

**XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO
CONPEDI BUENOS AIRES –
ARGENTINA**

DIREITO EMPRESARIAL II

LUCAS GONÇALVES DA SILVA

FABIO FERNANDES NEVES BENFATTI

PAULO CAMPANHA SANTANA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigner Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito Empresarial II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Fabio Fernandes Neves Benfatti; Lucas Gonçalves da Silva; Paulo Campanha Santana. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-770-0

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Derecho, Democracia, Desarrollo y Integración

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Empresarial. XII Encontro Internacional do CONPEDI Buenos Aires – Argentina (2: 2023 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI BUENOS AIRES – ARGENTINA

DIREITO EMPRESARIAL II

Apresentação

Apresentação

O Grupo de Direito Empresarial II teve seus trabalhos apresentados no dia 14 de de Outubro, após as 14hs, durante o XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI, ARGENTINA – BUENOS AIRES nos dias 12, 13 e 14 de outubro de 2023, com o tema: DIREITO, DEMOCRACIA, DESENVOLVIMENTO E INTEGRAÇÃO.

O INSTITUTO DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA E AS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES PROMOVIDAS PELA LEI N. 13.874/2019 NO CÓDIGO CIVIL. De Iago Santana de Jesus , Leonardo Da Silva Sant Anna, Analisa-se neste artigo os principais aspectos trazidos pela Lei n. 13.874/2019, desconsideração da personalidade jurídica, com enfoque na Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, com prisma principal no §1º do artigo 50 do Código Civil. O legislador viu-se diante da necessidade de nova delimitação dos aspectos conceituais a respeito do instituto, na qual foi tratado primeiramente na Medida Provisória nº. 881/2019, pelo Poder Executivo, e posteriormente ajustada em processo legislativo para que fosse convertida na da Liberdade Econômica de nº 13.874/2019, pelo seu artigo 7º. O legislador, então, inovou ao introduzir ao artigo 50 do Código Civil, cinco importantes parágrafos que redefiniram os conceitos que não existiam anteriormente no código, que ficavam a cargo do judiciário e doutrina definir, além do caput ter sido alterada em sua segunda parte. Assim, buscou neste artigo analisar as alterações introduzidas ao artigo 50 do Código Civil que definiu quais são os requisitos para enquadrar as hipóteses do Instituto da Desconsideração Jurídica.

A DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA NA PERSPECTIVA DO CÓDIGO CIVIL: ASPECTOS DESTACADOS NA JURISPRUDÊNCIA RECENTE DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. Andre Lipp Pinto Basto Lupi , Antonio Fernando Schenkel do Amaral e Silva , Guilherme Henrique Lima Reinig. Trata do instituto da desconsideração da personalidade jurídica. O instituto, previsto no artigo 50 do Código Civil, Lei nº 14.046, de 10 de janeiro de 2002, consiste em exceção à regra geral de limitação de responsabilidade das pessoas jurídicas. A desconsideração da personalidade jurídica tem sofrido alterações legislativas importantes, notadamente com a promulgação do Código de Processo Civil de 2015, Leiº 13.105, de 16 de março de 2015, e da Lei de Liberdade

Econômica, Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019. Neste sentido, o artigo analisa os fundamentos da limitação de responsabilidade e da exceção em tela, detalha os aspectos específicos da previsão normativa, as concepções da teoria maior e da teoria menor da desconsideração da personalidade jurídica para aprofundar a análise da jurisprudência mais recente do Superior Tribunal de Justiça, pesquisa esta limitada aos anos de 2022 e 2023. Por fim, sintetiza os fundamentos dessa jurisprudência, sob o viés do acesso à justiça e da segurança jurídica.

A VENDA INTEGRAL NA RECUPERAÇÃO JUDICIAL COMO MECANISMO REESTRUTURANTE PROPOSTO PELA DEVEDORA E O BEST-INTEREST- OF-CREDITORS TEST DOS CREDORES NÃO SUJEITOS. Laís Keder Camargo de Mendonça , Vinícius Secafen Mingati. A Lei 11.101/2005, que trata a respeito da Recuperação Judicial e Falência do empresário e sociedade empresária, a partir da reforma implementada pela Lei n. 14.112/2020, passou adotar no rol exemplificativo do art. 50, XVIII, a venda integral da devedora como mecanismo reestruturante, desde que assegurado o best-interest-of-creditors test dos credores não sujeitos e não aderentes, inspirado do Bankruptcy Code dos Estados Unidos. Partindo desta premissa, teve como objetivo desvendar o conceito de venda integral, assim como a instrumentalização do procedimento extraído do direito comparado norte-americano. Para tanto, utilizou-se do método dedutivo, que permitiu concluir que o meio de surgimento para terceiros, favorecendo o going concern value, cabendo ao devedor a demonstração documentada do resguardo do interesse dos credores não sujeitos e não aderentes, o que, de acordo com doutrinadores americanos, prescinde de técnicas econométricas complexas, sob pena de atrair ônus e custos incompatíveis com os processos desta natureza.

A PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO ATIVO INTANGÍVEL EM POTENCIAL PARA A REESTRUTURAÇÃO DE EMPRESAS EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL. Laura Giuliani Schmitt , Luiza Negrini Mallmann , Maria Cristina Gomes da Silva D'ornellas. Os processos de recuperação judicial demandam uma análise cuidadosa e criteriosa dos ativos de uma empresa, a fim de propiciar o seu soerguimento econômico. Para isso, no presente artigo, estudou-se a possibilidade e a viabilidade da utilização dos ativos intangíveis da propriedade industrial, em especial as marcas, em geral subestimado e não valorado adequadamente, para a satisfação dos créditos e a preservação da empresa. A marca é o sinal distintivo de produtos ou serviços de uma empresa que os diferencia dos concorrentes, com relevante importância estratégica para a competitividade, embora muitas vezes não receba o devido cuidado das empresas.

ERA DIGITAL: UM MUNDO QUE NÓS APRISIONA. Pedro Franco De Lima , Franceline Camargo De Lima , Irene Maria Portela. Demonstra em que medida a era digital aprisiona a sociedade, retirando a sua liberdade. Após a base introdutória apresenta-se o segundo capítulo, onde através da doutrina de Thomas Hobbes demonstra que o homem é o lobo do próprio homem. Aborda-se acerca da sociedade da informação, enfatizando que a internet não aproxima as pessoas, mas é usada como instrumento de vigilância de massa e manipulação. faz-se uma abordagem no tocante a falsa sensação de liberdade no mundo digital, o qual passou a ser para a sociedade um espaço de vida, com interações e constituição de cultura, numa perfeita integração com a máquina. Portanto, há a necessidade de um ambiente mais humanizado na era digital, sendo importante compreender estes novos movimentos, esta hibridação do real e do virtual, buscando através da técnica associada à própria essência do ser humano, um ambiente mais equilibrado, onde prepondere o respeito às liberdades.

OS IMPACTOS DOS CONCORRENTES EM UTILIZAR LINKS PATROCINADOS PELOS PROVEDORES DE BUSCA NA INTERNET DE MARCA ALHEIA PARA DESVIAR CLIENTELA. Leonardo de Gênova. Os impactos dos concorrentes em utilizar links patrocinados pelos provedores de busca na internet de marca alheia para desviar clientela, em especial analisar o cenário do ambiente virtual, com o propósito de estudar a concorrência desleal e as proteções jurídicas como a Lei de Propriedade Industrial e a Constituição Federal. É apresentada nova proposta de conceituação acerca do “sequestro de palavra-chave”, bem como, a importância do registro da marca no mercado globalizado tão dinâmico e competitivo. Além disso, a marca registrada pode ser diluída e proporcionar prejuízos aos seus detentores. As violações praticadas por concorrentes desleais podem ter uma análise sobre a valoração do dano moral e outras consequências jurídicas. Demonstra ainda, a importância do abrigo dos ativos intangíveis da empresa, bem como a interferência do estado democrático de direito nas inovações e melhoramentos tecnológicos. Por fim, são apresentados possíveis fundamentos legais para solucionar os conflitos entre os concorrentes, pautados na jurisprudência brasileira.

A REGULAÇÃO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL BRASILEIRA E OS INCENTIVOS À INOVAÇÃO. Marcelo Benacchio , Mikaele dos Santos. A convergência de valores humanistas nos fundamentos da regulação brasileira do setor econômico com os estímulos à inovação, na pretensão de melhorias na prestação dos serviços públicos. Com o processo globalizante, as transformações sociais e o reflexo da sociedade da informação e novas tecnologias, enseja a formação de políticas pautadas por uma boa governança, que compreendam os valores do Estado de Direito e a integridade nos setores público e privado. Nesse sentido, na observação das diferentes formas de interações econômicas no plano

global, o desenvolvimento nacional é pautado na colaboração sociedade e atividade empresarial. De forma interdisciplinar, optou-se pelo método hipotético-dedutivo e bibliografia referencial sobre o direito ao desenvolvimento e regulação da propriedade privada, somado a dados documentais, para refletir sobre essa perspectiva de desenvolvimento humano, no qual o raciocínio jurídico e regulatório brasileiro, frente às externalidades do movimento econômico global, corresponde a uma simetria de equilíbrio das práticas de incentivos à inovação.

COMPLIANCE: PARA A EFETIVAÇÃO DA AGENDA 2030 NO BRASIL. Karen Thaiany Puresa de Oliveira Silva , Gabriela de Menezes Santos. Função social da empresa sob a perspectiva do compliance como parte essencial para a implementação da Agenda 2030 no Brasil, apresentando positivamente as suas aplicações dentro da esfera empresarial, trabalhista e socioambiental. Nesse escopo, apresentaremos um histórico, princípios e conceitos, em volta dos aspectos do Direito Empresarial, adentrando assim no entendimento legal e dogmático, para desenvolver o tema, conectando o compliance a agenda 2030, e as suas responsabilidades, tendo vista a igualdade social, a diminuição de litígios e a aplicação de proteção contra a corrupção.

PERSPECTIVAS DA PREVENÇÃO DOS ATOS DE CORRUPÇÃO NA ÁREA DA SAÚDE. Alfredo Copetti , Fabio Luis Celli , Daniella Cristina Mendes Sehaber. Aspectos relacionados à prática dos atos de corrupção no âmbito de situação hipotética envolvendo prestação de serviço médico, no qual houve a cobrança de honorários particulares por procedimento custeado pelo Sistema Único de Saúde (SUS). O tema será abordado sob a perspectiva da independência das instâncias cível, administrativa e penal, tanto no que se refere a estratégias preventivas (programas de compliance), quanto repressivas.

A POSSIBILIDADE DE EMISSÃO DE DEBÊNTURES PELA SOCIEDADE LIMITADA SOB A PERSPECTIVA DA AUTONOMIA PRIVADA. Daniel Secches Silva Leite , Lucas Gonçalves Leal , Thales Wendell Gomes da Silva Dias. A possibilidade de emissão de debêntures por sociedade limitada, assim como alguns ensaios legislativos voltados para a positivação de tal prática. Ademais, será empreendida interpretação sistemática de normas da codificação civil e da lei das sociedades anônimas que regulam a matéria, sob perspectiva constitucional, notadamente do princípio da autonomia privada. Propõe-se o exame dos eventuais benefícios a serem usufruídos pelas sociedades limitadas no Brasil, a mais usual espécie societária empresarial, com obtenção de financiamento via emissão própria de debêntures, terminando-se por concluir que não há incompatibilidade inerente entre o modelo

social da limitada e a emissão das aludidas debêntures, desde que seja essa a vontade das partes e haja previsão no contrato social de regência supletiva pela Lei das Sociedades Anônimas.

O PROJETO DE LEI 2.925/23, A CONFIDENCIALIDADE DA ARBITRAGEM E O DEVER À INFORMAÇÃO NAS COMPANHIAS ABERTAS COMO FORMA DE PROTEÇÃO AOS INVESTIDORES E AO MERCADO. Luccas Farias Santos , Eduardo Oliveira Agustinho. O direito à informação dos agentes econômicos que atuam no mercado de capitais e o dever de informar das companhias, relacionando-os com a própria natureza principiológica do mercado de capitais e do sistema capitalista, ao tempo que utiliza da questão da prática comercial da confidencialidade da arbitragem, como fator de ligação entre a realidade atual e o que se busca em um ambiente de sustentabilidade das relações privadas. Para tanto busca-se assentar os direitos e deveres atinentes às sociedades anônimas, especialmente àquelas de capital aberto, e, ao mesmo tempo que se identifica o conceito de confidencialidade, especialmente como ele se relaciona com a arbitragem, busca-se identificar os principais pontos do projeto de lei 2.925/2023, para, ao fim, exercitar a hermenêutica jurídica para buscar responder como a arbitragem e a prática comercial da confidencialidade se relacionam com o direito à informação.

TOMADA HOSTIL DO PODER DE CONTROLE: A EFETIVIDADE DAS MEDIDAS DEFENSIVAS A TOMADA HOSTIL NO MERCADO DE CAPITAIS BRASILEIRO. Liege Alendes De Souza , Kawe Corrêa Saldanha. o crescimento do número de investidores na bolsa de valores, muitas companhias aproveitaram a liquidez proporcionada pelo momento para realizar o processo de abertura de capital ou de oferta adicional de ações, com objetivo de angariar novos recursos e promover o aprimoramento de sua atividade econômica. Todavia, com a volatilidade e a diluição do capital social, o controle dessas companhias passou a estar suscetível a tomadas hostis, ou seja, a aquisição forçada por um sócio ou terceiro estranho ao quadro social.

O DIREITO COMERCIAL CONTADO NO COMPASSO DO TEMPO ENTRE BRASIL E FRANÇA. Daniela Regina Pellin. a construção do Direito Comercial no Brasil e enfrenta como problema a respectiva construção alienígena, considerada anomalias. A hipótese reside no fator tempo como ferramental de acomodação e incremento do sistema jurídico. O objetivo geral é demonstrar que tanto os aspectos filosóficos quanto os jurídicos do sistema francês são validados no território nacional e refletem no ordenamento jurídico do direito empresarial desde o pensamento iluminista de 1789. Como objetivos específicos: (i) a verificação do processo histórico de consolidação do sistema socioeconômico; (ii) mapeamento do trânsito de informações entre os sistemas francês e brasileiro; e (iii) o

acoplamento estrutural das normas jurídicas francesas pelos sistemas político e jurídico. O método de pesquisa é dedutivo e com abordagem sistêmica e transdisciplinar; técnicas de pesquisa de revisão bibliográfica, nacional e estrangeira. Os resultados da pesquisa mostram que muito pouco ou quase nada foi construído internamente, no entanto, o sistema jurídico do Direito Empresarial, de fato, representa o acoplamento estrutural do sistema jurídico francês, seja como pensamento filosófico, seja como matriz jurídica, com reflexões até os dias de hoje; agora, com projeção global, prossegue-se na consolidação da Revolução Francesa de 1789.

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma proveitosa leitura!

Coordenadores:

Prof. Dr. Fabio Fernandes Neves Benfatti.

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva.

Prof. Dr. Paulo Campanha Santana.

A PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO ATIVO INTANGÍVEL EM POTENCIAL PARA A REESTRUTURAÇÃO DE EMPRESAS EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL

INTELLECTUAL PROPERTY AS A POTENTIAL INTANGIBLE ASSET FOR THE RESTRUCTURING OF COMPANIES IN JUDICIAL REORGANIZATION

Laura Giuliani Schmitt ¹

Luiza Negrini Mallmann ²

Maria Cristina Gomes da Silva D'ornellas ³

Resumo

Os processos de recuperação judicial demandam uma análise cuidadosa e criteriosa dos ativos de uma empresa, a fim de propiciar o seu soerguimento econômico. Para isso, no presente artigo, estudou-se a possibilidade e a viabilidade da utilização dos ativos intangíveis da propriedade industrial, em especial as marcas, em geral subestimado e não valorado adequadamente, para a satisfação dos créditos e a preservação da empresa. A marca é o sinal distintivo de produtos ou serviços de uma empresa que os diferencia dos concorrentes, com relevante importância estratégica para a competitividade, embora muitas vezes não receba o devido cuidado das empresas. O objetivo principal é verificar a viabilidade de promover uma mudança de paradigmas a fim de se reconhecer a potência de ativos intangíveis para a recuperação da empresa. A metodologia utilizada incluiu as pesquisas bibliográfica e documental, além de análises de casos, pela via dedutiva, com a finalidade de analisar disposições acerca da recuperação judicial e das marcas no Brasil para relacionar os estudos, a fim de destacar uma possibilidade de alienação desses ativos para auxiliar no soerguimento da empresa e satisfação de créditos. Os resultados evidenciam que as marcas podem configurar uma alternativa eficaz para recompor o capital de giro da empresa em crise, alavancar as operações e efetuar o pagamento de credores no cumprimento do plano de recuperação judicial.

Palavras-chave: Recuperação judicial, Propriedade industrial, Ativos intangíveis, Empresa, Marca

¹ Graduanda em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Membro do Grupo de Pesquisa de Propriedade Intelectual na Contemporaneidade (GPPIC), vinculado ao programa de pós-graduação em Direito da UFSM

² Advogada especialista em Direito Público e Empresarial pela LFG. Graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria

³ Professora adjunta-UFSM. Doutora em Direito-UFRGS. Mestre em Integração Latino-Americana-UFSM, Mestre em Leis sobre o Comércio Europeu e Internacional-UvA. Graduada em Direito -UFSM.

Abstract/Resumen/Résumé

The judicial reorganization processes require a careful analysis of the assets of a company in order to provide its economic uplift. For this, in this article, we studied the possibility and feasibility of using the intangible assets of industrial property, especially trademarks, generally underestimated and not correctly valued, for the satisfaction of credits and the preservation of the company. The trademark is the distinctive sign of products or services of a company that differentiates them from competitors, with relevant strategic importance for competitiveness, although often does not receive due care from companies. The main objective is to verify the feasibility of promoting a paradigm shift in order to recognize the power of intangible assets for the recovery of the company. The methodology used included bibliographical and documentary research, as well as case analysis, by deductive route, in order to analyze provisions about judicial recovery and trademarks in Brazil to relate the studies, in order to highlight a possibility of disposal of these assets to assist in the company's erection and credit satisfaction. The results show that brands can configure an effective alternative to recompose the working capital of the company in crisis, leverage operations and make payments to creditors in compliance with the judicial recovery plan.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Judicial reorganization, Industrial property, Intangible assets, Company, Trademark

1. INTRODUÇÃO

A geração de valor na Nova Economia e a busca por vantagens estratégicas têm aumentado a importância dos ativos intangíveis para o sucesso das empresas. A gestão eficaz desses bens tem se tornado uma consideração central nas estratégias de recuperação judicial de empresas em todo o mundo, inclusive no contexto brasileiro. Diante dos desafios inerentes a esse processo que permite a reorganização financeira e econômica de empresas em situação de crise, a utilização de ativos intangíveis para angariar recursos financeiros para a empresa e garantir a satisfação de créditos tem se destacado.

O processo de recuperação judicial tornou-se uma alternativa para diversas empresas que, em razão da atual crise econômica, buscam meios para satisfazer seus credores e adimplir suas obrigações. Nesse sentido, estuda-se a importância dos ativos intangíveis para tanto, tendo em vista que eles representam parte do patrimônio da empresa e podem gerar riquezas através, principalmente, dos contratos de propriedade industrial. No presente artigo, a análise se volta à utilização de ativos intangíveis para a valorização da empresa e satisfação de créditos no processo de recuperação judicial no contexto brasileiro e a contraposição da desvalorização dos ativos de propriedade industrial com a possibilidade de eles representarem um meio estratégico no plano de recuperação judicial para o soerguimento da empresa.

Tendo em vista o objetivo da recuperação judicial, que é proporcionar o soerguimento econômico da empresa e superar os problemas financeiros, protegendo os interesses dos credores, questiona-se a desvalorização do potencial que os ativos intangíveis, em especial as marcas, enfrentam por parte dos empresários tradicionais, que não tutelam adequadamente esse patrimônio. Nesse sentido, discute-se a possibilidade de valorização do patrimônio total de uma empresa e a viabilidade de promover uma mudança de paradigmas a fim de se reconhecer a potência destes ativos para a recuperação da empresa.

O uso eficaz dos ativos intangíveis pode ser fundamental para a valorização da empresa e a satisfação dos créditos durante o processo de recuperação judicial. Quando bem estruturados, esses ativos podem tornar a empresa mais atraente para investidores e parceiros e melhorar as negociações com os credores, propiciando uma recuperação judicial bem-sucedida. A avaliação correta desses ativos permite o desenvolvimento de planos para maximizar seu valor, melhorando a capacidade da empresa de cumprir seus compromissos financeiros, pois os ativos intangíveis podem desempenhar um papel importante na recuperação de uma empresa, de modo que se faz necessário o estudo acerca da realidade brasileira em relação ao tema. Um

aspecto notável desse cenário é a contraposição entre a potencial desvalorização dos ativos de propriedade industrial e a sua capacidade intrínseca de se manifestarem como meios estratégicos no plano de recuperação judicial, contribuindo para a ressurgência das empresas.

Portanto, no presente estudo, parte-se, em um primeiro momento, da discussão acerca do instituto da recuperação judicial, sua importância para auxiliar empresas a se reposicionarem no mercado e evitarem a falência. Posteriormente, estuda-se a propriedade industrial e a relevância das marcas como ativos agregadores de valor às empresas. Por fim, examina-se a importância dos ativos intangíveis para a valorização da empresa e a satisfação de créditos com a análise de dois processos recuperacionais com alienação de direito de uso de marca. Nesse sentido, pretende-se verificar a viabilidade de promover uma mudança de paradigmas a fim de se reconhecer a potência de ativos intangíveis para a recuperação da empresa. Para tanto, utiliza-se o método dedutivo, com a finalidade de analisar disposições acerca da recuperação judicial e das marcas no Brasil, a partir de princípios e preposições gerais, a fim de destacar uma possibilidade de satisfação de créditos pelo manejo estratégico do patrimônio empresarial. Para que os objetivos sejam atingidos, serão utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, além da análise de casos.

Neste artigo, explora-se a relação entre ativos intangíveis (em especial a marca), recuperação judicial e a utilização dos ativos de propriedade industrial no contexto brasileiro. Ao traçar uma conexão entre a importância dos ativos intangíveis na recuperação judicial e a capacidade estratégica dos ativos de propriedade industrial de impulsionar o plano de reestruturação, este artigo visa destacar uma possibilidade do soerguimento empresarial possibilitado pela gestão estratégica de ativos intangíveis.

2. A RECUPERAÇÃO JUDICIAL COMO POSSIBILIDADE DE SOERGUMENTO DE EMPRESAS EM CRISE

2.1. O processo de recuperação judicial, seus princípios e objetivos e a valoração das empresas com base nos bens intangíveis

A recuperação judicial se coloca como um instrumento para que os diversos interesses envolvidos na condução e continuidade da atividade empresarial, devedor, credores, consumidores, fornecedores e demais integrantes da operação possam se compor para buscar a melhor solução comum a todos. É uma alternativa às empresas que enfrentam situações de crise,

mas que demonstram viabilidade econômica de se reposicionarem no mercado, evitando a falência.

O instituto foi criado e é regulado pela Lei nº 11.101/2005 (LRF) e viabiliza que os credores tenham uma participação mais ativa, auxiliando na reestruturação empresarial e na superação da crise. A recuperação judicial deve ser definida com base na finalidade de propiciar um comportamento colaborativo de todos os *players* em prol da superação da crise empresarial.

Assim, a Recuperação Judicial se conceitua como instituto jurídico criado para permitir ao devedor rediscutir com os seus credores, num ambiente institucional, a viabilidade econômica da empresa e de sua condução pelo empresário para a satisfação das obrigações sociais, propondo no processo um plano de recuperação que, se aprovado pelos credores em Assembleia Geral, implicará a novação de suas obrigações (SACRAMONE, 2023, p. 137).

A legislação falimentar é um importante marco regulatório para o ambiente de negócios de um país na medida que possibilita mecanismos de reestruturação e incentivo que definem o comportamento dos agentes econômicos na situação de crise (SCALZILLI, SPINELLI, TELLECHEA, 2023, p. 149). A legislação concursal brasileira filia-se à concepção norte-americana elegendo como princípio cardinal a preservação da empresa, em atenção aos interesses de todas as classes que em torno dela gravitam (BUSCHINELLI, 2014).

Com essa base principiológica, as medidas recuperatórias preferem às liquidatórias sempre que a empresa seja economicamente viável devendo-se garantir a imparcialidade e equilíbrio na proteção dos interesses de cada *player*, sendo uma das principais funções da legislação falimentar propiciar um ambiente de cooperação, com a participação ativa dos credores, alocando boa parcela do poder decisório no esforço de soerguimento da empresa (SCALZILLI, SPINELLI, TELLECHEA, 2023, p. 150-152).

Em que pese a Lei de Recuperação Judicial e Falências vise preservar e otimizar os recursos produtivos, inclusive os intangíveis, seja para a preservação da empresa ou promovendo o afastamento do devedor das suas atividades na falência, não traz maiores especificações, restringindo-se a citar que estão incluídos nos ativos da empresa.

O Art. 60-A da LRF¹ prevê que no caso de o plano de recuperação judicial apresentado pelo devedor elencar a alienação de Unidades Produtivas Isoladas (UPI) estas podem abranger

¹ Art. 60-A, Lei 11.101/2005 - "A unidade produtiva isolada de que trata o art. 60 desta Lei poderá abranger bens, direitos ou ativos de qualquer natureza, tangíveis ou intangíveis, isolados ou em conjunto, incluídas participações dos sócios. (Incluído pela Lei nº 14.112, de 2020)

bens, direitos ou ativos de qualquer natureza, inclusive os intangíveis. A UPI pode assumir qualquer configuração material, pode inclusive ser uma marca, desde que se submeta ao teste do mercado, esteja alinhada com o plano de soerguimento do devedor e atenda os interessados na aquisição (SCALZILLI, SPINELLI, TELLECHEA, 2023, p. 865).

Segundo o Estudo Anual de Valores de Mercado de Ativos Intangíveis, realizado pela organização *OceanTomo*, em 2020, os ativos intangíveis, pós pandemia COVID-19, representam 90% do capital das 500 maiores empresas do mundo listadas e domiciliadas na Bolsa de Valores dos Estados Unidos (S&P500); enquanto isso, em 1975 a situação era inversamente proporcional, com 83% do capital em ativos tangíveis.

A partir dos dados apresentados observa-se uma tendência de que o real valor das companhias não se deposite nos bens corpóreos como estabelecimento e maquinários, mas sim em bens intangíveis, tais como tecnologia e capital intelectual, sendo as patentes, segredos comerciais e, principalmente, as marcas, componentes importantes nas capitalizações de mercado (ELSTEN, HILL, 2017, p.245).

2.2. O recente crescimento dos pedidos de recuperação judicial no Brasil e as formas de geração de valor da Nova Economia

Os pedidos de recuperação judicial no Brasil atingiram no ano de 2023 o maior patamar em 5 anos. Em maio de 2023 os requerimentos cresceram 105,2% comparado ao mesmo mês do ano anterior, segundo os dados da *Serasa Experian*, sendo o setor das empresas prestadoras de serviços o mais impactado pela desaceleração econômica. O mês de maio foi marcado pelo maior número de recuperações judiciais e falências requeridas em 2023, totalizando 119 protocolos daquelas e 121 destas.

As evidências históricas sugerem que as crises econômicas são cíclicas, fásicas, sistêmicas (SCALZILLI, SPINELLI, TELLECHEA, 2023, p. 31), similares em suas causas e possuem um componente humano central, pois ocorrem em intervalos periódicos mais ou menos regulares, se desenvolvem por etapas, em padrões bastante regulares e se alastram em ondas, com poder de contágio tanto maior quanto mais importante for o mercado onde se inicia (MARICHAL, 2016, p.23). Deve-se considerar ainda que os principais fatores que impulsionam tanto um ciclo de expansão quanto o de crise são comportamentais, de natureza

Parágrafo único. O disposto no caput deste artigo não afasta a incidência do inciso VI do caput e do § 2º do art. 73 desta Lei."

eminentemente psicológica, o que denota um elemento humano central (AKERLOF, SHILLER, 2009).

Scalzilli, Spinelli e Telechea explicam que desde a Pandemia COVID-19 houve uma ruptura inédita no regime de oferta e da demanda de bens e serviços, com o fechamento de fábricas chinesas acarretando falta de componentes industrializados seguidos de quarentena e queda abrupta do consumo com a paralisação de cadeias produtivas, ou seja, uma crise sanitária gerou uma crise econômica e, no Brasil, uma crise fiscal, à medida que gastos extraordinários para lidar com os imperativos sanitários enfrentaram uma receita tributária em queda pela redução da atividade econômica (SCALZILLI, SPINELLI, TELLECHEA, 2023, p. 34). Previu Scalzilli que a crise fiscal geraria uma crise monetária, cujos efeitos seriam a inflação e desemprego, o que de fato ocorreu, e como consequência um aumento em percentuais muito elevados das recuperações judiciais e falências, afetando não só as pequenas e médias empresas, mas também empresas de grande porte.

As grandes empresas, detentoras de marcas renomadas, que requereram recuperação judicial, mais que dobraram em relação ao mês do ano anterior, evidenciando a estagnação econômica do país combinada com a inflação e juros altos que influenciam diretamente na alta da inadimplência das empresas, conforme dados analisados pelo *Serasa Experian*.

Nesse contexto, deve-se considerar que há uma forte tendência das empresas da Nova Economia de fortalecer seu portfólio de ativos intangíveis (benefícios econômicos futuros não representados fisicamente), visto que são a principal forma de geração de valor do século XXI. A Nova Economia se relaciona com a transformação digital das empresas e as mudanças nas relações com os consumidores, a partir de uma lógica de mercado que prioriza os serviços, a partir de uma cultura centrada em pessoas, e o desenvolvimento tecnológico juntamente com a promoção de bem-estar, o desenvolvimento sustentável e a gestão inteligente de recursos naturais e humanos.

O caso *Nubank* evidencia um contrassenso, a *fintech* prestadora de serviços financeiros evoluiu para uma companhia listada em Bolsa de Valores (sendo considerada um unicórnio - startup que vale mais de US\$ 1 bilhão) sendo uma empresa intensiva em ativos intangíveis (inovação, tecnologia, marca, modelo de negócio, cartela de clientes, relacionamento com *stakeholders*, entre outros), mas que contabilmente apresenta prejuízo na demonstração de resultado, isso porque os ativos intangíveis considerados direcionadores-chave de geração de

valor podem não estar mensurados e registrados nos relatórios financeiros, o que impactaria significativamente as estimativas baseadas nos dados contábeis e financeiros da empresa.

Salienta-se que mesmo em caso de crises insuperáveis, sejam econômicas, financeiras ou patrimoniais, os mecanismos de alienação de bens, unidades produtivas isoladas, bens intangíveis tanto da recuperação (judicial e extrajudicial) quanto da falência, podem prestar uma importante contribuição ao garantir a realocação de ativos na economia e a preservação da empresa sob outro titular.

A propriedade intelectual, com ênfase para as marcas, enquanto importantes ativos intangíveis, podem ser cedidas, alienadas ou transferidas durante um processo de recuperação judicial, e em uma situação de crise insuperável ocorre a materialização jurídica de princípio básico da economia, de que os recursos são escassos e as necessidades ilimitadas, razão pela qual os ativos devem ser alocados em atividades criadoras de riquezas.

Diante de um cenário desafiador para as empresas e a dificuldade de mensurar/valorar um bem intangível para maximizar o valor dos ativos, como a propriedade industrial, busca-se demonstrar o possível impacto da propriedade industrial para gerar receita que solucione o passivo ou parte dele, viabilizando a empresa.

3. A PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO MEIO DE SUPERAÇÃO DA CRISE EMPRESARIAL: O PAPEL DAS MARCAS

3.1. A importância da marca entre os direitos de propriedade industrial diante da busca do soerguimento empresarial

A propriedade industrial se relaciona com os direitos concedidos com a finalidade de promover a criatividade e a inovação pela proteção, disseminação e aplicação industrial em patentes, desenhos industriais, modelos de utilidade, marcas e indicações geográficas, conforme descreve a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI).

Neste sentido, no Brasil, a proteção da propriedade industrial está garantida constitucionalmente, pois a Constituição de 1988 tratou os direitos à proteção da propriedade industrial como direitos fundamentais, estabelecendo em seu art. 5º, inciso XXIX, o seguinte:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

Diante do previsto na Constituição Federal e, também, de compromissos internacionalmente assumidos pelo país no âmbito do Acordo TRIPS/OMC, coube à Lei de Propriedade Industrial - Lei nº 9.279/96 - dispor acerca da salvaguarda conferida aos seus institutos, quais sejam as patentes de invenção, as patentes de modelo de utilidade, o desenho industrial, as marcas e as indicações geográficas, vigente no momento.

Ainda assim, no cenário tradicional brasileiro a propriedade industrial não recebe muita atenção por parte dos empresários. É no âmbito da Nova Economia e das empresas de grande porte² que, mais recentemente, a proteção da propriedade industrial vem deixando de ser negligenciada, visto que para muitas empresas são os seus ativos intangíveis que contam com um significativo potencial agregador de valor. Com isso, as empresas da Nova Economia tratam de se dedicar mais ativamente à proteção de seus bens imateriais, visto que se torna cada vez mais evidente o ativo em potencial que a marca representa, em oposição a um cenário de descaso com os cuidados com a propriedade industrial, de uma significativa parcela das empresas nacionais tradicionais.

Os direitos de propriedade industrial são considerados bens móveis, o que possibilita que estes sejam licenciados ou cedidos, dependendo do caso em questão. Com isso, a importância patrimonial de tais ativos tem sido, de forma gradual e inequívoca, reconhecida para mensurar o efetivo valor de uma atividade econômica/empresarial. Aliás, se no passado havia um estreito vínculo entre a marca e a atividade econômica de seu titular, na medida em que a sua negociação somente era possível com trespasse do estabelecimento empresarial, hoje este cenário não mais existe. As marcas podem ser negociadas (cedidas ou licenciadas), independentemente da operação de compra e venda (transferência de titularidade) de um estabelecimento empresarial. As marcas estão incluídas dentre os bens utilizados pelo empresário para o exercício da atividade empresarial e, então, podem ser transferidos a terceiros por quem detém a sua propriedade.

Sobre a transferência das marcas, Silveira explica que:

² “[...] somente nas empresas de grande porte se observou que existe uma consciência da importância da inovação, traduzida tanto pelo patenteamento de suas invenções como pela vigilância sobre o mercado em termos de privilégios patenteados por terceiros” (MATIAS-PEREIRA, 2011, p. 582).

Essa autonomia do sinal criada pela lei torna-o passível de propriedade e de circulação como objeto de negócios jurídicos; não se trata, porém, de uma propriedade sobre o próprio sinal, mas sim sobre a aplicação do sinal a determinado produto, mercadoria ou serviço, ou seja, corresponde ao uso exclusivo do sinal quanto a uma categoria de bens materiais ou imateriais. (SILVEIRA, 2018, p. 22).

Denis Barbosa afirma ser a marca, o bem mais importante entre as propriedades intelectuais (2010, p.700) Nesse sentido, Newton Silveira ensina que a marca é "(t)odo nome ou sinal hábil para ser apostado a uma mercadoria ou um produto, ou para indicar determinada prestação de serviço e estabelecer a identificação entre o consumidor ou usuário e a mercadoria, produto ou serviço, constitui marca" (2018, p.13).

A marca, então, a partir do estudo da propriedade industrial e em consonância com o previsto na legislação brasileira³, é um signo suscetível de representação gráfica/visual, cujo principal objetivo é distinguir produtos ou serviços de outros iguais ou semelhantes, de origem diversa (BARBOSA, 2010, p. 700). Nesse sentido, o signo que a compõe pode abranger palavras, expressões, letras com caráter distintivo, números, desenhos, cores, formas tridimensionais ou qualquer combinação de todos estes elementos, desde que identifique diferentes produtos e/ou serviços.

Cabe destacar que o empresário titular do registro da marca torna-se o seu proprietário, podendo explorá-la comercialmente de forma exclusiva e obter o direito de controlar quem poderá utilizá-la⁴. Assim, o registro junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) tem como objetivo garantir a proteção jurídica da marca e, assim, o esforço dispendido para a sua caracterização, individualização e divulgação, posto que protegerá o direito de seu uso exclusivo em todo o território nacional. Dessa forma, evita que terceiros se utilizem da atividade criativa desenvolvida para a criação da marca.

Nisso, importa mencionar que a marca representa muito mais do que a referência visual de distintividade e identificação de produtos e serviços, pois traz junto a experiência e a qualidade de determinado produto, agregando valor e se tornando um ativo importante para o patrimônio empresarial. Desse modo, esta possui uma grande relevância empresarial pois, muitas vezes, corresponde à identidade do próprio negócio, com a finalidade de atrair e criar

³ Art. 122, Lei 9.279/96 - "São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais."

⁴ Art. 129, Lei 9.279/96 - "A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta Lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos arts. 147 e 148."

uma conexão com o público consumidor. Como observa Lélío Denicoli Schmidt, "a proteção abarca não apenas a escolha da marca, mas todo trabalho posterior envolvido em seu uso e divulgação." (2013, p. 46) Como se percebe, se por um lado, a proteção legal de uma marca é importante para garantir ao seu titular o direito de exclusividade na sua exploração econômica, por outro, para proporcionar ao empresário a possibilidade do reconhecimento de seus produtos e serviços no mercado, pelo consumidor.

Assim, no que pese existir diversos posicionamentos doutrinários relativos às funções atribuídas à marca, duas se destacam como funções jurídicas, na medida em que são reconhecidas pelo direito e, por conseguinte, legalmente protegidas: a. distintiva e b. identificação de origem. No entanto, se estabelecida uma ordem de relevância entre ambas funções jurídicas da marca, entende-se que a função distintiva é a principal. Aliás, mesmo quando o consumidor desconhece/ignora o nome do titular de uma marca, a sua proteção jurídica permanece⁵. Indo além, se uma marca carece de capacidade distintiva - inerente, ou mesmo adquirida⁶ - esta não deve contar com a proteção decorrente do registro.

Porém, conforme o posicionamento de Denis Barbosa, a marca, ao identificar produtos ou serviços, serve em princípio como identificador de sua origem, mas se associada com a propaganda (publicidade), deve incitar o consumo e, por conseguinte, valorizar a atividade empresarial do titular (2010, p. 700).

Couto Gonçalves refere que entre as funções econômicas que as marcas podem exercer, está a função publicitária (GONÇALVES, 2003, p. 27). Com isso, explica que a função publicitária das marcas não afasta a sua função distintiva, mas a complementa. Vale apenas lembrar que, para o autor, a distintividade se refere à identificação da origem do produto ou serviço, e não à identificação dos produtos ou serviços propriamente ditos. Lélío Denicoli Schmidt aponta que os "sinais distintivos criam em torno de seu objeto um campo de referência, que será

⁵ Quanto às divergências doutrinárias sobre o tema, cabe referir exemplificativamente, o posicionamento de Couto Gonçalves. Para o referido autor, a função distintiva encontra-se estreitamente ligada à função de indicação de origem, na medida em que a distintividade da marca antes de estar associada aos produtos ou serviços que identifica, estaria vinculada ao seu titular. Com isso, explica que diante de sua função distintiva, "(a) marca distingue e garante que os produtos e serviços se reportam a uma pessoa que assume em relação aos mesmos o ônus pelo seu uso não enganoso." (GONÇALVES, 2003, p. 31).

⁶ Por exemplo, conforme o previsto no art. 124, inciso II da Lei 9.279/96, não são registráveis como marca - "letra, algarismo e data, isoladamente, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;" ou, ainda, tal como o previsto pelo inciso VI do mesmo artigo - "sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;" Assim, pelo previsto na legislação nacional, somente são registráveis as marcas com capacidade distintiva inerente. Porém, tal como observado por Cesário e Moro: "O que se tem visto ultimamente é que a capacidade distintiva, não necessariamente necessita ser inerente ao sinal, podendo ser construída pelo uso ou forma de divulgação da expressão. É claro que se trata de uma exceção, mas há casos em que esta situação ocorre." (2012, p. 421).

magnetizado com as cargas boas e ruins que o consumidor vier a atribuir-lhe pelas experiências, informações ou sensações que tiver sobre ele" (2017, p.31).

Associadas a estas funções anteriormente abordadas, estão aquelas funções que não somente contribuem para que o interesse do consumidor por um determinado produto ou serviço seja captado, mas sobretudo mantido. Portanto, há que se ter em mente que a fidelização é o elemento que mais contribui para que o titular de uma marca usufrua dos investimentos feitos para a sua criação e desenvolvimento. Por este motivo é que, embora no âmbito do direito marcário o interesse do consumidor não seja o primordialmente protegido, a função de garantir/indicar a qualidade de produtos ou serviços também é apontada por diversos autores. (LEONARDOS, 1979, p.15; GONÇALVES, 2002, p. 107). Além de observar critérios objetivos para a apreciação de determinados produtos ou serviços, o consumidor também percebe aspectos subjetivos quando opta por uma marca em detrimento de outras.

Aliás, não por acaso a Organização Mundial de Propriedade Intelectual - OMPI aponta o fato de as empresas destinarem tempo e recursos para o desenvolvimento de suas marcas e da sua posição no mercado sendo, então, essencial a proteção legal que limita a sua propriedade e o seu uso.

Portanto, compreender a tutela legal conferida ao titular de uma marca, também é de extrema importância no âmbito do direito recuperacional. Isto porque, o licenciamento e a cessão de direitos marcários, quando incluídos em planos de recuperação judicial, podem contribuir para efetivar os objetivos recuperacionais e o soerguimento das empresas em dificuldade financeira. Assim, se observadas todas as potenciais fontes de recursos econômicos no âmbito empresarial, não há como ignorar que a marca pode ser utilizada de forma estratégica, para o cumprimento do plano de recuperação judicial.

Por fim, cabe concluir que a marca, na medida em que cumpre com diferentes funções para o desenvolvimento de uma atividade econômica e, assim, agrega valor ao estabelecimento empresarial, pode ser colocada como uma alternativa relevante na obtenção de recursos para o cumprimento do plano de recuperação judicial e satisfação dos credores. Ainda que as marcas sejam um dos principais ativos intangíveis de uma empresa, representando um patrimônio imaterial significativo, infelizmente, ainda não há no Brasil uma cultura de valorização da propriedade industrial para tal finalidade, qual seja: contribuir para o soerguimento das empresas em dificuldade (GADELHA JUNIOR, 2019).

3.2. A imagem da empresa em crise frente ao público consumidor

Os direitos de Propriedade Industrial apresentam um valor comercial, e integram o estabelecimento comercial, enquanto ativos intangíveis. Nesse sentido, ensina Newton Silveira (2018, p. 85) que os primeiros usuários do sistema de Propriedade Industrial eram os inventores, mas, atualmente, as empresas ocuparam essa posição, exigindo que o Estado e os organismos internacionais proporcionem uma proteção eficiente desses ativos que representam um valor substancial em seu patrimônio.

Apesar de figurarem como ativos relevantes para a superação da crise econômico-financeira de uma empresa e a maximização da capacidade de pagamento dos credores, é necessário atentar ao impacto que o valor desses ativos intangíveis sofre em razão da recuperação judicial. Ou seja, pode ser necessário reverter alguma eventual imagem negativa da marca em relação aos consumidores, de modo que pode ser oneroso ao adquirente restaurar esse elemento (COMODO, 2013).

A precificação dos ativos intangíveis é complexa, expressando a influência de diferentes fatores na valorização das marcas, que pode sofrer com uma diminuição da rentabilidade em razão da influência da posição da empresa no mercado e do seu contexto econômico, bem como da percepção dos consumidores, conforme estudado anteriormente. Na recuperação judicial, a empresa continua operando, logo, a marca permanece agregando valor e significado ao produto ou serviço em relação aos consumidores. Contudo, elementos negativos podem ser agregados, de modo que prejudiquem a sua avaliação, refletindo no seu valor (GADELHA JUNIOR, 2019). Ainda assim, os ativos intangíveis podem consistir em meios para proporcionar o soergimento empresarial de empresas que passam pela recuperação judicial (COMODO, 2013).

Por fim, destaca-se que os ativos intangíveis, em particular a marca, devem ser observados com cautela quando a empresa titular enfrenta um processo de recuperação judicial, pois as taxas administrativas de responsabilidade do titular, por exemplo, estão sujeitas ao juízo recuperacional, bem como a assembleia de credores participa de decisões sobre os ativos, e os contratos envolvendo os ativos intelectuais permanecem após o encerramento da recuperação judicial. Ou seja, deve-se realizar uma interpretação conjunta das normas acerca a propriedade industrial e do direito concursal, a fim de viabilizar o melhor aproveitamento dos ativos da empresa e efetivar os princípios basilares da recuperação judicial.

4. A ALIENAÇÃO ESTRATÉGICA DE ATIVOS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL NO PROCESSO RECUPERACIONAL E FALIMENTAR

Incontroverso que a valoração de uma Marca como um ativo financeiro encontra diversas dificuldades no âmbito do sistema judiciário brasileiro, podendo representar relevante importância no ativo das empresas no mercado e se tornar uma alternativa para o pagamento de credores em processos judiciais de Falência e Recuperação Judicial.

Normalmente, a transferência de uma marca ocorre de forma voluntária, mas também pode ocorrer por decisão judicial, no caso da falência de seu titular. Com isso, a anotação da transferência de direitos de marca pode ocorrer tanto em pedidos de registro quanto em registros concedidos, desde que observadas as condições estabelecidas em lei, que variam de acordo com o tipo de transferência.

De acordo com o “Manual de Marcas”, do Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, os tipos de transferência são os seguintes: a) transferência por cessão, b) transferência por incorporação ou fusão, c) transferência por cisão, d) transferência por sucessão legítima e) transferência por falência e f) transferência de marca coletiva.

As marcas são bens que podem compor a massa falida e podem ser transferidos por decisão judicial, mas também podem ser alienadas ou cedidas durante um processo recuperacional, como medida de reestruturação da empresa. O Plano de Recuperação Judicial do grupo DASLU, cuja empresa integrante é a DASLU — LICENCIAMENTO DE MARCAS E COMÉRCIO LTDA., é um exemplo, que tendo uma previsão de alienação de ativos no plano recuperacional aprovado pelos credores, não realizou a venda dos ativos intangíveis durante o processo recuperacional. No entanto, no processo de falência da mesma empresa, que foi decretada em 24/06/2020, processo nº 1126493-40.2016.8.26.0100 do TJSP, os administradores judiciais promoveram hasta pública para alienação dos direitos de uso da marca “DASLU”, tendo sido arrematada por R\$ 10 milhões de reais para realização de ativo e pagamento de credores.

No caso em análise, a empresa falida requereu a realização de nova perícia da marca “DASLU” durante o processo alegando que o laudo constante no processo não respeitava o real valor da marca. A perícia elaborada pelo perito judicial Marcelo Francisco Nogueira projetou um valor de avaliação para 2020 de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais), utilizando-se um método de regressão e considerando que em 2005 o valor da marca seria de R\$500.000.000,00 (quinhentos milhões de reais), em 2011 de R\$65.000.000,00 (sessenta e cinco milhões de reais) e em 2017 de R\$11.000.000,00 (onze milhões de reais). A perícia indicou que a modelagem estatística utilizada não indicava com precisão o número buscado e

comparou com o mercado de veículos usados, o que denota a deficiência da *valuation* da marca, já que a marca foi arrematada após diversos lances muito superiores ao de avaliação.

Nesse caso, evidencia-se que a marca, ainda que com todo o escopo de falência atrelado, ainda possui um valor de mercado bastante significativo, no entanto com valoração deficitária. Na falência tem-se uma crise insuperável, em que a marca pode ser realocada em outras atividades geradoras de riqueza, dando continuidade em sua existência.

Em outro contexto, na Recuperação Judicial do Grupo Priority integrado por marcas reconhecidas do setor calçadista como “Cravo & Canela” e “West Coast”, processo nº 5008261-83.2019.8.21.0019 do TJRS, o Plano de Recuperação Judicial (PRJ) foi homologado e concedida a Recuperação Judicial, por *Cram Down*, conforme decisão de Evento 1290 dos autos processuais, datada de 27 de junho de 2021, passando-se para a fase de cumprimento do PRJ, dentro do biênio legal de fiscalização do Juízo e da Administração Judicial. O grupo recuperando apresentou ao juízo recuperacional um pedido de alienação de Unidade Produtiva Isolada (UPI) composta da marca “Cravo & Canela”, crédito Fiscal decorrente da exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/COFINS, um imóvel em Ivoti/RS e possibilidade de uso de benefício fiscal concedido pelo estado do Sergipe.

Destacou o grupo recuperando que a marca “Cravo & Canela” teve uma gestão estratégica solidificada, mantendo-se no mercado das marcas modernas, autênticas, jovens e inovadoras, inclusive com um grande destaque para um elemento olfativo vinculado, o aroma de cravo e canela. Assim, de forma estratégica, a fim de centrar a atuação do grupo apenas em relação ao público masculino, utilizaram-se da criação de UPI para a alienação de uma das marcas do grupo, a avaliação da UPI apresentada pelo grupo foi de R\$40.000.000,00 (quarenta milhões de reais), valor muito significativo já que o valor inicialmente previsto de créditos sujeitos ao procedimento seria de R\$ 39.464.079,48 (trinta e nove milhões e quatrocentos e sessenta e quatro mil e setenta e nove reais e quarenta e oito centavos).

O grupo recuperando esclareceu que o valor arrecadado através da alienação da UPI seria destinado ao cumprimento do plano de recuperação judicial e recomposição do capital de giro para fins de alavancagem da operação, em sintonia com princípio da preservação da empresa previsto no art. 47 e com os objetivos que norteiam a Lei 11.101/05, quais sejam, pagamento dos credores e manutenção da atividade.

O juízo recuperacional autorizou a alienação condicionando à prévia publicação das condições completas do negócio, e submetendo ao controle pelos credores somente após o conhecimento integral destas.

Conforme as cartas de arrematação dos Eventos 2255 e 2182 do processo recuperacional, a marca “Cravo & Canela”, devidamente registrada no INPI, sob os nº 823086135, 823965597, 823965600, 823965643, 824277228, 824277236, 905239881, 905241258, 905241436, 905241851 e 905242173, sem qualquer restrição, e de todos os ativos utilizados pela BRAND BUSINESS no processo comercial, industrial e de marketing envolvendo a marca a ser adquirida, além de todas as patentes industriais utilizadas na produção dos calçados da marca “Cravo & Canela”, sem qualquer restrição, bem como os projetos, modelos e material publicitário que tenham sido desenvolvidos até a data de 31 de outubro de 2022, incluindo perfis de redes sociais e e-commerce foi arrematada por R\$ 4.907.608,60 (quatro milhões, novecentos e sete mil, seiscentos e oito reais e sessenta centavos) e as marcas “WEST COAST”; “WEST COAST PRIORITY”; “YELLOW WEST COAST”; “WEST COAST WORKWEAR”; “WST.CST” e “WORKER”, devidamente registradas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), sem qualquer restrição, e de todos os registros e patentes industriais utilizadas na produção dos calçados das referidas marcas supracitadas, incluindo o domínio da internet www.westcoast.com.br; foram arrematadas por USD 900.000,00 (novecentos mil dólares).

Diante da análise dos processos recuperacionais e falimentares referidos pode-se observar que, de forma estratégica, a propriedade industrial pode ser utilizada como uma peça fundamental para recomposição do capital de giro da empresa em crise, alavancar as operações, delimitar nichos de mercado e aproveitar melhor as oportunidades, efetuar o pagamento de credores e inúmeras outras medidas recuperacionais, aproveitando-se das marcas consolidadas no mercado para transformar crises em oportunidades. Ademais, para usufruir do retorno financeiro esperado pela aquisição de uma marca no âmbito de um processo de recuperação judicial, o novo titular deve ter presente a importância em seguir respondendo às expectativas do consumidor em relação aos atributos do produto e/ou serviço anteriormente conquistados.

5. CONCLUSÕES

A utilização de ativos da propriedade industrial para a valorização da empresa e satisfação de créditos no processo de recuperação judicial no contexto brasileiro é um tópico de

extrema relevância e complexidade. Através da análise abrangente realizada neste artigo, podemos inferir que os ativos intangíveis, como propriedade industrial, em especial as marcas, desempenham um papel crítico no processo de recuperação judicial para a satisfação dos créditos e, conseqüentemente, no soerguimento das empresas em situação de crise.

O cenário da recuperação judicial no Brasil muitas vezes envolve a alienação de ativos físicos, deixando de considerar os ativos intangíveis de modo estratégico para a valorização do estabelecimento comercial. Contudo, não se pode desconsiderar que as marcas, como a delimitação proposta neste estudo para a propriedade industrial, podem ter o seu valor afetado pela gestão estratégica e percepção de mercado. Ainda assim, a propriedade industrial, como um todo, representa um recurso valioso que pode ser utilizado para renegociação de dívidas, captação de recursos e atração de investidores, de modo tático.

Ou seja, evidenciou-se com o estudo do instituto da recuperação judicial como alternativa para a satisfação das obrigações e das marcas como ativos importantes do patrimônio empresarial que estes ativos intangíveis têm o potencial de desempenhar um papel crucial no soerguimento das empresas. Desse modo, como uma fonte alternativa de recursos, a exploração da propriedade industrial pode ser uma estratégia interessante para efetivar a preservação da empresa e cumprir o plano de recuperação judicial, nos seus termos, monetizando esses ativos e gerando fluxos de caixa adicionais.

Conforme restou demonstrado, o descuido prévio com a proteção da propriedade industrial é um dos maiores problemas quando se pretende explorá-los em momentos de crise, bem como a desvalorização dos ativos decorrentes da situação da empresa. Ainda que tais pontos representem uma preocupação legítima, ela pode ser superada com um planejamento cuidadoso e ações estratégicas, bem como a partir da educação do mercado sobre o valor intrínseco desses ativos, o investimento em sua manutenção e a adoção de estratégias de proteção eficazes como medidas essenciais para evitar a depreciação.

Em suma, ao considerar os ativos intangíveis como peças fundamentais para a recuperação judicial, as empresas brasileiras podem, potencial e estrategicamente, transformar as crises em oportunidades. Através da gestão e da inovação estratégicas dos ativos de propriedade industrial, as empresas em dificuldades podem encontrar meios eficazes de reestruturação e satisfação dos credores. Portanto, a contraposição entre a desvalorização inicial dos ativos intangíveis e seu potencial como meio estratégico de recuperação judicial ilustra a importância de uma abordagem orientada para a busca pelo soerguimento empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A revolução das fintechs: o caso nubank. **E-Commerce Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/a-revolucao-das-fintechs-o-caso-nubank> Acesso em: 02 ago. 2023.

AKERLOF, George A. SHILLER, Robert J. **O espírito animal: como a psicologia humana impulsiona a economia e a sua importância para o capitalismo global**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. Ver. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, Senado, 1998.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em 31 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11101.htm. Acesso em 31 jul. 2023.

BUSCHINELLI, Gabriel Saad Kik. **Abuso do direito de voto na assembleia geral de credores**. São Paulo, Quartier Latin, 2014.

CAVALCANTI, Joyce Mariella Medeiros. Ativos intangíveis e geração de valor na Nova Economia. **Revista Mineira de Contabilidade**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 4–8, 2022. DOI: 10.51320/rmc.v23i1.1406. Disponível em: <https://revista.crcmg.org.br/rmc/article/view/1406>. Acesso em: 16 ago. 2023.

CESÁRIO, Kone Prieto Furtunato e MORO, Maitê Cecilia Fabbri. Uma breve revista às funções marcárias. In **Propriedade intelectual** [Recurso eletrônico on-line] / organização CONPEDI/UFF ; coordenadores: Nilton César da Silva Flores, Leonardo Macedo Poli, João Marcelo de Lima Assafim. – Florianópolis : FUNJAB, 2012.

COMODO, Ana Paula de Oliveira. **A propriedade intelectual na recuperação judicial e na falência**. 2013. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Acesso em: 02 ago. 2023.

ELSTEN, Cate. HILL, Nick. Intangible Asset Market Value Study? **les Nouvelles - Journal of the Licensing Executives Society**, [S. l.], v. LII, n. 4, 2017. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3009783> Acesso em: 16 ago. 2023.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO - FIA BUSINESS SCHOOL. **Nova economia: surgimento, princípios e maiores desafios?**. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/nova-economia/> Acesso em 06 ago. 2023.

Indicadores Econômicos. **Serasa Experian**, 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/indicadores-economicos/> Acesso em: 02 ago. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas**. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em 31 jul. 2023.

Intangible Asset Market Value Study. **Ocean Tomo**, 2020. Disponível em: <https://oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study/>. Acesso em: 02 ago. 2023.

GADELHA JUNIOR, Grinaldo. **O uso da marca como alternativa inovadora no pagamento de credores em processos de falência e recuperação de empresas**. 2019. Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Pós-graduação em Indústrias Criativas. Mestrado em Indústrias Criativas, 2019.

GONÇALVES, Luís M. Couto. **Direito de Marcas**. 2 ed. rev. e atual. Coimbra: Almedina, 2003.

GONÇALVES, Luís M. Couto. **Função da Marca. Direito Industrial**. v. II, Coimbra: Livraria Almedina, 2002.

LEONARDOS, Luiz. **Anuário da Propriedade Industrial**. Revista da ABPI, 1979.

MARICHAL, Carlos. **A nova história das grandes crises financeiras: uma perspectiva global —1873-2008**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2016.

MATIAS-PEREIRA, José. A gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil é consistente?. **Revista de Adm Pública**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, n° 45(3): p. 567-90, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/ZdBMB99ZZt6zytLc3BXbVTv/?lang=pt#>. Acesso em 05 out. 2023.

Pedidos de recuperação judicial crescem 105,2% em 1 ano e MPEs são as mais impactadas, revela Serasa Experian. **Serasa Experian**, 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de-dados/pedidos-de-recuperacao-judicial-crescem-1052-em-1-ano-e-mpes-sao-as-mais-impactadas-revela-serasa-experian/> Acesso em: 02 ago. 2023.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. (Juízo da Vara Regional Empresarial da Comarca de Novo Hamburgo) **Recuperação Judicial 5008261-83.2019.8.21.0019**. Autores: INDUSTRIA DE CALCADOS WEST COAST LTDA e outros. Juiz: Alexandre Kosby Boeira. Novo Hamburgo.

SACRAMONE, Marcelo B. **Manual de Direito Empresarial**. Editora Saraiva, 2023. E-book. ISBN 9786553626256. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553626256/>. Acesso em: 26 jul. 2023.

SCHMIDT, Lélío Denicoli. **A distintividade das marcas: secondary meaning, vulgarização e teoria da distância**, 1ª edição. Editora Saraiva, 2013. E-book. ISBN 9788502197701. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502197701/>. Acesso em: 01 ago. 2023.

SCHMIDT, Lélío Denicoli. Princípios Aplicáveis aos Sinais Distintivos. In **Propriedade intelectual: sinais distintivos e tutela judicial e administrativa**. Wilson Pinheiro Jabur, Manoel J. Pereira dos Santos (Coordenadores). São Paulo: Saraiva, 2007.

SCHMIDT, Paulo. DOS SANTOS, José Luiz. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes** 6a ed. Editora Manole, 2018. E- 9788520457535. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520457535/>>. Acesso em: 26 jul. 2023.

SOWEL, Thomas. **Economia básica**. Vol. I. 5 ed. São Paulo: Alta books, 2018.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial: falência e recuperação de empresas**. v.3. Editora Saraiva, 2023. E-book. ISBN 9786553624764. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553624764/>>. Acesso em: 31 jul. 2023.

VICENTE, Dário M. **A Tutela Internacional da Propriedade Intelectual**. Grupo Almedina (Portugal), 2020. E-book. ISBN 9788584936205. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584936205/>>. Acesso em: 26 jul. 2023.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **What is Intellectual Property?**. Disponível em: <<https://www.wipo.int/about-ip/en/>> Acesso em 02 ago. 2023.