

Brasília, 22 de abril de 2026

Seleção

Sumário

Mundo do Marketing

Terça-feira, 21 de abril de 2026 | Patentes

Anaqua Cria Novo Padrão de Proteção Moderna de Marca com Soluções Orientadas...	3
---	---

Época Negócios - Online

Terça-feira, 21 de abril de 2026 | Patentes

Inovação não é ideia, é gestão	5
--------------------------------------	---

Anaqua Cria Novo Padrão de Proteção Moderna de Marca com Soluções Orientadas por IA

BOSTON, April 21, 2026 (GLOBE NEWSWIRE)

-- Anaqua, principal fornecedora de tecnologia e serviços de gerenciamento de inovação e **propriedade intelectual** (PI), anunciou hoje que expandiu sua proteção de marca comprovada, orientada por IA e em escala empresarial nas soluções da Anaqua, estabelecendo ainda mais um novo padrão na proteção moderna da marca. Com a confiança das principais marcas globais e escritórios de advocacia, a solução agora conecta dados, monitoramento e fiscalização de marcas comerciais em um ambiente único e unificado.

A solução de Proteção de **Marca** da Anaqua agora oferece monitoramento expandido em mercados, sites, domínios, mídias sociais e escritórios de marcas comerciais. Além disso, a filtragem de relevância orientada por IA e fluxos de trabalho de aplicação conectados ao portfólio, resultam em uma ação mais rápida e maior confiança para as empresas que protegem suas marcas e marcas comerciais online.

"A proteção da marca passou a ser um grande desafio de alto risco para as empresas hoje em dia", disse Toni Nijm, diretora de produtos da Anaqua. "A integração da Proteção da **Marca** nas soluções da Anaqua reflete o nosso foco em ajudar os clientes a passar perfeitamente da propriedade da marca comercial para a proteção real e escalável, com a tecnologia de IA que está profundamente conectada aos seus dados de PI."

A solução de Proteção de **Marca** da Anaqua é amplamente usada pelas principais empresas e escritórios de advocacia em todo o mundo, operando em escala em portfólios complexos e multijurisdicionais de marcas comerciais, apoiando milhões de resultados anualmente. A integração em todo o portfólio da Anaqua se baseia nessa base estabelecida, oferecendo inteligência orientada por IA e integração mais profunda de plataforma para fluxos de trabalho nos quais as empresas já usam todos os dias. As empresas que usam a solução podem alcançar consistentemente taxas de sucesso de remoção superiores a 95%, beneficiando-se de uma combina-

ção de automação, filtragem de relevância orientada por IA e análise de analistas.

Além disso, a versão mais recente do produto oferece novos aprimoramentos projetados para eliminar o atrito, aumentar a precisão e acelerar a aplicação, incluindo:

Ao contrário das ferramentas de monitoramento de marca independentes, o Anaqua Brand Protection é totalmente integrado aos fluxos de trabalho de gerenciamento e aplicação de portfólio de marcas registradas da Anaqua, e unifica o monitoramento, dados de direitos e ações em uma única plataforma.

Essa integração mais profunda permite que as empresas que já usam as soluções Anaqua ampliem a proteção sem afetar as operações de PI existentes, reduzindo a fragmentação e acelerando o tempo entre a detecção e a aplicação da proteção, incluindo o seguinte:

Com as infrações online tornando-se cada vez mais rápidas, abrangentes e mais automatizadas, a Anaqua está redefinindo a proteção de marcas por meio da IA, com uma capacidade proativa e orientada por inteligência que vai além da aplicação legal, oferecendo suporte para equipes de marketing, e-commerce e gestão de riscos de marca.

"As marcas querem mais do que simples alertas. Eles querem resultado", disse Timmi Rysgaard, Proprietário de Produto, Brand Protection da Anaqua. "Este lançamento envolve clareza, velocidade e confiança. Com o monitoramento dos canais certos, os riscos reais são sinalizados e a ação acontece rapidamente."

A Anaqua atende empresas de todos os setores, incluindo bens de consumo, moda, tecnologia, mídia, varejo, ciências da vida e esportes, bem como escritórios de advocacia que fornecem serviços de vigilância de marca comercial e proteção de marca para seus clientes.

Para mais informações, participe no próximo webinar: "AI in Brand Protection: Moving Faster Without Losing Control" (IA Protegendo **Marcas**:

Rápida Ação sem Perda de Controle) no dia 28 de abril às 10h ET e 15h GMT.

Para se inscrever no webinar: Clique em [Link](#)

Sobre a AnaquaA Anaqua, Inc. é fornecedora líder de soluções e serviços de tecnologia de gerenciamento de **propriedade intelectual** integrada (IP) para corporações e escritórios de advocacia. Suas soluções de software de gerenciamento de PI, AQX®e PATTSY WAVE®, oferecem fluxos de trabalho das melhores práticas com análise de big data e serviços habilitados para tecnologia, para a criação de um ambiente inteligente projetado para informar a estratégia de PI, viabilizar a tomada de decisões de PI e simplificar as operações de PI, adaptadas às necessidades de cada segmento. Atualmente quase metade dos 100 principais candidatos a **patentes** e marcas globais dos EUA, bem como

um número crescente de escritórios de advocacia em todo o mundo, usam as soluções da Anaqua. Mais de dois milhões de executivos de PI, advogados, assistentes jurídicos, administradores e inovadores usam a plataforma para suas necessidades de gerenciamento de PI. As operações globais da empresa estão localizadas na sede em Boston, além dos escritórios nos EUA, Europa, Ásia e Austrália. Para mais informações, visite [anaqua.com](#), ou o [LinkedIn](#) da Anaqua.

CONTATO COM A MÍDIA:

Jean KondoAnaqua+1-617-375-5808jkondo@anaqua.com

Inovação não é ideia, é gestão



País produz conhecimento, **patentes** e pesquisa, mas ainda falha em converter invenção em valor econômico e vantagem competitiva

O Brasil depositou mais de 25 mil **patentes** de invenção em 2023. À primeira vista, o número sugere dinamismo. No entanto, o relatório "Panorama Nacional de Depósitos de **Patentes** no Brasil (2000-2023)", divulgado pelo Observatório de Inovação e Empreendedorismo do Insper em março de 2026, revela um quadro menos favorável: 80,4% dessas **patentes** são de origem estrangeira. Entre as nacionais, a maior parte vem de universidades e instituições de pesquisa.

Em 2024, 37 dos 50 maiores depositantes eram acadêmicos, contra apenas 11 empresas. A leitura ganha mais contexto na cobertura da Época NEGÓCIOS, que explicita um ponto central: o país tem capacidade de gerar conhecimento, mas dificuldade em levá-lo ao mercado.

O problema, portanto, não parece estar na "invenção", mas na sua conversão em valor real. A maior parte dessas **patentes** não se transforma em produto, serviço ou processo com impacto econômico; permanece protegida, mas economicamente inerte.

No centro dessa lacuna está uma confusão recorrente nas organizações. "Invenção" é a criação de algo novo, seja um conceito técnico, um protótipo ou uma **patente**. "Inovação" só se materializa quando essa criação é incorporada à prática e produz efeito mensurável, seja em receita, eficiência, qualidade ou vantagem competitiva. Sem impacto econômico, não há inovação. Há apenas potencial não realiza-

do.

Essa definição ganha precisão quando se observa a formulação clássica de Joseph Schumpeter, economista austro-americano que tratou a inovação como motor fundamental do desenvolvimento econômico. Para ele, inovar é introduzir novas combinações na economia real, o que inclui novos produtos, novos processos produtivos, novos mercados, novas fontes de insumo ou novas formas de organização.

Em termos atuais, isso se traduz em três frentes principais dentro das empresas: inovação em produto, quando se altera a oferta; inovação em processo, quando se transforma a forma de operar; e inovação no modelo de negócio, quando se redefine a lógica de geração e captura de valor. Inovação é um fenômeno econômico e organizacional, não apenas tecnológico.

Essa distinção permite enquadrar o caso brasileiro com mais rigor. O país produz invenção, mas não sustenta o processo que a transforma em inovação nessas diferentes dimensões. Entre uma e outra, existe um sistema que precisa operar de forma integrada. É precisamente esse sistema que apresenta falhas recorrentes.

Parte da explicação está na forma como estruturamos a produção de conhecimento. O avanço das universidades no depósito de patentes foi relevante, impulsionado por políticas públicas e métricas acadêmicas. No entanto, o incentivo à proteção intelectual nem sempre vem acompanhado de viabilidade de aplicação.

Muitas tecnologias são desenvolvidas sem conexão clara com demandas de mercado. Do lado das empresas, o movimento complementar também não se consolidou. A capacidade de absorver, desenvolver e explorar **propriedade intelectual** ainda é limitada. O resultado trágico é um desalinhamento estrutural entre quem gera conhecimento e quem poderia transformá-lo em negócios.

Esse desalinhamento se agrava por uma limitação mais fundamental. Os modelos de gestão tradicio-

nais não sustentam o ciclo completo da inovação. É comum tratar inovação como iniciativa paralela, apartada da estratégia e da operação do dia a dia.

Nesse arranjo, ideias são desenvolvidas fora do "fluxo principal" e depois precisam ser incorporadas a um sistema desenhado para otimizar eficiência, previsibilidade e controle. O desfecho tende a ser previsível, com rejeição, atraso ou diluição diante das exigências cotidianas da organização.

A lógica lean oferece um contraponto relevante. Inovação não começa com ideias, mas com problemas concretos que precisam ser resolvidos. A partir deles, equipes investigam causas, testam hipóteses e desenvolvem alternativas para soluções com base em método científico. Quando esse ciclo é bem conduzido, a inovação deixa de ser um elemento externo e passa a ser resultado do próprio funcionamento do sistema de gestão. Isso aumenta a probabilidade de aplicação, porque a solução já nasce conectada à operação e à necessidade real.

Na ausência dessa lógica, o padrão se repete. Iniciativas travam em estruturas burocráticas, decisões se perdem em camadas hierárquicas e soluções não encontram aderência às reais necessidades da organização e do mercado. O resultado é desperdício de conhecimento e subutilização de talentos. O próprio relatório do Insper reforça esse ponto ao indicar que o país possui massa crítica de pesquisadores e inventores, mas não consegue converter esse ativo em vantagem competitiva.

Os padrões de liderança e comportamento organizacional ampliam esse problema. Inovação depende de um ambiente onde problemas possam ser expostos, analisados e tratados com rigor. Estruturas baseadas em comando e controle tendem a inibir esse comportamento. Líderes orientados exclusivamente por resultados de curto prazo comprimem o espaço para experimentação e aprendizado. Sem isso, o sistema deixa de gerar conhecimento novo e passa a apenas repetir padrões existentes.

A inovação permanece desconectada da estratégia, a integração entre empresas e universidades é limitada, a colaboração é episódica, não há gestão estruturada de portfólio e faltam lideranças capazes de traduzir conhecimento técnico em oportunidade de negócio. Com o avanço da IA generativa que estamos vivenciando, esse desequilíbrio tende a se acentuar. O volume de ideias aumenta rapidamente, enquanto sua conversão em aplicações concretas continua condicionada à qualidade da gestão.

A resposta talvez não esteja em ampliar a geração de ideias, mas em qualificar o sistema organizacional que as transforma em valor. Isso implica posicionar a inovação no centro da estratégia, com conexão direta às prioridades do negócio; estruturar mecanismos efetivos de colaboração com universidades e startups; desenvolver lideranças com visão sistêmica; proteger tempo e recursos para experimentação disciplinada; adotar métricas que combinem desempenho financeiro com aprendizado; e utilizar IA para acelerar a aplicação, não apenas a criação.

A lacuna fundamental é explícita. O Brasil não tem um problema de criatividade, mas de gestão da inovação. Enquanto a invenção não for tratada como insumo de um sistema orientado à aplicação, o país continuará gerando conhecimento que não se converte em valor econômico. Inovação, no sentido schumpeteriano, não é a ideia em si, mas sua inserção efetiva na dinâmica econômica.

É justamente essa conexão eficaz que nos falta. Sem ela, a produtividade fica estagnada, a competitividade se deteriora e o crescimento perde sustentação. Tratar essa lacuna como prioridade não parece opcional. Lembremos, sempre, que é exatamente isso o que define a capacidade de um país em transformar conhecimento em prosperidade.

Índice remissivo de assuntos

Marcas	1,2
Patentes	1,2,3,4
Propriedade Intelectual	1,2,3,4