

O EMPREGADO, A INOVAÇÃO E OS DIREITOS DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Ana Maria Nunes da Silva

Universidade Metodista de Piracicaba – Faculdade de Direito
Rodovia do Açúcar, km 156 – 13.400-911 - Piracicaba - SP
anamaria@horizon.com.br

Resumo. A competitividade em âmbito global tem motivado as empresas a procurar diversos mecanismos que visam seu fortalecimento (exemplo: inovação em produtos e serviços, constituição de parcerias, cadeias de suprimentos, exploração de oportunidades legais, etc). Muitas empresas têm direcionado sua estratégia para o Desenvolvimento de Novos Produtos (NPD – “New Product Development”), visando maximizar a lucratividade e ampliar o “market share” e, talvez, a liderança. Dessa forma, essas empresas criam a função de Engenharia do Produto, dotada de diversos recursos (exemplo: funcionários, capital, equipamentos, software, etc). A criatividade e a habilidade dos funcionários permite a concepção de novos produtos e/ou serviços. Nesse sentido, o artigo discute a questão da propriedade industrial, auxiliando a empresa a encontrar o equilíbrio entre os direitos nas descobertas e a manutenção da motivação entre os funcionários responsáveis pela inovação.

Palavras-chave: competitividade, propriedade industrial, motivação, invenções, novos produtos.

1. INTRODUÇÃO

A partir do início da década de 1990, o Brasil abriu sua economia à globalização. Naquela época, as empresas ofereciam produtos pouco competitivos, tecnologicamente defasados, com preço elevado, baixa qualidade, etc. Com a vinda dos produtos ofertados pelos importadores ou pelas empresas que aqui instalaram fábricas, houve uma completa reformulação do panorama empresarial brasileiro, pois muitas empresas faliram, tornaram-se concordatárias, foram vendidas, fundiram-se a outras ou simplesmente encerraram suas operações.

Desde então, as empresas têm desenvolvido diversas iniciativas visando elevar sua competitividade como, por exemplo, a inovação de produtos e serviços, a constituição de parcerias, a inserção em cadeias de suprimentos, a exploração de oportunidades legais, etc.

Neste artigo será discutida a questão da Propriedade Industrial, cabendo à empresa encontrar o equilíbrio entre seus direitos sobre as descobertas e a manutenção da motivação entre os funcionários, responsáveis diretos pela inovação.

Para tanto, alguns temas serão analisados em itens específicos. O item 2 aborda algumas questões relacionadas com o desenvolvimento de novos produtos. O item 3 apresenta alguns aspectos sobre o tema cultura empresarial, recursos humanos e inovação. O item 4 discute a questão da inovação, sob o ponto de vista jurídico, à luz da Lei de Propriedade Industrial (LPI).

2. O PRODUTO

O produto corresponde à representação (física ou não) de algo que é disponibilizado pela empresa para atender às necessidades dos clientes. Existem empresas que oferecem produtos tangíveis (exemplo: automóveis, roupas, alimentos, etc), enquanto outras trabalham com produtos intangíveis (exemplo: seguros, investimentos, “pacote” de viagem, plano de assistência médica, etc). Neste item serão discutidos alguns aspectos relacionados com a importância do lançamento de novos produtos.

2.1. O Conceito de Ciclo de Vida do Produto

O ciclo de vida do produto é um importante conceito de marketing, que orienta a dinâmica competitiva de um produto, e, ao mesmo tempo, esse conceito pode tornar-se falho caso não seja usado com cautela. O ponto-chave é: uma empresa deve decidir em que demanda-tecnologia investir e quando mudar para uma nova. Ansoff (1984) denomina uma relação demanda-tecnologia de uma área estratégica de negócio, ou seja, um segmento distinto do ambiente no qual a empresa faz ou quer fazer negócios. O problema hoje, é que muitas empresas operam em mercados turbulentos, com tecnologias que mudam rapidamente e não podem investir ou dominar completamente todas as tecnologias. Assim, as empresas são forçadas a adotar determinada demanda-tecnologia. A empresa pioneira que aposta na tecnologia vencedora tem chance de obter e manter a liderança. Nesse sentido, o tema crucial que as empresas enfrentam corresponde à escolha de uma área estratégica de negócio para disputa.

O ciclo de vida do produto é uma tentativa de reconhecer os estágios distintos do volume de vendas, assim como os problemas, as oportunidades e o potencial de lucro desde o seu desenvolvimento até a sua retirada do mercado. Ao identificar o estágio em que o produto está, as empresas podem formular melhor os seus planos de marketing (Hax e Majluf, 1984). A maioria das discussões sobre o ciclo de vida do produto apresenta a história das vendas desse produto seguindo uma curva.

Grande parte dos estudos, que conferem benefícios aos pioneiros na introdução de um novo produto, analisa a participação de mercado, utilizando a base de dados PIMS (*Profit Impact of Market Strategy*), enquanto outros estudos utilizam dados coletados de modo independente. Vanderwerf e Mahon (1997) realizaram análises sobre pesquisas passadas e concluíram que diversos aspectos devem ser observados conjuntamente, como por exemplo, a participação de mercado, a lucratividade, a taxa de crescimento, etc. Desse modo, tem-se uma média que permite estabelecer o real sucesso de um novo produto.

2.2. O Lançamento de Novos Produtos

A importância do desenvolvimento de novos produtos tem crescido muito, ao longo das últimas décadas, constituindo-se, atualmente, no principal fator direcionador da competição em muitas indústrias. Nas indústrias automobilísticas, de biotecnologia, eletrônica industrial, de consumo, software e fármacos, 50% do faturamento anual das empresas advém de produtos lançados nos últimos 5 anos. Entretanto, muitos projetos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) jamais resultam em um produto comercial, e entre 33% e 60% dos novos produtos que chegam ao mercado falham na geração de retorno econômico (Schilling e Hill, 1998).

Nevens, Summe e Uttal (1990) afirmam que quanto mais cedo um mercado for abordado, a probabilidade de sucesso será maior, destacando que os atrasos resultarão em perdas significativas.

Muitas empresas são forçadas, por diversos motivos, a desenvolverem regularmente novos produtos e serviços. Nesse caso, seus produtos mais maduros e em declínio de vendas devem ser substituídos por novos. Contudo, os riscos da inovação são muito grandes no que se refere às possibilidades de compensações, pois nem todo novo produto torna-se um sucesso de vendas.

Diversas perspectivas estão convergindo para que se alcance uma solução à tensão entre a eficiência produtiva e a inovação contínua. Acredita-se que essa tensão possa ser resolvida, ao nível das operações, através da combinação entre as tecnologias de produção e uma organização de trabalho mais flexível. O novo modelo de manufatura é rotulado sob diferentes títulos, como “especialização flexível”, “pós-fordismo”, etc. A maioria das interpretações enfatiza a inovação do produto, a automação flexível e a reorganização das tarefas do trabalho. Porém, a diversidade de práticas entre as empresas que atualizam suas tecnologias indica uma incerteza quanto à compatibilidade entre estas e a estratégia adotada (Loveridge e Pitt, 1990).

O tempo requerido para que um produto seja desenvolvido e posteriormente entregue aos consumidores é conhecido como *time-to-market*. Para que o *time-to-market* seja reduzido é necessário que a empresa invista em Recursos Humanos, programa da qualidade, parcerias, tecnologia, etc. Também é importante que redefina o período em que será feita a depreciação dos investimentos, pois o ciclo de vida dos produtos também é muito menor nos dias atuais.

3. CULTURA EMPRESARIAL E RECURSOS HUMANOS

Este item discute a questão da cultura empresarial como agente facilitador para o desenvolvimento de novos produtos, a criatividade e a inovação, além de uma breve avaliação da importância da atividade de recursos humanos na busca que as empresas têm empreendido pela competitividade.

3.1. Cultura Empresarial

Cultura empresarial ou cultura organizacional se refere a um sistema de significados partilhados mantido por seus membros, que distingue determinada organização das demais organizações. Esse sistema de significados partilhados é, num exame mais detalhado, um conjunto de características-chave que a organização valoriza. A pesquisa mais recente sugere que há sete características básicas que devem ser agregadas à essência da cultura de uma organização (Robbins, 1998):

- Agressividade;
- Atenção a detalhes;
- Estabilidade;
- Inovação e tomada de riscos;
- Orientação para equipes;
- Orientação para pessoas;
- Orientação para resultados.

Cada uma dessas características existe numa escala variável de intensidade. Avaliando a organização sob essas sete características, ter-se-á uma imagem da cultura da organização. Essa imagem torna-se a base para sentimentos de entendimento partilhado que os membros têm sobre a organização, como as coisas são feitas e o tipo de comportamento esperado (Robbins, 1998).

3.2. Recursos Humanos

Há alguns anos, os recursos humanos necessários às organizações eram abundantes, pois a intensidade de competição e a concorrência eram nitidamente menores que a atual. Naquela época, o horizonte da área de RH (Recursos Humanos) era limitado a decisões rotineiras e de ordem trabalhista. Aos poucos, o mercado de trabalho foi se sofisticando, ao mesmo tempo em que se colocou em situação de oferta. O profissional de RH, pouco habituado a essa nova conjuntura e despreparado para enfrentá-la, improvisou meios para suprir sua organização dos recursos necessários às suas operações. Simultaneamente, precisou desenvolver os recursos humanos disponíveis para adequá-los à tecnologia em desenvolvimento e encontrar condições para retê-los em sua organização. E, mais adiante, criou e estimulou mudanças na organização, tornando-a mais

adequada à nova consciência, adquirida mediante a formação e desenvolvimento do pessoal (Chiavenato, 1999).

As decisões relativas aos recursos humanos dizem respeito à fixação dos procedimentos de seleção, contratação, treinamento, avaliação, promoção, transferência, dispensa, remuneração e motivação da mão-de-obra. Os critérios adotados para a formação das equipes que desenvolverão novos produtos são essenciais para o sucesso dos projetos. Hoje, com empresas realizando negócios por diversos países, torna-se vital que os critérios adotados contribuam para o sucesso da empresa. Um dos problemas no projeto de comunicação entre os diferentes membros da equipe é que cada função possui diferentes sistemas de medição e linguagem próprias associadas a eles. Como todas as atividades têm como tema central a criação de valor adicionado, esses diferentes sistemas de medição devem ser combinados para criar um sistema comum que atenda às necessidades da equipe e da empresa (Meyer, 1994).

As equipes de desenvolvimento local ou global de novos produtos são muito semelhantes em alguns aspectos, pois compreendem indivíduos de diversas funções, possuem um gerente de projeto e têm como objetivo o desenvolvimento de um novo produto. Em outros aspectos, as diferenças são significativas, pois seus membros possuem diferentes nacionalidades, trabalham em diferentes locais do mundo, representam diferentes culturas e falam diferentes línguas. É preciso gerar confiança entre esses indivíduos, principalmente devido a suas diferentes funções de origem. Nesse sentido, constata-se que os indivíduos atuantes em P&D possuem orientação diferenciada em relação aos indivíduos que atuam na manufatura ou em marketing (McDonough III e Kahn, 1997).

Charan (1991), menciona que as equipes globais, para desenvolvimento de novos produtos, adquirem a compreensão de que participam como membros em uma rede, utilizando a troca eletrônica de informação, desenvolvendo um senso de equilíbrio entre o risco e a incerteza e promovendo comportamentos relacionados com a motivação, comunicação e confiança em um contexto global.

Segundo Stayer (1990), uma grande barreira a ser transposta para que o desenvolvimento global de novos produtos seja bem sucedido relaciona-se com as diferenças culturais e sociais. Nesse sentido, o desenvolvimento de novos produtos pode tornar-se problemático se não for considerada a estrutura e o clima organizacional, bem como os estilos de liderança, presentes em cada centro de pesquisa global.

3.2.1. Sistemas de Recompensa

Kanter (1989) afirma que o contexto atual de mudanças é caracterizado pela busca de novos significados e definições de valores, sintonizados com os interesses dos clientes, dos funcionários e do próprio negócio. Ao operarem essa transformação, as organizações tenderão a mudar a base conceitual da remuneração para que mantenham sua competitividade.

Os sistemas de remuneração vigente na maioria das empresas foram criados para um modelo de empresa que está em extinção. As profundas transformações que as empresas vêm sofrendo exigem novos sistemas de remuneração. Em ambientes caracterizados por formas modernas de organização do trabalho, como celularização, multifuncionalidade e poucos níveis hierárquicos, não faz sentido recompensar a contribuição individual ou coletiva apenas com base em descrições de atividades e definição de responsabilidades. O projeto e a gerência dos sistemas de recompensa representam para o gerente de Recursos Humanos uma tarefa complexa (Beer e Walton, 1997).

A motivação dos funcionários não depende somente de melhores condições de trabalho, maiores salários ou remanejamento de tarefas. É necessário que o trabalho seja enriquecido, trazendo satisfação às pessoas (Herzberg, 1987).

A questão central se refere à transformação da remuneração como fator de custo para uma visão da remuneração como fator de aperfeiçoamento da organização, como impulsionador de processos de melhoria e aumento de competitividade. A remuneração estratégica constitui uma importante ferramenta das organizações que atuam num mercado globalizado e competitivo. Nesse sentido, a remuneração estratégica deve considerar a estratégia da empresa e a sua estrutura organizacional.

Com relação aos funcionários, a remuneração estratégica deve considerar seus conhecimentos, habilidades, competência, desempenho, resultados e evolução de carreira.

Um sistema de remuneração estratégica é composto por (Wood Jr e Picarelli Filho, 1996): Alternativas criativas; Participação acionária; Remuneração funcional; Remuneração por habilidade; Remuneração variável e Salário indireto.

A gestão estratégica derruba o mito do sistema universal de gestão de salários, pois o sistema de remuneração passa a ser parte do sistema gerencial da organização e fonte de diferenciação e vantagem competitiva.

Finalmente, para que o trabalho em equipe seja eficaz é necessário que haja compreensão entre as pessoas e departamentos (Mintzberg, 1995 e Weiss, 1994).

4. A PROTEÇÃO À PROPRIEDADE INDUSTRIAL

O ser humano é, naturalmente, dotado de poder criativo. Desde os tempos mais remotos, suplanta as suas limitações através da criação de objetos e técnicas, que lhe possibilitem o melhor aproveitamento da natureza e a sua própria sobrevivência.

No direito da Propriedade Industrial ao se oferecer o amparo estatal à exteriorização do potencial inventivo dos criadores, se está, também, estimulando o desenvolvimento tecnológico.

No artigo 2º da Lei da Propriedade Industrial (LPI) encontramos a referência a essa proteção nestes termos: 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 à concorrência desleal;
- v. Repressão às falsas indicações geográficas.

Lobo (1997) menciona que esses direitos têm caráter patrimonial (vantagens materiais obtidas com a obra) e moral (o reconhecimento como autor da obra) que se traduzem pelo privilégio de uso e exploração.

Sendo assim, o reconhecimento de direitos relacionados com a Propriedade Industrial, através da concessão de patentes e registros, que conferem o direito exclusivo sobre a invenção, é um fator importante para o progresso de um país.

Hammes (2001) afirma que essa proteção encontra a sua justificativa nas seguintes teorias:

- i. Teoria do Direito Natural: Sem a invenção não teríamos acesso a essa nova realidade, dessa forma, é justo que o inventor tenha o direito de exclusividade garantido.
- ii. Teoria da recompensa: Investimentos foram realizados para a criação da nova técnica, tais investimentos são geradores de progresso, assim sendo, o Estado deve recompensar o inventor garantindo-lhe o direito à exploração do invento.
- iii. Teoria do contrato: O inventor revela a nova técnica e, em contrapartida, o Estado lhe concede o privilégio de exclusividade na sua exploração.
- iv. Teoria do estímulo: A solução técnica favorece a toda a sociedade, portanto, a melhor retribuição que se pode oferecer é o reconhecimento do seu direito de exploração exclusiva do invento.

Na verdade, ao se reconhecer os direitos do inventor, não se está visando, garantir apenas a exclusividade da exploração financeira ou de paternidade da criação, pretende-se, também, que a sociedade tome conhecimento e se beneficie com a nova técnica.

Essa proteção se consolida através da concessão da patente, que é um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade.

Dessa forma, durante determinado espaço de tempo, que é de 20 anos para as patentes e 15 anos para o modelo de utilidade, o inventor terá o direito de obter vantagens financeiras com a sua

criação, se resarcindo dos gastos que, eventualmente, tenha efetuado para o desenvolvimento da técnica inovadora.

A LPI não define o que seja invenção, no entanto, os estudiosos no assunto se encarregaram dessa tarefa.

Assim sendo, Hammes (2001), entende que a invenção é a criação de uma nova realidade técnica resultante da capacidade criadora do ser humano que, através das leis da física, encontra solução para problemas técnicos, tornando tais leis, úteis ao homem.

Silva (2001) ensina que invenção é a criação de coisa nova ou os melhoramentos e aperfeiçoamentos que tragam novas utilidades às coisas já existentes.

Silveira (1998) esclarece que a lei estabelece diferença entre atividade inventiva para as invenções (artigo 8 da LPI) e ato inventivo para os modelos de utilidade (artigo 14 da LPI).

Tanto o ato inventivo, como a atividade inventiva, ocorrem sempre que para um técnico no assunto, dotado de experiência mediana pela prática e conhecimento, não decorra de maneira óbvia ou evidente do estado da técnica (artigos 13 e 14). Finalmente, Estado da Técnica é tudo aquilo que já existe até o momento do depósito do pedido de patente.

4.1. Origem do Direito do Inventor

Conforme esclarece Hammes (2001), as primeiras codificações que trataram de patentes datam de 1474, são atribuídas ao direito veneziano e inglês, 1624, e vieram substituir os privilégios concedidos, na Idade Média, aos senhores feudais e às corporações de ofício.

O autor comenta que tais benefícios não ofereciam uma proteção eficaz ao inventor, uma vez que, eram concedidos através de cartas abertas, como mero ato de benevolência.

Além disso, o inventor não recebia, integralmente, os valores resultantes da exploração do invento, pois a instituição concedente ficava com uma parte.

As codificações de Veneza e da Inglaterra surgiram para acabar com tais privilégios e já esboçavam os contornos do que hoje conhecemos por patentes, como por exemplo, a exigência da novidade, da possibilidade de aplicação industrial, entre outros.

É indubitável que a proteção conferida aos inventores teve papel importante na Revolução Industrial. Essas condições favoráveis serviram para motivar os inventores, e, consequentemente, para que se empenhassem na pesquisa de novas soluções técnicas, sem as quais, não se teria chegado ao nível de desenvolvimento tecnológico da atualidade.

No continente americano, de acordo com Coelho (2002), a primeira disposição no sentido de proteger os inventores, se deu com a Constituição dos Estados Unidos, em 1787, posteriormente, em 1790, ocorreu a edição da lei atinente a essa matéria. A terceira codificação a oferecer guarda aos direitos dos inventores foi a francesa, em 1791.

No entanto, é unânime o posicionamento que aponta a Convenção da União de Paris (CUP), como um marco importantíssimo para a evolução do direito industrial.

Criou-se a Convenção internacional com o intuito de se estabelecer os princípios da Propriedade Industrial, e, desde o seu início, o Brasil é participante, tendo sido um dos 14 países signatários.

Segundo Coelho (2002), essa convenção não só conceitua amplamente a Propriedade Industrial, como também, abrange os direitos dos inventores, as marcas e outros sinais distintivos da atividade econômica. As revisões pelas quais passou se deram em: Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967).

No Brasil, através do Alvará de 28 de abril de 1809, tratou-se de garantir, pela primeira vez na história de nosso país, os direitos dos inventores; em 1830 uma outra lei passou a tratar mais detalhadamente dessa questão. Assim, várias outras normas foram consolidando, em nosso ordenamento jurídico, a proteção aos direitos da Propriedade Industrial.

4.2. As Criações Realizadas Sob o Vínculo Empregatício

É natural que o empregador obtenha a propriedade do invento ou das criações industriais desenvolvidas pelos seus empregados, afinal investiu em pesquisas, equipamentos, espaço físico, pagou salários, impostos, etc.

Hammes (2001) menciona que um empregador não contrataria alguém para desenvolver novas técnicas se estas viessem a pertencer ao empregado.

Além desses fatores, existe um outro de extrema importância, é o que está relacionado com a colocação do produto no mercado consumidor, pois, em decorrência da proteção oferecida pelo CDC (Código de Defesa do Consumidor), o empregador assumirá todos riscos oriundos da exploração comercial do invento, não apenas arcará com os prejuízos da má aceitação do produto, caso ocorra, mas também, com os riscos relacionados com danos que possam ser causados aos consumidores.

No entanto, não seria feita justiça ao empregado que inventasse técnica inovadora cuja exploração se tornasse altamente rentável para o empregador, garantindo, apenas, o salário ajustado, enquanto o empregador enriquece às custas do seu potencial criativo.

Esse fato é nocivo para o ambiente empresarial, pois, além de gerar insatisfações, possibilita a evasão do empregado para outras empresas.

Sherwood (1992) menciona que as empresas procuram evitar a perda de tecnologia através da saída de empregados para firmas concorrentes através da falta de sinergia entre os elementos mais qualificados do grupo. Na verdade, segundo o autor, essa prática equivale à criação de uma “barreira invisível” bloqueando o avanço tecnológico da empresa.

4.3. A Lei de Propriedade Industrial

A proteção conferida ao empregado inventor encontra-se inserida no âmbito da Lei de Propriedade Industrial (LPI), a qual estabelece três hipóteses no que se relaciona às criações realizadas por empregados, citadas a seguir:

a) Empregado contratado para inventar (artigo 88): A invenção e o modelo de utilidade pertencem exclusivamente ao empregador quando decorrerem de contrato de trabalho, cuja execução ocorra no Brasil e que tenha por objeto a pesquisa ou a atividade inventiva, ou resulte da natureza dos serviços para os quais foi o empregado contratado.

Portanto, deve o contrato de trabalho fazer menção expressa da atividade a ser desenvolvida, ficando claro que contratação do empregado está vinculada à realização de pesquisas ou ao desenvolvimento de atividade inventiva.

Nesse caso, o empregador irá adquirir a propriedade dos inventos ou dos modelos de utilidade, desenvolvidos por funcionário contratado para realizar quaisquer das atividades enumeradas no artigo 88.

De acordo com o parágrafo 1º, salvo expressa disposição contratual em contrário, a retribuição a que o funcionário fará jus, se limita ao salário ajustado. O empregador poderá, no entanto, conceder ao empregado, autor de invento ou aperfeiçoamento, participação nos ganhos econômicos resultantes da exploração da patente, mediante negociação com o interessado ou conforme disposto em norma da empresa (artigo 89). Oferecendo participação, esta, não irá se incorporar ao salário do empregado, nos termos do parágrafo único desse mesmo artigo.

Dessa forma, o empregador, não está obrigado a oferecer ao empregado nenhum outro tipo de retribuição além do pagamento do salário, no entanto, esse fato não é aconselhável, pelos motivos já explicitados anteriormente.

Possibilitar ao empregado uma participação nos resultados advindos da exploração econômica do invento é medida que favorece, não apenas ao empregado, mas também ao empregador, uma vez que cria um ambiente de cooperação mútua e de solidariedade, indispensáveis para desenvolver a autoconfiança, o estímulo a novas invenções, etc.

Outro fato importante a ser observado, é o seguinte: tendo em vista a possibilidade de grande retorno financeiro do invento e, em face da inexistência de uma política de participação nos lucros, o empregado poderia pedir demissão e requer para si a patente do invento ou do modelo de utilidade.

Para que esse fato não ocorra, a lei estabeleceu que, salvo prova em contrário, consideram-se desenvolvidos na vigência do contrato de trabalho, a invenção ou o modelo de utilidade, cuja patente seja requerida pelo empregado até 1 ano após a extinção do vínculo empregatício.

Portanto, presume-se, que o invento é de propriedade exclusiva do empregador (artigo 88, § 2º). No entanto, sendo feita prova em contrário, poderá o empregado requerer o pedido de patente, mesmo dentro desse prazo.

b) Os direitos da invenção e do modelo de utilidade pertencem exclusivamente ao empregado (artigo 90): Estabelece o artigo 90 que é de exclusiva propriedade do empregado a invenção ou o modelo de utilidade que venha a ser desenvolvido, desde que estejam desvinculados do contrato de trabalho e não sejam decorrentes da utilização de recursos, meios, dados, materiais, instalações ou equipamentos do empregador. É o caso do empregado que desenvolve invento fora do ambiente de trabalho, usando de recursos próprios e sem vínculos com a atividade laboral.

c) Condomínio entre empregado e empregador (artigo 91): A propriedade de invenção ou de modelo de utilidade será comum, em partes iguais, quando resultar da contribuição pessoal do empregado e de recursos, dados, meios, materiais, instalações ou equipamentos do empregador, salvo disposição contratual em contrário (artigo 91). Nesse caso, empregado e empregador terão os mesmos direitos; a patente pertencerá a ambos. No entanto, o empregador terá o direito exclusivo de exploração do invento, cabendo ao empregado a justa remuneração (§ 2º).

Por força do disposto no § 3º, a exploração do objeto da patente, não havendo acordo prévio, deverá ser iniciada pelo empregador dentro do prazo de 1 (um) ano, contado da data de sua concessão, sob pena de passar à exclusiva propriedade do empregado a titularidade da patente, ressalvadas as hipóteses de falta de exploração por razões legítimas.

Desse modo, caso o empregador não tenha motivos justos para a não exploração, dentro do prazo legal, a propriedade do invento reverterá ao funcionário. No caso de cessão, qualquer um dos co-titulares, em igualdade de condições, poderá exercer o direito de preferência (§ 4º).

O direito de preferência confere ao seu titular a prioridade na aquisição, assim, havendo interesse, por parte de qualquer dos co-proprietários, na transferência da propriedade, através da cessão, em primeiro lugar deverá ser oferecida aos outros titulares.

4.4. Inventor Funcionário Público

A legislação discute também o caso específico do inventor que é vinculado à Administração Pública, Direta, Indireta e Fundacional, Federal, Estadual ou Municipal, ou seja, é funcionário público.

Conforme Lobo (1997), enquanto na área privada a premiação do empregado inventor não é obrigatória, no setor público, entretanto, por força de um Decreto, existe a obrigatoriedade da premiação.

O Decreto 2.553 de 16 de abril de 1998 regula a matéria e estabelece no seu artigo 3º que ao servidor da Administração Pública direta, indireta e fundacional, que desenvolver invenção, aperfeiçoamento ou modelo de utilidade e desenho industrial, será assegurada, a título de incentivo, durante toda a vigência da patente ou do registro, premiação de parcela do valor das vantagens auferidas pelo órgão ou entidade com a exploração da patente ou do registro. A premiação não poderá exceder a um terço do valor das vantagens auferidas pelo órgão ou entidade com a exploração da patente ou do registro (§ 2º).

5. CONCLUSÕES

Os empresários devem modificar os seus conceitos no que relaciona à remuneração dos seus funcionários. Os sistemas de remuneração vigentes na maioria das empresas foram criados para um modelo de empresa que está em extinção.

Adotar a remuneração estratégica com o objetivo de premiar a capacidade inventiva dos empregados, através de participação nos resultados da exploração do invento, é fator decisivo para a que uma empresa mantenha a sua competitividade.

No caso de se tratar de entidades da Administração Pública, direta, indireta e funcional, federal, estadual ou municipal a premiação é assegurada, por força do Decreto 2.553, não ensejando dúvidas quanto à sua obrigatoriedade.

No setor privado, sendo a invenção resultante de contrato de trabalho, ao empregador é dada a faculdade de escolher entre premiar ou não o empregado. Entretanto, a escolha pela premiação, é a mais aconselhável. Dentre os motivos, já apresentados neste trabalho, estão: o estímulo à criação de novas técnicas, a permanência do funcionário nos quadros da empresa e a melhoria do ambiente de trabalho. Empregados motivados rendem mais.

Outra questão que deve ser levada em consideração é a que se refere à correta indicação, quando do pedido de patente, das condições em que o invento foi realizado, ou seja, indicar claramente que a criação se deu em decorrência de um contrato de trabalho, juntando ao pedido os documentos que comprovam tal informação, para que o direito que o empregado tem de ser reconhecido como o criador do invento, seja respeitado e, também, para que o empregador não venha a ser “punido”, no futuro, pela omissão.

Essa informação é de extrema importância, porque, dessa forma, não se está abrindo espaço para interpretações equivocadas e à possibilidade de uma futura disputa judicial, em que o empregado venha a pleitear o condomínio na propriedade da patente, além de indenização por danos materiais e morais advindos da pretensa omissão do empregador, ou mesmo, um pedido de nulidade da patente.

6. REFERÊNCIAS

- Ansoff, H.I, 1984, “Implanting Strategic Management”, Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Beer, M., Walton, R. E, 1997, “Gestão de Pessoas, não de Pessoal”, Campus, Rio de Janeiro, p.162.
- Charan, R., 1991, “How Networks Reshape Organizations”, Harvard Business Review, v.69, n.5, pp.104-115.
- Chiavenato, I., 1999, “Planejamento, Recrutamento e Seleção de Pessoal”, Atlas, São Paulo, 180p.
- Coelho, F. U., 2002, “Curso de Direito Comercial”, 2^a ed., Saraiva, São Paulo, p. 128-130.
- Hammes, B. J. “O Direito da Propriedade Intelectual: subsídios para o ensino”, Unisinos, São Leopoldo, 409p.
- Hax, A. C., Majluf, N. S., 1984, “Strategic Management: an integrative perspective”, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 600p.
- Herzberg, F., 1987, “How do you Motivate Employees”, Harvard Business Review, v.65, n.5, pp.109-120,
- Kanter, R. M., 1989, “When Giants Learn to Dance”, Harvard Business Review, v.67, n.3, pp.80-89,
- Lobo, T. T., 1997, “Introdução à Nova Lei de Propriedade Industrial: lei nº 9.279/96”, Atlas, São Paulo, pp.19-65.
- Loveridge, R., Pitt, M., 1990, “The Strategic Management of Technological Innovation”, West Sussex, John Wiley & Sons, 340p.
- Mcdonough III, E. F., Kahn, K. B., 1997, “Using Hard and Soft Technologies for Global New Product Development”, IEEE Engineering Management Review, v.25, n.3, p.66-75,

- Meyer, C., 1994, "How the Right Measures Help Teams Excel", Harvard Business Review, v.72, n.3, pp.95-103,
- Mintzberg, H., 1995, "Criando Organizações Eficazes", Atlas, São Paulo, 217p.
- Nevens, T. M., Summe, G. L., Uttal, B., 1990, "Commercializing Technology: what the best companies do", Harvard Business Review, v.68, n.3, pp.154-163,
- Robbins, S. P., 1998, "Comportamento Organizacional", LTC, Rio de Janeiro, 210p.
- Schilling, M. A., Hill, C. W. L, 1998, "Managing the New Product Development Process: strategic imperatives", IEEE Engineering Management Review, v.26 n.4, pp.55-68,
- Sherwood, R. M., 1992, "Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico", Tradução de Eloísa de Arruda Villela, Edusp, São Paulo, p.132.
- Silva, P. E., 2001, "Vocabulário Jurídico", Rio de Janeiro, Forense, p.448.
- Silveira, N., 1998, "A Propriedade Intelectual e as Novas Leis Autorais", 2^a ed., Saraiva, São Paulo, p. 41.
- Stayer, R., 1990, "How I Learned to Let my Workers Lead", Harvard Business Review, v.69, n.5, pp.66-83.
- Vanderwerf, P. A., Mahon, J. F., 1997, "Meta-Analysis of the Impact of Research Methods on Findings of First-Mover Advantage", Management Science, v.43, n.11, pp.1510-1519.
- Weiss, D. H. "Organizando uma Verdadeira Equipe", Nobel, São Paulo, 1994. 216p.
- Wood Jr, T., Picarelli Filho, V., 1996, "Remuneração Estratégica", Atlas, São Paulo, 190p.

7. DIREITOS AUTORAIS

A autora é a única responsável pelo conteúdo do material impresso incluído no seu trabalho.

THE EMPLOYEE, THE INNOVATION AND THE INDUSTRIAL PROPERTY RIGHTS

Ana Maria Nunes da Silva

Universidade Metodista de Piracicaba – Faculdade de Direito
Rodovia do Açúcar, km 156 – 13.400-911 - Piracicaba - SP
anamaria@horizon.com.br

Abstract. *The competitiveness in global scope has taken the companies to search diverse mechanisms for its fortification (e.g.: products and services innovation, partnerships, supply chains, the exploration of legal opportunities, and so on). Many companies have directed its strategy for New Product Development (NPD), because allows maximize the profit and the market share and, perhaps, the leadership. For in such a way, these companies create Product Engineering function, endowed with resources (e.g.: employees, capital, equipment, software, and so on). The creativity and employees skills allows new products and/or services are conceived. In this direction, the article argues the question of the industrial property, fitting the company to find the balance enters its rights on the discoveries and the maintenance of the motivation between responsible employees right-handers for the innovation.*

Keywords. *competitivility, industrial property, motivation, invention, new product.*