



A Dinâmica dos Contratos Internacionais de Produção e Exportação: uma análise dos direitos, royalties e uso de marcas renomadas

The Dynamics of International Production and Export Contracts: an analysis of rights, royalties and use of renowned brands

Georgia Esperança Mansani¹

Centro Universitário Curitiba, Paraná, Brasil
gg.mansani@hotmail.com

Helcio Kronberg²

Centro Universitário Curitiba, Paraná, Brasil
Orcid-ID: <https://orcid.org/0000-0002-9738-894X>
helcio@kronberg.com.br

Recebido: 29.01.2025. Received: January 29th, 2025.
Aprovado: 20.04.2025. Approved: April 20th, 2025.

RESUMO

A globalização e a expansão do comércio internacional trouxeram à tona a importância dos contratos internacionais, especialmente no que diz respeito à produção e exportação de marcas renomadas consideradas de luxo. O artigo explora aspectos considerados complexos presentes em contratos internacionais, principalmente aqueles ligados aos direitos envolvidos, notadamente o pagamento de royalties e o uso de marcas consideradas de luxo no Brasil. Considera que a análise desses elementos é crucial para

* Como citar | *How to cite*:

MANSANI, Georgia Esperança; KRONBERG, Helcio. A Dinâmica dos Contratos Internacionais de Produção e Exportação: uma análise dos direitos, royalties e uso de marcas renomadas. *Revista FAPAD - Revista da Faculdade Pan-Americana de Administração e Direito*, Curitiba, vol. 5, p. e-96, 2025. DOI: <https://doi.org/10.37497/revistafapad.v5id.article.96>.

¹ Mestranda em Direito Empresarial e Cidadania do Centro Universitário Curitiba, UNICURITIBA – Curitiba-PR. Servidora da Justiça. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0912171401541167> | e-mail: gg.mansani@hotmail.com

² Doutor em Direito Empresarial pelo Centro Universitário Curitiba, UNICURITIBA – Curitiba-PR. Leiloeiro Público Oficial. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9186396559631720> | Orcid-ID: <https://orcid.org/0000-0002-9738-894X> | e-mail: helcio@kronberg.com.br

entender como as empresas se posicionam no cenário jurídico internacional e garantem a proteção de seus interesses. A pesquisa pode fornecer insights valiosos sobre como ocorre a dinâmica de internacionais de produção e exportação e fornece amparo para que se possa equilibrar os interesses das partes contratantes. Conclui tratando de como tal dinâmica pode garantir transações comerciais de exportação de modo justo, promover o incentivo de práticas empresariais éticas e, conseqüentemente, evitar o encerramento do comércio e fechamento das lojas de marcas consideradas de luxo no âmbito brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: comércio internacional; contratos internacionais; royalties; marcas de luxo.

ABSTRACT

Globalization and the expansion of international trade have brought to light the importance of international contracts, especially with regard to the production and export of renowned brands considered luxury. The article explores aspects considered complex present in international contracts, mainly those linked to the rights involved, notably the payment of royalties and the use of brands considered luxury in Brazil. It considers that the analysis of these elements is crucial to understanding how companies position themselves in the international legal scenario and guarantee the protection of their interests. Research can provide valuable insights into how the dynamics of international production and exports occur and provides support to balance the interests of the contracting parties. It concludes by discussing how such dynamics can guarantee fair export commercial transactions, promote the encouragement of ethical business practices and, consequently, avoid the closure of trade and the closure of stores of brands considered luxury in Brazil.

KEYWORDS: international trade; international contracts; royalties; luxury brands.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo explorar a complexidade dos contratos internacionais, com foco nos direitos envolvidos, no pagamento de royalties e no uso de marcas. A análise desses elementos é crucial para entender como as empresas navegam no cenário jurídico internacional e protegem seus interesses. Além disso, o estudo desses contratos pode fornecer insights valiosos sobre como equilibrar os interesses das partes contratantes, garantir a justiça nas transações comerciais e promover práticas comerciais éticas. Os contratos internacionais são acordos legais celebrados entre duas ou mais partes localizadas em diferentes países. Eles podem abranger uma ampla gama de questões, incluindo direitos autorais, patentes, marcas registradas,

transferência de tecnologia e muito mais.

A complexidade desses contratos pode ser atribuída ao fato de que eles precisam levar em consideração as leis de vários países diferentes. Isso significa que os contratos internacionais precisam ser redigidos com muito cuidado para garantir que todas as partes envolvidas estejam cientes de seus direitos e obrigações. Além disso, esses contratos precisam ser redigidos em um idioma que todas as partes possam entender. Os contratos podem ser afetados por fatores políticos e econômicos, como mudanças nas políticas governamentais, condições econômicas, flutuações cambiais, instabilidade política, entre outros. Esses fatores podem afetar a forma como os contratos são executados e podem levar a problemas legais e financeiros para as empresas envolvidas.

Portanto, é importante que as empresas estejam cientes desses fatores ao negociar contratos internacionais e incluam cláusulas que abordem essas questões. As cláusulas de *hardship* são frequentemente incluídas em contratos internacionais para lidar com mudanças imprevistas nas condições econômicas ou políticas que afetam a execução do contrato. Essas cláusulas permitem que as partes renegociem o contrato ou o rescindam se as condições mudarem significativamente. Além disso, as empresas devem estar cientes das leis e regulamentos aplicáveis em cada país envolvido no contrato e garantir que o contrato esteja em conformidade com essas leis. A negociação de contratos internacionais pode ser complexa e requer um conhecimento detalhado das leis e regulamentos aplicáveis em cada país envolvido. Portanto, é recomendável que as empresas busquem aconselhamento jurídico especializado antes de negociar contratos internacionais

2. CONTRATOS INTERNACIONAIS, ROYALTIES E USO DE MARCAS RENOMADAS

2.1 Contratos internacionais

Contratos internacionais são acordos legais entre duas ou mais partes

de diferentes países. Eles são regidos pelo Direito Internacional Privado e podem ser celebrados para diversos fins, como comércio, serviços, investimentos, entre outros. A definição de um contrato internacional é dada por dois critérios: a situação das partes quanto à sua nacionalidade ou domicílio e a localização do objeto do contrato. O contrato será considerado internacional se tiver liame com mais de um sistema jurídico.

Os contratos internacionais são complexos e exigem que os empresários adquiram conhecimentos técnicos sobre as operações comerciais entre as nações. Além disso, as cláusulas que compõem o instrumento contratual devem estar muito bem definidas para que, na hipótese de surgimento de qualquer controvérsia, esta possa ser devidamente solucionada.

As iniciativas de regulamentação pública dos contratos internacionais são feitas por meio de Tratados e pela regulamentação interna de cada país. Esse fato de o contrato internacional não estar adstrito a um único ordenamento jurídico, por si só, suscita inúmeras questões relevantes, desde a fase pré-negocial.

O Princípio da Autonomia da Vontade também deve se prestar no Direito Internacional Privado, atendendo o acordo entre as partes, de modo a atingir a finalidade do contrato internacional, que estará atrelado a mais de um sistema jurídico, por conta da pluralidade de nacionalidades atinentes a ele.

2.2 Royalties

Royalties são uma quantia paga por alguém a um proprietário pelo direito de uso, exploração e comercialização de um bem. Eles são comuns em diversos setores, como o de produtos, obras, marcas e terrenos. O royalty pode ser pago para o governo ou para a iniciativa privada.

No caso de royalty aos governos é geralmente devido à extração de recursos naturais, como minérios, carvão, petróleo e gás. A ideia é que o Estado receba um retorno por permitir que empresas privadas lucrem com os seus recursos e, também, garantir compensações por gerar possíveis danos ambientais ou sociais a uma região.

Já na esfera privada os royalties são direitos garantidos em diversos setores. São direitos autorais em bens artísticos, como no caso de músicas, letras, peças teatrais, fotografias e imagens em geral. Os royalties são especialmente comuns em sistemas de franquias, sendo uma taxa paga de forma regular ao franqueador pelo franqueado pelo direito de uso da marca ou do modelo de negócios, entre outros. Pode ser cobrado por percentual do faturamento bruto obtido com a franquia ou por um valor fixo previamente acordado em contrato. Também há cobrança em processos tecnológicos pelo uso de patentes. Se o patenteado liberar a reprodução do seu objeto de patente, ele tem direito a uma compensação financeira por meio de royalties.

Contratos internacionais e royalties são dois temas que frequentemente se relacionam. Quando duas ou mais partes de diferentes países celebram um contrato, é comum que haja a necessidade de pagamento de royalties. Isso ocorre, por exemplo, quando uma empresa estrangeira licencia uma tecnologia ou marca registrada de uma empresa nacional. Nesse caso, a empresa nacional pode receber royalties pela utilização da tecnologia ou marca registrada em questão.

Os royalties também podem ser objeto de contratos internacionais específicos. Assim, um bom exemplo, um contrato de licenciamento de patente pode prever o pagamento de royalties em diferentes países, dependendo do local onde a patente é utilizada.

2.3 Uso de Marcas Renomadas

Empresas buscam proteger suas marcas e garantir que elas sejam usadas de maneira adequada e legal, envolvendo a negociação de termos específicos no contrato, como a duração do uso da marca, as regiões onde a marca pode ser usada e as condições sob as quais a marca pode ser usada. Por exemplo, em um contrato de licenciamento de marca, o licenciado pode ser autorizado a usar a marca em um determinado país ou região, mas não em outros.

Além disso, o contrato pode especificar que o licenciado só pode usar a

marca para um determinado tipo de produto ou serviço. O licenciado também pode ser obrigado a cumprir certas obrigações, como manter a qualidade dos produtos ou serviços que oferecem sob a marca.

Na Enciclopédia Jurídica da PUC-SP, os Autores Clarissa Ferreira Macedo D'Isep e José Augusto Fontoura Costa ao explicar sobre os contratos internacionais de marcas renomadas, explicam que:

A utilização de marcas renomadas nos contratos internacionais pode ser um fator de segurança para as partes contratantes, uma vez que a marca renomada pode ser um indicativo de qualidade e confiabilidade do produto ou serviço ofertado. No entanto, é importante que as partes estejam atentas às questões de propriedade intelectual envolvidas, bem como às normas regulatórias dos países envolvidos na relação contratual.³

É importante que esses termos sejam muito bem definidos no contrato para evitar controvérsias futuras. Por isso, é comum que as empresas busquem assessoria jurídica especializada para elaborar e negociar esses contratos.

A complexidade desses contratos pode ser desafiadora, pois eles envolvem muitos elementos diferentes e têm implicações legais significativas. Compreender esses elementos é fundamental para as empresas navegarem efetivamente no cenário jurídico internacional e protegerem seus interesses.

3. ESTUDO DE CASO - A RETRAÇÃO DO MERCADO DE LUXO NO BRASIL

O artigo “Brasil perde 25% das marcas de luxo nos últimos três anos” publicado pela Exame⁴ relata que o número de marcas estrangeiras de luxo no Brasil diminuiu em 25% de 2017 a 2019, passando de mais de uma centena para menos. A recessão econômica que afetou as vendas e a falta de adaptação

³ D’ISEP, Clarissa Ferreira Macedo e COSTA, José Augusto Fontoura. **Contrato Internacional**. Enciclopédia Jurídica PUC/SP. Tomo Direito Internacional, Edição 1, Fevereiro de 2022.

⁴ EXAME. **Brasil perde 25% das marcas de luxo nos últimos três anos**. <<https://exame.com/negocios/brasil-perde-25-das-marcas-de-luxo-nos-ultimos-tres-anos/>>. Acesso em: 1 set. 2023.

dos grupos internacionais ao país foram os principais motivos para a diminuição. A matéria destaca que a retração do mercado de luxo brasileiro está na contramão do que ocorre no mundo, já que a indústria cresceu 5% globalmente em 2018, com um faturamento de 1,2 trilhão de euros.

Este fenômeno é exemplificado pelo movimento da Versace, que funcionou normalmente até o último Natal e depois baixou as portas de sua última loja ainda em operação no Brasil, localizada no Shopping Iguatemi, em São Paulo.

A despedida de marcas como *Lanvin* (roupas), *Kate Spade* (bolsas) e *Vacheron Constantin* (relógios) tem relação com as perdas causadas pelos anos de recessão ou crescimento fraco registrado a partir de 2014.⁵ No entanto, não é só isso: boa parte das que deixaram o País são operações próprias dos grupos estrangeiros, que optaram por voar solo em vez de trabalharem com um parceiro local, modelo que era a regra até meados da década passada.⁶

Claudio Diniz, coordenador executivo no Brasil do Núcleo de Luxo da Universidade de Paris, explica que:

No Brasil, com exceção de uma pequena parcela de consumidores argentinos e, mais recentemente, angolanos, as marcas de luxo vendem basicamente para brasileiros. Nós não somos como o México, que vende muito para americanos, e muito menos como os europeus, que vendem para gente do mundo todo, em particular os chineses.⁷

Além da carga tributária, que é um dos principais problemas do setor, o mercado brasileiro tem características muito próprias, com as quais eles não estão habituados, como as compras parceladas ou as diferenças regionais.

Vender luxo em São Paulo é completamente diferente de vender no Rio, em Brasília ou Curitiba. A retração do mercado de luxo brasileiro está na contramão do que ocorre no mundo. No ano de 2019, a consultoria *Bain &*

⁵ *Idem.*

⁶ *Idem.*

⁷ *Idem.*

Company reportou um crescimento global de 5% da indústria em 2018. Este estudo de caso ilustra a complexidade dos contratos internacionais e a importância da adaptação ao mercado local.⁸

4. IMPLICAÇÕES JURÍDICAS E ESTRATÉGICAS NA RETRAÇÃO DO MERCADO DE LUXO

O estudo de caso mencionado anteriormente, destaca que a retração do mercado de luxo no Brasil tem implicações significativas para as empresas internacionais. Algumas dessas implicações incluem:

- Impacto na economia: a diminuição do número de marcas estrangeiras de luxo no Brasil pode ter um impacto negativo na economia do país, uma vez que o mercado de luxo é um importante gerador de empregos e receita. Além disso, a diminuição do número de marcas pode afetar a imagem do Brasil como um destino atraente para investimentos estrangeiros. A retração do mercado de luxo destaca a importância da adaptação ao mercado local. As empresas internacionais devem estar cientes das características únicas do mercado brasileiro, como as compras parceladas e as diferenças regionais. A falta de compreensão dessas características pode levar a dificuldades operacionais e financeiras.
- Questões regulatórias: as empresas internacionais que desejam operar no mercado brasileiro devem estar cientes das leis e regulamentações locais. Isso inclui questões relacionadas à propriedade intelectual, tributação e regulamentação de produtos.
- Adaptação ao mercado local: as empresas internacionais devem estar preparadas para se adaptar ao mercado local. Isso inclui entender as preferências dos consumidores locais, adaptar seus produtos e

⁸ EXAME. **Brasil perde 25% das marcas de luxo nos últimos três anos.** <<https://exame.com/negocios/brasil-perde-25-das-marcas-de-luxo-nos-ultimos-tres-anos/>>. Acesso em: 1 set. 2023.

serviços para atender às necessidades locais e estabelecer parcerias com empresas locais.

- Concorrência: a diminuição do número de marcas estrangeiras de luxo no Brasil pode levar a um aumento da concorrência entre as empresas restantes. Isso pode levar a uma pressão sobre os preços e margens de lucro.

Assim, a retração do mercado de luxo também tem implicações estratégicas. As empresas internacionais devem considerar cuidadosamente suas estratégias de entrada no mercado e parcerias locais. A escolha entre operações próprias ou parcerias locais pode ter um impacto significativo no sucesso da empresa no mercado brasileiro.

Em resumo, a retração do mercado de luxo no Brasil destaca a complexidade dos contratos internacionais e a importância da adaptação ao mercado local. As empresas internacionais devem considerar cuidadosamente essas implicações ao entrar no mercado brasileiro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo "A Dinâmica dos Contratos Internacionais de Produção e Exportação: uma Análise dos Direitos, Royalties e uso de Marcas Renomadas" explora a complexidade dos contratos internacionais, com foco nos direitos envolvidos, no pagamento de royalties e no uso de marcas. A análise desses elementos é crucial para entender como as empresas navegam no cenário jurídico internacional e protegem seus interesses. Assim sendo o estudo desses contratos pode fornecer insights valiosos sobre como equilibrar os interesses das partes contratantes, garantir a justiça nas transações comerciais e promover práticas comerciais éticas.

Os contratos internacionais são acordos legais celebrados entre duas ou mais partes localizadas em diferentes países. Eles podem abranger uma ampla gama de questões, incluindo direitos autorais, patentes, marcas registradas, transferência de tecnologia e muito mais. A complexidade deste tipo

de contrato pode ser atribuída ao fato de que eles precisam levar em consideração as leis de vários países diferentes. Isso significa que os contratos internacionais precisam ser redigidos com muito cuidado para garantir que todas as partes envolvidas estejam cientes de seus direitos e obrigações. Ressalta-se que tais contratos precisam ser redigidos em um idioma que todas as partes possam entender de modo pleno.

Com base nas informações fornecidas, é possível concluir que o estudo dos contratos internacionais é fundamental para garantir a justiça nas transações comerciais e promover práticas comerciais éticas. É importante lembrar que esses contratos são acordos legais complexos que precisam levar em consideração as leis de vários países diferentes. Portanto, é crucial que todas as partes envolvidas estejam cientes de seus direitos e obrigações. Além disso, é importante destacar que esses contratos precisam ser redigidos em um idioma que todas as partes possam entender.

Por fim, é possível concluir que o estudo dos contratos internacionais pode fornecer insights valiosos sobre como equilibrar os interesses das partes contratantes e proteger os interesses das empresas no cenário jurídico internacional.

REFERÊNCIAS

D'ISEP, Clarissa Ferreira Macedo; COSTA, José Augusto Fontoura. Contrato Internacional. **Enciclopédia Jurídica PUC/SP**. Tomo Direito Internacional, Edição 1, fev. 2022.

DREYFUSS, Rochelle C.; PILA, Justine. ***The Oxford Handbook of Intellectual Property Law***. Oxford University Press, 2018.

EXAME. **Brasil perde 25% das marcas de luxo nos últimos três anos**. <<https://exame.com/negocios/brasil-perde-25-das-marcas-de-luxo-nos-ultimos-tres-anos/>> Acesso em: 1 set. 2023.

FONTAINE, Marcel. ***Drafting International Contracts: An Analysis of Contract Clauses***. Kluwer Law International, 2006.

FOLSOM Ralph H.; GORDON, Michael W.; ALSTIN, Michael P. Van.

International Business Transactions: A Problem-Oriented Coursebook. West Academic Publishing, 2012.

GILLET, Clayton P. e WALT, Steven D. ***International Commercial Contracts: Applicable Sources and Enforceability.*** Oxford University Press, 2017.

HARDMAN, Patrícia Faveret. A Autonomia Privada nos contratos internacionais de acordo com o Direito Internacional Privado e o Direito Interno Brasileiro. PIDCC: **Revista em propriedade intelectual direito contemporâneo**, v. 11, n. 2, p. 306-342, 2017.

LOBO, Paulo Luiz Netto. **Contratos.** São Paulo: Saraiva, 2. ed. 2014.

MOSTERT, Frederick W.; ANAND, Pravin. ***Famous and Well-Known Marks: An International Analysis.*** Intellectual Property Institute, 2004.

MOOIJ, Marieke. ***Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes.*** SAGE Publications, 2021.

SCHWENZER, Ingeborg; KEE, Christopher; REHREN, Thilo. **International Sales Law: A Global Challenge.** Oxford University Press, 2015.

Como citar | How to cite:

MANSANI, Georgia Esperança; KRONBERG, Helcio. A Dinâmica dos Contratos Internacionais de Produção e Exportação: uma análise dos direitos, royalties e uso de marcas renomadas. *Revista FAPAD - Revista da Faculdade Pan-Americana de Administração e Direito*, Curitiba, vol. 5, p. e-96, 2025. DOI: <https://doi.org/10.37497/revistafapad.v5id.article.96>.
