As Marcas na América Latina:

estudo do impacto econômico em 10 países da região

Argentina | Brasil | Chile | Colômbia | Costa Rica
Guatemala | México | Panamá | Peru | República Dominicana

Sumário Executivo
Outubro 2019

ASIPI
Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
Inter-American Association of Intellectual Property
Associação Interamericana da Propriedade Intelectual

INTA International Trademark Association

As Marcas na América Latina:

estudo do impacto econômico em 10 países da região

Argentina | Brasil | Chile | Colômbia | Costa Rica | Guatemala | México | Panamá | Peru | República Dominicana

Sumário Executivo

Octubre de 2019

Reconocimientos

Este estudo foi elaborado pela Fundação de Pesquisas Econômicas da América Latina (FIEL, sigla em espanhol).

Copyright © 2019 Associação Internacional de Marcas e Associação Interamericana de Propriedade Intelectual.

Todos os direitos reservados. Não é permitida a reprodução, distribuição ou transmissão desta publicação ou suas partes de nenhuma forma e por nenhum meio, incluindo fotocópia, gravação, ou qualquer outro mecanismo eletrônico ou mecânico, sem permissão prévia por escrito dos titulares do Copyright, exceto no caso de citações breves que correspondam a remissões ou a usos não comerciais expressamente permitidos pela lei de direitos de autor.

ASIPI

Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
Inter-American Association of Intellectual Property
Associação Interamericana da Propriedade Intelectual

INTA International Trademark Association

Agradecimentos

Para a preparação deste relatório foi requerido um conjunto amplo de dados que foram fornecidos pelas Instituições de Proteção da Propriedade Intelectual dos países do estudo, cujas autoridades prestaram sua valiosa colaboração para poder desenvolver o nosso trabalho. Eles são: Instituto Nacional da Propriedade Industrial da Argentina (INPI), Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil (INPI), Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Chile (INAPI); a Delegação para a Propriedade Industrial da Superintendência de Industria e Comercio da Colômbia (SIC na sigla em espanhol); Registro de Propriedade Industrial de Costa Rica; Registro da Propriedade Intelectual (RPI) da Guatemala, o Instituto Mexicano da Propriedade Industrial (IMPI); a Direção Geral do Registro da Propriedade Industrial do Panamá (DIGERPI) e o Instituto Nacional de Defesa da Competência e da Proteção da Propriedade Intelectual do Peru (INDECOPI), Escritório Nacional da Propriedade Industrial (ONAPI na sigla em espanhol) da República Dominicana. Em alguns casos, a gestão dos dados envolveu tanto as autoridades quanto os colaboradores, que nos prestaram especial ajuda. Aos reconhecimentos já realizados durante o primeiro estudo, agora se adicionam: Cristian Mena Chinchilla (Diretor do Registro da Propriedade Intelectual de Costa Rica), Sandy Lockward (Diretora do Instituto Nacional da Propriedade Industrial da República Dominicana), Carlos Gallo (Diretor Nacional de Marcas) do INPI da Argentina, Iloana Peyroton da Rocha e seus colegas Vera Pinheiro e Sergio Paulino do INPI do Brasil e Sylvia Ruiz Hochtetter do RPI, Guatemala.

Por sua vez, os impulsores desta iniciativa, a Associação Interamericana de Propriedade Intelectual - ASIPI- e a International Trademark Association - INTA - disponibilizaram à equipe técnica da FIEL um grupo de assessores do mais alto nível para dar apoio ao estudo de cada país e a quem damos um especial reconhecimento:

Durante a primeira etapa deste estudo:

- Marissa Lasso de la Vega (Panamá)
- Ramón Benedetti (Panamá)
- Gregg Marrazzo (EEUU)
- Mónica Wolf de Camhi (Colômbia)
- Jaime Durand (Peru)
- Francisco Silva (Chile)
- Justin Young (Paraguay)

Durante a segunda etapa deste estudo:

- Lucía Scarpati (Argentina)
- Mauricio de Souza Tavares (Brasil)
- Paulo Parente (Brasil)
- María del Pilar López (Costa Rica)
- Agustina Davis Komlos (INTA)
- Ninoshka Urrutia (Guatemala)
- María del Pilar Troncoso (República Dominicana)
- Urko Ochoa (República Dominicana)
- Sheila Francis (INTA)
- Renee Garrahan (INTA)

Em ambas as etapas:

- Juan Berton Moreno (ASIPI)
- José Luis Londoño (INTA)
- Sergio Barragan (INTA)
- Luis Alejandro Henríquez (ASIPI)

Os comentários recebidos pelos membros da ASIPI e INTA enriqueceram o trabalho, tanto no seu conteúdo quanto na sua apresentação.

Síntese (para difusão geral)

De acordo com a Organização Mundial da Propriedade Intelectual uma marca é definida como um sinal com capacidade distintiva, que indica que certos bens ou serviços foram produzidos ou fornecidos por uma pessoa ou empresa em particular, permitindo que sejam diferenciados dos abastecidos por outros fornecedores. Ao mesmo tempo, numerosos estudos identificaram o impacto positivo das marcas nas atividades de inovação e crescimento das empresas. Na prática de negócios, há atividades econômicas que fazem um uso mais frequente e intensivo das marcas, isto é, utilizam mais marcas por unidade de emprego ou por unidade de vendas do que outras atividades. Em 2012-13 dois estudos para os casos dos Estados Unidos e da União Europeia analisaram essa diferença entre atividades econômicas a respeito do uso intensivo de marcas e dimensionaram os impactos derivados em suas respectivas economias.

Em 2016, INTA (International Trademark Association) e ASIPI (Associação Interamericana da Propriedade Intelectual) colaboraram com sucesso na elaboração de um estudo sobre o impacto econômico das atividades intensivas em marcas no Chile, na Colômbia, no Peru, no Panamá e no México. Esse estudo foi o primeiro deste tipo para a região e mostrou que as indústrias intensivas em marcas têm um espaço relevante nas economias de cada um dos países, contribuindo firmemente no seu desenvolvimento socioeconômico. Ambas as associações entenderam que, a partir desse primeiro passo, existiam possibilidades de continuar trabalhando na região incluindo outros países com dados similares. Em 2018, ASIPI e INTA decidiram atualizar os resultados dos países incluídos no primeiro estudo e, ao mesmo tempo, estenderam a análise a cinco novos países: Argentina, Brasil, Costa Rica, Guatemala e República Dominicana. Ambas as associações confiam em que os resultados deste segundo estudo servirão para melhorar suas respectivas iniciativas de promoção de direitos, comunicação e recursos na região.

O objetivo central do estudo é avaliar o impacto econômico das atividades intensivas em marcas em dez países da América Latina e o Caribe: a Argentina, o Brasil, a Colômbia, Costa Rica, o Chile, a Guatemala, o México, o Panamá, o Peru e a República Dominicana. A principal pergunta que busca responder é a seguinte: Qual é a incidência das atividades intensivas em marcas sobre o emprego, as remunerações, a atividade econômica e as exportações e importações dos países selecionados?

Os resultados elaborados mostram que as atividades intensivas em marcas têm uma participação significativa em termos de emprego, atividade econômica e comércio exterior nas economias dos países latino-americanos sob estudo. Além disso, as atividades intensivas em marcas pagam maiores salários, o que sugere um maior nível de produtividade das empresas que usam marcas para identificar seus produtos e serviços. Finalmente, o estudo encontra que o grau e alcance da contribuição destas atividades intensivas em marcas a suas economias nos países da América Latina e o Caribe selecionados está em linha com o impacto documentado para os casos dos Estados Unidos e a União Europeia, levando em consideração as diferenças de desenvolvimento entre ambos os grupos de países. Para desenvolver o estudo reuniram-se dados estatísticos sobre registros de marcas das respectivas Instituições de Propriedade Intelectual dos países sob análise e da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI). Os dados econômicos vêm das Instituições de estatísticas de cada país e de fontes internacionais. A análise precisou, como primeiro passo, a identificação das atividades econômicas que são intensivas no uso das marcas. A intensidade é definida conforme dois indicadores: registro de marcas por unidade de emprego em cada atividade e registro de marcas por unidade de vendas. Foram consideradas intensivas em marcas as atividades econômicas cujos indicadores resultaram mais altos do que os correspondentes à média da economia. Os resultados apresentam-se agrupando as atividades intensivas e não intensivas segundo a Classificação de Nice de produtos e serviços da OMPI, que contém 45 classes (34 correspondem a bens e 11 a serviços). Assim que identificadas as atividades intensivas em marcas dimensionou-se a importância no emprego, o Produto e o comercio internacional de cada país e foi estimado o diferencial salarial entre os setores intensivos e não intensivos.

Os principais resultados para os dez países da américa Latina e o Caribe selecionados mostram o seguinte:

- As Classes de Nice de produtos e serviços consideradas como intensivas em marcas, tem uma participação no emprego de um 18% em média, levando em consideração as participações dos países sob análise, e varia entre 3% e 36% do emprego total, segundo o país considerado. A participação no Produto Interno Bruto é de 22%, em média das participações dos países analisados, e está posicionada entre o 10% e o 42%. Estas percentagens equivalem a 35 milhões de empregos e a US$ 1487 de valor agregado por pessoa e por ano para o conjunto destes países.
- A contribuição dos setores intensivos em marcas ao comércio internacional é de 31% para as exportações e de 34% para as importações (média das participações dos países sob análise) com participações muito variáveis segundo o país.
- Para o conjunto dos dez países estudados, cada US$ 100 exportados, US$17.8 correspondem a produtos intensivos em marcas. Comparavelmente, cada US$100 importados, US$28.7 são produtos intensivos em marcas.
- Em seis dos dez países sob estudo, particularmente os da América do Sul, a incidência nas exportações é menor do que a incidência das importações pela diferença entre os padrões comercializados. Esses países exportam, em uma alta proporção, bens derivados de recursos naturais que são vendidos a granel (petróleo, mineração e produtos agropecuários) e importam bens manufaturados que usam as marcas para sua identificação nos mercados com muita maior frequência. Nos países da América Central e o Caribe, com maior inserção internacional e zonas francas muito ativas, a incidência das atividades intensivas em marcas é consideravelmente mais alta no comercio internacional.
- A análise das remunerações relativas entre setores intensivos e média da economia mostra que os salários dos setores intensivos são mais altos. O "prêmio" salarial entre setores intensivos e não intensivos é positivo e de 19% em média para o conjunto dos países sob estudo, variando entre 5% e 57%, segundo o país.

Finalmente, uma comparação internacional foi realizada com os estudos disponíveis para a União Europeia e os Estados Unidos. Em termos de participação no emprego e no Produto, mostra-se que os resultados para os países latino-americanos estão em linha com essas experiências com respeito à incidência dos impactos:

- No caso do emprego, a participação das atividades intensivas em marcas nos Estados Unidos é de 15,5% e na União Europeia, de 21,2% em média. No conjunto de países da América Latina e o Caribe sob estudo, a média dos países está em linha com os dados anteriores.
- No caso da incidência das atividades econômicas intensivas em marcas no Produto, os países de maior desenvolvimento relativo tomados como referência tem uma participação que flutua ao redor de 35%. Nos países latino-americanos selecionados, a média das participações é um pouco menor de 22%. Devido às diferenças entre os padrões comerciais dos países latino-americanos com os países de maior desenvolvimento relativo, a incidência dos setores intensivos é menor no comercio internacional dos latino-americanos.
- A respeito dos prêmios salariais, a análise comparativa mostrou que estes são maiores na União Europeia (48%) e nos Estados Unidos (38%), ainda que os valores não sejam estritamente comparáveis devido à existência de uma importante participação do trabalho informal na região latino-americana (em 2018, 53% dos trabalhadores da América Latina foi considerado informal conforme dados da Organização Internacional do Trabalho). Dado que as estatísticas sobre remunerações nem sempre refletem uma parte dos salários mais baixos das economias da região, uma correção por esse efeito, provavelmente aumentaria o prêmio salarial em nossos países. Em síntese, a análise dos resultados dos países latino-americanos escolhidos, mostra uma grande semelhança entre eles. Nos dez países as atividades econômicas que registram e usam as marcas intensivamente são em maioria coincidentes e, em média, aportam o 18% do emprego, 22% do Produto Interno Bruto, 31% das exportações e 34% das importações. Além disso, os setores intensivos em marcas pagam salários mais altos do que o resto da economia, o que indica sua maior produtividade. A comparação internacional permitiu mostrar que esses resultados são semelhantes aos disponíveis para os Estados Unidos e a União Europeia, levando em consideração as diferenças entre os padrões de produção e desenvolvimento de ambos os grupos de países.

Glossário

- Capital Humano: é o conjunto de capacidades produtivas que um individuo adquire por acumulação de conhecimentos.
- Censo Econômico: informação estatística econômica a respeito dos estabelecimentos que realizam atividades de produção de bens e prestação de serviços.
- Classificação de NICE: classificação internacional de produtos e serviços que se aplica para o pedido de registro de marcas.
- Classe de NICE intensiva em marcas: Para cada classe de NICE foram identificadas as atividades produtoras de bens e serviços que integram a classe. Para cada conjunto de atividades por Classe este estudo contou com os dados de registros de marcas (OMPI) e os dados de emprego e vendas (informação econômica dos Escritórios de Estatísticas de cada país). Foi calculado o quociente entre o número registrado de marcas e o emprego, e entre o número registrado de marcas e as vendas por Classe para uma média de anos. As classes com quociente de número de registros por empregado e/ou número de registros por unidade de vendas mais altas do que a média são consideradas como Classes NICE intensivas em marcas.
- Contas Nacionais: é um registro contável das transações realizadas pelos diferentes setores da economia.
- Desvio padrão: é a média das desviações individuais com respeito à média de uma distribuição.
- Economia informal: aquelas atividades econômicas e produtivas que estão à margem da legislação e por tanto, não estão registradas.
- Enquetes industriais: é uma enquete que fornece informação básica para o conhecimento das características da indústria e para a análise de suas características estruturais.
- Marcas / emprego: marcas registradas em relação com o emprego setorial.
- Marcas / PIB: participação das marcas registradas no total de bens e serviços finais produzidos em um período.
- Marcas registradas por residentes: aquelas marcas que foram registradas no país por um residente do mesmo.
- Marcas / vendas: marcas registradas com relação às vendas setoriais.
- PIB a preços constantes: valor do Produto Interno Bruto medido a preços de um ano-base para levar em conta as variações de quantidades e não de preços.
- Prêmio salarial: mede quão maior é, em termos percentuais, o salário dos empregados em setores intensivos em marcas com respeito aos empregados em setores não intensivos.
- Produto interno bruto: valor do total de bens e serviços finais produzidos em um país em um período determinado.
- Produto bruto mundial: valor da totalidade de bens e serviços produzidos a nível mundial em um determinado período de tempo.
- Setor ou atividade econômica intensiva em marcas: Um setor ou atividade econômica é definida como intensiva no uso de marcas quando os registros de marcas nesse setor são mais altas do que em outros setores por unidade de trabalho ou por unidade de vendas.
- Sistema Harmonizado: é uma nomenclatura internacional estabelecida pela Organização Mundial de Alfândegas para o comercio exterior, baseada em uma classificação das mercadorias de acordo com um sistema de 6 dígitos.
- Valor Agregado: é o valor que se adiciona ao bem depois de cada etapa produtiva. A soma do valor agregado de todas as atividades econômicas constitui o Produto de uma economia. No texto utilizam-se indistintamente as expressões Produto Interno Bruto e Valor agregado Total.
- Valor Bruto da Produção/ Vendas: é o valor dos bens e serviços finais e daqueles utilizados como insumos ou nas etapas intermediarias da produção.

Siglas

- ALC: América Latina e o Caribe
- Classificação CIIU Rev. 4: Classificação Industrial Internacional Uniforme para produtos das Nações Unidas.
- CEPAL: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe das Nações Unidas.
- CIGEPI-Colômbia: Centro de Informação Tecnológica e Apoio à Gestão da Propriedade Industrial
- DANE: Direção de Síntese e Contas Nacionais da Direção de Estatísticas da Colômbia
- DIGERPI -Panamá: Direção Geral do Registro da Propriedade Industrial
- IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IMPI-México: Instituto Mexicano da Propriedade Industrial
- INAPI-Chile: Instituto Nacional de Propriedade Industrial
- INDEC: Instituto Nacional de Estatísticas e Censos-Argentina
- INDECOPI -Peru: Instituto Nacional de Defesa da Concorrência e da Proteção da Propriedade Intelectual
- INE: Instituto Nacional de Estatísticas e Censos do Chile
- INEC: Instituto Nacional de Estatísticas e Censos do Panamá
- INEGI: Instituto Nacional de Estatísticas e Geografia do México
- INEI: Instituto Nacional de Estatística e Informática do Peru
- INPI-Argentina: Instituto Nacional da Propriedade Intelectual da Argentina
- INPI-Brasil: Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil
- INTRACEN-ITC: International Trade Center
- OIT: Organização Internacional do Trabalho
- OMPI/WIPO: Organização Mundial da Propriedade Intelectual
- ONAPI: Escritório Nacional da Propriedade Industrial da República Dominicana (na sigla em espanhol)
- PIB: Produto Interno Bruto
- RPI-Costa Rica: Registro da Propriedade Industrial de Costa Rica
- RPI-Guatemala: Registro da Propriedade Industrial da Guatemala
- SCIAN: Sistema de Classificação Industrial da América do Norte
- UNCTAD: Conferência das Nações Unidas sobre o Comercio e o Desenvolvimento

Resumo Executivo

A partir da década dos 80 os países em desenvolvimento, entre eles os países latino-americanos, somaram-se à tendência mundial de aumento no uso das marcas para a identificação dos produtos e serviços de fornecedores diferentes nos mercados. Por uma parte, as marcas são um veículo que identifica a procedência e qualidade dos produtos brindando informação aos consumidores e ao conjunto da sociedade. Por outra parte, nos países em desenvolvimento observou-se que são instrumentos acessíveis às empresas pequenas e médias, que constituem a maioria dos negócios nos países, favorecendo o acesso a mercados internacionais e a transferência de tecnologia e know how. Por sua vez, em 2012-2013, dois estudos similares foram desenvolvidos, para os casos dos Estados Unidos e a União Europeia, que explicam o impacto positivo em suas economias dos setores que utilizam em forma intensiva as marcas. Esses estudos foram atualizados recentemente.

Em 2016, ASIPI e INTA colaboraram com sucesso na elaboração de um estudo sobre o impacto econômico das atividades intensivas em marcas no Chile, na Colômbia, no Peru, no Panamá, e no México. Esse estudo foi o primeiro deste tipo para a região e mostrou que as indústrias intensivas em marcas têm um espaço destacado em termos de atividade, emprego e comércio internacional em cada um dos países, contribuindo firmemente a seu desenvolvimento sócio econômico. Ambas as associações entenderam que, a partir desse primeiro passo, havia possibilidades de continuar trabalhando na região incluindo outros países com dados similares. Em 2018, ASIPI e INTA decidiram atualizar os resultados dos países incluídos no primeiro estudo e, ao mesmo tempo, estender a análise a cinco novos países: a Argentina, o Brasil, Costa Rica, a Guatemala e a República Dominicana. A escolha dos países procurou elaborar uma amostra representativa do diverso meio ambiente econômico da América Latina. Ambas as associações confiam em que os resultados deste segundo estudo servirão para melhorar suas respectivas iniciativas de promoção de direitos, comunicação e recursos na região.

Este trabalho tem por objetivo central o estudo do impacto econômico das atividades intensivas em marcas em dez países da América Latina: a Argentina, o Brasil, a Colômbia, Costa Rica, o Chile, a Guatemala, o México, o Panamá, o Peru e a República Dominicana.

As principais perguntas que o trabalho procura responder são as seguintes:

- Qual é a incidência dos setores que utilizam marcas intensivamente sobre a atividade econômica de seus países?
- Qual é o impacto no emprego e as remunerações?
- Qual é sua importância no comércio internacional desses países?

Para dar resposta a estas perguntas, este estudo revisou a literatura especializada disponível, reuniu as estatísticas necessárias e elaborou estimativas sobre a incidência dos setores intensivos em marcas nos países selecionados.

Em linhas gerais a metodologia que se utilizou busca identificar os setores econômicos que registram marcas com maior intensidade e estimar a participação de tais setores na atividade econômica, no emprego e no comércio internacional dos países. Por intensidade entende-se o número de marcas registradas em um ano em relação com alguma dimensão setorial que permita a comparação entre setores. No nosso caso utilizaram-se dois relações: marcas por unidade de emprego e marcas por unidade de vendas em cada setor.

A metodologia do estudo:

As etapas da metodologia são as seguintes:

- Primeiro, dado que as estatísticas setoriais de vendas valor agregado e emprego são classificadas usando a Classificação Industrial Internacional Uniforme, CIIU, rev. 4, ou algum nomenclador similar, e que as estatísticas de marcas utilizam uma classificação diferente – a Classificação de NICE-, foi utilizada uma tabela de conversão entre a Classificação de NICE de produtos e serviços de OMPI e o nomenclador CIIU para associar as atividades econômicas definidas neste último com cada Classe de marcas estabelecida na primeira.
- Segundo, determinou-se quais atividades econômicas são intensivas em marcas. Para isso, os setores intensivos são definidos levando em conta os quocientes: registro anual de marcas/emprego e registro anual de marcas/vendas. As classes de NICE que mostraram quocientes marcas/emprego e/ou marcas/vendas superiores à média do quociente respectivo para todas as classes, foram consideradas como Classes intensivas em marcas do respectivo país. Para a estimativa coletaram-se para cada Classe de NICE os dados de registros de marcas médio anual 2013-2017[1], ou um período semelhante disponível, e associaram-se os dados de emprego e vendas das atividades correspondentes. Com estes dados calcularam-se os quocientes marcas/emprego e marcas/vendas.
- Terceiro, foram comparados os totais agregados dos setores intensivos em marcas para cada um dos indicadores escolhidos (emprego, PIB, importações, exportações) com o total da economia para determinar sua importância relativa. No caso das remunerações foi comparado o salário médio dos setores intensivos com o dos não intensivos para determinar o "prêmio" salarial.

1 No momento da elaboração do estudo o ano 2017 era o último ano disponível para as estatísticas de registro de marcas na Organização Mundial da Propriedade Industrial.

Os resultados do estudo:

Para começar é possível indicar que todos os países escolhidos se encontravam posicionados por cima da metade do ranking internacional de pedidos de marcas segundo OMPI (2017), evidenciando uma importante atividade no desenvolvimento de marcas em comparação com outros países no mundo.

Nos países selecionados, os setores intensivos em marcas identificados por este trabalho aplicando a metodologia proposta, conforme os indicadores marcas/emprego e marcas/vendas, tem:

- Uma importante coincidência de classes selecionadas como intensivas entre países (ver quadro A, abaixo)
- Também há coincidência entre os setores identificados pela OMPI como os mais frequentes no registro.

Quadro A

Classes intensivas selecionadas por país e sua coincidência com as Classes de registro mais frequentes segundo OMPI. Países latino-americanos selecionados.

Classe de NICE segundo identificação de intensividade das marcas por setor de estudo	Denominação	Classes intensivas em marcas nos países selecionados									
		Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Costa Rica	Guatemala	México	Panamá	Peru	República Dominicana
Bienes											
1	Productos químicos		x			x	x	x	x	x	
2	Pinturas e anticorrosivos	x	x	x							
3	Cosméticos e productos de limpeza	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Combustiveis		x								
5	Productos farmacêuticos e desinfectantes	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7	Maquinarias				x						x
8	Ferramentas manuales	x			x			x		x	x
9	Equipamentos científicos, digitais e software	x	x		x	x	x		x	x	x
10	Equipamentos cirúrgicos	x	x		x	x		x	x	x	x
11	Aparelhos para o lar					x	x				
12	Veículos				x	x					x
13	Armas de fogo e pirotecnia				x					x	
14	Metales preciosos e joias	x	x	x		x		x	x	x	x
15	Instrumentos musicaís				x						
16	Papelaria		x	x		x	x	x		x	x
18	Couros e seus substitutos	x	x	x	x	x		x	x		
19	Materiais de construção não metálicos				x	x					
20	Moveis		x			x	x	x			
24	Tecidos	x		x							
25	Indumentária	x	x	x	x	x	x	x	x		x
26	Artigos de armarinho e decoração							x			
27	Tapetes	x						x	x	x	
28	Brinquedos, jogos e artigos desportivos	x	x	x	x	x		x	x	x	
30	Café, chá, cacau e preparações de cereais			x		x	x				
32	Cerveja e bebidas não alcoólicas					x	x				
33	Bebidas alcoólicas			x	x		x				
34	Tabaco e seus productos				x						
Servicios											
35	Publicidade, serviços de gestão comercial e empresarial	x	x	x		x	x	x	x	x	x
36	Serviços financeiros, de seguros e imobiliários					x				x	x
38	Telecomunicações	x		x	x	x		x	x		
39	Transporte e armazenagem										x
40	Tratamento de materiais	x	x	x	x			x	x	x	
41	Serviços de educação divertimento, desportivos e culturais	x	x	x	x	x		x	x		
42	Serviços científicos e tecnológicos	x	x	x	x	x		x	x	x	x
43	Restaurantes e hotelaria		x	x							
44	Serviços médicos, veterinários e agricultura						x	x			
Setores totais de marca intensiva		17	18	17	19	21	13	19	15	15	14

Quadro A: resume a lista dos setores intensivos selecionados por país, são indicados os setores mais frequentes no registro de marcas segundo OMPI e mostram-se as coincidências nos casos sob estudo. As denominações sombreadas correspondem às mais frequentes segundo OMPI (2017). Fonte: elaboração própria.

Aplicando a metodologia proposta foram calculadas as participações das classes de NICE intensivas em marcas no emprego e o Produto de cada economia (ver Quadro B). Os resultados mostram que:

- As classes de NICE de produtos e serviços consideradas como intensivas em marcas, tem uma participação no emprego de um 18 por cento como média simples das participações dos países sob análise, e varia entre o 3 por cento e 36 por cento do emprego total, segundo o país considerado.
- A participação no Produto Bruto Interno é de 22 por cento, como média simples das participações dos países analisados, e encontra-se em uma posição entre 10 por cento e 42 por cento.
- Estas porcentagens equivalem a 35 milhões de empregos e a US$ 1487 de valor agregado por pessoa e por ano para o conjunto destes países.

Quadro B

Participação dos setores intensivos em marcas no Emprego Total [1/] e no Valor Agregado Total – países latino-americanos selecionados.

Contribuição ao emprego e ao Valor Agregado - países selecionados	Participação dos setores intensivos em marcas sobre o emprego total (em %)	Participação dos setores intensivos em marcas sobre o Valor Agregado Total* (em %)
Argentina	18	12
Brasil	15	14
Chile	28	22
Colômbia	13	20
Costa Rica	36	42
Guatemala	3	34
México	20	15
Panamá	13	16
Peru	8	10
República Dominicana	25	32

Nota: [1/] Em todos os países, a força laboral que trabalha no setor agrícola e agroindustrial foi incluída nos cálculos. No caso da Guatemala, esta força laboral representa 31% da ocupação total. Esta é uma participação muito maior do que a registrada para o resto dos países selecionados onde a participação vai de 3% a 12%. A agroindústria não foi selecionada como setor intensivo em marcas no caso da Guatemala, pelo que a força laboral da agroindústria reduz a participação no emprego relativamente muito mais do que no resto dos países. Fonte: elaboração própria.

A contribuição dos setores intensivos em marcas ao comercio internacional mostra que:

- A contribuição dos setores intensivos em marcas às exportações é de 31 por cento e varia desde 10 por cento a 71 por cento, segundo o país.
- A contribuição às importações é de 34 por cento em média e varia entre 17 por cento e 50 por cento, segundo o país. Para o conjunto dos dez países estudados, cada US$ 100 exportados, US$17.8 correspondem a produtos intensivos em marcas. Em comparação, cada US$ 100 importados, US$28.7 são produtos intensivos em marcas.

Em seis dos dez países sob estudo, particularmente nos da América do Sul, a incidência nas exportações é menor à das importações pela diferença nos padrões comercializados. Esses países exportam, em uma alta proporção, bens derivados de recursos naturais que são vendidos a granel (petróleo, mineração e produtos agropecuários) e importam bens manufaturados que utilizam as marcas para sua identificação nos mercados com muita maior frequência. Nos países da América Central e o Caribe, com maior inserção internacional e zonas francas muito ativas, o resultado é oposto (ver Quadro C).

Quadro C

Participação dos setores intensivos em marcas no Comercio Internacional dos países selecionados.

Contribuição ao comercio exterior - países selecionados	Participação das exportações intensivas em marcas sobre as exportações totais (%)	Participação das importações intensivas em marcas sobre as importações totais (%)
Argentina	11	23
Brasil	23	50
Chile	12	17
Colômbia	10	50
Costa Rica	49	50
Guatemala	43	30
México	13	17
Panamá	71	45
Peru	26	23
República Dominicana	55	37

Nota: as estatísticas do comercio internacional incluem as transações das zonas francas em todos os países. Fonte: elaboração própria.

A análise das remunerações relativas entre setores intensivos e a média da economia mostra que os salários dos setores intensivos são mais altos. O "prêmio" salarial entre setores intensivos e não intensivos é positivo e de 19% em média para o conjunto dos países sob estudo, variando entre 5% e 57%, segundo o país.

Quadro D

Prêmio salarial dos setores intensivos em marcas. Países Latino-americanos selecionados.

Remunerações	Prêmio salarial (salário setores intensivos/ salário setores não intensivios em marcas (em %)
Argentina	8
Brasil	18,9
Chile	20,9
Colômbia	14,2
Costa Rica	57,1
Guatemala	9,3
México	4,7
Panamá	20,4
Peru	25,1
República Dominicana	9,5

Fuente: elaboración propia

Como parte do estudo se efetuou uma comparação internacional com os estudos disponíveis para a União Europeia e os Estados Unidos.

Quadro E

Comparação Internacional. Setores Intensivos em marcas: contribuição econômica por grupo de países.

Participação setores intensivos em marca em:	Grupo de países		
	América Latina e o Caribe (em %)	Estados Unidos (em %)	União Europeia (em %)
Valor Agregado Total	22	34,9	35,9
Emprego	18	15,5	21,2
Comercio internacional: Exportações	31	52*	73,9
Comercio internacional: Importações	34	59,3*	71,4
Prêmio Salarial	19	38	48,0

Nota:1/ Corresponde a todas as indústrias intensivas em propriedade intelectual (marcas, patentes, copyrights)
Fontes: elaboração própria e Economics and Statistics Administration and US Patent and Trademark Office, "Intellectual Property and the US Economy: Industries in Focus Sept. 2016 y European Patent Office and EU Intellectual Property Office, "Intellectual property rights intensive industries and economic performance in the European Union", Oct. 2016.

Em termos de participação no emprego e no Produto, mostra-se que:

- No caso do emprego, a participação das atividades intensivas em marcas nos Estados Unidos é de 15,5% e na União Europeia, de 21,2% em média. No conjunto de países da América Latina e o Caribe sob estudo, a média de participação está em linha com os dados anteriores.
- No caso do Produto, os países de maior desenvolvimento relativo tomados como referência flutuam em uma participação de 35%. Nos países latino-americanos selecionados, a média das participações é um pouco menor, de 22%.
- Devido às diferenças entre os padrões comerciais dos países latino-americanos com os países de maior desenvolvimento relativo à incidência dos setores intensivos é menor no comércio internacional dos latino-americanos. De fato, os países latino-americanos exportam commodities em uma alta proporção. Por exemplo a América do Sul exporta produtos agropecuários e minerais, vários países da América Central exportam café e açúcar e o México exporta petróleo, entre outros produtos principais. Outras diferenças se devem aos diferentes níveis de desenvolvimento de cada um dos setores econômicos. Uma característica emergente da análise é que os setores mais novos, com maior dinamismo de crescimento ou associados ao investimento ou ao comércio internacional mostram maior intensidade no uso de marcas nos países selecionados. Em contraste, setores bem estabelecidos e com importante participação na economia dos países em desenvolvimento com frequência não resultaram selecionados, devido ao seu maior tamanho econômico relativo. Esta evidência sugere a potencial existência de diferenças no uso das marcas como instrumento dos negócios dos setores de atividade nas diferentes etapas de desenvolvimento.
- Com respeito aos prêmios salariais, a análise comparativa mostrou que estes são maiores na União Europeia (48%) e nos Estados Unidos (38%), apesar de que os valores não são estritamente comparáveis devido à existência de uma importante participação do trabalho informal na região latino-americana (em 2018, 53% dos trabalhadores da América Latina foi considerado informal de acordo com dados da Organização Internacional do Trabalho). Dado que as estatísticas sobre remunerações nem sempre refletem uma parte dos salários mais baixos das economias da região, uma correção por esse efeito, provavelmente, aumentaria o prêmio salarial em nossos países.

Por último, foram comparados os resultados deste estudo com os do estudo inicial de 2016 para os cinco países coincidentes em ambos os trabalhos.

Quadro F

Comparação dos resultados dos estudos de impacto 2016 e 2019 (para os cinco países coincidentes)
Impacto no emprego, o valor agregado e nos salários

País	Participação de setores intensivos em marcas no emprego (em %)		Participação de setores intensivos em marcas no Valor agregado (em %)		Prêmio salarial (em %)	
	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Chile	26	28	21	22	20	21
Colômbia	13	13	17	20	14	14
México	20	20	15	15	5	5
Panamá	13	13	16	16	20	20
Peru	8	8	10	10	24	25

Nos casos dos cálculos de incidência no emprego, valor agregado e o prêmio salarial os resultados são praticamente coincidentes. Por uma parte, a distribuição do registro de marcas entre classes não tem variado entre os dois períodos focados nos estudos: 2010-14 e 2013-17. Ao mesmo tempo, os padrões produtivos dos países somente variam sua distribuição lentamente no tempo. Em consequência os coeficientes de incidência mantiveram-se e as correções foram menores.

No caso do comercio exterior (Quadro G) observam-se algumas mudanças na comparação entre os dois períodos que correspondem a variações na composição dos fluxos comerciais entre o primeiro e o segundo estudo para todos os países, e especialmente para aqueles países com importante atividade de suas zonas francas comerciais, onde as mudanças de composição são mais frequentes devido às flutuações da demanda internacional e projetos de investimento. No caso do Panamá já não se distingue entre sua Zona Franca e o resto de seu comércio senão que se apresentam ambos integrados como se faz para o resto dos países. Finalmente, foi introduzida uma melhora metodológica no novo estudo. Enquanto no estudo inicial não se computavam as exportações de algumas commodities (minerais), neste estudo foram alocadas todas as importações dentro das classes de NICE. O efeito mais visível é aumentar a incidência das exportações no comercio. O caso do Peru é o que mostra maiores diferenças já que se incluíram minerais e produtos metálicos na contabilidade de exportações que não se incluíram na primeira versão do estudo.

Quadro G

Comparação dos resultados dos estudos de impacto 2016 e 2019 (para os cinco países coincidentes)
Impacto no comercio exterior

País	Comercio Internacional			
	Participação dos setores intensivos em marcas nas Exportações (em %)		Participação dos setores intensivos em marcas nas Importações (em %)	
	2016	2019	2016	2019
Chile	9	12	13	17
Colômbia	9	10	51	50
México	14	13	19	17
Panamá	20/75*	71	21/78*	45
Peru	5	26	21	23

Em síntese, a análise dos resultados dos países latino-americanos selecionados mostra grande semelhança entre eles. Nos dez países as atividades econômicas que registram e usam as marcas intensivamente são mormente coincidentes e, em média, aportam 18% do emprego, 22% do Produto Interno Bruto, 31% das exportações e 34% das importações. Além disso, os setores intensivos em marcas pagam salários mais altos do que o resto da economia, o que denota sua maior produtividade. A comparação internacional permitiu mostrar que esses resultados são semelhantes aos disponíveis para os Estados Unidos e a União Europeia, levando em conta as diferenças entre os padrões de produção e desenvolvimento de ambos os grupos de países.