

Transformação

A reinvenção da BMW, a partir do Porto

Conjuntura

Quando os bancos centrais têm de resolver os erros dos governantes

Finanças Públicas

Afinal o défice já não conta para nada?

Setembro 2019

Publicação Mensal

425

Portugal
C4,60 (Continente)

exame.pt



Exame



À boléia do luxo

Como a fortuna dos milionários franceses está a crescer acima dos concorrentes

Pronúncia do Norte

Aos 25 anos, a Dourogás quer ser parte ativa na transformação energética



RUI NABEIRO

AS LIÇÕES DO GRANDE SENHOR

Da infância em Campo Maior à construção do império

Delta, a entrevista de vida a um gestor sereno.

Aos 88 anos, o Comendador diz que não se queixa e que não "faz sombra" à nova geração que lidera o grupo



PROPRIEDADE INTELECTUAL

Muitas marcas, pouca inovação

O empreendedorismo e as startups colocam Portugal no mapa mundial da Ciência e da Tecnologia, mas o registo de patentes ainda é muito reduzido

Texto Clara Teixeira

As startups estão na moda e Portugal ganhou a capacidade de atrair empreendedores, inventores e até centros de inovação de grandes multinacionais. Só que essa nova realidade ainda não está refletida no registo de marcas e patentes em território nacional.

“Em Portugal, o conhecimento das potencialidades da propriedade intelectual ainda é muito reduzido. Estamos a falar de bloquear direitos, ao nível do design ou da tecnologia, que mais ninguém pode usar. É muito mais do que o registo de uma marca”, afirma Tiago Rei Nobre, sócio e admi-

nistrador da Inventa International, uma consultora na área da propriedade intelectual que atua em Portugal e nos países lusófonos.

Com a escolha de Lisboa para palco das últimas edições da Web Summit, Portugal criou mais incubadoras de novas ideias de negócio e começou a captar novos centros de inovação estrangeiros, mas ainda “falta investimento financeiro para potenciar muitos dos projetos”. O consultor lembra o caso de um cliente que ficou pelo caminho, porque precisava de 200 mil euros para avançar com testes científicos para desenvolver uma nova patente. “Para alcançar grandes feitos, é preciso um grande investimento. Portugal ainda não é o país

ideal e muitos desistem. Os empreendedores vão para Palo Alto, onde abundam os investidores com milhões para injetar”, acrescenta.

“Uma patente confere um direito exclusivo de produção durante 20 anos. É algo muito valioso, mas os empresários portugueses ainda não alcançaram isso, porque veem-na como um custo e não como um investimento”, sublinha ainda o administrador da Inventa, recordando que, nos países onde a patente não estiver registada, o produto ou o serviço pode ser produzido e vendido livremente. “Este conhecimento sobre a propriedade intelectual ainda não passou para o tecido económico português.”



COMO REGISTRAR UMA MARCA...

... em cinco passos

> PASSO 1

Fazer uma pesquisa para ter a certeza de que não existem marcas iguais ou semelhantes. Assim, evitam-se complicações futuras

> PASSO 2

Escolher as classes de produtos para os quais a marca vai ser usada ou poderá vir a ser usada. Uma empresa pode registar um número indefinido de marcas.

A Novartis, por exemplo, tem cerca de 100 mil registadas

> PASSO 3

Pedir o registo da marca nominativa (nome) ou mista (nome e logóti-

po), ou seja: daquilo que é distintivo. Em caso de litígio, a comparação com outras marcas vai ser feita

> PASSO 4

Pedir o registo noutros

mercados para obter proteção num número vasto de países ou regiões (caso da UE). Registrar em Portugal só confere proteção em solo nacional, mas não nos mercados para onde se prevê exportar

> PASSO 5

Cuidar da marca, fazendo uso efetivo das marcas registadas (em folhetos, anúncios, etc.), guardar as provas para utilizar em caso de litígio e fazer

ADIDAS NÃO É DONA DAS TRÊS RISCAS

Mesmo com imagens muito conhecidas, há questões que dependem de uma análise dos tribunais

Um dos casos de estudo mais interessantes, em matéria de propriedade intelectual, envolveu recentemente o gigante Adidas e um pequeno fabricante belga de calçado desportivo. Tentando proteger as três riscas inclinadas, em qualquer direção, a Adidas pediu o registo daquela marca figurativa para identificar roupa, calçado e chapéus no território europeu, mas a pretensão acabou por ser recusada quando a Shoe Branding Europe pediu a nulidade do processo. No passado, a empresa belga tinha visto a sua marca de duas riscas ser recusada por semelhanças com a da Adidas, embora a inclinação das riscas fosse na direção oposta. Para o Instituto de Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), a Adidas não conseguiu provar que a sua marca tinha um “caráter distintivo” nem que os consumidores a associavam aos produtos do fabricante alemão. “A Adidas continua a ter direitos sobre as três riscas, mas não sobre o seu uso em qualquer direção. Se assim fosse, nenhum artigo de desporto poderia usar as três riscas. As marcas são registadas para serem usadas, e não para ficarem na gaveta”, conclui Tiago Nobre.

FALTA DINHEIRO, SOBRA CONHECIMENTO

A edição anual do estudo *Global Innovation Index* (GII), elaborado pela Universidade de Cornell, INSEAD e WIPO (a agência de propriedade intelectual das Nações Unidas), coloca Portugal em 14º lugar a nível mundial em número de marcas *per capita*, com cerca de 20 mil pedidos efetuados. Nas patentes, o País encontra-se lá mais para abaixo, no lugar número 35, uma posição que, para Tiago Nobre, “demonstra que inventamos pouco”. Países como a Islândia, Estónia, República Checa e Irlanda estão mais à frente. Só há uma solução: “Temos de apostar na investigação e no desenvolvimento do conhecimento para competir com esses países”, adianta o consultor, para quem o investimento em patentes é visto como algo ainda muito complexo. Em 2018, foram pedidas apenas 162 patentes em Portugal. “Há empresas na Europa que têm mais patentes do que Portugal inteiro”, sublinha.

No estudo, Portugal distingue-se igualmente no número de licenciados em áreas científicas (ciências e engenharia), ocupando a 16ª posição do ranking, assim como na publicação de artigos científicos e tecnológicos, encontrando-se em oitavo lugar. “Estes resultados mostram a capacidade intelectual que existe em Portugal. No entanto, estamos em 105º no investimento e no lugar 58 em capital de risco. Falta-nos dinheiro e instituições que peguem e explorem o nosso potencial científico, agarrem no projeto, registando a patente e comercializando o produto no mercado”, alerta Tiago Nobre.

Em países, como os Estados Unidos da América, o valor da propriedade intelectual pode ser muito superior ao património das

empresas. É o caso da Coca-Cola. “Porque não se usa a propriedade intelectual como uma garantia bancária?”, interroga-se Tiago Nobre, explicando que um banco, ao pedir uma garantia a uma empresa, pode ficar mais bem servido com o registo da marca do que, por exemplo, com uma hipoteca sobre os imóveis. Se o crédito não for pago, o banco pode revender a propriedade intelectual. “Em Portugal, estamos a tentar sensibilizar alguns bancos para que aceitem o registo da propriedade intelectual como forma de aumentar as garantias já existentes. É algo que já admitem fazer”, diz.

MANTER OU NÃO O SEGREDO

Neste contexto, vale sempre a pena proteger uma invenção, patenteando-a? “Depende”, é a resposta de Tiago Nobre. “Se tivéssemos como cliente os Pastéis de Belém, cujo processo de fabrico é secreto, aconselharíamos a não pedir o registo para não ter de revelar o segredo.” Embora protegidas, as invenções têm um limite temporal de 20 anos. “Será muito mais proveitoso para uma empresa como a Coca-Cola guardar a fórmula secreta. No entanto, para a maioria das empresas, vale a pena proteger as invenções, até para poderem ser partilhadas e ajudarem à evolução do conhecimento”, defende. E exemplifica com o caso da Geox: “O inventor criou a tecnologia, tentou vendê-la à indústria italiana de calçado e todos a rejeitaram. Acabou por ter de criar uma empresa que é hoje uma das maiores do mundo. Se não tivesse protegido a patente, nunca teria feito tanto negócio.” Nem o processo de fabrico do calçado tinha avançado como avançou. ❷

vigilância para impedir o registo de marcas semelhantes

... E UMA PATENTE > PASSO 1

Pesquisar, pesquisar, pesquisar. Uma patente

tem mesmo de ser inovadora no mundo inteiro. Nada deve ser divulgado (em feiras, exposições), senão perde-se a novidade – e a patente. Se o inventor precisar de fazer uma apresentação

para arranjar financiamento, deve fazer um pedido provisório para se proteger

> PASSO 2

Apresentar o pedido. Escrever o “paten-

tesco” – linguagem própria – e cumprir as formalidades técnicas. A invenção tem de ser muito bem descrita. Pode começar-se o processo com uma patente provisória antes do certificado definitivo,

que pode demorar dois a três anos

> PASSO 3

Internacionalizar. Uma patente registada apenas em Portugal tem pouco valor

> PASSO 4

Vigiar, para evitar cópias no mercado. O prazo de vida da patente é de 20 anos, mas o direito é mais forte, porque garante a exclusividade na produção de um produto ou serviço