

PROTEGER A INOVAÇÃO ATRAVÉS DE SEGREDOS COMERCIAIS E PATENTES: FATORES DETERMINANTES PARA AS EMPRESAS DA UNIÃO EUROPEIA

RESUMO



Julho de 2017

PROTEGER A INOVAÇÃO ATRAVÉS DE
SEGREDOS COMERCIAIS E PATENTES:
FATORES DETERMINANTES PARA AS EMPRESAS DA UNIÃO EUROPEIA

RESUMO

Índice

Índice

Lista de abreviaturas

Lista de quadros e figuras

Resumo

1. Introdução
 - a. Proteção de inovações e apropriabilidade dos retornos da inovação
 - b. Definição de segredos comerciais
 - c. Diferentes enquadramentos jurídicos
 - d. Segredos comerciais em pormenor
 2. Literatura e hipóteses
 - H1. Grau de concorrência pela inovação
 - H2. Nível de inovação
 - H3. Tipo de inovação
 - H4. Práticas de inovação aberta
 - H5. Restrições financeirasCombinar patentes e sigilo
 3. Dados
 4. Uma panorâmica preliminar das evidências: análise descritiva
 - a. Taxas de inovação por país
 - b. Segredos comerciais e patentes por dimensão da empresa
 - c. Segredos comerciais e patentes por setor económico
 - d. Segredos comerciais e patentes por tipo de inovação
 - e. Segredos comerciais, patentes e cooperação em inovação
 5. Análise econométrica
 - a. Modelos
 - b. Variáveis
 - c. Resultados da análise econométrica
 - H1. Grau de concorrência pela inovação
 - H2. Nível de inovação
 - H3. Tipo de inovação
 - H4. Práticas de inovação aberta
 - H5. Restrições financeirasComplementaridade de segredos comerciais e patentes:
Outros fatores que influenciam a escolha do método de proteção
 6. Conclusões e orientações para posterior investigação
- Referências

Resumo

Apesar da sua importância económica e, em particular, do seu papel na proteção dos retornos da inovação, os segredos comerciais são raramente objeto de estudos e a sua relação com as patentes é muitas vezes mal interpretada. O presente estudo procura fazer luz sobre esta matéria com base em dados representativos recolhidos ao nível das empresas no âmbito do Inquérito Comunitário à Inovação (ICI), que abrange cerca de 200 000 empresas ativas nas indústrias transformadoras e de serviços na Europa.

Num estudo realizado em 2016 em colaboração com o Centro para a Investigação Europeia em Economia de Mannheim (ZEW), o EUIPO, através do Observatório (Observatório Europeu das Infrações aos Direitos de Propriedade Intelectual), examinou os fatores determinantes e as repercussões sobre o desempenho da proteção da inovação através do uso de patentes e segredos comerciais pelas empresas alemãs. Foi dada especial atenção à interação entre patentes e sigilo e às repercussões sobre o desempenho da estratégia de proteção escolhida, não só ao nível da empresa, mas também ao nível da inovação individual.¹

Com base neste trabalho, o EUIPO, através do Observatório, procura neste momento melhorar a compreensão do papel e do contributo dos segredos comerciais no portfólio de propriedade intelectual das empresas à escala da União Europeia.

Tendo como base propostas de modelos teóricos sobre a interação entre patentes e sigilo, são investigados vários fatores que se pensa influenciarem o uso dos dois mecanismos de proteção. É dada especial ênfase às preferências, ou pelas patentes ou pelo segredo, e aos fatores que influenciam a escolha de uma estratégia de proteção. Embora as análises anteriores tenham frequentemente tratado os dois métodos de proteção como substitutos, este estudo salienta o papel complementar desses métodos.

As principais conclusões que emergem da análise são as seguintes:

1. As empresas inovadoras usam frequentemente patentes e segredos comerciais para proteger as suas inovações.
2. A utilização de segredos comerciais para proteger as inovações é mais elevada do que o uso de patentes pela maioria dos tipos de empresas, na maior parte dos setores económicos e em todos os Estados-Membros².
3. Tanto os segredos comerciais como as patentes são suscetíveis de serem usados em empresas que têm um setor de I&D interno, que investem montantes importantes em inovação e em situações em que a inovação é nova no mercado. Os segredos comerciais são preferidos na inovação que é nova apenas para a empresa.
4. As patentes são mais suscetíveis de serem usadas (isoladamente ou em combinação com segredos comerciais) quando o produto inovador é um bem material e não um serviço.
5. Os segredos comerciais (muitas vezes sem patentes) são mais suscetíveis de serem utilizados na inovação de processos e nas inovações em serviços.

¹ Os dados sobre inovações individuais apenas estavam disponíveis no ICI alemão. Para o presente estudo realizado com base em dados de todos os Estados-Membros da UE, todas as análises se referem ao nível das empresas.

² Este estudo baseia-se em dados relativos a 24 Estados-Membros. A República Checa, a Dinamarca, a França e a Espanha não incluíram as questões sobre o uso do segredo comercial nas suas versões do ICI.

6. Os segredos comerciais (isoladamente ou em combinação com patentes) são suscetíveis de serem usados para manter ou aumentar a competitividade das inovações introduzidas por empresas que participam em práticas de inovação aberta, tais como a cooperação em investigação, especialmente com parceiros distantes (não europeus).
7. Existe uma tendência para privilegiar os segredos comerciais em detrimento de patentes nos mercados com forte concorrência de preços. Existe uma tendência para recorrer simultaneamente a segredos comerciais e patentes nos mercados com forte concorrência de qualidade. Este ponto está relacionado com a conclusão 5 acima. A forte concorrência de preços é típica dos mercados de produtos de base e afins, onde as oportunidades de diferenciação/inovação de produtos são escassas e as margens podem ser melhoradas com a inovação em matéria de custos/processos.

De salientar-se que, como em todas as análises econométricas deste tipo, se impõe uma advertência relativamente à interpretação das conclusões. Os resultados deste estudo revelam relações entre certas características das empresas e os mercados em que estas operam e a sua estratégia em termos de escolha da proteção. No entanto, tal não deve ser interpretado como prova conclusiva de relações de causa-efeito. São necessárias mais pesquisas aprofundadas e dados de melhor qualidade para identificar mais claramente os fatores causais.

Espera-se, no entanto, que os resultados deste estudo proporcionem uma base para os decisores políticos continuarem a desenvolver políticas nesta área após a adoção da Diretiva dos Segredos Comerciais em 2016.