

## A importância da interação entre o marketing e a propriedade intelectual para as empresas

# A importância da interação entre o marketing e a propriedade intelectual para as empresas

Por Claudia Zeraik

As empresas dependem da venda dos seus produtos e serviços. No entanto, não é suficiente apenas inovar, investir milhões em marketing e introduzir seu produto no mercado...



Claudia Maria Zeraik é agente da Propriedade Industrial e advogada do escritório Montauray Pimenta, Machado e Vieira de Mello.

# A importância da interação entre marketing e propriedade intelectual para as empresas

As empresas dependem da venda de seus produtos e serviços. No entanto, não é suficiente apenas inovar, investir milhões em marketing e introduzir seu produto no mercado. É essencial garantir, previamente, que os direitos de propriedade intelectual estejam adequadamente protegidos e que não haja violação de direitos de terceiros. Existem medidas e procedimentos que podem ser adotados desde a fase de criação de cada campanha publicitária para garantir que os direitos decorrentes de uma determinada criação sejam respeitados e que não haja infração aos direitos de propriedade intelectual de terceiros. Uma pesquisa realizada por uma empresa multinacional líder em gestão e consultoria de riscos revelou que um dos riscos mais significativos para as empresas hoje é o desrespeito à propriedade intelectual. Cerca de um terço dos titulares de direitos de propriedade intelectual descobriu o uso não autorizado de suas marcas, e quase metade dos entrevistados indicou que o abuso da propriedade intelectual provavelmente aumentará nos próximos cinco anos. Além disso, 24% dos titulares de marcas registradas e 33% dos titulares de direitos autorais não têm nenhuma política de segurança da propriedade intelectual em suas empresas. Apenas 17% dessas empresas realizaram uma avaliação formal da vulnerabilidade de sua propriedade intelectual. Diante desse cenário, surge uma pergunta estratégica: Como evitar a pirataria e o risco de perder grandes investimentos por não verificar, antecipadamente, se os

direitos de propriedade intelectual de terceiros estão sendo violados e os seus próprios estão devidamente protegidos? Acredito que a solução seja uma maior colaboração entre os departamentos de marketing e propriedade intelectual das empresas. Essa medida simples não só evitaria possíveis violações de direitos de terceiros, mas também impediria que muitos produtos fossem lançados em campanhas publicitárias caras sem a devida proteção legal. Nesse contexto, é necessário questionar a necessidade de um processo de transformação nas empresas do novo milênio, o que poderia ser chamado de "integração organizacional". Sem dúvida, a colaboração entre os departamentos de marketing e propriedade intelectual antes do lançamento de produtos ou marcas evitaria o desperdício de grandes somas de dinheiro devido à falta de pesquisas para identificar possíveis problemas de proteção da propriedade intelectual. Os empresários, muitas vezes por desconhecimento das leis, acabam propagando o ilícito ao colocar no mercado produtos que reproduzem a criação de terceiros, prejudicando os legítimos detentores dos direitos violados. A estratégia de sempre contar com a orientação de especialistas em propriedade intelectual protege as empresas contra possíveis problemas e promove a adoção de práticas preventivas na gestão de suas necessidades, o que reflete diretamente na redução de custos. Para se adaptar às novas realidades de um mundo em constante transformação e ino-

**"CERCA DE UM TERÇO DOS TITULARES DE DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL DESCOBRIU O USO NÃO AUTORIZADO DE SUAS MARCAS, E QUASE METADE DOS ENTREVISTADOS INDICOU QUE O ABUSO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL PROVAVELMENTE AUMENTARÁ NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS"**

vação, as organizações precisam ser adaptativas e inovadoras, interagindo plenamente com o mundo exterior e com seus próprios departamentos. Buscar esse modelo de organização implica a introdução de novos paradigmas na gestão empresarial, como a criação de um processo de comunicação altamente integrativo e participativo nas relações entre os departamentos. **GN&P**

Aliado **Montauray Pimenta Machado e Vieira de Mello** (<https://montauray.com.br/pt/a-importancia-da-interacao-entre-o-marketing-e-a-propriedade-intelectual-para-as-empresas>) para a Revista **Gestão & Negócios**

Com a tag [Marcas](https://alae.org.br/tag/marcas/) (<https://alae.org.br/tag/marcas/>), [marketing](https://alae.org.br/tag/marketing/) (<https://alae.org.br/tag/marketing/>), [propriedade intelectual](https://alae.org.br/tag/propriedade-intelectual/) (<https://alae.org.br/tag/propriedade-intelectual/>).

## Deixe um comentário

O seu endereço de e-mail não será publicado. Campos obrigatórios são marcados com \*

Comentário \*

Nome \*

E-mail \*

Site

Salvar meus dados neste navegador para a próxima vez que eu comentar.