VI ENCONTRO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL
21 a 22 de maio de 2020
Rio Grande do Norte - RN

EMPREENDEDORISMO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E SUA RELAÇÃO

Darlene Silveira Rodrigues[1] Hyrmir Alexandre Sousa[2] Raimundo Correa de Oliveira[3]
[1]Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT
Universidade do Estado do Amazonas – UEA – Manaus/AM – Brasil
darlene.rodrigues@ifam.edu.br
[2]Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT
Universidade do Estado do Amazonas – UEA – Manaus/AM- Brasil
hyrmir_silva@yahoo.com.br
[3]Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT
Universidade do Estado do Amazonas – UEA – Manaus/AM- Brasil
rcoliveira@uea.edu.br

Resumo

O Empreendedorismo, a inovação e a Propriedade Intelectual são instrumentos que convergem entre si. O presente estudo tem o objetivo de discutir o cenário da Propriedade Intelectual e Industrial em relação ao empreendedorismo identificando os aspectos relacionados à proteção dos ativos de uma empresa. A metodologia do estudo orientou-se pela pesquisa bibliográfica e exploratória analisando artigos, relatórios, leis, portarias, documentos e livros sobre o tema. Quanto aos resultados, foi possível verificar através da pesquisa bibliográfica que a propriedade intelectual é pouco abordada na literatura de empreendedorismo e administração, o que torna mais difícil a conscientização da proteção das suas ideias por parte dos empreendedores. Concluiu-se que o cenário da Propriedade Intelectual precisa ser melhorado, sendo necessário, haver maior conscientização sobre a proteção dos ativos de PI por parte dos empreendedores. Portanto, os empreendedores devem ter em mente que as marcas, patentes têm maior valor que o patrimônio físico das empresas nos segmentos mais relevantes da economia.

Palavras-chave: propriedade intelectual; proteção; empreendedorismo.

1 Introdução

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço, que pode ou não ser novo e único. O valor deve, de algum modo ser, infundindo pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (MENDES, 2017, p.6).

Segundo Schumpeter (1939, *apud* DORNELAS, 2001) "o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais".

Dornelas (2016) afirma que o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais, culturais encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Neste contexto, Hisrich, Peters, Shepherd (2014) chamam atenção para o fato de que os empreendedores, por não saberem o que é propriedade intelectual, ignoram os passos importantes que deveriam ter sido dados para proteger esses ativos. Desse modo é importante que o empreendedor busque assessoria ao tomar decisões sobre propriedade intelectual, como patentes, marcas registradas, direitos autorais e segredos comerciais.

Sendo assim, o presente estudo tem o objetivo principal de discutir o cenário da Propriedade Intelectual e Industrial em relação ao empreendedorismo identificando os aspectos relacionados a proteção dos ativos de uma empresa. E como objetivos secundários apresentar panorama histórico sobre empreendedorismo, destacar os principais conceitos de empreendedorismo e inovação apontar os benefícios de realizar a proteção intelectual e industrial, e os riscos de não realizar essa proteção.

Esta pesquisa delimitou-se em colher informações, por meio de pesquisa bibliográfica e documental.

2 Metodologia

Para o alcance dos objetivos propostos, este trabalho fundamenta-se, principalmente, na pesquisa qualitativa que é aquela que se busca conhecer os fenômenos sociais por meio dos significados que estes têm para as pessoas.

Para Gil (2010), o uso dessa abordagem propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos.

A pesquisa tem caráter descritivo, que segundo Gil (2010), descreve as características de determinadas populações ou fenômenos. Durante a execução desse artigo foi utilizada a pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica, segundo Marconi e Lakatos (2008), não é a mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras. Para a execução da pesquisa teve como primeira preocupação identificar as bibliografias existentes sobre o assunto a ser abordado nas bases de dados SciELO, Periódicos Capes e livros. Na pesquisa documental pode-se fazer uso de documentos primários e secundários, pois segundo Medeiros (2006, p.47), os documentos podem ser encontrados em arquivos públicos, ou de empresas particulares, nesse caso, as Leis.

3 Conceitos e breve panorama histórico empreendedorismo e inovação

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, mas cujo início, como marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país, ocorreu a partir do ano 2000. Existem vários fatores que talvez expliquem esse interesse pelo assunto, já que, principalmente nos Estados Unidos, país no qual o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo

"*entrepreneurship*" é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, novo ou desconhecido (DORNELAS, 2016, p.2).

Ainda, segundo o mesmo autor, no caso do Brasil, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são sem dúvida, motivos para a popularidade do termo "empreendedorismo", que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe.

Dornelas (2016), afirma que para o termo empreendedor exitem muitas definições, mas uma das mais antigas, e que talvez reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Schumopeter (1949):

> O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Kirzner (1973) *apud* Dornelas (2016, p.29) propõe uma abordagem diferente. Para esse autor, o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Ambos, porém, são enfáticos ao afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

A palavra empreendedor é derivada da palavra francesa *entrepeneur*, que significa "aquele que está entre" ou "intermediário", foi usada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos (DORNELAS, 2016)

Um exemplo inicial da primeira definição de empreender como intermediário é a de Marco Polo que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Como intermediário Marco Polo assumia o papel de empreendedor, pois assinava um contrato como uma pessoa de recursos, onde o capitalista investia e corria riscos pacificamente enquanto o mesmo corria os demais riscos, como físicos e emocionais. Na idade média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país. Os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram no século XVII, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Richard Cantillon, foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia os riscos -, do capitalista – aquele que fornecia o capital. No século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores eram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Portanto, a partir desses conceitos pode-se compreender que o empreendedorismo engloba o conjunto de características e entre elas está a vontade de inovar ou melhorar produtos e serviços que já existem no mercado.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas empresas (SEBRAE). e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para

resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. O histórico da entidade Softex pode ser confundido como o empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia (DORNELAS, 2016, p.15).

Segundo Dornelas (2016), os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo, porém a criação de empresas por si só não leva ao desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios foquem oportunidades no mercado. Isso passou a ficar claro no *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) do qual se originaram duas definições de empreendedorismo. A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade e a segunda seria o empreendedorismo de necessidade. No empreendedorismo de oportunidade o empreendedor sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empresas e riqueza. Na segunda o empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.

Contudo, é importante discutir sobre a propriedade intelectual, pois no Brasil para que o empreendedor iniciante (e até mesmo o mais experiente) seja estimulado a pensar na proteção de sua ideia, depositando a patente de seu invento e, ainda, registrando a marca da empresa ou produto (DORNELAS, 2016). Será elencado, a seguir, sobre os todos os tipos importantes de propriedade intelectual.

O tema inovação e empreendedorismo estão diretamente ligados, uma vez que ambos propulsionam o desenvolvimento econômico que, de acordo com Schumpeter (1982), surge de mudanças da vida econômica, um processo que se inicia espontaneamente, de maneira descontínua, sem imposições, com iniciativa própria, criando pré-requisitos para novos desenvolvimentos. Sendo que as empresas são as responsáveis por este desenvolvimento, mediante a denominada acumulação criativa e acumulação dos conhecimentos não transferíveis.

A expressão inovação tecnológica vem ganhando cada vez mais importância de um modo generalizado nas últimas décadas nos âmbitos empresariais. A explicação para isso é bem fácil, visto que uma organização que preze por bons resultados, se está inserida no mundo tecnológico atual em que vivenciamos.

Conforme estabelece o Manual de Oslo, elaborado pela Organização para cooperação e desenvolvimento econômico (OCDE), inovação é:

> [...] a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um novo processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OCDE, 1997).

Ainda segundo o Manual de Oslo, há 4 tipos de inovação que abrangem as mudanças nas atividades das empresas (OCDE, 2005): inovações em produtos: inovações de produto envolvem mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes. Inovações de processo: representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição. Inovações organizacionais: referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa. Inovações em Marketing: envolvem implementações de novos métodos de marketing, essas mudanças estão voltadas para atender as necessidades do mercado consumidor, portanto, abrangem modificações na aparência do produto, divulgação, distribuição, preços e benefícios.

Afinal, não só de pessoas que uma empresa vive, suas ferramentas são de extrema ou equivalente importância. Inovar significa renovar ou introduzir novidades (uma ideia de fazer alguma coisa nova) de qualquer espécie. As empresas que sobrevivem ou crescem são as que

introduzem novidades tecnológicas e organizacionais ao longo do tempo (ESPÍNDOLA, 2016, p.1).

Para Spolidoro *et. al.* (2014), os ambientes de inovação tem por objetivo geral capacidade local e regional sustentável para a inovação em todos os domínios das atividades humanas, contribuindo para a construção de um processo de desenvolvimento local e regional sustentável, socialmente responsável e competitivo da economia globalizada.

Vários são esses espaços considerados como ambientes de inovação, áreas de inovação ou *habitats* de inovação, segundo Spolidor *et. al.* (2014, p.9), podemos citar como exemplo os tecnópolos, as *Smartcities*, Redes de Inovação, Parque tecnológico, Parque Empresarial, Parque de Inovação, Parque Científico e Tecnológico, Núcleos de Inovação, Centros de Negócios e Inovação, Aceleradoras de Empresas, Hotéis de Projeto e Incubadoras de Empresas.

5 Relação proteção intelectual e empreendedorismo

A propriedade intelectual (PI), que abrange patentes, marcas registradas, direitos autorais e segredos comerciais, representa ativos importantes para o empreendedor e deve ser entendida antes mesmo de contratar os serviços de um advogado. Com muita frequência, os empreendedores, por não saberem o que é propriedade intelectual, ignoram os passos importantes que deveriam ter sido dados para proteger esses ativos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p.130).

O empreendedor assume riscos em condições de incerteza, e vários riscos e incertezas dizem respeito à propriedade industrial e intelectual do seu empreendimento, desde a fase do respectivo projeto. Independentemente do tamanho do empreendimento ou do seu ciclo de vida, o projeto de um novo negócio deve considerar dimensões de PI tais como marcas, patentes, modelo de utilidade, desenho industrial ou design, *know-how*, transferência de tecnologia, segredo industrial, acordo de confidencialidade, licenças de uso, assistência técnica, franquia, nome de domínio, nome de empresa, indicações geográficas, licença compulsória, registro de software, direitos autorais, concorrência desleal e pirataria, entre outras, uma vez que a não observância ou a negligência dessas expressões não só podem significar a perda de uma vantagem competitiva e mercadológica, mas também a completa derrocada do empreendimento (quando não acompanhada de pesadas multas e/ou pena de prisão) (KINNEY ;LANGE, 1996 *apud* ROSAS; FROEHNER; SBRAGIA, 2007).

Desse modo, "como todos os negócios são regulamentados por lei, o empreendedor deve estar ciente das normas que afetam seu novo empreendimento. Nos diversos estágios de implementação de um negócio, o empreendedor precisará de assessoria jurídica" (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p.130).

Os autores afirmam que é provável que o conhecimento legal necessário varie com base em determinados fatores, como a condição do novo empreendimento, ou seja, se é uma franquia, uma empresa independente ou uma aquisição; e se envolve algum aspecto de software de computador, exportação e importação.

Degen (2009), salienta que para maximizar o lucro do negócio é necessário que as propriedades intelectuais do negócio, como marcas e patentes, devem estar devidamente registradas e atualizadas para terem valor na venda e evitar que algum esperto potencial comprador as copie sem comprar o negócio.

Assim, como afirma Dornelas (2016) essa é uma forma jurídica de se proteger da concorrência e ganhar espaço no mercado. Caso o produto ou serviço inovador seja um sucesso, o empreendedor terá assegurado legalmente o direito de colher os frutos de sua invenção, sem maiores preocupações. Nos Estados Unidos e na Europa, é muito comum o depósito de patentes, considerado tarefa indispensável para o empreendedor.

Há casos de invenções brasileiras patenteadas posteriormente por estrangeiros, e a chamada pirataria em software e em biodiversidade, entre outras áreas, tem sido muito discutida. No caso da biodiversidade, a preocupação é maior, pois há a possibilidade de estrangeiros e até dos próprios brasileiros se aproveitarem de inventos nacionais não patenteados e depositarem as patentes no exterior, passando a ter todos os direitos sobre a invenção (DORNELAS, 2016).

Portanto, a difusão dos conceitos e a utilização dos instrumentos de proteção da propriedade intelectual são fundamentais para empresas e indivíduos assegurarem que suas criações, invenções, obras artísticas ou literárias tenham retorno financeiro quando da atividade de comercialização desses ativos. Além disso, dentro do contexto da era da economia do conhecimento, a propriedade intelectual legalmente protegida transformou-se em um importante ativo para a competitividade das empresas que desejam otimizar o valor desses bens (JUNGMANN, 2015).

Segundo o autor, para uma empresa atingir seu objetivo é necessário saber como planejar a estratégia do negócio, como proteger produtos atuais e futuros, gerando valor para sua capacidade inovativa. Este processo é de grande valia no desenvolvimento das nações, na medida em que tem como finalidade:

- Favorecer o comércio internacional;
- Estimular novos métodos de produção;
- Aumentar a produtividade;
- Gerar riquezas;
- Melhorar a qualidade de vida;
- Fomentar a faculdade criadora;
- Aumentar as possibilidades da ciência e da tecnologia;
- Enriquecer o mundo da literatura e das artes.

Em relação a proteção, dependendo da estratégia comercial da empresa, o mesmo produto poderá dispor de vários tipos de proteção, cobrindo diferentes aspectos, pela utilização apropriada dos instrumentos da propriedade intelectual. Por sua característica de identificar e diferenciar produtos, a marca torna-se uma das formas de proteção mais importante e aplicável no mundo. Usar opções distintas para proteção de um produto garante um diferencial competitivo ainda mais forte, porque a empresa dispõe de diferentes tipos de direitos de exclusividade sobe aquele bem. Assim, a empresa poderá impedir terceiros, em todos os territórios em que dispõe de proteção, de copiar, produzir, usar, colocar à venda, vender, importar e exportar seu produto sem o seu consentimento empresarial (JUNGMANN, 2015).

No Brasil, a entidade responsável por patentes e marcas é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Autarquia Federal criada em 1970, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. O INPI tem por finalidade principal, segundo a Lei n.9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial), executar, no âmbito nacional, as normas que regulam a propriedade industrial, tendo em vista sua função social, econômica, jurídica e técnica. É também sua atribuição pronunciar-se quanto à conveniência de assinatura, ratificação e denúncia de convenções, tratados, convênios e acordos sobre propriedade industrial.

Além de concessão de marcas e patentes, o INPI é também responsável pela averbação dos contratos de transferência de tecnologia, pelo registro de programas de computador, contratos de franquia empresarial, registro de desenho industrial e de indicações geográficas (DORNELAS, 2016).

Portanto, não pode o empreendedor brasileiro em sua decisão de abertura de um novo negócio negligenciar os riscos e incertezas referentes à proteção intelectual (ROSAS;

FROEHNER; SBRAGIA, 2007). O Quadro 1, destaca os potenciais benefícios e os riscos na sua não obtenção em relação a algumas das mais conhecidas proteções de propriedade intelectual.

Quadro 1 – Benefícios Esperados e Riscos de Não Obtenção de PI

	Benefícios esperados	**Alguns riscos de não obtenção**
Nome empresarial	A proteção do nome empresarial fornecida pela Junta Comercial confere a exclusividade de seu uso como um bem patrimonial no âmbito estadual ou nacional. Também, confere ao seu titular um direito de preferência a usar a marca como expressão característica de seu nome empresarial. Apesar de não constar na Lei de Propriedade Industrial, esta é uma modalidade desta natureza.	Outras empresas podem passar a usar o mesmo nome empresarial, seja ilicitamente (crime de concorrência desleal) ou, até mesmo, licitamente em algum estado onde o nome empresarial não tenha sido protegido.
Marcas	A marca é o sinal ou símbolo que distingue um produto ou serviço dos demais e que, por muitas vezes, representa o maior patrimônio da empresa. Seu titular tem o direito exclusivo de uso, cessão ou licenciamento por dez anos da data da concessão pelo INPI, prorrogável por períodos iguais e sucessivos.	Outras empresas podem passar a usar aquela marca licitamente ou ilicitamente para tomada de espaço no mercado; pirataria; colidência de marcas.
Nome de domínio	É o endereço que, digitado nos navegadores (browsers) de Internet, acessa uma homepage/site. O nome de domínio é conferido ao primeiro requerente que satisfizer as exigências para o registro. A exclusividade ao domínio tem vigência anual, porém é prorrogável indefinidamente enquanto a manutenção anual for paga.	Outras empresas podem passar a usar aquele nome de domínio; concorrência desleal para obtenção da clientela; registro predatório do nome de domínio de outra empresa para poder extorqui-la; colidência com marca previamente registrada.
Desenho industrial	É a forma, formato, desenho ou design de um objeto, que proporcione um visual novo e original a um produto que possa ser fabricado. O seu titular tem o direito de impedir terceiros de produzir, colocar à venda, usar e importar o desenho industrial. A validade do registro é de dez anos, contados da data do depósito no INPI, prorrogáveis por três períodos sucessivos de cinco anos cada.	Outra empresa pode fazer uso do desenho industrial para fabricar, comercializar, importar ou exportar o produto cujo desenho industrial não foi protegido, ou que não foi estendido para aquele determinado mercado.
Registro de software	A proteção ao software é uma modalidade de direito autoral que protege um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, com vigência de cinqüenta anos a partir de 1.º de janeiro do ano subseqüente ao da sua publicação. Esta proteção tem abrangência internacional, e o título do programa é protegido juntamente com o programa em si, ou seja, um só procedimento de registro protegerá tanto o produto quanto seu nome comercial.	O registro não é obrigatório, mas a comprovação da autoria de um software é complicada em função da facilidade em se criar variações. O registro no INPI pode ser considerado como a única forma efetiva para a proteção contra a utilização não autorizada de um software.
Direitos autorais	Os direitos autorais protegem obras de literatura, música, audiovisuais, artes plásticas e arquitetura. Como exemplo, os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados de 1.° de janeiro do ano subseqüente ao de seu falecimento, e se	Utilização comercial e de autoria indevidas por terceiro. Apesar de não obrigatório o registro (é possível a produção de outras formas de comprovação da autoria), sua formalização

	forem obras audiovisuais e fotográficas, do ano subseqüente ao de sua divulgação.	facilitaria a configuração do direito autoral.
Patentes (inclui modelo de utilidade)	É um título de propriedade concedido pelo Estado através do INPI, para conferir exclusividade de exploração (monopólio) de determinada tecnologia naquele determinado mercado por vinte anos (patente de invenção) ou quinze anos (modelo de utilidade). Seu titular tem o direito exclusivo de uso, cessão ou licenciamento, e poderá obter indenização pelo uso indevido por terceiros. Protege o investimento feito em pesquisa e desenvolvimento e a expectativa de retorno do investimento.	Outra empresa pode fazer uso da invenção para fabricar, comercializar, importar ou exportar a tecnologia que não foi protegida, ou que não foi estendida para aquele determinado mercado.
Segredo industrial	Uso do regime de segredo industrial para a proteção de parte ou do todo de uma tecnologia, sobre como o conhecimento será registrado e armazenado, sobre como o acesso autorizado funcionará, sobre como a tecnologia se perpetuará, sobre os riscos de vazamento da informação e sobre a facilidade de cópia ou engenharia reversa do produto por terceiros. O controle sobre a tecnologia poderá se estender por um prazo maior do que o prazo de exclusividade que é concedido por uma patente. A vigência dependerá da forma como for mantido o segredo industrial (exemplo: fórmula da Coca-Cola).	Perda da oportunidade de se ter um controle maior e mais duradouro sobre a tecnologia; perda da tecnologia; perda da oportunidade de patenteamento.
Licenças de uso*	Licenças de autorização de uso para a empresa que utiliza, entre outros, softwares, tecnologias patenteadas, know-how, marcas, materiais protegidos por direitos autorais, transferência de tecnologia e pagamento de royalties, e segredos industriais que requeiram licenças ou aprovação para a sua utilização.	Multas, indenizações devidas, pena de prisão.
Monitoramento competitivo da propriedade intelectual*	Monitoramento das atividades do mercado através da propriedade intelectual para acompanhar os movimentos dos concorrentes em termos de tendências de patentes, marcas, designs, softwares, fiscalização dos concorrentes e demais terceiros sobre suas patentes, pedidos de patente existentes, pagamento das anuidades, atendimento a consultas sobre patenteabilidade.	Perda de vantagem competitiva; facilitação da concorrência desleal, pirataria e infrações por terceiros; perda de prazos para manifestar oposições, recursos e pedir nulidades administrativas quanto a pedidos de terceiros que possam ser colidentes tanto no Brasil quanto no exterior.

Fonte: Elaborado por ROSAS; FROEHNER; SBRAGIA, 2007 com base em BRASIL, 1996, 1998a, 1998b; CGI.br, 2007; CORNISH, 1996; DI BLASI *et al.*, 2002; FEKETE, 2003; KINNEY e LANGE, 1996; MACEDO e BARBOSA, 2000; REQUIÃO, 2005; SHERWOOD, 1992.

Legenda: * - Mecanismos de gestão de PI, enquanto os demais são tipos de registro de PI.

O fato é que, independente das controvérsias, a propriedade intelectual delimita a propriedade de ativos que assumem importância crescente como forma de riqueza na sociedade de hoje e que são estratégicos para a organização e controle da produção social de riqueza e para o desenvolvimento em geral (BAUNAIN *et al*, 2018).

Portanto, o sistema de PI é hoje peça central da economia globalizada e da sociedade do conhecimento. A maior parcela do patrimônio das maiores empresas do mundo, nos

setores mais dinâmicos, é certamente composta de ativos protegidos pela PI (BAUNAIN *et al*, 2018).

6 Considerações finais

O trabalho teve como objetivo realizar uma reflexão acerca da propriedade intelectual e empreendedorismo. Foi e é importante discutir sobre a propriedade intelectual em relação à MPEs, pois como foi citado, não é muito comum no Brasil o empreendedor iniciante (e até mesmo o mais experiente) pensar na proteção de sua ideia, depositando a patente de seu invento e, ainda, registrando a marca da empresa.

Por isso, Dornelas (2016) afirma que os empreendedores geralmente não gostam muito desses assuntos, pois são complexos, envolvem análises de leis, e sempre há muita burocracia durante o processo.

O presente estudo buscou explanar sobre os benefícios de se proteger os ativos de PI e através da literatura sobre o tema foi possível verificar os benefícios da obtenção e os riscos da não obtenção da PI. Em relação aos benefícios de se registrar uma marca, seu titular tem o direito exclusivo de uso, cessão ou licenciamento por dez anos da data da concessão pelo INPI, prorrogável por períodos iguais e sucessivos. Já a não obtenção dessa proteção, ocorre que outras empresas podem passar a usar aquela marca licitamente ou ilicitamente para tomada de espaço no mercado; pirataria; colidência de marcas.

Portanto, os empreendedores devem ter em mente que as marcas, patentes têm maior valor que o patrimônio físico das empresas nos segmentos mais relevantes da economia.

7 Referências

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTOVAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES – AMPROTEC. **Estudo, análise e proposições sobre as incubadoras de empresas no Brasil** – relatório técnico. Brasília: ANPROTEC, 2012.

BUAINAIN, A. M.; BONACELLI, M. B. M.; MENDES, C. I. C. **Propriedade intelectual e inovações na agricultura.** 1 ed. Brasília ; Rio de Janeiro : CNPq, FAPERJ, INCT/PPED, IdeiaD ; 2015. Disponível em: https://www.assespro pr.org.br/index.php?pre_dir_acc_61co625547=5c06bb2990991&custom_181191= . Acesso em: 10 set. 2019.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2009.

DORNELAS, J. E. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. São Paulo: Atlas, 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Altas, 2010.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

MADEIROS, J. B. **Redação científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. Produção: ARTI e FINEP. 3. ed. 2005.

MARCONI, M. A.; LAKATO, E. V. **Técnicas de pesquisas planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de** dados. São Paulo, SP, Atlas, 2008

MENDES, J. **Empreendedorismo 360**: a prática na prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ROSAS, A. R.; FROEHNER, J.; SBRAGIA, R. **O Valor da Proteção Intelectual das Inovações sob a Perspectiva do Empreendedor**: um estudo de caso. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/GCT-C2039.pdf. Acesso em: 10 set. 2019.

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

SPOLIDORO, R. Habitas de inovação e empreendedores: agentes de transformação das estruturas sociais. **TECBAHIA. Revista baiana de tecnologia**, v.14, n.3, p.9-21. 1999.

BRASIL. Lei n.9.279/96, **nº 9.279, de 14 de Maio de 1996.** (Lei da Propriedade Industrial), Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 30 jun. 2020.