

Opinião Econômica

ROBERTO GIANNETTI DA FONSECA

As exportações e o Protocolo de Madri

No ano de 2005, nossas exportações atingiram a impressionante cifra de US\$ 118 bilhões, o equivalente a 17% do PIB nacional. A despeito da crescente dificuldade enfrentada pelos exportadores brasileiros pela adversa sobrevalorização cambial, espera-se para 2006 um aumento de 12% em relação ao ano anterior. Com muito sacrifício, pode ser possível atingir a marca de US\$ 132 bilhões. E nunca o Brasil exportou tanto. São 16,5 mil empresas exportadoras, que levam produtos, serviços e cultura brasileiros aos mais longínquos mercados.

Para facilitar e estimular nossas exportações, o Ministério do Desenvolvimento tem tomado medidas que visam desburocratização e racionalização de processos, estabelecimento de linhas de crédito e melhora da sistemática portuária.

Não resta dúvida de que, a cada dia, as mercadorias brasileiras são produzidas com melhor qualidade e a menor custo

Em igual sintonia, os exportadores também têm se esforçado para alcançar novos mercados e melhorar a participação brasileira no comércio internacional. Não resta dúvida de que, a cada dia, as mercadorias brasileiras são produzidas com melhor qualidade e a menor custo.

Apesar do sucesso, isso pouco representa em termos de proteção das marcas nacionais. Por não as proteger adequadamente lá fora, corre-se sérios riscos de ter produtos e marcas pirateados por terceiros no exterior.

Em parte, as companhias nacionais desconhecem a importância e a necessidade de resguardarem internacionalmente suas marcas.

Mas com o alto custo imposto durante o registro das marcas nos mercados onde desembarcam os produtos nacionais, os empresários acabam abrindo mão da pro-

teção. E não é de estranhar. Estima-se que o custo para proteger uma marca brasileira no exterior fique entre US\$ 1.000 e US\$ 2.000 por marca, em cada país. Além disso, em muitos casos, a proteção deve ser feita para mais de uma marca, o que eleva significativamente tais despesas. O processo para obtenção dessas em diversas regiões é complexo e demorado: requer a apresentação de uma série de documentos em vários idiomas e procedimentos que diferem de país para país. Com custo e burocracia altíssimos, somente as grandes empresas têm fôlego e saúde financeira para enfrentar o problema.

Uma alternativa para enfrentar tais dificuldades pode estar no Protocolo de Madri, um sistema eficiente, rápido, desburocratizado e muito mais econômico de registro internacional de marcas. Por

meio dele, os empresários re-duzem em mais de dez vezes (frisa-se) os custos para a obtenção e manutenção de suas marcas em outros países. Pelo Protocolo de Madri, o processo para a obtenção da marca é simplificado, feito em um único idioma, perante um único Inpi (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) e a marca é registrada em curto espaço de tempo.

O número de adesões a esse sistema não pára de crescer. Já são 78 membros - EUA, China, Japão, Coreia do Sul, Cingapura, Austrália, Egito, Quênia, Irã, Marrocos, Síria, além de todos os países da Europa.

As companhias desses países desfrutaram de todos os benefícios do sistema: desde a apresentação de um pedido de registro para uma marca em outros locais até a manutenção das mesmas no futuro.

Ainda que com tantas vantagens, até agora o Brasil ainda não faz parte desse sistema e, por isso, as empresas ainda não podem usufruir as facilidades ofertadas. Até hoje, para evitar que, sem a devida proteção, caiam nas mãos de piratas, a maioria das companhias brasileiras tem que passar pela via-crúcis de depositar suas marcas país por país, a um custo muito elevado.

A expansão de nossas exportações deve ser acompanhada do estabelecimento de mecanismos que facilitem e que desburocratizem a proliferação das marcas brasileiras no exterior. O governo federal precisa estar ciente disso.

Roberto Giannetti da Fonseca, economista, empresário, diretor titular do Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior da Fiesp e presidente da Funcex.