os homens. O menor rendimento é a consequência mais direta deste fenômeno”. (Niquito, 2023).

Partindo justamente do pressuposto acima disposto pelas pesquisas de Niquito, as mulheres presentes no Cursos, 96% estavam exercendo suas atividades na informalidade, tanto é que apenas 4% das entrevistadas possuíam CNPJ ativo, o que corrobora o trabalho acima mencionado.

Esse nível de informalidade torna os dados colhidos da região bastante preocupante. Contudo, é uma realidade que infelizmente atinge uma grande parte dos pequenos empreendedores brasileiros.

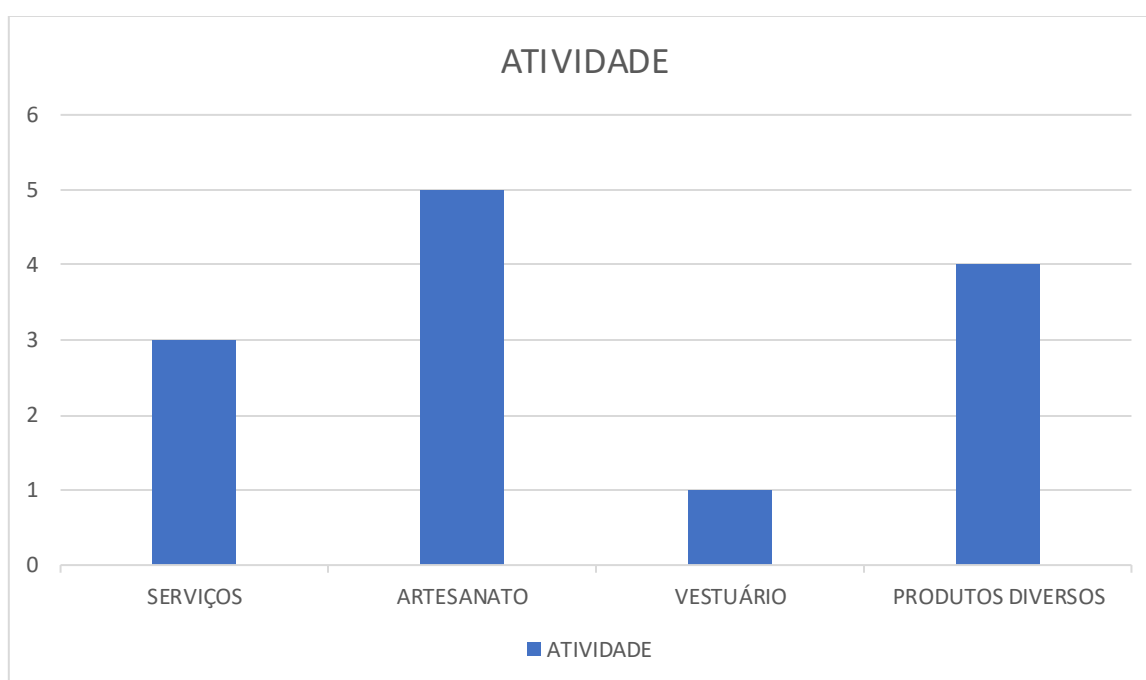


Figura 10 – Quantidade de atividades desempenhadas pelos participantes do curso.

Fonte: O próprio autor.

Conforme apresentado na Figura 8 acima, em relação a atuação das empreendedoras, estas se ramificavam, entre mulheres que trabalhavam com vendas de vestuários 6,66%, artesanato 33,33%, e serviços de maquiagem, manicure e de massoterapia 20% e vendas de produtos diversos 26,66%. Do qual, o que mais se destaca é o artesanato. Isto pode estar relacionado à vocação econômica municipal, pois, como já discutido neste trabalho, o setor têxtil e de vestuário é significativo no município.

Outro dado importante que aqui cabe dispor é que algumas mulheres

informaram que atuam com marcas coletivas, 16% das entrevistadas atuam com entidades coletivas pertencentes a região de Pacatuba, das quais trabalham com o setor de artesanato. No entanto, ao serem perguntadas se sabiam se a marca coletiva da qual participavam estava devidamente registrada, nenhuma das entrevistadas souberam responder.

Segundo o Manual de Marcas do INPI, as marcas coletivas são:

Marca coletiva é aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa.

Ao se realizar a busca junto ao INPI, e diante da resposta dos questionamentos, verificamos que não há o registro da marca junto ao órgão. Fato que demonstra realmente um baixo índice de conhecimento em PI.

Ao perguntar se as entrevistadas pretendiam migrar de ramo de atividade, apenas 8% pretendiam migrar de ramo de atividade para outros serviços, batendo justamente na tecla do empreendedorismo por necessidade, pois as entrevistadas responderam que “ganhariam mais dinheiro”.

Em relação ao registro de marcas, 8% possuem registro de marcas e o restante não possui, porém possuem o interesse em registrar. Os outros 92% informaram que possuem interesse em registrar a marca em um futuro próximo, sem definição de períodos.

Quanto ao entendimento sobre propriedade intelectual, 92% das entrevistadas não sabiam da importância acerca da PI. Ao final, 100% relataram que não possuem outros ativos de propriedade intelectual (marcas, patentes, desenhos industriais).

Importante ressaltar que os dados apesar de poucos, representam muito no sentido de que turma era composta por mulheres em sua integralidade, e que a maioria trabalha na informalidade.

7.2 – Resultados após o Curso (aplicação dos questionários do Apêndice II)

Em relação ao segundo questionário aplicado, segundo o apêndice II, primeiramente é importante dispor que algumas participantes não responderam, pois, o contato através de telefone e/ou por *whatsapp* foi infrutífero, participando apenas 66,66 % das pessoas entrevistadas inicialmente.

Ademais, quanto as demais participantes, 96% participaram que responderam as perguntas do questionário, A totalidade das participantes que responderam afirmaram que o curso as motivou a realizar algum registro de PI e desses ativos o que seria registrado seria a marca.

Todas as entrevistadas responderam que não registraram ainda a marca por questões financeiras, ou pelo custo de contratar alguém para realizar ou pelas taxas do INPI.

Considerando-se apenas as taxas cobradas pelo INPI, de R\$ 142,00 (cento e quarenta e dois reais) no momento de registro e R\$ 298,00 (duzentos e noventa e oito reais) para o primeiro decênio para pequenos empreendedores (site do INPI consultado em 08/06/2023), o que resulta em um total de R\$ 440,00 (quatrocentos e quarenta reais). Embora as taxas possam parecer baixas, pois somadas representam apenas 33,33% de um salário-mínimo vigente segundo a medida provisória 1172/2023, por se sentirem inseguras no ato de registro, muitas recorrem a empresas de registros de marca que cobram valores adicionais a esse para o processo de registro, o que eleva consideravelmente os custos dessa ação.

E aqui é interessante esclarecer um ponto, que foi muito abordado no Curso, em que muitas empresas que fazem o registro de marcas não explicam como funciona realmente o passo a passo da obtenção do registro de marca e por vezes acabam apresentando informações falsas para quem está contratado os serviços. O que acontece é que empresas ou pessoas físicas enviam taxas como se fossem o INPI cobrando por uma fase do andamento do processo para obter vantagem, ou até mesmo extrapolam da realidade de mercado e colocam taxas absurdas para o empreendedor pagar, bem assim já disposto em artigo sobre fraudes no próprio sítio do INPI, vejamos:

Essa história tem vários roteiros, mas o enredo é sempre o mesmo: fraude. Por isso, o INPI alerta seus usuários para práticas indevidas que buscam enganar quem procura os serviços do Instituto.

É fundamental destacar que o INPI não faz ligações telefônicas nem manda mensagens ou boletos para oferecer serviços ou cobrar taxas. Para solicitar um serviço ao Instituto, o próprio usuário ou seu procurador deve entrar no portal do INPI, cadastrar-se, gerar uma Guia de Recolhimento da União (GRU) e pagá-la, antes de iniciar a solicitação também no portal da Autarquia. É recomendável ainda fazer uma busca da marca desejada, por exemplo, antes de começar o processo.

Todos os procedimentos, custos e sistemas estão disponíveis no portal do INPI.

Por isso, fique atento quando alguém ligar oferecendo um serviço em nome do INPI - ninguém está autorizado a falar como "representante" do Instituto.

Mesmo que o usuário tenha um processo em andamento e o interlocutor afirme que terceiros estão tentando registrar sua marca, por exemplo, ou ameace "interromper o processo" caso não seja pago um valor demandado, o INPI solicita que desconsidere as afirmações. Quando for necessário, busque informações pelo canal oficial, que é o sistema Fale Conosco.

Também há situações em que o interlocutor solicita taxas para "agilizar o processo", "atualizar dados cadastrais" ou mesmo publicar o registro em alguma suposta publicação oficial. Em todos os casos, trata-se de prática indevida.

Cabe ressaltar que a única publicação oficial do INPI é a Revista da Propriedade Industrial (RPI), na qual são divulgados os atos e decisões do Instituto. Ela é gratuita e está disponível no portal do INPI.

Não se engane também com endereços de sites, nomes de supostas instituições ou de cobranças que se fazem passar pelo INPI e seus serviços, como marcas e patentes. Existem casos em que os golpes utilizam até a logomarca do Instituto. Todas são práticas indevidas.

Essas informações foram alertadas durante a ministração do Curso, para que esses empreendedores que estão iniciando não sofram com esse tipo de fraude. Além disso, esse tipo de abordagem por essas empresas é considerado crime pelo artigo 171 do código penal brasileiro, vejamos:

Art. 171 - Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento:

Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa, de quinhentos mil réis a dez contos de réis.

Ademais, fora perguntando se as entrevistadas acham importante o registro e se tal ação seria benéfica para os seus negócios. A resposta positiva em ambos os casos foi unânime, pois todas responderam que era importante para proteção jurídica de seus negócios, além de gerar exclusividade.

Também fora questionado se pretendiam registrar futuramente algum ativo de PI, e todas responderam que pensam sim em registrar posteriormente, que ainda estão estabilizando seus negócios, tendo em vista o custo financeiro.

8 CONCLUSÃO

Primeiramente foi verificado que o empreendedorismo feminino vem crescendo significativamente em Pacatuba, o que corrobora os dados da JUCEC e dados do Governo Federal. Esse ponto foi claramente evidenciado na aplicação do Curso, no qual compareceram em sua totalidade mulheres.

Outra questão importante também bastante visível foi que o empreendedorismo por necessidade na região de Pacatuba que é bastante presente. Além disso, tendo em vista todo o contexto social e econômico da localidade como um todo e dos pequenos empreendedores especificamente, é marcante a falta ainda de conhecimento acerca do melhor desenvolvimento empresarial e de apropriação de ativos de propriedade intelectual.

A despeito do considerável número de ações visando a disseminação dos conhecimentos em PI, grande parte dos participantes do Curso não tinham conhecimento sobre os conceitos e nem como se ramificavam esses ativos. Esse dado reforça justamente a questão central abordada no presente trabalho, o impacto de programas educativos sobre a PI, e como é importante levar esses conhecimentos para todos, tanto no sentido de proteção jurídica, como no crescimento econômico empresarial e da região.

E, finalmente, é importante mencionar que o ativo de PI mais aplicável por parte das participantes no sentido de percepção de importância e demonstração de intenção de proteção foi a marca.

9 ENTREGÁVEIS DE ACORDO COM OS PRODUTOS DO TCC

O produto entregue como já abordado em tópicos anteriores, é o Curso de noções básicas da Propriedade Intelectual para os empreendedores da região de Pacatuba, abordando diversos temas que norteiam a PI, além de apresentar os aspectos práticos dessas temáticas envolvidas.

Espera-se que ao final de toda a realização do curso, esse modelo de aplicabilidade possa ser replicado em demais regiões, com a finalidade de disseminação dos conhecimentos acerca da PI e assim melhoramento da região em termos econômicos.

Além disso, um pequeno folheto com orientações gerais para aplicação dessa ferramenta encontra-se no apêndice III.

10 PERSPECTIVAS FUTURAS

Espera-se que após a coleta de dados e aplicação do curso, que os empreendedores possam aplicar os conceitos e aplicabilidades práticas em seus negócios. Ademais, ao que se espera é que a região de Pacatuba possa crescer em depósitos de ativos de PI diante dos dados até aqui expostos.

Além disso, para que o Curso continue a se propagar foi desenvolvido uma espécie de Manual com o passo a passo de aplicação dos questionários e colhimento dos dados, assim como a aplicação do Curso de noções básicas da PI. Podendo, portanto, ser reaplicado em outras regiões.

11 REFERÊNCIAS

- _____. Arezzo (2023). Institucional sobre a marca. Disponível em: <https://www.arezzo.com.br/institucional/sobre-arezzo>. Acesso em: 25 fev. 2023.
- _____. **Pesquisa GEM 2021**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/gem-fev-2022.pdf>. Acesso em: 5 dez 2022.
- _____. IBGE. **Estimativas da população**. Disponível em (<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=resultados>). Acesso em: 30 mai 2022.
- _____. Junta Comercial do Estado do Ceará (JUCEC). **Ceará encerra 2021 com aumento de 15% no saldo de empresas abertas**, Fortaleza/CE, 5 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://www.jucec.ce.gov.br/2022/01/05/ceara-encerra-2021-com-aumento-de-15-no-saldo-de-empresas-abertas/>. Acesso em: 01 mar 2022.
- _____. Junta Comercial do Estado do Ceará (JUCEC). **Segundo observatório trimestral de 2021**, Fortaleza, CE, 30 de julho de 2022. Disponível em: <https://www.jucec.ce.gov.br/2021/07/30/segundo-observatorio-trimestral-de-2021/>. Acesso em: 01 mar 2022.
- _____. Junta Comercial do Estado do Ceará. Disponível em: <https://www.jucec.ce.gov.br/dados/>. Acesso em: 08.12.2022.
- _____. Portal da Indústria. **O que é propriedade intelectual, registro de marca e concessão de patente**. Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/propriedade-intelectual-registro-de-marca-e-concessao-de-patente/>. Acesso em: 01 mar 2022.
- _____. SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PACATUBA. Disponível em: <https://pacatuba.ce.gov.br/secretaria.php?sec=24>. Acesso em: 10 dez 2022.
- _____. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/status-pedidos/LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIARECONHECIDAS.At22Nov2022.pdf>. Acesso em: 09 dez 2022.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2003.
- BARRETO, J. C., NASSIF, V. M. J. **O Empreendedor Líder e a Disseminação da Orientação Empreendedora**. Revista Brasileira de Gestão e Negócios, vol.16, n.51, pp.180- 198, 2014.
- BARROS, Alexandre. **Com pandemia, 20 estados têm taxa média de desemprego recorde em 2020**. Agência IGBE, 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30235-com-pandemia-20-estados-tem-taxa-media-de-desemprego-recorde-em->

2020#:~:text=Com%20pandemia%2C%20%20estados%20t%C3%AAm%20taxa%20m%C3%A9dia%20de%20desemprego%20recorde%20em%202020,-&text=A%20taxa%20m%C3%A9dia%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o,PNAD%20Cont%C3%ADnua%2C%20iniaciada%20em%202012> . Acesso em: 07 dez 2022.

Ceará aponta crescimento de empresas registradas por mulheres. Disponível em: <<https://www.jucec.ce.gov.br/2023/03/07/ceara-aponta-crescimento-de-empresas-registradas-por-mulheres/>>. Acesso em: 5 jun. 2023.

Ceará tem 52,2% da população ocupada trabalhando na informalidade, aponta pesquisa do PNAD. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2022/11/17/ceara-tem-522percent-da-populacao-ocupada-trabalhando-na-informalidade-aponta-pesquisa-do-pnad.ghtml>>. Acesso em: 5 jun. 2023.

Confederação Nacional Da Indústria – CNI. Cartilha: **Gestão da inovação.** SEBRAE: Brasília, 2010.

Confederação Nacional da Indústria. **Propriedade intelectual para micro e pequenas empresas.** Brasília : CNI, 2017. Disponível em: <https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/2f/dc/2fdc9932-fd05-4cc4-84a5-cec87c0b5fec/cartilha_propriedade_intelectual_web.pdf>. Acessado em 27 mar. 2022.

DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940. **Código Penal.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm. Acesso em: 14 jun. 2023.

DRUCKER, Peter F. **O melhor de Peter Drucker.** Obra completa. São Paulo: Nobel, 2002.

FABRIS, Valerio. (2019). **Vale dos Vinhedos: o arranjo produtivo da Serra Gaúcha que é referência nacional.** Disponível em: <https://abrasel.com.br/revista/gestao-do-setor/vale-dos-vinhedos-o-arranjo-produtivo-da-serra-gaucha-que-e-referencia-nacional/>. Acesso em: 02 mar. 2023.

Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 5 dez 2022.

H.P.V. Machado, V.M.J. Nassif. RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n.6, pp.892-899, Nov/Dez. 2014. **Réplica - Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas.** Disponível em: <www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 10 mar 2022.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo. 5. ed.** Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE. **Estimativas da população. (2022).** Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=resultados>>. Acesso em: 30 mai 2022.

IBGE. **o Que é o PIB?**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>>. Acesso em: 06 jan. 2023.

INSTITUTO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas**, 3ª edição, 5ª revisão. 2022. Disponível em: < <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>>. Acesso em: 11 dez 2022.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). (2020). **Boletim Mensal de Propriedade Industrial: Estatísticas Preliminares**. Vol. 1, N.1 (2016). Rio De Janeiro/RJ. Disponível Em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/aceso-a-informacao/boletim-mensal/arquivos/documentos/boletim-mensal-de-propriedade-industrial_03-2021.pdf>. Acesso em: 05 dez 2022.

Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). **Boletim mensal de propriedade industrial: estatísticas preliminares**. Presidência. Diretoria Executiva. Assessoria de Assuntos Econômicos (AECON) - -Vol. 1, n.1 (2016) - - Rio de Janeiro: INPI, 2020- Mensal Disponível em: < https://www.gov.br/inpi/pt-br/aceso-a-informacao/boletim-mensal/arquivos/documentos/boletim-mensal-de-propriedade-industrial_03-2021.pdf>. Acesso em: 05 dez 2022.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas: Indicações De Procedência Reconhecidas**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/status-pedidos/LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIARECONHECIDAS.At06Dez2022.pdf>>. Acesso em: 09 dez 2022.

Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). **Atenção, usuário! Fique de olho nos indícios de fraude**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias%202022/servico-seguro>>. Acesso em: 5 jun. 2023.

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Farol da Economia Cearense**. Fortaleza – Ceará: Ipece, 2022.

JUNGSMANN, Diana de Mello. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário** / Diana de Mello Jungsmann, Esther Aquemi Bonetti. – Brasília: IEL, 2010.

KOTLER, Philip ; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing** – 12 ed. São Paulo : Pearson Education do Brasil, 2006 .

Lei n. 13.966, de 26 de dezembro de 2019 (2019). Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial e revoga a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (Lei de Franquia). Recuperado em 25 de fevereiro de 2023, de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/l13966.htm.

Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996 (1996). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF. Recuperado em 25 de fevereiro de 2023, de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm.

Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 (1998). Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília, DF. Recuperado em 25 de fevereiro de 2023, de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm.

MARQUES, Mano. **As 8 maiores empresas do Ceará em valor de mercado!** Disponível em: <<https://blog.fortestecnologia.com.br/gestao-contabil/maiores-empresas-do-ceara/>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

MASON, Paul. **Pós Capitalismo**: um guia para o nosso futuro. Ed. 1ª. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

MCMULLEN, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). **Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur**. Academy of Management Review, 31(1), 132-152. Doi: 10.5465/AMR.2006.19379628.

MENEZES, Adriano Sarquis Bezerra de, Flávio Ataliba F. D. Barreto. **DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO CEARÁ**: Evidências Recentes e Reflexões. Fortaleza: IPECE, 2014. 402 p.

MPV 1172/2023 - Congresso Nacional. Disponível em: <<https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/157179#:~:text=A%20Medida%20Provis%C3%B3ria%20fixa%20o>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

NIQUITO, Thais Waideman et al. **Empreendedorismo feminino no Brasil**. 2023.

NOBRE, João Gabriel de Oliveira. (2019). **Prospecção tecnológica e levantamento mundial de patentes relacionadas a cromomicinas no tratamento do câncer**. 70 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Biológicas) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/48307>>. Acesso em: 06 jan. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Convenção que institui a Organização Mundial da Propriedade Intelectual**, Genebra, 2002. Disponível em: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_250.pdf>. Acesso em: 10 mar 2022.

Painéis do Mapa de Empresas. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>>. Acesso em: 5 jun. 2023.

RAMOS, R. **Lupo assume fábrica em Pacatuba, no Ceará**. Disponível em: <<https://safras.com.br/lupo-assume-fabrica-em-pacatuba-no-ceara/>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

REINALDO, Hugo Osvaldo Acosta, Leonel Gois Lima Oliveira, Themisa Araújo Barroso Pimental. **ANÁLISE DAS DIMENSÕES DE EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL EM MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS INDÚSTRIAS NO CEARÁ**. Disponível em: <<https://revistas.una.br/reuna/article/view/496/0>>. Acesso em: 05 dez 2022.

RODRIGUES, Darlene Silveira; SOUSA, Hymir Alexandre; DE OLIVEIRA, Raimundo Correia. **EMPREENDEDORISMO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E SUA RELAÇÃO**. In: VI ENPI-Encontro Nacional de Propriedade Intelectual. 2020.

SCHUMPETER, J. A. (1939). Business cycles. **A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process**. New York Toronto London: McGraw-Hill Book Company.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SIDOU, J.M. Othon: **Dicionário jurídico**, 4 ed., Florence Universitária, Rio de Janeiro 1997, p.640–642.

SILVA, Fabrício Longuinhos. **Capacitação profissional para microempreendedores: programa de mídia sobre propriedade intelectual e inovação**. Salvador, 2019.

STJ. **Loungerie versus Hope: STJ não vê violação a direitos autorais nem reprodução indevida de linha de lingerie**. Disponível em: <[https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/11022022-Loungerie-versus-Hope-STJ-nao-ve-violacao-a-direitos-autorais-nem-reproducao-indevida-de-linha-de-lingerie.aspx#:~:text=Ao%20julgar%20a%C3%A7%C3%A3o%20contra%20a,1998\)%20%C3%A0%20ind%C3%BAstria%20da%20moda](https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/11022022-Loungerie-versus-Hope-STJ-nao-ve-violacao-a-direitos-autorais-nem-reproducao-indevida-de-linha-de-lingerie.aspx#:~:text=Ao%20julgar%20a%C3%A7%C3%A3o%20contra%20a,1998)%20%C3%A0%20ind%C3%BAstria%20da%20moda)>. Acesso em: 19 jan. 2023.

APÊNDICE I

NOME (Apelido):	
TELEFONE:	
E-MAIL:	

<u>QUESTIONÁRIO NÍVEIS DE CONHECIMENTO E APLICABILIDADE DA PROPRIEDADE INTELECTUAL</u>	
PERGUNTAS	RESPOSTAS
1. É pessoa jurídica ou pessoa física ?	☐ Pessoa Jurídica ☐ Pessoa Física
2. Se for pessoa jurídica, qual o CNPJ? E qual o tipo de empresa (MEI, ME, EPP) ?	
3. Participa de alguma entidade coletiva (cooperativa, sindicato, associação, etc) ?	☐ Sim ☐ Não
4. Se participa de alguma entidade coletiva, qual a entidade ?	
5. Se não participa de alguma entidade coletiva, pretende participar ?	☐ Sim ☐ Não
6. Se participa de entidade coletiva, essa entidade tem uma marca coletiva ?	☐ Sim ☐ Não
7. Qual o ramo da atividade exercida?	
8. Quais produtos são comercializados ?	

9. Pretende mudar de atividade? Se sim, pra qual?	
10. Qual a sua clientela? (empresas, pessoas físicas, governos, organizações não governamentais)	
11. Exporta (vende para fora do Brasil) algum produto?	☐ Sim ☐ Não
12. Você vende para fora do Ceará? E para fora de Pacatuba?	
13. Possui registro de marcas? Se não, pretende ter ou utilizar?	
14. Caso possua registro de marca, você percebe alguma vantagem em efetuar o registro?	
15. Caso possua registro de marca, quem efetuou o registro? (o próprio empreendedor, um terceiro, um procurador, uma associação, um NIT, etc).	
16. Você acha importante ter uma marca registrada? Por quê?	
17. Caso não possua registro de marca, pretende registrar?	☐ Sim ☐ Não
18. Se pretende registrar, quando você imagina que isso será possível?	
19. Já produziu algo que ache que possui caráter inovador?	☐ Sim ☐ Não
20. Sabe o que é Propriedade Intelectual?	☐ Sim ☐ Não

21. Se sim, sabe da importância?	☐ Sim ☐ Não
22. Você tem algum desing ou modelo de produto inovador?	☐ Sim ☐ Não
23. Possui algum outro tipo de Propriedade Intelctual dentro dos seus negócios? (patente, desenho industrial, programa de computador, direito autoral) ?	☐ Sim ☐ Não
24. Se sim, quais ?	
25. Você permite que entremos em contato posteriormente para questões referentes ao curso aplicado?	☐ Sim ☐ Não

APÊNDICE II

NOME (Apelido):	
TELEFONE:	
E-MAIL:	

<u>QUESTIONÁRIO NÍVEIS DE CONHECIMENTO E APLICABILIDADE DA PROPRIEDADE INTELECTUAL – APÓS APLICAÇÃO DO CURSO</u>	
PERGUNTAS	RESPOSTAS
1. curso motivou você a realizar algum registro de bem de PI? (marcas, DI, etc)	
2. Se sim, qual ativo foi registrado?	
3. A obtenção do registro foi fácil ou difícil? Se difícil, por que você considerou difícil? Se fácil, por que você considerou fácil?	
4. Quem efetuou o registro? (o próprio empreendedor, um terceiro, um procurador, uma associação, um NIT, etc).	
5. Você acha importante esse registro? Se sim, por quê?	
6. Você acha que esse registro será benéfico para o seu negócio?	
7. Se não foi feito nenhum registro, qual foi o motivo?	
8. Você pretende registrar/depositar mais algum tipo de PI?	

9. Se não pretende no momento, mesmo não registrando/depositando, você pretende efetuar no futuro?	
---	--

MANUAL DE APLICAÇÃO DO CURSO BÁSICO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Disseminação dos conhecimentos em Propriedade Intelectual

1

Seleção de público para aplicação do Curso

Selecione o público do curso, se pequenos empreendedores/trabalhadores informais ou empresas de porte grande

2

Aplicação de questionários prévios

Você pode utilizar o questionário desenvolvido no Estudo do trabalho acerca "A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ"

3

Ministração do Curso

A ideia é levar um profissional capacitado para ministração das aulas expositivas e práticas para o público selecionado ou chamar o INPI para palestrar sobre os aspectos da propriedade intelectual. Utilizando como ementa do curso o apresentando no trabalho "A MATURIDADE DA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS INFORMAIS E PEQUENOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE PACATUBA DO ESTADO DO CEARÁ".

4

Aplicação de questionário posterior

Aplique um questionário posterior ao Curso para verificar como se deu o nível de aprendizado. E para que possa comparar os dados para fazer uma melhor avaliação sobre a região e melhor desenvolver um trabalho eficaz.

ANEXO I

EMENTA CURSO

PLANO DE CURSO	
IDENTIFICAÇÃO	
CURSO: Curso de noções básicas da Propriedade Intelectual	
DISCIPLINA: Propriedade Intelectual	
CARGA HORÁRIA	
TEÓRICA: 4h	PRÁTICA: 4h
CARGA HORÁRIA TOTAL: 8h	
DOCENTE RESPONSÁVEL: Amanda Alves Gomes Rolim	
EMENTA	

Abordagens, explicativas, estratégias e técnicas qualitativas aplicadas à propriedade intelectual.

OBJETIVOS

Disseminar os conhecimentos em Propriedade Intelectual.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
1.Noções gerais sobre a Propriedade Intelectual (Apresentação do conceito e contextualização de propriedade intelectual)
2.Por que é importante proteger a propriedade industrial? (Principais benefícios da proteção dos ativos de PI)
3. Onde são protegidos esses ativos? (Atuação do INPI e os registros/depósitos de ativos)
4.Marcas (Conceitos de marcas e possíveis aplicações)

5. Patentes (Conceitos de patentes e possíveis aplicações)
6.Desenhos Industriais (Conceitos de desenhos industriais e possíveis aplicações)
7. Indicações Geográficas (Conceitos de indicações geográficas e possíveis aplicações)
8. Direitos Autorais (Conceitos de direitos autorais e possíveis aplicações)
METODOLOGIA DE ENSINO

Propomos uma série de tópicos relacionados a pesquisa qualitativa a serem trabalhados ao longo das aulas.

As aulas foram presenciais com exposição de slides e utilização de apostila.

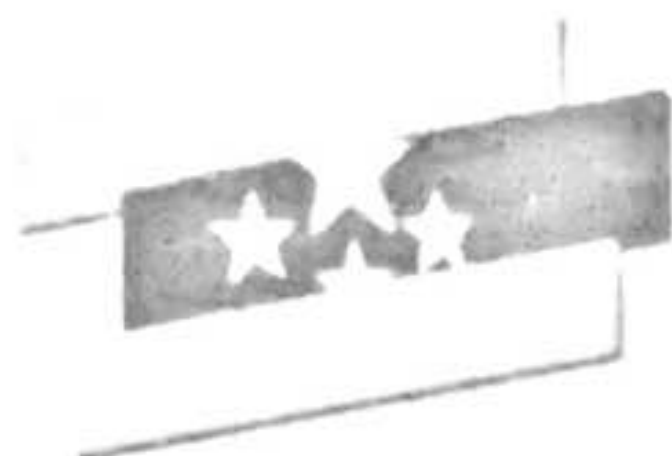
RECURSOS DIDÁTICOS

- ✓ Quadro
- ✓ Projetor
- ✓ Periódicos/Livros/Revistas/Links

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2003.

JUNGMANN, Diana de Mello. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário** / Diana de Mello Jungmann, Esther Aquemi Bonetti. – Brasília: IEL, 2010.



Pacatuba

Secretaria do Desenvolvimento
Econômico

Uma cidade certificada



CARTA

A SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DA
PREFEITURA DE PACATUBA, CNPJ nº 13.112.222/0001-48, vem se
manifestar no interesse de realização de Curso geral de
Propriedade Intelectual para disseminação do conhecimento
para os pequenos empreendedores da região, ofertado pela
aluna da rede PROFNIT IFCE, **AMANDA ALVES GOMES**, CPF nº
005.253.423-54.

Cordialmente,

Amanda Kelly Sousa Soares

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DA PREFEITURA DE
PACATUBA

Amanda Alves Gomes Rolim
Francisco Fábio Cavalcante Barros

Curso de noções básicas da Propriedade Intelectual

Material de Estudo

**Fortaleza, Ceará
2023**

Apresentação

Caros leitores, eu me chamo Amanda, sou Advogada, especialista em Propriedade Intelectual, mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia, sou empresária e amante da inovação.

O presente estudo é um guia de orientações e pontos básicos para auxiliá-los na construção de seus negócios e empresas. Sejam bem-vindos ao universo da Propriedade Intelectual.

Sumário

CAPÍTULO 1 - NOÇÕES GERAIS SOBRE A PROPRIEDADE INTELECTUAL	04
CAPÍTULO 2 - POR QUE É IMPORTANTE PROTEGER A PROPRIEDADE INDUSTRIAL?	08
CAPÍTULO 3 - ONDE SÃO PROTEGIDOS ESSES ATIVOS?	09
CAPÍTULO 4 - MARCAS	11
CAPÍTULO 5 - PATENTES	14
CAPÍTULO 6 - DESENHOS INDUSTRIAIS	18
CAPÍTULO 7 - DIREITOS AUTORAIS	19
CAPÍTULO 8 - INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	22

Capítulo 1

NOÇÕES GERAIS SOBRE A PROPRIEDADE INTELECTUAL

A história do desenvolvimento tecnológico provém da genialidade de grandes criadores, que conseguiram produzir diversos inventos importantíssimos para nossa história e sociedade, como por exemplo a invenção do avião por Santos Dumont, o desenvolvimento de vacinas e medicamentos para solucionar doenças, produtos e equipamentos utilizados no dia a dia, bem como grandes marcas que se desenvolveram e possuem um alto renome. Da mesma forma, é importante salientar a importância dos pequenos criadores, que com modestos, mas incessantes incrementos sobre criações anteriores permitiram em um longo período o desenvolvimento tecnológico e comercial alcançado na atualidade.



"Empresas não compram nem investem apenas em "ideias", e sim no seu potencial de se transformarem em produtos que sejam economicamente viáveis e tenham relevância para o mercado." (Jungmann, Diana de Mello)

É importante destacarmos que as ideias novas e criativas em si não possuem valor. No entanto, elas precisam ser desenvolvidas, transformadas em produtos, processos ou serviços que sejam inovadores e possam ser comercializados, necessitando de grandes investimentos.

Assim, uma empresa de sucesso é aquela que consegue produzir algo novo, criativo, ou que solucione algum problema ainda não foi resolvido, transformando a propriedade intelectual em riqueza.

Mas o que é essa tal da Propriedade Intelectual?

A Propriedade Intelectual (PI), e que como o próprio nome já diz é a apropriação de tudo aquilo que é produzido pelo intelecto humano e que seja passível de proteção. Esses direitos são baseados na exclusividade ao detentor do desenvolvimento e exploração econômica dessa criação. Como por exemplo, podemos citar a marca de uma empresa ou de um produto, um produto inovador ou até mesmo um design diferenciado, os direitos autorais, os programas de computador, dentre outros.

A propriedade intelectual é uma garantia de que a sua invenção estará protegida juridicamente por um determinado período em nome do seu inventor ou titular sobre a invenção.

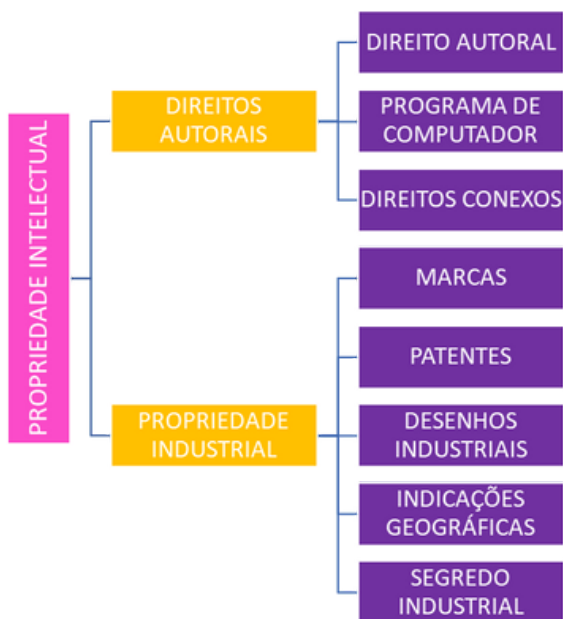
A OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) dispõe como Propriedade intelectual:

“a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.”

Importante destacar que o conceito de “propriedade” significa que alguém é titular de algo, que pode usar, gozar e dispor de algo dentro da sua função social, não podendo utilizar de forma indevida por lei e podendo retomar por quem injustamente está utilizando, conforme disposto por Idou (1997).

Nesse caso podemos falar alguns exemplos como: máquinas, remédios, tecnologia, produtos de consumo, tudo que nasce da mente e se transforma em bem para a sociedade.

Vejamos o que a Propriedade Intelectual engloba:



Capítulo 2

POR QUE É IMPORTANTE PROTEGER A PROPRIEDADE INDUSTRIAL?

A Propriedade Industrial é um dos componentes que estão inseridos dentro do todo da Propriedade Intelectual, portanto nesses componentes estão inclusos as Marcas, Patentes, Desenhos Industriais, Indicações Geográficas. A Lei que rege esses direitos é a Lei nº 9.279/96.

A proteção desses ativos gera muitos benefícios aos empreendedores, como por exemplo:

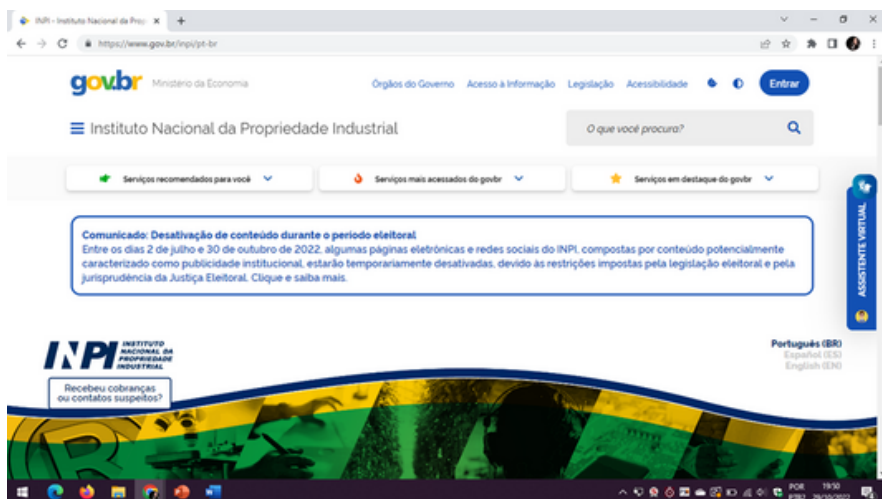
- Exclusividade (fabricação, comercialização, importação, uso, venda);
- Cessão
- Licenciamento
- Beneficia o comércio e o desenvolvimento tecnológico, cultural e científico
- Proteção jurídica
- Estimular novos métodos de produção
- Aumentar a produtividade
- Gerar riquezas
- Melhorar a qualidade de vida
- Estimular a criatividade
- Enriquecer o mundo da literatura e das artes.

Capítulo 3

ONDE SÃO PROTEGIDOS ESSES ATIVOS?

Os ativos de PROPRIEDADE INDUSTRIAL são protegidos através do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O INPI é uma autarquia federal em que nele podemos encontrar diversos serviços como registros de marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia.

As concessões desses direitos viabilizam diversos negócios de uma forma mais segura, confiável e de grande atrativo para uma região, gerando a economia e transformando em um grande diferencial competitivo no mercado, além de estimular o crescimento da inovação.



Existem outros programas de proteção, como por exemplo a Biblioteca Nacional, para os Direitos Autorais, vejamos:



Site: <https://www.gov.br/bn/pt-br>

Capítulo 4

MARCAS

Marca é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa.

De acordo com a legislação brasileira, são passíveis de registro como marca todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais, conforme disposto no art. 122 da Lei nº 9279/96 (Lei da Propriedade Industrial).

As marcas possuem validade de 10 anos, mas podem ser prorrogadas por mais períodos sucessivos de 10 anos a partir do pagamento da taxa do INPI no último ano de sua vigência.

Quem pode registrar a marca?

- Pessoas físicas;
- Pessoas Jurídicas.

® Símbolo da marca devidamente registrada e protegida.



As marcas podem se apresentar de algumas formas, vejamos:



Assim temos que a marca nominativa é aquela constituída por uma palavra ou mais compreendendo a combinação de letras, algarismos, não se apresentando de forma figurativa, por exemplo:

- VARIG
- COCA COLA
- BOCA ROSA

Já a marca figurativa é aquela composta apenas por elementos que possuem figuras, vejamos:



A MARCA MISTA é aquela combinada por elementos figurativos e nominativos, vejamos:



Além disso as marcas possuem tipos de classificação, quais sejam:

- **PRODUTOS OU SERVIÇOS:**

É utilizada para diferenciar produtos ou serviços de outros semelhantes. Ao todo no INPI possui 45 classes, que se diversificam em várias atividades.

Importante sempre verificar qual a atividade que a marca vai exercer para na hora do registro classificar da maneira correta.

- **CERTIFICAÇÃO:**

As marcas de certificação têm como principal objetivo informar ao público que o produto ou serviço está de acordo com as normas ou padrões técnicos específicos. Destinam-se apenas à certificação de terceira parte

- **COLETIVA:**

O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade, como por exemplo: associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros.

Capítulo 5

PATENTES

A maioria das pessoas confundem MARCAS com PATENTES. Quem nunca ouviu alguém dizer: Quero patentear minha marca!

Mas essa frase é bem errada e eu vou te explicar o porquê. As Marcas como já falamos acima são os elementos que compõe o sinal VISUALMENTE distintivo de um produto ou serviço, como o nome de um escritório de advocacia, o nome do estabelecimento comercial de uma empresa.

Já as patentes são objetos ou fórmulas INOVADORAS, com APLICAÇÃO INDUSTRIAL e ATIVIDADE INVENTIVA que possa ser produzida por uma outra pessoa técnica no assunto.

A validade das patentes vai até 20 anos.

Mas o que é a patente?

Segundo o Manual de Patentes disposto pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial:

"A patente é um título de propriedade temporário, oficial, concedido pelo Estado, por força de lei, ao seu titular ou seus sucessores (pessoa física ou pessoa jurídica), que passam a possuir os direitos exclusivos sobre o bem, seja de um produto, de um processo de fabricação ou aperfeiçoamento de produtos e processos já existentes, objetos de sua patente.

Terceiros podem explorar a patente somente com permissão do titular (mediante uma licença).

A intenção é que durante a vigência da patente, o titular seja recompensado pelos esforços e gastos despendidos na sua criação. Sendo assim, a patente pode ser considerada uma forma de incentivar a contínua renovação tecnológica, estimulando o investimento das empresas para o desenvolvimento de novas tecnologias e a disponibilização de novos produtos para a sociedade.

Após o período de vigência, a patente se torna de domínio público e a tecnologia poderá ser produzida e comercializada por qualquer pessoa da sociedade, ou seja, não vigora mais o direito de exclusividade."

Exemplos de patentes:



Figura 2 - Folheto de publicação


República Federativa do Brasil
Ministério da Economia
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

(21) BR 122021004260-8 A2
(22) Data do Depósito: 21/06/2019
(43) Data da Publicação Nacional: 23/03/2021

(54) Título: APARELHO DE LIMPEZA DE SUPERFÍCIE, E, SISTEMA DE LIMPEZA
(51) Int. Cl. A47L 9/00; A47L 33/40
(30) Prioridade Urbana: 06/02/2019 US 62/781.642; 22/06/2019 US 62/698.428.
(73) Depositante(s): RISEBEL, INC.
(72) Inventor(es): TOM MINH NGUYEN; JACOB RESCH; JACOB S. BOLES; YING CHUN WONG; JIAN HUA TANG; YUNFU WANG.
(86) Pedido PCT: PCT/US2019/008425 de 21/06/2019
(87) Publicação PCT: WO 2019/244812 de 26/12/2019
(88) Data de Fase Nacional: 05/03/2021
(89) Pedido original do estrangeiro: BR112020028775-1 - 21/06/2019
(52) Resumo: APARELHO DE LIMPEZA DE SUPERFÍCIE, E, SISTEMA DE LIMPEZA. Aparato de limpeza de superfície (10, 2010, 3010), que compreende um corpo vertical (12, 3012) que compreende uma alça (18, 3018) e uma armação (18, 3018), a armação (18, 3018) compreendendo uma seção do suporte principal (202) que suporta um tanque de suprimento (3020) rotacionavelmente removível e um tanque de recuperação (402, 3022) rotacionavelmente removível, a alça (18, 3018) delimitando uma extremidade superior distal. Uma base (14, 3014) acoplada espelhadamente a uma extremidade inferior do corpo vertical, um bocal de sucção provido com a base em uma seção distal. Um sistema de recuperação que compreende e bocal de sucção (504, 2014, 3014), uma fonte de sucção (206, 2016, 3016) em comunicação de fluido com o bocal de sucção (504, 2014, 3014) para gerar uma corrente de ar de trabalho e o tanque de recuperação (402, 3022) rotacionavelmente removível. Um sistema de entrega de fluido que compreende o tanque de suprimento (3020) rotacionavelmente removível e um distribuidor de fluido provido na base (14, 3014). Um agitador (540) rotacionavelmente removível dentro da base (14, 3014) e uma bateria recarregável (22, 2022, 3022) provida em uma seção lateral do corpo vertical (12, 3012) configurada para fornecer energia sistematicamente para a fonte de sucção (206, 2016, 3016).



Fonte: pedido de patente BR 12 2021 004260-8 A2

E o que não pode ser considerado objeto patenteável? Vejamos:

- Descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos;
- Concepções puramente abstratas;
- Esquemas, planos, princípios ou métodos comerciais, contábeis, financeiros, educativos, publicitários, de sorteio e de fiscalização;
- As obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética;
- Programas de computador em si;
- Apresentação de informações;
- Regras de jogo;
- Técnicas e métodos operatórios ou cirúrgicos, bem como métodos terapêuticos ou de diagnóstico, para aplicação no corpo humano ou animal; e
- O todo ou parte de seres vivos naturais e materiais biológicos encontrados na natureza, ou ainda que dela isolados, inclusive o genoma ou germoplasma de qualquer ser vivo natural e os processos biológicos naturais.

Capítulo 6

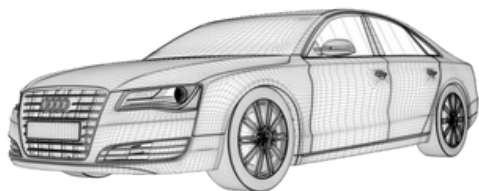
DESENHOS INDUSTRIAIS

De acordo com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial e a Lei nº 9.279/96, o desenho industrial é aquele que:

“protege os aspectos ornamentais de um objeto que pode ser reproduzido de forma industrial – tanto a sua forma tridimensional quanto os aspectos bidimensionais, como estampas e padrões aplicados.”

O registro de Desenho Industrial pode ser solicitado se tiver criado, por exemplo, a nova forma plástica de um relógio, brinquedo, veículo, embalagem ou até o padrão de linhas e cores de uma estampa de tecido.

Importante saber que o registro do Desenho Industrial só é destinado apenas a proteção da aparência do produto e não a sua funcionalidade.



Capítulo 7

DIREITOS AUTORAIS

Os direitos autorais se dividem em:



O Direito Autoral é aquele que é inserido para autoria de obras intelectuais, no campo científico, literários e artístico, como por exemplo desenhos, pinturas, obras, livros, músicas, filmes, software, entre outros.

- © - c em círculo significa símbolo de direitos autorais. Conhecido como “copyright” em inglês.
- ® - símbolo de direitos autorais de fonograma (gravação de faixa de disco, como a música).

Esses direitos estão protegidos pelas Leis nº 9.610/98 e nº 9.609/98. E qual a importância de se proteger esses direitos?

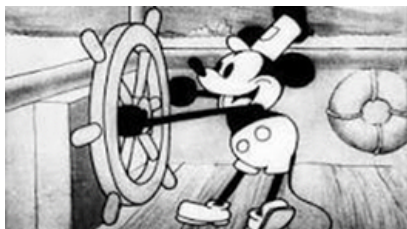
- Estimular a Criatividade
- Recompensa Financeira, ou seja, receber créditos pelo seu trabalho

Os direitos do autor são compostos por livros, desenhos, obras, pinturas, ou seja, obras intelectuais no âmbito da literatura, artes ou ciências. Que se dividem em:

DIREITOS MORAIS X DIREITOS PATRIMONIAIS

Os direitos morais são os inerentes ao autor, dos bons costumes, da ética e moral que se atribui a obra, não podendo ser utilizada para fins ilícitos ou que agrida o autor.

Já os direitos patrimoniais são os que geram exclusividades sobre as obras, e que podem autorizar ou proibir a comercialização, a reprodução, a distribuição.



Já os direitos conexos que fazem parte dos direitos autorais, são aqueles pertencentes aos músicos, empresas de radiofusão, intérpretes.

“Os direitos de autor e os direitos conexos protegem diferentes pessoas. Por exemplo, no caso de uma canção, os direitos de autor protegem o compositor da música e o criador da letra; já os direitos conexos se aplicam aos músicos e ao cantor que interpretam a canção, ao produtor da gravação sonora (também chamada de fonograma) na qual a música é incluída e às empresas de radiodifusão que transmitem a música.” (Caminho da Inovação – SENAI).

Tanto os Direitos de Autor como os Direitos Conexos têm proteção de validade por 70 anos, e são protegidos através:

Criações	Instituições responsáveis pelo registro
Livros e textos	Fundação Biblioteca Nacional Disponível em: < www.bn.br >.
Filmes	Agência Nacional do Cinema Disponível em: < www.ancine.gov.br >.
Obras artísticas	Escola de Belas Artes Disponível em: < www.eba.ufrj.br >.
Partituras de músicas	Escola de Música Disponível em: < www.musica.ufrj.br >. Fundação Biblioteca Nacional Disponível em: < www.bn.br >.
Plantas arquitetônicas/projetos	Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura – Unidade da Federação (CREA-UF) Disponível em: < www.confea.org.br >.
Programas de computador	Instituto Nacional da Propriedade Industrial Disponível em: < www.inpi.gov.br >.

Fonte: Caminho da Inovação – Guia do empresário – Senai. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/guia_empresa_iel-senai-e-inpi.pdf

Já os programas de computador são regidos pela Lei nº 9609/98 que é considerada a lei de softwares. A validade da proteção se dá por até 50 anos. E diferente dos demais tipos de direitos autorais é protegido através do Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Capítulo 8

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

As indicações geográficas (IG) podem ser entendidas, segundo o manual de IG do INPI, como aquelas que distinguem a origem geográfica de um produto ou serviço. A lei nº 9279/96 dispõe no artigo 177 e 178 que:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

as IGs possuem duas espécies, as indicações de procedência e as denominações de origem. As Indicações de procedência se referem ao nome característico que se tornou extremamente conhecido por determinado serviço ou produto, como por exemplo a Cachoeiro de Itapemirim, que ficou conhecido pela extração e beneficiamento do mármore.

Já as denominações de origem são aquelas que representam as características de uma região geográfica, influenciadas pelos fatores naturais e humanos pertencentes a um serviço ou produto que o diferencie pelas suas qualidades. Como por exemplo podemos citar os camarões da costa negra.

Alguns exemplos de Indicações Geográficas:



Redes de Jaguaruana no Ceará



Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul

Amanda Alves Gomes Rolim

amandaalvesg.adv@gmail.com