

## Em Análise

# Inovação – Marcas, Patentes, Modelos e Desenhos na Economia Portuguesa\*

Catarina Nunes<sup>1</sup> e José Eduardo Matos<sup>2</sup>

## 1. Introdução

Há muito que os economistas consideram a inovação como um estímulo essencial para o crescimento económico. Para Joseph Schumpeter, autor de “Theory of Economic Development” (1911), o empreendedor era o principal agente económico, à volta do qual todos os outros orbitam. Analisando a história e evolução económica, Schumpeter realçou a importância das inovações científicas e tecnológicas no crescimento das economias capitalistas, ainda que no curto-prazo houvesse flutuações positivas e negativas.

A mudança, impulsionada por aquilo a que chamou de “destruição criativa”, é o meio através do qual as dinâmicas de crescimento surgem. Motivados pela concorrência a melhorar processos produtivos, os empreendedores tentam uma nova maneira de fazer as coisas: inventam novas máquinas, criam métodos mais eficientes, pensam em algo que possa responder a necessidades ainda por satisfazer. É esta criatividade que acaba por destruir os processos mais obsoletos, dando origem a um novo ciclo até que as inovações sejam imitadas pelos demais concorrentes.

O modelo do “Real Business Cycle”, introduzido por F. Kydland e E. Prescott em 1982, tem também por base o progresso tecnológico como determinante do crescimento económico a longo-prazo, dado se tratar de um choque persistente. Nomeadamente ao nível da produtividade total dos fatores capital e trabalho, assim como no aumento do investimento.

Por outro lado, num mundo cada vez mais globalizado, em que a informação tende a ser vinculada de uma forma cada vez mais rápida, nomeadamente através das novas tecnologias de informação, as relações com os produtos sofreram enormes alterações e a desmaterialização dos objetos intensifica a importância da marca registada.

A consideração do contexto internacional de uso da propriedade industrial permite ainda verificar que Portugal se encontra a uma distância considerável dos países que lideram os rankings de patentes. Segundo a edição de 2016 do *Innovation Union Scoreboard*, da Comissão Europeia, a Dinamarca regista a melhor performance em matéria de registo de Marcas e Patentes com um *score* de 0,79, enquanto Portugal fica pelos 0,39. Na média da UE regista-se um *score* de 0,56.

O quadro seguinte permite aferir a evolução recente, no seio da UE 28 e à escala nacional, dos indicadores relativos a bens intelectuais, confirmando-se a distância mas verificando-se uma aproximação do contexto nacional ao da UE28, especialmente no que se refere aos desenhos ou modelos comunitários e marcas comerciais comunitárias.

---

\* As opiniões expressas no artigo são da responsabilidade dos autores podendo não coincidir com as da instituição. Todos os erros e omissões são da responsabilidade dos próprios, que agradecem ao INPI a disponibilização da informação usada neste trabalho.

<sup>1</sup> Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia.

<sup>2</sup> NOVA School of Business and Economics

**Quadro 1 - Innovation Union Scoreboard, score dos indicadores (2015-2016)**

	UE28			Portugal		
	2015	2016	Tx.Var	2015	2016	Tx.Var
<b>Bens intelectuais</b>	0,62	0,56	-10%	0,38	0,39	3%
Candidaturas a patentes PCT	3,78	3,53	-7%	0,67	0,66	-1%
Candidaturas a patentes PCT relacionadas com desafios societários	0,98	1,01	3%	0,18	0,23	28%
Marcas comerciais comunitárias	5,83	6,09	4%	4,98	5,83	17%
Desenhos ou modelos comunitários	1,13	4,44	293%	0,87	4,38	403%

Fonte: Comissão Europeia, Innovation Union Scoreboard

Por tudo isto, a inovação é essencial para a competitividade das empresas, pelo que é fundamental observar indicadores como a criação de marcas e concessão de patentes ao longo dos anos. Desta forma pode-se perceber se os principais indicadores de inovação estão a evoluir de forma desejável.

O presente artigo apresenta a evolução do registo de marcas, patentes, modelos e desenhos em Portugal e as atividades económicas que as solicitam, demonstrando a sua propensão para a inovação. Para o efeito é utilizada informação de pedidos efetuados por entidades residentes em território português, durante o período 2010-2016<sup>3</sup>. A informação foi fornecida pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), entidade responsável pela gestão do sistema português de propriedade industrial.

## 2. Novas Marcas

O registo da marca confere ao seu titular o direito de impedir terceiros de usar, sem o seu consentimento, e no exercício de determinadas atividades económicas, qualquer sinal igual, ou semelhante, em produtos ou serviços idênticos daqueles para os quais a marca foi registada, e que, em consequência da semelhança entre os sinais e da afinidade dos produtos ou serviços, possa causar um risco de confusão ou associação, no espírito do consumidor (Art.º 258.º do Código da Propriedade Industrial).

As marcas constituem, assim, o ponto-chave para a estratégia de desenvolvimento das empresas. O ponto-chave está em relacionar o produto ou serviço de tal modo que o consumidor/cliente possa identificar e consequentemente memorizar a marca, levando-o a ter um sentimento de pertença, de identificação, que o ligue à marca e a tenha em consideração aquando de futuras escolhas.

A marca tem, assim, múltiplas funções, das quais se salienta:

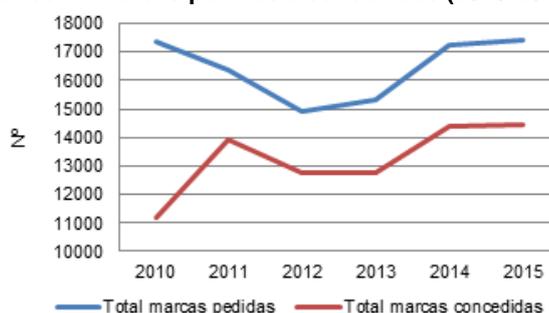
- Permitem às empresas diferenciar os seus produtos/serviços da restante concorrência;
- São um poderoso instrumento de marketing na medida em que permite criar uma imagem singular e diferenciadora;
- Constituem um ativo da empresa;
- Estimulam a empresa a preservar a sua imagem no mercado;
- Podem ser fonte de receita através da cobrança de royalties;
- Auxiliam os consumidores a identificar e a distinguir produtos/serviços, tendo efeito nas escolhas dos mesmos aquando da satisfação de uma necessidade.

De acordo com o que se pode observar através do Gráfico 1, o número de marcas pedidas anualmente em Portugal aproxima-se de 18 mil, tendo recuperado a partir de 2014 (quando cresceram 12,5%) da queda de 7% verificada até 2012, durante o período mais agudo da crise económica portuguesa. Por seu lado, o total de marcas concedidas apresenta uma tendência de crescimento, tendo aumentado, em média, desde 2010, 7% ao ano. Em 2014 e 2015 foram concedidas cerca de 14.500 marcas. Esta evolução

<sup>3</sup> A informação disponível do ano de 2016 apenas diz respeito aos meses de janeiro, fevereiro e março (\*)

resultou numa redução da diferença entre marcas pedidas e concedidas num dado período, o que se poderá explicar pela melhor qualidade dos pedidos e/ou por uma mais rápida resposta dos serviços.

**Gráfico 1 - Marcas pedidas e concedidas (2010-2015)**



Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

**Quadro 2 - Evolução dos preços por pedido (2012-2016)**

	2012		2016		Var.média anual (%)	
	on-line	papel	on-line	papel	on-line	papel
<b>Pedido de marca</b>	120€	240€	123,76€	247,51€	1%	1%

Fonte: DR de 31 de maio de 2012 e DR de 28 de junho de 2016

Em termos de preços verifica-se que, no período de 2012 a 2016, houve um aumento médio anual de 1% dos custos associados ao pedido de registo de marca, sendo este aumento superior ao crescimento médio anual da inflação (0%). A manter-se esta tendência, pode constituir um desincentivo para os agentes económicos.

É importante evidenciar também que o tempo médio calculado entre pedidos e despachos (concessão ou recusa da marca pedida) é de 117 dias em Portugal, o equivalente a aproximadamente 4 meses e inferior ao verificado na maioria dos países europeus. Este factor é determinante no contexto do ambiente de negócios proporcionando aos empresários ou empreendedores um período de espera aceitável para quem queira introduzir uma nova marca no mercado.

A importância do registo das marcas para a atividade económica torna relevante a evolução do número de marcas por Classificação de Atividade Económica (CAE). A informação existente apresenta, no entanto, algumas limitações, pois em apenas 14% do número total de concessões é possível identificar o sector do requerente.

Para além disso, há indícios de haver situações em que a CAE usada no pedido, realizado por prestadores de serviços a empresas, não corresponde ao sector que vai usar a marca, perdendo-se assim informação relevante a nível sectorial. Neste sentido, será útil no futuro que haja indicação da CAE do utilizador da marca na realização do pedido.

O primeiro aspeto a realçar é a diversidade sectorial de pedidos e concessões de marcas, não havendo uma significativa concentração de novas marcas nas CAE's que mais pedidos registam.

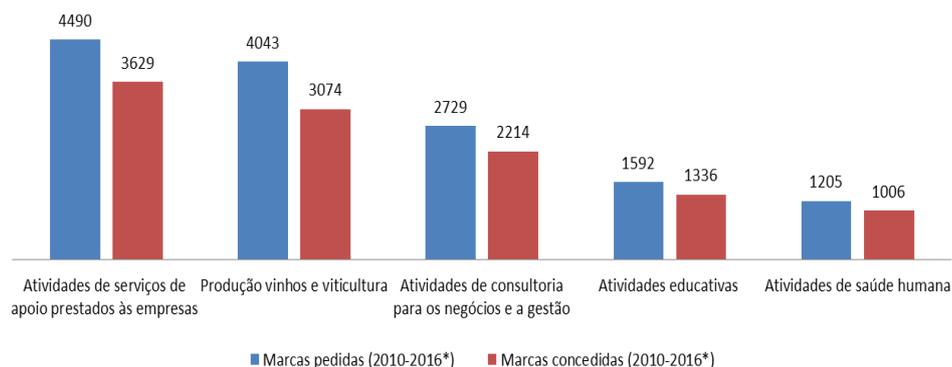
Entre a informação disponível, o maior número de pedidos de marca desde 2010 (Gráfico 2) foi feito pelas atividades de serviços de apoio às empresas e atividades de consultoria, somando 7216 pedidos e 5843 concessões, seguindo-se a produção de vinhos e viticultura, com pouco mais de 4 mil pedidos e 3 mil concessões.

Em “Outras atividades de serviços de apoio prestados às empresas” estão inseridas serviços de elaboração de relatórios textuais ou gravação de procedimentos legais, codificação e impressão de códigos de barras, etc. Em “outras atividades de consultoria para os negócios e gestão” incluem-se consultoria e assistência operacional às empresas em matérias como planeamento, organização, gestão financeira, gestão de recursos humanos, entre outros.

A produção de vinhos e licores e a viticultura (cultivo de uvas) constituem atividades de forte crescimento em Portugal e de elevado valor acrescentado. O facto do produto final poder ser bastante heterogéneo,

diferenciando-se tendo em conta inúmeros fatores, incluindo diferentes castas e características geográficas e regionais, faz com que produtores tenham necessidade de criar uma nova marca associada a qualidades algo singulares como forma de diferenciar os seus produtos.

**Gráfico 2 - Marcas por atividade económica desde 2010**



Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

É de referir ainda a importância das atividades educativas, nas quais se engloba formação especializada de adultos, desde ensino de línguas, ensino artístico, escolas de condução, entre outras. Perfazendo 1592 marcas pedidas e 1336 concedidas.

A fechar esta seleção, encontram-se atividades de saúde humana, com um número considerável de pedidos ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial durante os anos considerados, 1205 marcas pedidas e mais de 1000 concedidas. Nesta última CAE estão incluídos laboratórios de análises clínicas, terapia da fala, fisioterapia, psicologia e outras atividades similares exercidas em consultórios privados.

### 3. Patentes, Desenhos e Modelos

#### 3.1. Patentes

Uma patente é um conjunto de direitos exclusivos, por um certo período de tempo, que o Estado concede a um inventor para a divulgação, o fabrico, a exploração e/ou a alienação da sua invenção. Se alguém desejar fazer uso da tecnologia patenteada, deverá contar com a autorização do titular da patente de acordo com o registo.

A patente de invenção evita o plágio das criações e permite que o inventor tenha proveito do êxito comercial do seu trabalho, o que promove a criatividade (é garantida a propriedade da invenção e a exclusividade na exploração), já que este documento impede que terceiros tenham esses direitos sem a autorização do titular exclusivo.

De acordo com a lei em vigor, a publicação de um pedido de patente é efetuada decorridos dezoito meses a contar da data da apresentação do pedido no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, só após este período deverá ser dado o despacho com a concessão ou não da patente. Neste momento, em Portugal, o intervalo temporal entre pedido e despacho de patente é, em média, de 601 dias (aproximadamente um ano e seis meses).

Tendo em conta esta diferença temporal, largamente superior a um ano, torna-se impossível fazer uma análise da evolução do pedido de patentes ao longo do curto período em que a informação está disponível (2010-2013). A constatação que pode ser feita é que o número anual de pedidos é superior a 300, não se verificando uma tendência evidente neste período (Quadro 2).

**Quadro 2 - Patentes pedidas (publicitadas no ano em referência)**

Ano	Total de patentes pedidas
2010	328
2011	324
2012	442
2013	310

Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

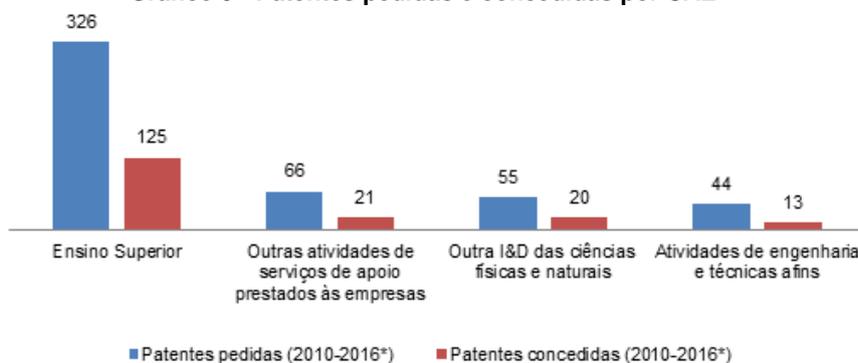
**Quadro 3 - Evolução dos preços por pedido (2012-2016)**

	2012		2016		Var.média anual (%)	
	<i>on-line</i>	papel	<i>on-line</i>	papel	<i>on-line</i>	papel
<b>Pedido de patente nacional</b>	101,4€	202,8€	104,57€	209,14€	1%	1%

Fonte: DR de 31 de maio de 2012 e DR de 28 de junho de 2016

Em termos de preços verifica-se que, à semelhança do que aconteceu com as marcas, no período de 2012 a 2016 houve um aumento médio anual de 1% dos custos associados ao pedido de registo de patente, sendo este aumento superior ao crescimento médio anual da inflação (0%). Também aqui poderá haver um desincentivo para os agentes no caso de esta tendência se manter.

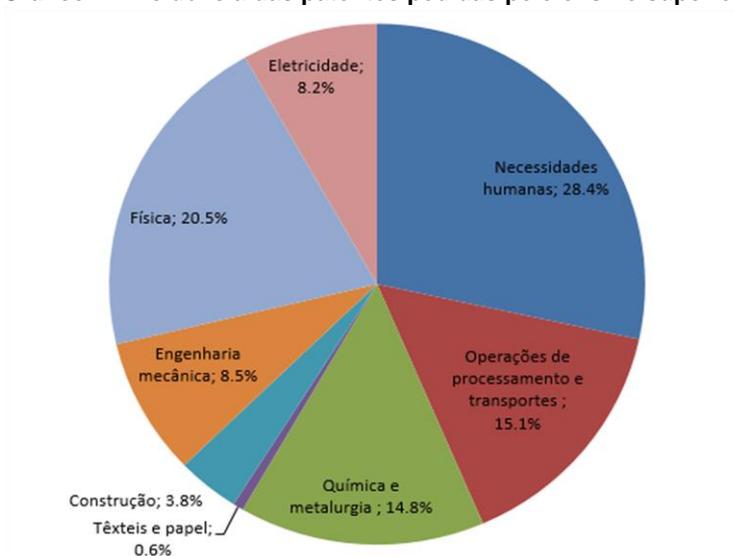
O sector com maior número de pedidos ao longo da série temporal considerada (Gráfico 3) é o Ensino Superior, com cerca de 34% do total, seguido dos serviços de apoio às empresas (6%), da investigação e desenvolvimento nas ciências físicas e naturais (5%) e das atividades de engenharia (4%).

**Gráfico 3 - Patentes pedidas e concedidas por CAE**

Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

Também nas patentes o sector que faz o pedido não coincide necessariamente com o sector que vai aplicar a patente. Atendendo à predominância dos pedidos de patentes provenientes do ensino superior, é da maior pertinência analisar mais aprofundadamente as classes de patentes associadas aos pedidos feitos. Desta forma pode-se aferir quais os sectores em que estas patentes estarão a ser utilizadas.

O Gráfico 4 mostra que a classe “necessidades humanas” é a que está associada a um maior número de patentes pedidas por faculdades, institutos e politécnicos do ensino superior, aproximadamente 28,4%. De seguida, a classe “física” é a que mais pedidos regista, cerca de 20,5%. “Operações de processamento e transportes”, assim como “química e metalurgia”, são outros destinos para as patentes pedidas pelo ensino superior, representando respetivamente 15,1% e 14,8%.

**Gráfico 4 - Incidência das patentes pedidas pelo ensino superior**

Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

O significativo envolvimento das universidades no pedido de patentes é muito positivo pois estimula a investigação e desenvolvimento (I&D). Porém, é fundamental que a I&D resulte também em inovações que possam ser disponibilizadas no mercado.

Em Portugal existe um elevado número de investigadores (8 por cada mil empregados), valor superior à média da União Europeia (UE: 7 por cada mil empregados). Contudo, apenas 30% dos investigadores estão associados a empresas, número muito inferior ao verificado na média da UE, cerca de 50%. A fraca ligação entre investigadores e o tecido empresarial constitui assim um fator de desvantagem competitiva para a economia portuguesa.

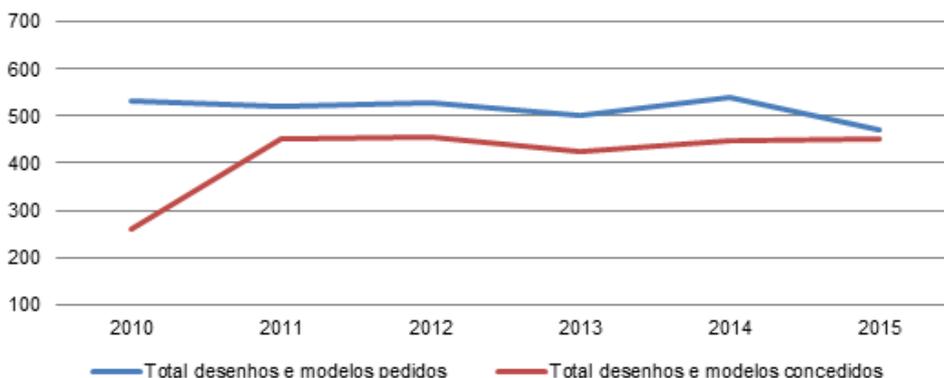
Neste sentido, parece ser importante incrementar esforços na divulgação dos benefícios para o sector empresarial do registo de marcas, patentes, desenhos e modelos.

### 3.2. Desenhos e Modelos

Define-se como desenho ou modelo a aparência da totalidade, ou de parte, de um produto resultante das características de, nomeadamente, linhas, contornos, cores, forma, textura ou materiais do próprio produto e da sua ornamentação. E por produto qualquer artigo industrial ou de artesanato, incluindo, entre outros, os componentes para montagem de um produto complexo, as embalagens, os elementos de apresentação, os símbolos gráficos e os caracteres tipográficos, excluindo os programas de computador.

É notória a aproximação entre o número de pedidos e de concessões de desenhos e modelos, ao longo do período em análise. Esta realidade deve-se ao aumento em cerca de 73,4% na concessão de desenhos e modelos entre 2010 e 2011. Após este ano, os valores estabilizaram até 2015 (Gráfico 5).

**Gráfico 5 - Desenhos e modelos pedidos e concedidos (2010-2015)**



Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

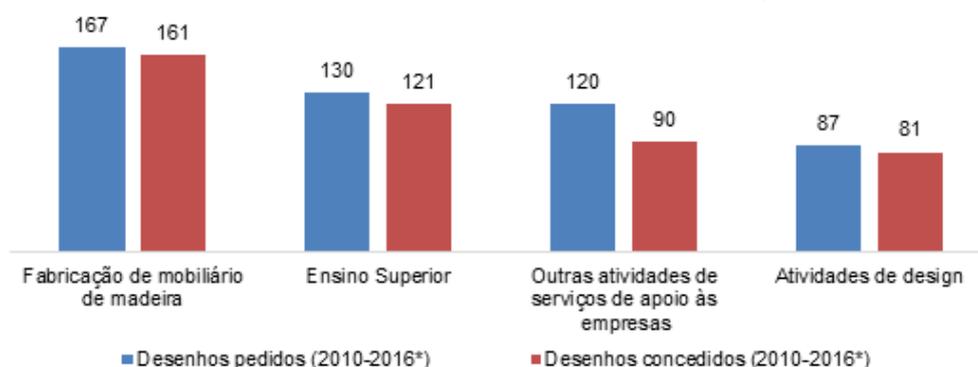
**Quadro 4 - Evolução dos preços dos pedidos (2012-2016)**

	2012		2016		Var. média anual (%)	
	on-line	papel	on-line	papel	on-line	papel
<b>Pedido de desenho ou modelos</b>	101,4€	202,8€	104,57€	209,14€	1%	1%

Fonte: DR de 31 de maio de 2012 e DR de 28 de junho de 2016

Em termos de preços verifica-se que, no período de 2012 a 2016, houve um aumento médio anual de 1% dos custos associados ao pedido de registo de desenhos ou modelos, sendo este aumento superior ao crescimento médio anual da inflação (0%) e igual ao verificado nas marcas e nas patentes.

Como nos casos anteriores, os pedidos realizados abrangem sectores muito diversos. A informação disponível indica como os sectores com maior número de pedidos a fabricação de mobiliário de madeira, seguido do ensino superior, dos serviços de apoio às empresas e das atividades de *design* (Gráfico 6). O peso relativo de cada uma destas atividades no total de concessões é, respetivamente, 6,3%, 4,8%, 3,5% e 3,2%.

**Gráfico 6 - Desenhos e modelos pedidos e concedidos por CAE**

Fonte: INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

Como ressalva é importante considerar que, ao contrário do que parece suceder com o mobiliário, outras atividades cujo *design* é importante, como o calçado ou o vestuário, não surgem na base de dados como requerentes. Isto deve-se ao facto da atividade subjacente ao requerente de determinada patente, desenho ou modelo nem sempre corresponder à atividade para a qual a nova criação irá servir.

#### 4. Conclusões

O registo de marcas, patentes, desenhos ou modelos deve ser visto pelos agentes económicos como uma forma de criação de valor, um ativo da empresa. Logo, deve fazer parte da estratégia de atuação de qualquer plano de negócio, ou seja, não deve ser algo que vem por acréscimo mas um ato de gestão que deve ser valorizado cada vez mais.

A proteção das marcas, patentes, desenhos e modelos é determinante para uma aposta estratégica na I&D das empresas nacionais. Esta é pois uma condição essencial para dotar as empresas portuguesas de condições básicas necessárias à obtenção de capacidade técnica, crescimento e domínio competitivo.

O período após 2010 caracterizou-se por uma forte crise económica em Portugal. Apesar deste contexto desfavorável, o número de registos de propriedade intelectual apresentou uma tendência crescente.

Existe, contudo, uma diferença muito importante. O crescimento nas marcas, desenhos e modelos refletem uma cada vez maior orientação para o mercado e preocupação com os clientes por parte das empresas portuguesas. Mas esta evolução não é tão evidente ao nível da I&D realizada e do registo de patentes, havendo necessidade de reforçar significativamente a sua aplicação ao mercado e a ligação entre investigadores e empresas.

A informação disponível dificulta a associação entre os sectores que mais recorrem a patentes, marcas, desenhos ou modelos e o respetivo desempenho económico. Apesar disso, existem três sectores que apresentam uma representatividade acima da média em marcas (vitivinícola) e em desenhos e modelos (Mobiliário e atividades de Design). Esta maior incidência em marcas, desenhos e modelos parece refletir maiores preocupações comerciais por parte das empresas destes sectores, designadamente para penetrar em mercados externos.

No caso do vinho, a informação disponibilizada pelo INE (apenas comparável nos anos 2013 e 2014 por alterações na classificação estatística) mostra que em 2014 se verificou um crescimento substancial no número de empresas (+20%, para 32 mil), no emprego (+15%, para 44 mil pessoas) e investimento (+8%, para 134 milhões de euros). As exportações cresceram mais de 20% entre 2010 e 2015, para cerca de 744 milhões de euros.

No Mobiliário, o crescimento das exportações no mesmo período foi ainda mais impressionante, superior a 61%. Apesar disso, o número de empresas, o emprego e o investimento registaram uma quebra significativa entre 2010 e 2014: -18%, -17% e -20%, respetivamente.

Finalmente, as atividades de *design* registaram crescimentos superiores a 20% entre 2010 e 2014 no número de empresas (para 4 mil) e no emprego (para 6 mil), e de 50% no investimento (para 8 milhões de

euros). Esta evolução rápida explica-se pelo baixo valor de partida mas é realçada por ter ocorrido num período muito difícil para a economia portuguesa.

Por sua vez, se atendermos ao valor acrescentado é notório que das CAEs consideradas neste trabalho, a que regista um VAB maior é a referente a atividades de saúde humana, com um peso no VAB total de 3,5% em 2014, cerca de 2.671 milhões de euros.

O estabelecimento de uma ligação direta entre a propriedade intelectual e o desempenho económico das empresas carece de melhor informação sectorial, de forma a assegurar que existe uma correspondência correta entre as entidades que solicitam o registo das diversas formas de propriedade e as que as vão aplicar ao mercado.

Só desta forma é possível realizar a avaliação necessária para garantir que as políticas públicas que visam estimular a inovação através de apoios financeiros e de projetos de co-promoção para reforçar o investimento e a transferência de conhecimento científico e tecnológico (vide Indústria 4.0, Capacitar ou o 4.º eixo do programa Capitalizar) para o setor empresarial, como é o caso do acordo de parceria firmado com a Comissão Europeia para o período 2014-2020, são adequadas às necessidades do país.

### Referências

Comissão Europeia (2016), Innovation Union Scoreboard, Brussels.

INPI (2016), Base de Dados de concessão de patentes, marcas, desenhos e modelos (2010-2016).

Kydland, F. e E. Prescott (1982), "*Time to Build and Aggregate Fluctuations*". *Econometrica*. 50 (6): 1345–1370.

Schumpeter, Joseph (1911), "Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle", Gulbenkian (tradução Portuguesa).