

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CAROLLYNE FERREIRA ALVES

**A PATENTE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA E
ESTRATÉGICA PARA AS EMPRESAS**

RIO DE JANEIRO

2016

CAROLLYNE FERREIRA ALVES

**A PATENTE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA E
ESTRATÉGICA PARA AS EMPRESAS**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Escola de Biblioteconomia
da Universidade Federal do Estado do Rio
de Janeiro como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em
Biblioteconomia

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto
Ferreira

RIO DE JANEIRO

2016

CAROLLYNE FERREIRA ALVES

**A PATENTE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA E
ESTRATÉGICA PARA AS EMPRESAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
à Escola de Biblioteconomia da
Universidade Federal do Estado do Rio de
Janeiro como requisito parcial à obtenção do
grau de Bacharel em Biblioteconomia

Aprovada em 19 de Dezembro de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Carlos Alberto Ferreira
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof^a. Dra. Lidiane dos Santos Carvalho
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof^a. Dra. Patricia Silva Ferreira
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

A472a

Alves, Carollyne Ferreira.

Patentes como Fonte de Informação Estratégica / Carollyne Ferreira Alves. – 2016.
52 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) -
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

Bibliografia: f. 41-45.

1. Patentes. 2. Fonte de Informação estratégica. 3. Inovação. I. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado oportunidade de chegar até aqui.

Aos meus familiares e amigos que desde sempre estiveram ao meu lado apoiando minhas escolhas e me incentivando em todos os momentos.

Aos professores da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), que foram de suma importância para meu crescimento intelectual e profissional.

Aos amigos que fiz na Universidade, pelos momentos maravilhosos que passamos juntos e pelo apoio ao longo desses 06 anos de graduação.

RESUMO

O estudo apresenta a utilização de patentes no âmbito biblioteconômico, econômico, comercial e industrial não só como um recurso que permite direitos ao dono de um invento, mas também como uma fonte importantíssima de informação, ferramenta para gestão estratégica, empresarial, tomada de decisão e monitoramento informacional. Tem como objetivo desenvolver um estudo de caso da empresa L'Oréal e refletir sobre o uso e a pesquisa de informações contidas em documentos de Patentes na avaliação de mercado e das oportunidades do ponto de vista da empresa. O procedimento metodológico adotado para o presente estudo foi pesquisa bibliográfica (livros, artigos, monografias), pesquisa documental em banco de patentes do INPI, no sitio da instituição e também acessado via rede mundial de computadores e a organização em tabela dos dados recuperados no banco de patentes. Expõe os resultados do estudo de caso realizado a partir de documentos de patentes relativos a produtos/*kits* de alisantes e relaxantes capilares, a aplicação destas informações para ampliação de estratégias mercadológicas como o conforto que estes produtos proporcionam ao cliente e tendências tecnológicas.

Palavras-chave: Patente; Inovação; Gestão da Informação; Gestão do Conhecimento; Cabelo.

ABSTRACT

The study presents an application of patents in the librarian, economic, commercial and industrial scope not only as a resource that allows rights to the owner of an invention, but also as an important source of information, a tool for strategic, business management, Decision and informational monitoring. It aims to develop a company case study. The analysis and analysis of a research information contained in patent documents in a market assessment and opportunities from the company's point of view. The methodological procedure adopted for the present study of bibliographic research (books, articles, monographs), documentary research in the INPI patent bank, on the institution's website and also accessed through the worldwide computer network and organization of the data retrieved in the database. Data Patents It presents the results of the case study carried out from patent documents related to products / kits of hair relaxers and sedatives, an application for the expansion of marketing strategies such as the comfort that these products provide to the client and technological trends.

Keywords: Patent; Innovation; Information management; Knowledge management; Hair

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 QUADRO TEÓRICO	12
2.1 Conceituar – Inovação e desenvolvimento na Era do Conhecimento	12
2.2 Gestão do conhecimento e Gestão da informação para inovação – Empresas	14
2.3 Sistema de Propriedade Intelectual e a Gestão da Inovação – Como se transforma uma ideia em inovação e depois em vantagem competitiva	18
2.4 Propriedade Industrial – Patentes	19
2.4.1 Apresentação de um documento de patentes	21
2.4.1.2 Patente – Fonte de Informação utilizável	23
3 METODOLOGIA	28
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
4.1 A empresa: Estudo de caso	29
4.1.4 Análise de dados	32
4.2 Mercado, perfil consumidor no brasil - área tecnologia estudo de caso	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERENCIAS	41
ANEXO – TABELA I.....	46

I INTRODUÇÃO

A chamada Era da Informação trouxe novos desafios e necessidades para as organizações e seus gestores. A evolução tecnológica e o fácil acesso à informação fizeram com que o mercado consumidor se tornasse mais exigente e ávido pelo novo. Fez-se necessário que as empresas buscassem inovar em seus produtos e processos para se manterem em um mercado instável e competitivo, no qual, inovação passou a ser a palavra de ordem. Para atender a essa demanda, hoje as empresas vêm mobilizando recursos para otimizar seu capital humano e tecnologia (AMORIM e TOMAÉL, 2011).

As organizações sempre utilizaram diversos indicadores de desempenho a fim de identificar seus pontos positivos, negativos e mercados concorrentes. Em um cenário competitivo e mais avançado tecnologicamente, foi necessário a criação de um ambiente que proporcionasse o uso do conhecimento e da informação de forma mais eficiente. Assim, inicia-se o uso do conceito denominado Gestão da Informação e de Gestão do Conhecimento (WINKELMANN, 2015).

A partir de um cenário de demandas por inovação e competitividade - a título de reservar direitos legais em meios competitivos às organizações, inventores e marcas - foram criadas em diversos países agências de promoção da proteção da Propriedade Intelectual¹ (PI) que cuidam dentre outras coisas dos registros de ativos de Propriedade Industrial tanto para produtos, quanto para processos tecnológicos. No Brasil, contamos com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), instituição responsável por cuidar da propriedade industrial (INPI, 2016), dentre os ativos dos quais o INPI cuida estão as patentes, marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, entre outros. As patentes são os ativos mais conhecidos pela indústria, e são divididos em Patentes de Invenção, e Patentes - Modelos de Utilidade.

No âmbito biblioteconômico, econômico, comercial e industrial as patentes passaram a ser vistas não só como um recurso que permite direitos ao dono de um invento, mas também como uma fonte importantíssima de informação, ferramenta para gestão estratégica, empresarial, tomada de decisão, monitoramento informacional (FRANÇA, 1997).

Em se tratando da importância das informações contidas em patentes para a economia brasileira, temos como exemplo o setor da beleza, que segundo a revista EXAME, 2016, a cada ano, cada brasileiro investe US\$ 45 em produtos desta categoria e, mesmo com a crise, as

¹BRASIL. Lei 9.279/96, de 14 de maio de 1996 – Lei de Propriedade Industrial (LPI).

previsões são de que o faturamento continuará a crescer atingindo US\$ 11 bilhões em 2019 (Revista EXAME, 2016).

Com foco no cenário de uso da informação tecnológica obtida em patentes foi que optamos por desenvolver um estudo de caso, a fim de verificar a utilização e influência do uso de patentes em setores da economia brasileira, como no setor da beleza/cosméticos.

A escolha do setor de beleza se deu inicialmente por um cunho pessoal, pois enquanto mulher, negra e consumidora deste setor, sempre busco novidades que atendam as minhas necessidades, de forma confiável e acessível.

Observa-se que o Brasil apresenta grande destaque no mercado mundial, enquanto produtor e consumidor desses produtos, ocupando hoje, papel preponderante na economia brasileira. (SEBRAE, 2016), o que nos leva a crer, que o presente trabalho tem relevância para profissionais de áreas afins, que busquem de forma mais abrangente compreender a utilização das patentes e informações nela contidas e o papel que esta fonte de informação pode exercer em relação a criação de vantagens competitivas, salientando o papel exercido pela inovação no mercado atual, seja como produto ou processo.

A empresa que será apresentada em nosso estudo de caso é a L'Oréal. A marca não é brasileira, mas conquistou espaço em nosso mercado, vem movimentando a economia do setor a qual pertence e adaptando-se para melhor atender ao público consumidor. A escolha desta empresa como objeto de estudo, ficou a cargo da sua ampla linha de produtos, credibilidade e perfil enquanto organização, além de atender aos requisitos delimitados para o desenvolvimento do estudo de caso. Ao longo do trabalho, mostraremos todos os detalhes relevantes ao cargo desta organização para o estudo de caso.

OBJETIVO GERAL

Desenvolver um estudo de caso da empresa L'Oréal; investigar o uso e a pesquisa de informações contidas em documentos e apresentar uma avaliação de mercado e possibilidades do ponto de vista da empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Apresentar a inovação como importante suporte para as organizações, focando na gestão da informação;
- Fazer levantamento bibliográfico do setor da beleza no Brasil e do histórico da empresa e seu nicho de mercado;

- Realizar um levantamento das patentes protegidas pela empresa com foco no mercado brasileiro para determinados tipos de produtos e tecnologias;
- Discutir sobre informação estratégica obtida nas patentes da L'Oréal;

O procedimento metodológico adotado foi a pesquisa bibliográfica (livros, artigos, monografias), para o desenvolvimento do quadro teórico, acessado via rede mundial de computadores.

Também foi realizada uma pesquisa documental em banco de patentes do INPI, no sítio da instituição e também acessado via rede mundial de computadores. Para o desenvolvimento do estudo de caso fizemos uso do sítio da empresa selecionada, a partir de folders e comunicados, além de dados publicados na rede mundial de computadores.

A estrutura do texto foi desenvolvida em cinco secções. A primeira, apresenta a introdução, a segunda mostra quadro histórico/teórico acerca da ideia de inovação e desenvolvimento na Era do Conhecimento; Gestão do Conhecimento e da Informação para inovação em empresas; sistema de Propriedade Intelectual e a Gestão da Inovação e propriedade industrial – patentes. A terceira secção consiste em descrever a metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho. A quarta traz os resultados e discussão do trabalho de pesquisa sobre a L'Oréal (estudo de caso, dados coletados e análises). A quinta e última secção, apresenta as considerações finais acerca do trabalho desenvolvido e as perspectivas futuras.

I. QUADRO TEÓRICO

Apresentar-se-à aqui o quadro teórico utilizado para o desenvolvimento deste estudo, procurando, de forma sucinta, tratar os assuntos considerados relevantes para a fundamentação teórica conceitual da pesquisa.

2.1 CONCEITUAR – INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO NA ERA DO CONHECIMENTO

Chegando ao século XXI, nos deparamos com um cenário de rápidas transformações e respaldado na expansão tecnológica. O mercado foi levado a este ponto devido a Chamada era do Conhecimento, onde o consumidor, passou a ter acesso a um número elevado de informações e produtos finais, exigindo reestruturação de diversos setores e investimentos em tecnologia. Como produto dessas mudanças são obtidos benefícios como diferencial no produto final em relação ao seu concorrente, mais espaço no mercado competitivo e ainda um tipo de inovação que se aplica para que haja uma melhora diária nos processos já existentes. Sobre inovação tecnológica, asseguram Lima e Barreto:

Quando se fala em Inovação Tecnológica, parte-se do pressuposto de passar de uma tecnologia para outra. Inovar significa mudar, criar uma nova tecnologia a partir de uma tecnologia já dada. A inovação tecnológica pode ser de produto ou processo (Lima e Barreto, 2013, p.1).

É importante deixar claro que inovação não está exclusivamente ligada a tecnologia. Uma empresa pode inovar na forma de gerir conhecimento ou no marketing utilizado para a venda de um determinado produto por exemplo, para Simantob (2003 *apud* PILLON e FREITAS FILHO, 2014, p.1), inovação é uma iniciativa, modesta ou revolucionária, que surge como uma novidade para a organização e para o mercado e que, aplicada na prática, traz resultados econômicos para a empresa — sejam eles ligados à tecnologia, gestão, processos ou modelo de negócio”. O presente estudo visa focar mais especificamente na inovação no âmbito tecnológico e ou processual.

Tratando-se de inovação no âmbito processual/ organizacional pode-se mencionar a sua utilização como forma de obter vantagem competitiva, mecanismo este que atualmente as empresas vem fazendo uso com o objetivo de expandir seu leque de oportunidades em muitos setores dentro da empresa, acerca disto, Porter, (1989 *apud* SILVA e DACORSO, 2013, p. 252) argumenta que o foco pode ser em três áreas afins dentro de uma organização. São elas: 1) **Liderança** com finalidade de reduzir o custo de produção, 2) **Diferencial** em relação ao seu

produto final para ganho de espaço sobre os concorrentes atuantes no mercado, e 3) Enfoque em **Estratégia** para obtenção de vantagem competitiva a longo prazo.

Para Tether, (2003 *apud* SILVA e DACORSO, 2013, p. 252) [...] “a capacidade de inovar das empresas, dada pelas práticas e atitudes, pela capacidade de aprender e se adaptar e pelas habilidades estratégicas e competências organizacionais, se torna fator-chave na relação com o ambiente”. Se pudermos traçar um paralelo entre a afirmação de Porter sobre enfoque em estratégias e Tether sobre a capacidade de inovar das empresas podemos destacar o que chamamos de **Inovação Aberta**. Esta proposta faz uso de conhecimentos obtidos fora da organização considerando que boa parte das estratégias adotadas advém de fontes externas não excluindo as internas Tidd, Bessant e Pavitt, (2008 *apud* PILLON e FREITAS FILHO, 2014, p.1)

A inovação aberta são práticas internas de organizações e possíveis terceirizações, pontos que vem de ambiente externo ao longo do processo de desenvolvimento de produtos (RAHMAN e RAMOS, 2010). Para ilustrar este conceito de inovação aberta podemos citar alguns setores dentro de uma organização que poderiam melhor atender aos seus propósitos caso fizessem uso desta ferramenta. O setor de P&D de uma organização, se beneficia da inovação aberta quando um estudo de fontes externas, aponta fonte de conhecimento (tais como: cientistas/pesquisadores) no mundo todo, aptos às mesmas funções das quais os colaboradores que empresa necessita para o desenvolvimento interno.

A cooperação é um fator relevante neste caso, quando em lugar de uma competição as empresas optam por uma parceria. O movimento cooperativo acarreta em diminuição de investimentos - sem perda de crescimento; as organizações envolvidas passam a desenvolver seus produtos utilizando das mesmas tecnologias, investindo juntas em recursos de crescimento (divisão de gastos e permanência ou aumento de lucro).

A colaboração em rede, é outra forma de aplicação da inovação aberta que consiste da elaboração e aplicação de pesquisas via alguma plataforma digital (que pode ser o site da empresa ou até mesmo redes sociais), para identificar o que os consumidores buscam no produto e o que esperam que as organizações façam.

Conforme proposto, apresentamos o conceito de inovação e suas aplicações dentro de uma organização. A diante iremos de forma breve tratar a ideia de desenvolvimento, sua relação com a inovação e utilização na era do conhecimento.

Para desenvolvimento, a definição:

1. Avanço, prosperidade, evolução ou progresso; transformação de uma situação para outra, sendo que a última é sempre mais aprimorada que a anterior; 2. Expansão ou crescimento das habilidades físicas e/ou intelectuais de algo ou alguém; 3. Aumento ou incremento através de reprodução; prosseguimento, propagação ou desdobramento; 4. Ação ou resultado de (se) desenvolver; 5. Explanação ou explicação lógica de conceitos ou pensamentos, tanto por escrito como oralmente; composição, exposição ou elaboração; 6. Situação ou circunstância da nação que demonstra possuir um elevado grau de produtividade e um nível de vida bastante alto (FERREIRA, 2010, p.239).

Pode-se dizer que desenvolvimento é parte do processo de inovação, e também parte do produto gerado por ela. Levando em consideração esses dois conceitos, onde respectivamente um reserva a solução de problemas relacionados a tecnologia advindas de processo de pesquisa, onde o produto final é resultado do desenvolvimento de sistemas tecnológicos, capital humano e implementação de estratégias e o outro está ligado ao processo de transformação, crescimento, elevação, propagação de tecnologia ou outras atividades desenvolvidas dentro de uma organização, é notável a relação entre os dois conceitos.

Na era da inovação as organizações vêm trabalhando de forma que esse perfil inovador e a utilização das ferramentas disponíveis para melhor se estruturar e atender as demandas mercadológicas fiquem aparentes a concorrência e ao consumidor. As exigências vêm crescendo e por sua vez a necessidade de trabalhar para acompanhar esse processo de mudança.

De modo simples, escolhemos e indicamos alguns pontos considerados importantes para apresentar em que se baseia a ideia de inovação, sua aplicação e desenvolvimento, levando em consideração que tais conceitos são parte importante e integrante de processos denominados Gestão do Conhecimento e Gestão da Inovação que serão melhor apresentados a seguir.

2.2. GESTÃO DO CONHECIMENTO E GESTÃO DA INFORMAÇÃO PARA INOVAÇÃO – EMPRESAS

Sobre informação e conhecimento na atualidade, asseguram Amorim e Tomaél:

Na sociedade contemporânea, a informação e o conhecimento estão sendo considerados fundamentais para as organizações que se encontram em ambientes de extrema incerteza. A informação e o conhecimento atuam como diretrizes para que as instituições, por meio das pessoas possam agir de forma eficaz frente a tanta complexidade (AMORIM; TOMAÉL, 2011, p.2).

Segundo as afirmações mencionados anteriormente, é possível perceber a importância que ambos os conceitos assumiram no mercado ao longo do tempo. Veremos algumas

características acerca do primeiro, que será abordado de forma mais detalhada neste primeiro momento.

Acerca da ideia de conhecimento:

[...] classifica-se o conhecimento em explícito e tácito. O conhecimento explícito é aquele que pode ser facilmente codificado, podendo ser representado, armazenado, compartilhado e efetivamente aplicado. Enquanto o conhecimento tácito é difícil de ser expresso, representado ou comunicado, expresso através de intuições, insights ou crenças do indivíduo. Nonaka e Takeuchi (*apud* TORRES; MEDEIROS; SOUZA, 2009).

A Gestão do Conhecimento é um processo que se caracteriza por criar, adquirir, armazenar e compartilhar conhecimento. A adoção e criação de processos de gerenciamento que possibilite implementação de processos de criação e aprendizado individual, coordenação recursos em vários setores: organizacional e individual; estratégico e operacional; normas formais e informais Faggion; Balestrin; Weyh, (2002, *apud* CAVALCANTI, ALMEIDA NETO e ALMEIDA, 2006, p.6).

Para tornar possível a execução das práticas gerencias mencionadas acima, devem existir atores capazes de: identificar necessidades informacionais, mapear fluxos da informação dentro e fora da organização, busca, coleta, análise, armazenagem e disseminação de conteúdo. A Estratégia deve ainda ser capaz de disponibilizar informações solicitadas dentro de um tempo x padrões necessários para solucionar problemas, auxiliar na tomada de decisão e gerar ideias.

Um outro conceito importante para auxiliar a compreensão dos processos de gestão mencionados, é o conceito de informação; Informação por sua vez é um recurso tangível, que apresenta contribuições para execução de processos dentro de uma organização, e deve ser gerenciada e controlada.

De acordo com Le Coadic:

[...] a informação possui duas características importantes: sua explosão quantitativa e a implosão do tempo para sua comunicação, e a define como um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita, seja ela em meio impresso ou digital, oral ou audiovisual, em um suporte, possuindo um elemento de sentido. Le Coadic, (2005, *apud* MONTEZANO, 2009, p.8)

Tendo visto duas de suas características mais importantes e a forma como se apresenta, para uma melhor/ maior compreensão distinguimos os diferentes tipos e uso da informação - são detalhes importantes para uma utilização eficaz desta ferramenta e na execução dos processos com excelência. É importante se utilizar do tipo de informação adequada, para obtenção de sucesso no processo a ser desenvolvido. Para identificar os usos da informação, assegura Buckland (1991, *apud* Amorim e Tomaél, 2011, p.3):

É possível identificar os usos mais comuns do termo informação: a) informação como processo: informação repassada gera nova informação, desta forma, a informação somente se renova caso seja compartilhada entre os pares - quando a informação é repassada, o que sabemos muda; b) informação como conhecimento: a informação apropria conhecimento ao indivíduo, o que reduz a incerteza; é o que se percebe com a informação como processo, esta acaba gerando novo conhecimento; c) informação como coisa: é vista como objeto, dados e documentos que possuem caráter instrutivo de dar conhecimento ou comunicar uma informação. Buckland (1991, *apud* AMORIM e TOMAÉL, 2011, p.3)

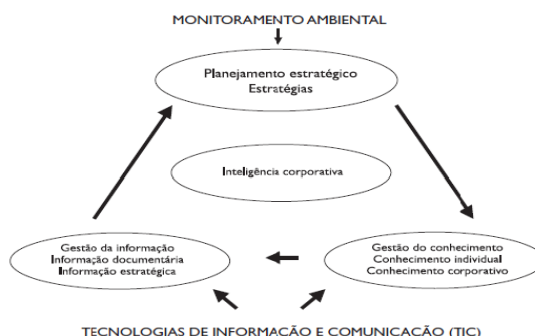
A caracterização da finalidade que será dada a informação, tem papel decisivo para um gerenciamento eficiente. É tarefa do gestor identificar o tipo e uso que serão dados. Podemos classifica-la em:

a) informação sem interesse – a que pode ser dispensada pela organização, pois sua manutenção não agrega valor; b) informação potencial – é aquela que pode levar a uma vantagem competitiva; c) informação mínima – configura-se na informação necessária à gestão da organização e d) informação crítica – a que garante a sobrevivência da organização. Moresi, (2000, *apud* AMORIM e TOMAÉL, 2011, p.4).

Observa-se que conhecimento e a informação são complementares, estão diretamente ligados às habilidades de criação e aprendizagem do capital humano e ao ambiente organizacional em que se inserem. As organizações precisaram passar por reestruturações, captar, indexar, classificar, analisar informação coletada, adequar sua “mão-de-obra, ferramentas e gestão/administração de ativos de forma que fossem criadas oportunidades estratégicas dentro de um ambiente competitivo. Os processos de gestão têm essa função, organizar as reestruturações e ou inovações (no caso de inovações relativas a processo).

A gestão estratégica do conhecimento e da informação tem conceitos e representações diferentes entre si, mas funcionam de maneira unificada, de modo a promover uma sistematização de processos que equilibram e aumentam as perspectivas e vantagens organizacionais. Para ilustrar a utilização integrada dos processos gerenciais respectivamente de informação e conhecimento, analisamos a FIGURA 1.

Figura1: Integração da Gestão do Conhecimento e Gestão da Informação



Fonte: TARAPANOFF (2006, p.31)

Na Figura 1, a criação do conhecimento está representada pela gestão do conhecimento, já a gestão da informação relaciona-se com o processamento da informação que será utilizada no planejamento estratégico. No meio da figura, o que chamamos de inteligência corporativa está ligada ao ciclo de trocas de informações no ambiente organizacional, cruzamento e análise de dados. Os processos de gestão que temos mencionado, são cooperativos e se dão dentro e fora das organizações, isso torna eficiente a criação de novos conhecimentos e integra sistemas e vem de certa forma a reiniciar um ciclo.

Podemos compreender que as empresas que vêm trabalhando com o conhecimento e a informação como matéria prima, tem crescido, poupado custos desnecessários, investido onde existem demandas, se atualizando e garantindo vantagens em relação a concorrência. Todos os fatores de sucesso estão relacionados a implementação da Gestão de Conhecimento e Informação, mas se não houver aplicação de maneira coerente (da informação) não será possível alcançar os objetivos ao qual se propõe. Acerca da utilização dos processos de gestão e reestruturação das organizações, mudanças de comportamento organizacional, Hoffmann, 2011, assegura:

[...] a mudança de comportamento das organizações é proveniente do seu meio ou mercado, pois com o mercado globalizado, caracterizado por ausência de fronteiras, produtos sem nacionalidade, diferenças culturais, etc., levam a novas diretrizes para a atuação organizacional, valorizando significativamente aspectos técnicos e de qualidade, os aspectos ambientais e, principalmente, o respeito ao consumidor ou usuário e as suas necessidades. (HOFFMANN, 2011, p.130).

Através da aplicação dos processos que foram discutidos, assim como da implementação de recursos e processos diários de capacitação do capital humano, e tendo em vista que as pessoas são responsáveis por gerir tudo que mencionamos aqui, e que são partes fundamentais de todo tipo de inovação pela qual a empresa necessita passar é que se faz

fundamental compreender como as articulações, ideias e pessoas se organizam e geram conhecimento dentro de uma organização.

2.3. SISTEMA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E A GESTÃO DA INOVAÇÃO - COMO SE TRANSFORMA UMA IDEIA EM INOVAÇÃO E DEPOIS EM VANTAGEM COMPETITIVA

Dentre os ativos de maior valor de Propriedade Intelectual², dentro da PI encontramos os ativos os de Propriedade Industrial, que no Brasil são regulados pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), autarquia Federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio – MDIC, criada em 11 de setembro de 1970. A instituição é responsável pelo registro de marcas, concessão de patentes, averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia empresarial, registro de programa de computador, de desenho Industrial e de Indicações geográficas, registro de topografia de circuitos Integrados (INPI, 2016).

Segundo Lima:

Hoje, tendo em vista as transformações ocorridas no país e no mundo, o INPI concentra esforços para ajudar os agentes do Sistema Nacional de Inovação a utilizar o Sistema de Propriedade Industrial não somente em sua função de proteção intelectual, mas, sobretudo, como instrumento de capacitação e competitividade, condições fundamentais para alavancar o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. (LIMA, 2012, p.4).

O INPI aponta suas atividades como ferramentas passíveis de utilização para desenvolvimento econômico e tecnológico, contudo veremos no decorrer deste trabalho, que o Brasil ainda apresenta dificuldades e um certo atraso quando se trata de inovação (processo/produto) e desenvolvimento de mercados.

A inovação acaba sendo resultado de uma boa gestão de conhecimento (pessoal qualificado, pesquisa e desenvolvimento, etc), da informação técnica (como por exemplo do uso da PI, artigos científicos, etc) e uso do sistema de proteção desse conhecimento (vantagem competitiva/mercado), como por exemplo, propriedade industrial. Nas empresas o capital humano deve ser capaz de utilizar ou até mesmo reconhecer os conhecimentos mais relevantes

² É um grupo de direitos legais exercidos sob criações do homem, tem o intuito de conferir exclusividade e ou propriedade ao produto da atividade intelectual, sendo literário, artístico, científico ou industrial, podendo ser feito em forma de patente, marcas, direitos autorais e indicação geográfica por exemplo. Respalda-se legalmente nas seguintes leis: Lei da Propriedade Industrial nº 9279/1996; Lei de Cultivares nº 9456/1997; Lei de Programa de Computador nº 9609/1998 e Lei de Direitos Autorais 9610/1998 (LIMA, p. 4, 2012).

para a atividade na qual a empresa está inserida, assim desenvolver tecnologias (soluções de problemas), e verificar funcionamento do sistema de proteção formalizando os direitos sobre os ativos intangíveis por exemplo.

Entende-se por Gestão da Inovação um processo, que procura reunir atributos que possibilitem a garantia da capacidade de inovação de uma determinada organização. A Propriedade Intelectual traz conhecimento (informação) de alto valor agregado que vem na direção de incentivo a inovação. Acerca disso Canongia, Santos e Santos afirmam:

[...] o desenvolvimento da capacidade de inovar não depende apenas de elementos internos das empresas, há sempre componentes dados pelo ambiente externo e decisões que precisam ser tomados relativamente a ele. A capacidade de inovar depende também de condições objetivas dadas pela capacidade social de criar conhecimento do ambiente em que se insere a organização, incluindo a existência de competências específicas, de financiamento e de baixos custos de transação (CANONGIA, SANTOS E SANTOS, 2004, p. 232).

A partir de Canongia, sobre níveis internos e externos de Gestão da Inovação. Níveis internos entende-se que esteja relacionado a identificação e construção de competências, fluxo de conhecimento/ informação, identificação de oportunidades e integração de processos que surgem através da PI (que exerce papel de fonte de informação); já em relação a níveis externos entendemos a relação com captação de recursos, interação com organizações que venham a ser parceiras (deem suas contribuições) e contratação e venda de competências.

A inovação não se dá por acaso, muito menos pode ser entendida como um evento isolado. É um processo que requer continuidade, maturação, entendimento, capacitação e ambiente favorável, apropriado e incentivado (RODRIGUES, 2011).

Diferentemente do que se imagina, uma organização pode estar inovando em processos, tecnologia, mercado alvo e fornecedores. Segundo Tidd, Bessant e Pavitt (2008, *apud*, PILLON e FREITAS FILHO, 2014, p. 02), “a inovação é um processo de fazer de uma oportunidade uma nova ideia e de colocá-la em uso da maneira mais ampla possível”. Para isso são necessárias ideias criativas e cooperativas que possam ser transformadas em inovações, atreladas as ferramentas necessárias para sua execução de acordo com a área que será explorada.

Passados esses dois processos, verificamos que a inovação torna-se a base para a vantagem competitiva.

2.4. PROPRIEDADE INDUSTRIAL – PATENTES

O documento de patente foi criado com dois objetivos, o primeiro deles é o de reservar direitos legais ao inventor de uma determinada inovação, isso inclui a exploração financeira/

comercialização de tal invento, a detenção da exclusividade para produção, utilização e venda, uma patente da ainda ao inventor um prazo de utilização desses direitos dentro de um determinado Estado ou país. O segundo objetivo é o de divulgação (acesso à informação) de toda nova invenção (patente de invenção - PI), processo de desenvolvimento e/ou melhoramento (modelo de utilidade – MU), o que contribui para a utilização e conhecimento de todos (FRANÇA, 1997)

O modelo de utilidade (MU) aplica-se a um em objeto, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação, agregados a praticidade, comodidade e eficiência e a vigência da patente é de 15 anos há exemplos temos abridor de latas e garrafas térmicas. A patente de invenção (PI) é resultado do trabalho de criação do homem e tem intuito de solucionar problemas dentro de um determinado campo tecnológico, sua vigência é de 20 anos e há exemplo podemos citar o telefone, máquina de lavar e geladeira.

Antes de solicitar a concessão de uma patente, a empresa ou pessoa que irá depositar o pedido da titularidade deve fazer uma busca prévia para verificar se não há outra tecnologia ou produto igual já patenteado por outrem. Ao ter a permissão ou concessão do direito de propriedade as informações tecnológicas a respeito da invenção ou MU serão publicitados e constarão no documento de patente, que poderá ser acessado gratuitamente por qualquer pessoa no banco de dados do INPI.

O procedimento de análise realizado pelo INPI deve ser executado a título de verificar se o que se pretende depositar de fato é uma inovação. A inovação deve cumprir alguns critérios, que são: os direitos são concedidos a quem primeiro solicitar o depósito de patentes; a invenção será avaliada e deve ser considerada novidade absoluta; a invenção deve ter aplicação industrial ou seja processos, técnicas, ideias, coisas que não podem reproduzidas em escala não são passíveis de serem patenteadas, entende-se ainda que qualquer coisa que venham a causar riscos à saúde, segurança e moral.

Após ser feito o registro, cada inovação fica protegida durante um prazo médio de 20 anos (Pi) a 15 anos (MU) a contar da data de depósito e variando de acordo com o tipo de patente, podendo cair em domínio público nas seguintes situações: extinção, renúncia por parte do titular, nulidade administrativa ou judicial, caducidade, expiração pelo fim da vigência ou não manutenção do titular no caso de patente estrangeira. A seguir veremos a apresentação de um documento de patentes.

2.4.1. APRESENTAÇÃO DE UM DOCUMENTO DE PATENTE

A documentação que acompanha um pedido de concessão de patente deve seguir padrões pré-estabelecidos pelo INPI (INPI, 2015) devendo conter: Relatório Descritivo, Reivindicações, Listagem de Sequências (se for o caso, para pedidos da área biotecnológica), Desenhos e Resumo; algumas informações adicionais são comuns em documentos de patentes como a Bibliografia ou fontes citadas, além das patentes previamente publicadas e que foram subsídios ou parte de uma família de patentes da tecnologia em destaque.

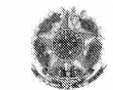
O **relatório descritivo** deve conter todos os detalhes que permitam um técnico da área reproduzir o objeto, indicar quando for o caso, a melhor forma de execução, deve ainda apontar o problema existente no estado da técnica e a solução proposta, especificando o setor técnico a que se destina. É necessário que o documento ressalte nitidamente a novidade, o efeito técnico alcançado e as vantagens em relação ao estado da técnica.

Segundo o Manual para depositantes de Patentes, (INPI, 2015, p.16) é imprescindível que “o documento contenha o **título**, que possibilite reconhecer o produto que será descrito no conteúdo do documento, trate de uma única invenção, descreva a finalidade, e contenha desenhos”.

As **reivindicações** vão determinar a extensão da proteção do pedido, elas definem e limitam os direitos do depositante, é importante que descrevam as características técnicas que devem ser protegidas, logo são de suma importância.

A **listagem de sequencias** se aplica somente a pedidos da área biotecnológica e consiste em listar (quando houverem), sequencias de nucleotídeos e/ou de aminoácidos, que sejam fundamentais para a descrição da invenção com o intuito de facilitar o entendimento e descrever de forma suficiente. Os **desenhos** são mais utilizados no caso de patentes de MU, tendo em vista que as reivindicações estão associadas a ele e referem-se a objetos de forma tridimensional e tem como objetivo a perfeita compreensão do objeto. O **resumo** foi desenvolvido com o intuito de facilitar o pesquisador de patentes, por isso exige-se que seja formulado com máximo de 25 linhas, apresente características técnicas, solução para problemas descritos e seus principais usos. A imagem a seguir representa a **folha de rosto** de uma patente.

FIGURA 2 - Folha de rosto de um documento de patente da área de cosméticos

 República Federativa do Brasil Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior Instituto Nacional de Propriedade Industrial	(21) BR 10 2012 008730-8 A2 (22) Data de Depósito: 13/04/2012 (43) Data da Publicação: 11/08/2015 (RPI 2327)	 * 8 1 0 2 0 1 2 0 0 8 7 3 0 A 2 *
(54) Título: COMPOSIÇÃO DE MICRO OU NANOPARTÍCULAS DE ORIGEM NATURAL E/OU SINTÉTICA PARA ENCAPSULAÇÃO DE ATIVOS COM PROPRIEDADES ALISANTES E/OU MODELADORAS PARA ATUAÇÃO COMO INSUMO PROMOTOR DE ALISAMENTO OU MODELAGEM PERMANENTE OU PROGRESSIVA DE CABELOS ATIVADA POR AÇÃO DE CALOR-TERMOATIVADO (51) Int.Cl.: A61K8/97; A61K8/92; A61K8/11; A61Q5/00; A61Q5/04 (52) CPC: A61K8/97; A61K8/92; A61K8/11; A61Q5/00; A61Q5/04; A61K2800/412 (73) Titular(es): Nanovetores S.A (72) Inventor(es): Andrea Seccon, Betina Giehl Zanetti Ramos	(57) Resumo: COMPOSIÇÃO DE MICRO OU NANOPARTÍCULAS DE ORIGEM NATURAL E/OU SINTÉTICA PARA ENCAPSULAÇÃO DE ATIVOS COM PROPRIEDADES ALISANTES E/OU MODELADORAS PARA ATUAÇÃO COMO INSUMO PROMOTOR DE ALISAMENTO OU MODELAGEM PERMANENTE OU PROGRESSIVA DE CABELOS ATIVADA POR AÇÃO DE CALOR-TERMOATIVADO. A presente invenção refere-se ao patenteamento de insumo cosmético direcionado e indicado para a modulação capilar (alisamento ou enrolamento/encrespamento), inovadora, produzidos com insumos altamente tecnológicos, baseados em nanotecnologia, com processo e técnica, usando ceras e/ou manteigas naturais e/ou biopolímeros, encapsulando determinado blend de ativos com objetivo de produção de produto de modelagem que proporcionará o enrolamento ou o alisamento progressivo ou definitivo de cabelos. É objetivo da presente invenção o alisamento capilar ou de modificação estrutural capilar, com a aplicação de ativos	

Fonte: INPI

A partir de 2012 o INPI passou a adotar um novo formato de numeração (FIGURA 3) para os pedidos de patentes. O código que uma patente recebe ao ser depositada, é formado por duas letras maiúsculas; no caso da figura 3, o item 21 representa o código da patente onde BR corresponde a sigla do país o onde foi depositada a patente. Em seguida temos os dois primeiros números que correspondem natureza da proteção (por exemplo: 10 para patente de invenção e 20 para MU), a sequência numérica de quatro dígitos refere-se ao ano em que a patente foi depositada, posteriormente a sequência numérica de sete dígitos representa a numeração correspondente ao depósito do pedido. A sequência alfanumérica A2, relaciona-se à área CIP da tecnologia

FIGURA 3 - Código de uma patente do setor de cosméticos

(21) **BR 10 2012 008730-8 A2**

Fonte: site do INPI

O item (22) corresponde a data em que foi solicitada a concessão da patente.

O item (43) é relativo a data em que foi concedida a concessão ao depositante.

Os itens 54 representa o título da patente.

Os itens (51 e 52) mostram a Classificação Internacional de Patentes feita pelo INPI (no caso do Brasil), relativa ao produto que está sendo patenteado.

O item (73) é o nome de quem detém a concessão.

O (72) representa os inventores do produto, que não necessariamente são as mesmas pessoas que solicitam a concessão de direitos.

O item de número (57) é o resumo.

FIGURA 4 - Código Internacional de Classificação de Patentes de um produto cosmético

(51) Int.Cl.: A61K8/97; A61K8/92; A61K8/11; A61Q5/00;
A61Q5/04

Fonte: Folha de rosto de uma patente do setor de beleza

Este código internacional alfanumérico denominado CIP foi estabelecido em 2006 e é um padrão utilizado para dividir em seções as áreas de aplicações de uma patente. Atualmente o mesmo é dividido em 8 seções, 118 classes, 616 subclasses, além de grupos e subgrupos, para abranger os diversos setores industriais.

As oito seções devem corresponder cada uma área a determinada área, e são elas: A – necessidades humanas; B – operações de processamento; C – química e metalurgia (biotecnologia); D – têxteis e papéis; E – construções fixas; F – engenharia mecânica, iluminação, aquecimento, armas e explosão; G – física; H – eletricidade; Seções são divididas em subseções e estas por sua vez em classes e seguidas de subclasses. As subclasses são divididas em grupos e posteriormente em subgrupos.

Na área de interesse do estudo de caso, da pesquisa ora apresentada (empresa L'Oréal - setor de cosméticos), como exemplo de CIP temos:

- Seção “A” - na seção de necessidades humanas;
- Classe nº 61 - que abarca ciência médica ou veterinária;
- Subclasse “Higiene” representada pela letra Q ou K - que abrange o uso de cosméticos ou de preparações similares para higiene pessoal.
- Já classificados como grupo principal em **A61K 8/00**, teremos as subdivisões no subgrupo **05** - que corresponde a preparações para tratamento de cabelos e no subgrupo **04** - de Preparações /emulsões

Por último e não menos importante o item 57 traz o resumo, que tem como objetivo apresentar as características técnicas, solução para problemas descritos e seus principais usos, com máximo de 25 linhas.

2.4.2. PATENTE: FONTE DE INFORMAÇÃO UTILIZÁVEL

As fontes de informação têm exercido um importante papel para o crescimento e desenvolvimento da inovação tecnológica em empresas. Os documentos de patente tornaram-

se uma importante fonte de informação no âmbito organizacional/tecnológico, tendo a princípio três finalidades chave: garantir os **direitos de propriedade intelectual**; indicar **tecnologia**, ciência e inovação e executar o **papel fonte de informação tecnológica**.

Em busca de informações especializadas e relevantes, o capital humano das organizações coleta as informações necessárias através de monitoramento informacional e tem como objetivo utiliza-las para fins como: planejamento estratégico, inovação tecnológica, tomada de decisão, análises econômicas e de riscos. Como fonte de informação, o caráter que os documentos de patente ocupam incluem um enfoque estratégico por relacionar muitas informações em um único documento, de fácil acesso, confiabilidade e atualização. Um ponto a ser destacado acerca desta fonte informacional é o fato de que uma parcela das informações tecnológicas, que estão em uso são veiculadas apenas nesse tipo de documento.

Algumas fontes de informação apresentam vantagens como confiabilidade do conteúdo, gratuidade, economia de tempo e acessibilidade. As fontes ou canais informacionais, diferem em dois tipos: formais e informais. Caracterizam-se como fontes formais documentos de patente, publicações, livros, periódicos e teses. Fontes informais podem ser conversas, seminários e folders. Pode-se dizer que a diferença entre eles está apenas no suporte e o nível de processamento ao qual a informação foi submetida.

Segundo França, 1997, em um cenário de inovação tecnológica, os documentos de patente podem ser considerados: **Fontes de Informação Primária** confiáveis, justamente pelo fato de serem analisados por corpo técnico especializado, ter análises e testes de bancada, etc. As patentes são dotadas de características determinantes, são informações padrão acerca das características que apresentam que serão destacadas a seguir.

- **DETALHAMENTO:** Os documentos de patente abarcam informações acerca de novas tecnológicas de forma detalhada;
- **COMPREENSÃO:** Auxiliam na criação de vantagem competitiva além de serem de fácil compreensão;
- **ACESSIBILIDADE:** O acesso a esses documentos é um ponto positivo, tendo em vista que a maior parte destes estão em domínio público, e hospedadas em base de dados. Em relação as bases de dados, elas podem ser: pertencentes a organizações responsáveis pela concessão das patentes, como no caso do INPI no Brasil, e da OMPI em nível internacional, ou portais de periódicos que cubram documentos patentários;

- **INDEXAÇÃO:** Toda Patente está descrita e indexada de forma padronizada (item que facilita a recuperação da informação para o pesquisador) e baseia-se nas regras pré-estabelecidas pelo OMPI³ (Organização Mundial da Propriedade Intelectual);
- **DESCRIÇÃO TECNOLÓGICA:** Sua classificação baseada no CIP/ *IPC* – *International Patent Classification* separa e descreve os produtos ou processos de acordo com áreas tecnológicas;

Após a apresentação das características mais importantes que os documentos de patente possuem, vamos dar destaque a utilidade/ aplicação dessas informações/funções no âmbito organizacional.

- **Mapeamento Tecnologia versus Tempo** (identificação do início da tecnologia e sua evolução). O mapeamento tecnológico, serve para auxiliar a identificação de tecnologias já existentes (através da patente fundamental) e traçar um perfil evolutivo dentro de um período de tempo. É possível verificar se tal tecnologia continua passando por processos de investimento e sendo melhorada e/ou utilizada.
- **Verificar a relação dos atores entrantes e/ou já existente no mercado.** Esse processo é capaz de verificar e detalhar quem faz uso de determinadas tecnológicas e como e/ou para que usa; se esse usuário já está presente no mercado ou se é iniciante em determinado ramo de pesquisa por exemplo.
- **Identificação de tecnologias emergentes.** A informação pode auxiliar a empresa a identificar tecnologias “esquecidas” por determinado tempo, e que em algum momento começaram a evoluir e serem utilizadas (por exemplo aquelas que cresceram de forma rápida e considerável – que sejam novas no mercado).
- **Identificação de potenciais aperfeiçoamentos** em produtos e processos já existentes. Essa atividade pode ser desenvolvida juntamente com pesquisas mercadológicas (direto com público consumidor no caso da aplicação em produtos). Devemos destacar que este ponto também é importantíssimo para que

³A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI; em inglês, World Intellectual Property Organization, WIPO) é uma entidade internacional de Direito Internacional Público com sede em Genebra (Suíça), integrante do Sistema das Nações Unidas. a OMPI foi formalmente criada a partir da assinatura da Convenção para o Estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual,^[3] assinada em 14 de julho de 1967.

não haja a duplicação de e gastos desnecessários, evita a violação da PI e alerta ao tempo de proteção (domínio público)

- **Monitoramento de concorrentes** em um determinado setor. Ponto importante para o desenvolvimento de estratégias/vantagens em mercados competitivos. Permite a identificação de atores e tecnologia por eles utilizadas; produtos que desenvolveram x espaço de tempo utilizado e visão do que ainda pode ser feito com base em onde está havendo investimento. Esta função pode mapear muitos pontos correlacionados em um só momento, é de grande utilidade por abranger muitas coisas e poupar o tempo de pesquisa.
- **Países onde existe proteção (visão de mercado).** A partir da Identificação de países que se utilizam do sistema de proteção de PI, e o que ele vem protegendo podem indicar o futuro dos mercados.
- **Rastreamento de competência tecnológica** (quais os principais inventores e quais pesquisam temas similares). Identifica quais tem sido os principais inventores e possibilita traçar um panorama de onde eles trabalham sobre uma mesma área tecnológica dentro de um período de tempo facilitando criação de parcerias e/ou de transferência de tecnologias.
- **Grau de difusão de uma tecnologia** através das citações etc. Dentro do relatório descritivo, que faz parte de um documento de patente, os depositantes fazem referência às patentes já existentes, e que serviram de base para determinada pesquisa ou desenvolvimento de produto/processo. Isso permite discutir o grau de difusão dessa tecnologia no mercado e nos países.
- **Estado da técnica** – tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do Pedido de Patente, por descrição escrita ou oral, por uso ou qualquer outro meio, no Brasil ou no exterior (Art. 11, § 1º da LPI), ressalvado o disposto nos Arts. 12 (Período de Graça), 16 (Prioridade Unionista) e 17 (Prioridade Interna) e excluído o que é mantido em segredo de fábrica (INPI, 2015, p. 11-12).
- **Tendências tecnológicas** (passíveis de patenteamento) e possíveis áreas a se desenvolver. Identifica o que vem sendo desenvolvido, o que ainda pode ser feito, além de apontar as tendências de tecnologia/produto baseado em outros pesquisadores e/ou investidores que vem patenteando seus projetos.
- Possíveis **parcerias tecnológicas**. Empresas privadas têm investido em pessoas, produtos e processos de universidades por exemplo. Esse tipo de parceria vem

crescendo, se torna uma tendência cada vez mais forte e de sucesso global. Assim como parcerias entre pesquisadores e inventores que não possuem vínculo com nenhuma instituição.

- **Detentores dos direitos de Propriedade Industrial.** Este ponto faz referência a identificação dos depositantes/ detentores das patentes o que pode ser relativo a uma pessoa física ou jurídica. Fato que auxilia no monitoramento do mercado e das empresas de maior destaque, assim como as que podem vir a ser parceiras, ou adquiridas em processos de fusão/aquisição quando for o caso, ou interesse da organização na tecnologia desenvolvida ou PI.

Considerando o conteúdo explicitado anteriormente podemos apontar algumas conclusões acerca da utilização, confiabilidade e vantagem quanto ao uso dos documentos de patente: Um documento de patente é uma fonte de informação confiável, tendo em vista seus critérios de elaboração e órgão gerador, além de proporcionarem fácil acesso a baixo custo; Empresas que possuam perfil inovador e anseiam por ampliação de uma postura competitiva podem fazer uso desse tipo de documento para análises mercadológicas (o que vem sendo feito interna e externamente);

É interessante e importante para países em desenvolvimento tecnológico como o Brasil, investir e apoiar esse tipo de iniciativa, tendo em vista a abrangência de coisas e áreas em relação a tecnológicas e produtos em desenvolvimento ou já desenvolvidos que estes documentos possibilitam mapear, são informações que impactam de forma considerável dentro e fora das organizações, para seu público consumidor e economia do país.

III METODOLOGIA

Serão expostos, nesta secção, os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento deste estudo de caso.

Os procedimentos adotados foram levantamento bibliográfico e coleta de dados. O levantamento bibliográfico se deu através de revistas científicas eletrônicas, portais de periódicos, Google Acadêmico e livros, acessados pela rede mundial de computadores. A utilização deste material pode ser vista ao longo do desenvolvimento do quadro teórico, que serviu para fundamentar os objetivos e questões referentes a pesquisa.

A coleta de dados se deu em duas partes. A primeira ficou a cargo do portal do INPI, onde é possível ter acesso aos documentos de patentes utilizados na análise de produtos que aparecem no estudo de caso. Tais documentos podem ser acessados via rede mundial de computadores ou diretamente na instituição.

Em relação a coleta de dados, foi possível recuperar uma quantidade considerável de dados junto ao banco de dados do INPI. Os mecanismos de busca utilizados para recuperar tais informações consistem na utilização de alguns filtros (CNPJ da empresa, nome fantasia, razão social, nome do depositante, e palavras-chave) aplicados ao título, ao resumo ou nome do depositante da patente, a lógica Booleana também foi aplicada junto a utilização dos mecanismos de busca como operadores booleanos, truncagem e escolha de períodos específicos por exemplo (INPI, 2016); após a recuperação de dados satisfatórios para atender as necessidades da pesquisa, os mesmos foram filtrados e organizados em uma tabela para posteriormente serem analisados.

Como recorte da pesquisa optamos por todos os produtos que tratassem de alisantes/relaxantes de cabelo (CIP A61Q ou K) desenvolvidos pela empresa e que tiveram pedidos de patentes, assim como as **patentes concedidas no Brasil entre 1996 – 2016**. Após a leitura dos documentos e verificação de características fundamentais discutidas com base no referencial teórico foi necessário organizar algumas informações em tabela de dados (ANEXO 1).

A escolha dos itens constantes na tabela foi baseada nas informações contidas nos documentos de patente pesquisados, considerados relevantes para responder de forma significativa ao objetivo da pesquisa.

A tabela com os dados resumidos foi construída considerando:

- 1) **Código CIP da patente** entra como primeiro item, pois é o que identifica cada produto; a partir do CIP foi visto em detalhes a **classe geral e a sub-classes** são pontos importantes para a caracterização da pesquisa, pois mostraram em que setor produtor o assunto está localizado e suas variações de aplicação.
- 2) **Data de depósito** e a **data de concessão** caracterizam o recorte temporal da pesquisa, e pode indicar o tempo entre o pedido e a concessão da patente e sendo assim se houve ou não dificuldades ou mesmo a desistência por parte do depositante;
- 3) **Os inventores** para aparecerem a título de verificar se a empresa faz parceria com outras ou só utiliza somente dos trabalhos de funcionários designados para o desenvolvimento dos produtos;
- 4) **Os países** onde a empresa protege cada uma das patentes e serve para apresentar um panorama do que vinha sendo feito em cada lugar num dado momento e podemos entender que a motivação do registro de patente foi a concorrência;
- 5) A escolha das **palavras chaves** se deu por considerar palavras de grande relevância para a área e que constam nos rótulos destes produtos;
- 6) As **referências** correspondem a “patentes base” utilizadas pela empresa para o desenvolvimento de novos produtos e podem ser encontradas no corpo do relatório de depósito.

A área de interesse no presente estudo de caso (recorte) foi feita no de CIP (A61Q ou K)

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 A EMPRESA: ESTUDO DE CASO

O presente estudo de caso optou por analisar a empresa L'Oréal, referência do setor de cosméticos/beleza atuante não só no Brasil, mas fora dele, e se justifica por tratar-se de uma organização em crescente desenvolvimento, que atende a um amplo mercado consumidor e por possuir diversas linhas de produção. Apresentaremos a seguir um breve histórico da L'Oréal. Tais informações foram retiradas do site oficial da própria empresa (LOREAL, 2016).

Em 1909, Eugène Schueller, um jovem químico com espírito empreendedor, fundou a empresa que se tornaria o Grupo L'Oréal. Tudo começou com uma das primeiras colorações capilares que ele formulou, fabricou e vendeu para cabeleireiros parisienses. Com isto, o

fundador do grupo criou o primeiro elo daquilo que ainda é o DNA da L'Oréal: pesquisa e inovação a serviço da beleza. No período que se passou entre 1957 – 1983, sob o ímpeto do Presidente François Dalle, o Grupo começa a se expandir internacionalmente. Aquisições de marcas estratégicas marcam o início de um período de crescimento espetacular para a empresa. Produtos emblemáticos são criados. O lema da empresa é “*Savoirsaisircequicommente*” (capturar novas oportunidades).

As equipes de Pesquisa & Inovação da L'Oréal aplicam os princípios de sustentabilidade e inovação em seus cotidianos. Ouvindo as expectativas dos consumidores, com a busca por uma beleza ética que respeita a diversidade. Por mais de dez anos, graças à geocosmética, o Grupo fez da escuta aos consumidores e da observação dos rituais de beleza ao redor do mundo uma parte central da missão e das atividades de seu departamento de Pesquisa & Inovação. A L'Oréal tem como ambição criar produtos adaptados a todos, de acordo com as necessidades individuais, os hábitos, o meio ambiente e o poder de compra de cada um.

Nas suas atividades de pesquisa, o Grupo é especialmente atento a cinco áreas: saúde humana (colaboradores, consumidores, profissionais), proteção ambiental, ética, comércio justo e consideração do impacto social da inovação.

A empresa ainda investe em matérias primas e processos ecologicamente corretos, e desde 2006, seu portfólio de matérias primas tem sido monitorado constantemente por indicadores ambientais. Os processos de inovação estão de acordo com as diretrizes do eco-design, o que reduz o impacto dos produtos sobre o meio ambiente ao longo de todo o ciclo de suas vidas úteis.

Essas diretrizes são compartilhadas com os fornecedores e parceiros. Ciência e ética devem trabalhar juntas, e este é mais um ponto em que a L'Oréal investe. Os pesquisadores da L'Oréal conseguiram com êxito colocar avanços científicos (engenharia dos tecidos, decodificação do genoma humano, modelagem e imagem criativa) a serviço da inovação responsável. O acesso a testes de nova geração possibilita avaliar a segurança de ingredientes sem praticar testes em animais (a L'Oréal parou com os testes de produtos acabados em animais em 1989).

Em se tratando de Pesquisa & Inovação, a L'Oréal investe cerca de 3,7% do seu lucro em pesquisas e desenvolvimentos para manter seu perfil inovador e melhor atender seus

consumidores, solicitou cerca de 624 pedidos de patente apenas no ano de 2013, emprega em todo mundo um total de 3.600 pessoas que áreas distintas de diversas nacionalidades e concentra nas mulheres a maior parte do seu corpo de colaboradores (L'oréal, 2016). A organização se distribui em cinco países (3 continentes), conta com 23 centros de pesquisa⁴ organizado em 6 polos a trabalha hoje com mais de 30 parcerias entre universidades e pesquisadores individuais. O seu modelo de Pesquisa & Inovação, único na indústria de cosméticos, é organizado em torno de três entidades principais: **Pesquisa Avançada**⁵, **Pesquisa Aplicada**⁶ e **Desenvolvimento**⁷.

O modelo ao qual a empresa se propõe é um fator importante na contribuição para seu perfil inovador. A L'oréal possui três importantes vantagens:

- 1) Uma coleção única de **ingredientes ativos** (os quais a L'Oréal é proprietária); enriquecida anualmente com novos elementos, moléculas e ingredientes pela Pesquisa Avançada;
- 2) Parte integrante deste perfil e fator importante para permanência no lugar que ocupa enquanto organização - é o **contato com o consumidor**, pois através dele é possível se inspirar e modificar;
- 3) O interesse em se aproximar dos **principais mercados e conhecimento regional** que estes podem oferecer, em cada uma dessas regiões as equipes de P&I estabelecem contato e parcerias estratégicas com pesquisadores locais e especialistas em cada área afim de melhor atender à necessidade daquele público consumidor.

Entre os anos de 1984 – 2000 marca-se por um grande período de crescimento para a L'Oréal, impulsionado principalmente pelos investimentos significativos feitos pelo Grupo na área de pesquisa. A estes esforços se somam os lançamentos de produtos estratégicos que não

⁴O polo europeu integra o centro global para Pesquisa Avançada, bem como os 3 centros globais que definem, para cada uma das linhas de negócios - cabelos, cuidados com a pele e maquiagem - uma estratégia global e lideram o portfólio de inovações. Esses centros globais servem de eixo para uma rede que inclui 5 outros polos regionais nos Estados Unidos, Japão, China, Índia e Brasil. Esses polos têm como missão adaptar a estratégia global às características específicas de seus mercados. No entanto, eles também estão presentes ali para inventar novos produtos que poderão se tornar inovações globais. Em adição a isso, 16 centros de avaliações são incumbidos de observar e ouvir os consumidores locais. Finalmente, cerca de cinquenta departamentos científicos e técnico-regulatórios asseguram a conformidade dos produtos aos regulamentos locais.

⁵Incumbida de enriquecer continuamente o conhecimento científico sobre pele e cabelos ao redor do mundo, e descobrir novos ingredientes ativos;

⁶Desenvolve sistemas de formulação, que em seguida são aplicados nas diferentes famílias de produtos;

⁷Supre as marcas com fórmulas inovadoras adaptadas a sua identidade e às expectativas dos consumidores ao redor do mundo;

apenas fazem história, mas também conseguem fortalecer a imagem de marca do Grupo. Em 1988, o sucessor de François Dalle, o pioneiro em pesquisa e desenvolvimento Charles Zviak, passa o comando da empresa a Lindsay Owen-Jones, um presidente verdadeiramente extraordinário.

Sob sua administração, o Grupo mudaria completamente o seu escopo para se tornar o líder mundial em cosméticos através da presença de suas marcas no mundo inteiro e de aquisições estratégicas.

A partir de 2001 a empresa passou a considerar que não existe apenas um padrão de beleza, mas uma variedade de formas constituídas por diferentes origens étnicas, aspirações e expectativas culturais que refletem a diversidade multifacetada do mundo. Com o seu portfólio único de marcas internacionais, a L'Oréal entra no século 21 em busca do crescimento global sob a bandeira da diversidade. O crescimento do Grupo foi impulsionado por suas novas aquisições, feitas para atender às necessidades cosméticas de todo o planeta.

Em 1960 já havia sido inaugurada a 1ª fábrica no Brasil, e localizava-se no Rio de Janeiro, com 1.200m² de área construída e 16 colaboradores. No mesmo ano foi inaugurado o primeiro Centro de Distribuição e passou a comercializar as principais linhas de produtos que eram encontradas na matriz, na França.

4.1.4 ANÁLISE DE DADOS

4.2 MERCADO, PERFIL CONSUMIDOR NO BRASIL - AREA TECNOLOGIA ESTUDO DE CASO

Área Tecnológica e o Produto de interesse no Estudo de Caso

Os produtos escolhidos para análise nos capítulos subsequentes foram o alisante e/ou relaxante capilar. Ambos com função, respectivamente, em alisar/estirar parcial ou completamente o fio do cabelo, de modo que o cabelo fique sem ondas e sem volume, mantendo as suas características básicas como ondulados, ainda que em menor grau. Os princípios

químicos ativos de alisamentos e relaxamentos são geralmente o Tioglicolato de Amônia, Hidróxido de Sódio⁸ e a Guanidina⁹. Mais recentemente surgiu o hidróxido de Cálcio.

Como descrito na metodologia da pesquisa da tecnologia/produtos selecionados foi obtida com pesquisa no INPI no CIP A61Q / A61K¹⁰. A61K 8/00 que trata do uso de cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal é adicionalmente classificado na subclasse A61Q.

A61 Q - Esta subclasse abrange o uso de cosméticos ou de preparações similares para higiene pessoal já classificados como grupo principal em A61K 8/00, nas subclasses C11D ou C12N, ou nas classes C01, C07 ou C08.

Quando classificada nesta subclasse, caso a preparação tenha atividade terapêutica deve ser adicionalmente classificada em A61P. Nesta subclasse, o uso de cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal é classificado em todos os locais apropriados.

Nos casos nos quais o objeto da invenção refere-se somente ao uso específico de cosméticos ou preparações para higiene pessoal, e a estrutura química, composto, mistura ou composição do objeto da invenção já é conhecido. Nestes casos, a classificação é feita no grupo principal A61K 8/00 ou na subclasse C11D, e também na subclasse A61Q como informação da invenção. Adicionalmente, se a estrutura química, composto, mistura ou composição de qualquer agente individual da mistura ou composição for considerada como informação de interesse para as buscas, também pode ser classificada como informação adicional.

A61Q 5/00 – Preparações para tratamento de cabelo; A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos;

A61Q 7/00 – Preparações que afetam o crescimento de cabelos;

A61K trata de dispositivos ou métodos especialmente adaptados para dar aos produtos farmacêuticos formas físicas determinadas ou para sua administração.

A61K 8/00 - cosméticos ou preparação para higiene pessoal; 8/30 – compostos orgânicos; 8/33 – oxigênio; 8/34 – Álcoois; 8/365 - Ácidos hidrocarboxílicos e Ácidos cetocarboxílico;

⁸O Hidróxido de Sódio, no alisamento, transforma as ligações di-sulfídicas da Cistina em ligações de Lantolina, o que faz com que as ondulações entre as cadeias de aminoácidos dentro da proteína (fio capilar) modificadas temporariamente.

⁹A Guanidina é formada por dois princípios ativos, que são misturados na hora da aplicação nos cabelos, são eles: O Hidróxido de Cálcio e o Carbonato de Guanidina. O hidróxido de cálcio, é uma mistura feita na hora da aplicação, de Hidróxido de Cálcio e um ativador. É compatível com Hidróxido de Sódio, o mecanismo é diferente dos anteriores, o que faz com que essas químicas sejam incompatíveis entre si.

¹⁰ A61Q substituiu A61K a partir de 2006.

8/42 compostos que contêm amidas; 8/22 – contêm peróxidos e oxigênio; 8/49 compostos heterocíclicos; 8/43 – guanidinas;

As informações acerca dos CIPS limitam-se as classificações de produtos relacionados na tabela (ANEXO 1).

Dentro do CIP selecionado até o momento em que a pesquisa foi realizada, a empresa realizou cerca de 1.849 pedidos de patentes no Brasil entre 1996 e 2016, 19 são referentes a produtos capilares. Os demais pedidos depositados são relativos a diferentes CIPS (natureza de produto), alguns referem-se a tinturas de canelo, maquiagens, protetor solar, óleos bronzeadores e até esmaltes.

De acordo com a tabela de patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas (ANEXO 1) entre 1996 e 2016 houveram 19 pedidos de depósitos de patentes relativas a produtos e processos de alisamento/relaxamento de fibras capilares. Dentre os 19 pedidos verificou-se que apenas 11 foram concedidos, isso ocorreu entre os anos de 2003 e 2016, e representa cerca de 57 % do total de pedidos verificados para este estudo.

Em relação aos pedidos não concedidos, fica claro que o pedido foi perdido, não foi dado continuidade ao processo de concessão da patente. Esse fato pode estar relacionado aos seguintes fatores: a) empresa desistiu e/ou cancelou o pedido de depósito por não identificar concorrentes para tal produto; ou b) o pedido pode ter sido negado por algum motivo não identificado até aqui;

Em muitos casos a empresa pode desistir do pedido por não ter, no país de interesse, a concorrência habilitada (financeira e tecnologicamente) para desenvolver um produto, ou processo concorrente. Ou por outro lado, por reconhecer que não seria um investimento passível de retorno no momento, em função dos custos de produção ou ausência de mercado consumidor promissor.

Produtos Estudados (patentes concedidas)

Verificou-se que partir de 2003 a L'Oréal passou a depositar pedidos de patente de relaxantes/alisantes capilares no Brasil (pedidos estes que tem como referência, patentes já depositadas nos EUA por exemplo), tal atitude já é parte do processo mudança e investimento em outro tipo de estratégia para expandir e consolidar seu lugar no mercado brasileiro.

As mudanças postas em pratica podem estar relacionadas não só a uma iniciativa da própria empresa como também ao surgimento de organizações concorrentes, com tecnologias capazes de desenvolver produto similar e a principalmente a verificação de condições favoráveis para aceitação e consumo dos produtos.

A partir de uma correlação dos dados apresentados na tabela com informações acerca do crescimento/ desenvolvimento da empresa (dados históricos) verificamos que partir do ano 2000 a empresa disse que passou a investir de forma intensiva em inovação e no desenvolvimento de produtos específicos para o perfil do consumidor, coincidentemente os anos 2000 foi um período que marcou o início do processo de desenvolvimento econômico da empresa no Brasil.

Baseado nas informações contidas na tabela 1, referente as patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas (ANEXO 1) e se considerarmos somente as patentes concedidas, o CIP permitiu verificar que os pedidos depositados a partir de 2005 traziam produtos que passavam por modificações em sua composição, a cada depósito um novo composto estava presente na formulação. Também verificamos a mudança de função, os itens identificados pelos números 11, 14, 15 e 16 passam a trazer kits não especificados junto ao composto alisante/ relaxante capilar. Tais kits podem ou não se tratar de produtos de tratamento capilar para uso pós química

Não faz parte da proposta deste estudo fazer uma análise química aprofundada dos produtos, mas de forma simples fomos capazes de notar os acréscimos de amidas, guanidinas, compostos heterocíclicos, oxigênio, ozônio, ácidos hidrocarboxílicos e ácidos cetocarboxílicos. As descrições feitas das formulações baseadas no CIP demonstraram que, a L'Oréal busca aperfeiçoar seus produtos, de forma que possa torna-los mais eficazes ao alisar ou proporcionar a desondulação das fibras capilares, processo este permanente o faz requerer apenas retoques na raiz do cabelo.

Nota-se ainda que as formulações buscam causar menos danos as fibras queratínicas e efeitos de tratamento, proporcionando não só segurança, mas também uma boa aparência ao cabelo enquanto o mesmo estiver sob uso da química.

Perfil dos Inventores/desenvolvedores: universidade ou empresas?

A coluna E (inventores) da tabela de patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas pela L’Oreal, nos anos de 1996 – 2016, nos permitiu listar os atores responsáveis pelo desenvolvimento químicos dos alisantes/relaxantes. Mediante uma pesquisa pelo nome desses atores via rede mundial de computadores, verificamos que nenhum deles faz até o momento parte de alguma universidade ou empresa terceirizada o que caracterizaria o perfil de inovação aberta e ou cooperativa.

Vale ressaltar que a prática de inovação cooperativa faz parte do modelo de trabalho proposto pela L’Oréal, mas que talvez não esteja sendo aplicado ao desenvolvimento deste tipo de produto neste recorte de temporal.

Tendências Tecnológicas

Com base nas informações apresentadas na tabela (ANEXO 1) foi possível traçar uma relação e verificar o surgimento de uma tendência tecnológica de interesse da empresa. Se relacionarmos os dados da coluna A (apresenta o **Título**); com a coluna D (**Patentes concedidas**); e coluna I: (**palavras chave**) utilizadas na busca e recuperadas no título do documento;

Foram verificadas 11 tecnologias das patentes concedidas na tabela de patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas, (ANEXO 1), de um total de 19 entre pedidos concedidos e não concedidos.

- 01 documento constitui seu títulos de quatro (04) das cinco palavras escolhidas para realização da busca (alisamento, relaxamento, cabelo e processo);
- 04 documentos constituíram seu título com duas (02) das palavras escolhidas para realização da busca (processo e relaxamento);
- 02 documentos constituíram seu título com duas (02) das palavras escolhidas para a realização da busca (processo e cabelo);
- 01 documento constituiu seu título com três (03) das palavras escolhidas para a realização da busca (processo, relaxamento e cabelo);
- 01 documento constituiu seu título com duas (02) das palavras escolhidas para a realização da busca (processo e tratamento);

- 02 documento constituiu seu título com três (03) das palavras escolhidas para a realização (processo, cabelo e tratamento);

Dentre as 11 patentes de interesse verificamos ainda, alguns termos que não foram selecionadas para realização da busca mas que estão presentes nos títulos dos documentos da Tabela de patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas (ANEXO 1).

- Os termos relaxamento de fibras queratinicas e kit integram o título de quatro (04) documentos;
- Os termos deformação de fibras queratinicas e tratamento de matérias queratinicas integram o título de um (01) documento;
- Os termos alisar e relaxar, que são correlatos a alisamento e relaxamento (escolhidos para execução da busca) integram o título de 4 documentos;

Verifica-se que todos os produtos observados são parte integrante de processos para modificação química dos cabelos. A organização vem investindo em compostos que incluem não só o produto para modificação do cabelo como também em outros itens não especificados (a tendência tecnológica da empresa) que constituem o kit, alisar e relaxar podem ser processos executados por um mesmo princípio ativo, tendo seu resultado final modificado apenas pelo tempo de aplicação.

Observa-se o interesse da empresa em investir neste tipo de tecnologia com nomenclatura diferenciada de modo, que junto do modo de utilização atenda às necessidades do consumidor que pretende alisar e ou que deseja apenas relaxar as fibras capilares.

Pode-se constatar, com base em todo conteúdo anteriormente apresentado acerca de estratégia mercadológica utilizada pela L'Oréal, e em contraponto com as informações organizadas na tabela, que o investimento neste tipo de produto, se baseia na procura do consumidor por esse tipo de solução e a existência de concorrência capaz de desenvolver produtos equivalentes. Considerando o Brasil um país com diferentes formas de cabelos ondulados à crespos (fruto da mistura de etnias), é extremamente relevante considerar o potencial de mercado e o interesse dos consumidores por estes tipos de produtos.

O período em que a empresa assegura ter passado a dedicar mais esforços e investimentos em P&D, vai de encontro ao momento em que se iniciam os depósitos de patentes de um determinado tipo de produto no Brasil, enquanto os mesmos compostos já haviam sido protegidos em países com Estados Unidos e França e tem como referência patentes do mundo inteiro segundo a tabela de patentes de alisantes/ relaxantes capilares depositadas e concedidas (ANEXO 1). Entende-se por isso o anseio de desenvolver algo inovador e capaz de superar os produtos já existentes no mercado brasileiro, atendendo melhor um público rico em miscigenação e disparando no quesito concorrência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abordagem teórica deste trabalho visa apresentar um panorama no papel da inovação e seu crescimento ao longo do tempo. Os teóricos trouxeram os conceitos de Gestão, a utilização da informação e do conhecimento nos processos de inovação, estratégias organizacionais e crescimento empresarial, a partir de um processo massivo de globalização.

Com base no exposto pela pesquisa, foi possível verificar que a inovação acaba sendo resultado de uma boa gestão de conhecimento (pessoal qualificado, pesquisa e desenvolvimento) da informação técnica, (como por exemplo, do uso da PI, artigos científicos, e outros), e uso do sistema de proteção desse conhecimento (vantagem competitiva/mercado), como por exemplo, propriedade industrial. Informação é poder para realizar as inovações organizacionais, assim como de produto e processo.

A proposta do presente trabalho é desenvolver um estudo de caso da empresa L’Oreal e refletir sobre o uso e a pesquisa de informações contidas em documentos de Patentes na avaliação de mercado e das oportunidades do ponto de vista da empresa.

O levantamento bibliográfico do setor da beleza no Brasil, o histórico da empresa e seu nicho de mercado tornaram possíveis as seguintes verificações: o setor da beleza é crescente no Brasil e vem se consolidando cada vez mais como uma força que impulsiona a economia, esse fato nos leva a um outro ponto verificado que se trata do potencial mercadológico, que a L’Oréal identificou no país, e por isso o interesse da empresa (tradição) em buscar seguimentos que atendam ao que o consumidor procura; assim como tecnologias e produtos diferenciados e passíveis de patenteabilidade, a fim de se proteger contra a aparecimento de concorrentes. A L’Oréal investe em produtos (cliente), tecnologias e patenteabilidade das mesmas.

Tais verificações vão ao encontro das estratégias mercadológicas adotadas pela empresa, desde sua chegada ao Brasil até os dias de hoje. O levantamento dos documentos de patentes

registrados pela L'Oréal, que tratavam de alisantes/ relaxantes nos permitiu verificar que entre 1996-2016 houve um crescente investimento em P&D para que todo produto fosse adequado ao cabelo da brasileira (o produto deve ser capaz de atuar de forma eficaz diante da miscigenação encontrada no Brasil e ser adaptado inclusive ao clima tropical).

Como resultado os produtos evoluíram em qualidade, pois passaram a trazer melhores resultados com diminuição de danos, e o investimento em *kits* junto ao produto dão a ideia de que a empresa tem condições de proporcionar não só o alisamento, mas também o tratamento pós química - que pode ou não ter uso doméstico. Os pontos mencionados apontam mais uma vez para a estratégia utilizada pela empresa para passar na frente de seus possíveis concorrentes, surpreendendo com as iniciativas, propostas diferenciadas também no marketing, e superação em relação ao resultado que a química proporciona.

Os documentos de patente analisados possibilitaram ainda verificar que a L'Oréal faz uso dos registros de patente como forma de proteger, reservar seus direitos a produtos inovadores e também utiliza como fonte de informação estratégica. Ao verificar as referências constantes nos documentos de patente dos produtos L'Oréal nota-se a presença de patentes registradas pela empresa e em outros países, e talvez até por outras empresas (concorrentes) na mesma área tecnológica. Tais informações são ferramentas para que a empresa faça não só o monitoramento do que vem sendo produzido, e registrado por seus concorrentes, mas também traz um panorama das tendências tecnológicas.

Se um determinado país trabalhar com aquele tipo de tecnologia afim de desenvolver um determinado produto, e faz questão de registrar, é porque há possibilidade de que seja algo inovador/ rentável. Esse tipo de análise feita com uso dos documentos de patente são a base/um termômetro para a avaliação do que vale o investimento e onde é válido registrar e investir.

A escolha deste tema e a forma como foi desenvolvido o estudo de caso, possibilita verificar o uso estratégico da informação contida em patentes, apontar em quais campos ela é útil e que uma empresa renomada e inovadora como é a L'Oréal faz uso deste tipo de documento.

Esperamos que o trabalho seja relevante para profissionais que pretendam ingressar no mercado de trabalho com enfoque em patentes e inteligência competitiva/ corporativa. Esclarecendo algumas das contribuições que essa fonte de informação pode gerar para as organizações; apontar ainda que Bibliotecário com seu amplo conhecimento em fontes de informações, levantamento e recuperação de dados, tem um papel de peso na implementação e

desenvolvimento dos processos de inovação tecnológica e inteligência competitiva/coorporativa em organizações que façam uso dos princípios apresentados aqui.

REFERENCIA

AMORIM, Fabiana Borelli; TOMAÉL, Maria Inês. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento na prática organizacional: análise de estudos de casos. **R. Digital de Bibli e Ci. Inf.**, Campinas, v. 8, n. 2, p. 1-22, jan./ jun. 2011. Disponível em: <http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1931/2052>. Acesso em: 03/07/2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação – referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

_____. NBR 10520: informação e documentação – citações em documentos – apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

_____. NBR 14724: informação e documentação – trabalhos acadêmicos – apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

_____. NBR 6027: informação e documentação – sumário – apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

_____. NBR 6028: informação e documentação: resumo: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

BARRETO, Ricardo Candea Sá.; LIMA, Marcio de Araújo. A Inovação no Brasil na Última Década do Século XX. In: XLII Congresso da SOBER, 2004, Cuiabá-MT. Dinâmicas Setoriais e Desenvolvimento Regional, 2004. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/12/06P377.pdf> Acesso em: 20/08/2016.

BRASIL. Lei 9.279/96, de 14 de maio de 1996 – Lei de Propriedade Industrial (LPI). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm Acesso em: 11/11/2016.

CANONGIA, Claudia; SANTOS, Dalci M., SANTOS, Marcio M. Foresight, inteligência competitiva e Gestão do conhecimento: instrumentos para a Gestão da inovação. **Gestão & Produção**, v.11, n.2, p.231-238, mai.-ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gp/v11n2/a09v11n2.pdf> Acesso em: 11/11/2016.

CAVALCANTI, Emanuella Melo Tavares; ALMEIDA NETO, Hélio Santa Cruz; ALMEIDA, Sídia Fonseca. Inovação tecnológica, gestão do conhecimento e competitividade pequenas e médias empresas: um estudo exploratório na indústria calçadista em Campina Grande – Pb. In: SEGET – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. 3., 2006, Paraíba. Disponível em: http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos06/786_Inovacao%20Tecnologica,%20Gestao%20do%20Conhecimento%20e%20Competitividade%20nas%20PMEs.pdf Acesso em: 11/11/2016.

FERREIRA, Aurelio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010, 8. Ed. –

FERREIRA, P. S.; FERREIRA, V. Q. ; HASNER-DOMJAM, C. . Patentes Como Fonte De Informação Estratégica Na Análise De Cenários Tecnológicos E Mercados Potenciais. In:

Anais Do XiiCneg - Congresso Nacional De Excelencia Em Gestão &IiiInovarse, 2016, Rio De Janeiro, RJ.

FERREIRA, Rosenildo Gomes. Beleza à francesa: embalada na vaidade das brasileiras, a francesa L'oreal Brasil planeja duplicar de tamanho por aqui ate 2017. **Isto é**, São Paulo, nov., 2013. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20131122/beleza-francesa/5803.shtml>> Acesso em: 13/11/2016.

FRANÇA, Ricardo Orlandi. Patente como fonte de informação tecnológica. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v.2, n.2, p. 235-264, jul./ dez. 1997. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/636>> Acessado em: 15/12/2016.

GOMES, Elisabeth, BRAGA, Fabiana. **Inteligência Competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004, 142p.

HOFFMANN, Wanda Aparecida Machado. Monitoramento da informação e inteligência competitiva: realidade organizacional. InCID: **R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p. 125-144, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/42356>> Acesso em: 11/11/2016.

Inovação aberta. In.: WIKIPEDIA: A enciclopédia livre. 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Inova%C3%A7%C3%A3o_aberta> Acesso em: 13/11/2016

INPI. Coordenação Geral de Comunicação. 2016. Legislação – Patente. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/patente/legislacao-patente-1>> Acesso em: 11/11/2016.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Diretrizes de Exame de patente de modelo de utilidade. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: < http://www.inpi.gov.br/legislacao-arquivo/docs/resolucao_85-13-anexo_diretrizes_mu.pdf> Acesso em: 11/11/2016.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Site Institucional**. Disponível em:<www.inpi.gov.br> Acesso em: 11/11/2016.

INPI. Publicação Oficial Classificação Internacional de Patentes (IPC), 2016. Apresenta publicação oficial sobre a classificação de patentes. Disponível em: <<http://ipc.inpi.gov.br/ipcpub/#refresh=page¬ion=scheme&version=20160101>> Acesso em: 11/11/2016

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Diretoria de Patentes (DIRPA). Orientações para Pesquisa, Elaboração, Depósito de um pedido de Patentes. Rio de Janeiro. p. 02, Jan./ 2016.

Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Diretoria de Patentes (DIRPA). Manual para Depósito de Patentes. Rio de Janeiro. Set/2015. p.50. Disponível em <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/patente/guia-completo-de-patente>> Acesso em out./ 2016

JAKITAS, Renato. No meio da crise, L'Oréal aposta em linha de R\$ 800 voltada aos consumidores de maior poder aquisitivo, a nova linha é uma série de produtos de tratamento para cabelos danificados. **Revista EXAME**. São Paulo, abr. 2016. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/no-meio-da-crise-l-oreal-aposta-em-linha-de-r-800>> Acesso em: 03/07/2016

L'OREAL. Nosso modelo de inovação: A L'Oréal optou por desenvolver uma pesquisa forte, pois acredita que, quando se trata de beleza, a ciência é essencial para a inovação. Disponível em: <http://www.loreal.com.br/pesquisa-,-a-,-inova%C3%A7%C3%A3o/nosso-modelo-de-inova%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em:13/11/2016

L'OREAL. O caminho para a grande L'Oréal. Disponível em:<<http://www.loreal.com.br/grupo-l%C2%B4or%C3%A9al/hist%C3%B3ria/1957-1983---o-caminho-para-a-grande-l'or%C3%A9al>>. Acesso em 25/08/2016

L'OREAL. Registration document 2012: annual financial report. Disponível em: <http://www.loreal-finance.com/docs/pdf/rapport-annuel/2012/LOREAL_Document-de-Reference-2012_GB.pdf> Acesso em: 13/11/2016

LIMA, Araken Alves de. A Gestão da Propriedade intelectual em um Cenário de Inovação aberta. In: OPEN INOVATION SEMINAR, 5., 2012, São Paulo. Disponível em: <<http://www.openinnovationseminar.com.br/2012/apresentacoes/ArakenAlves.pdf> > Acesso em: 03/08/2016.

MIETH, Ângela Costa de Souza; SILVA, Beatriz Aparecida da; SCHUSTER, Camila Helena et.al. Inovação como fonte de vantagem competitiva para empresas. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kz737-AGOLkJ:redcidir.org/nueva2014/index.php%3Foption%3Dcom_phocadownload%26view%3Dcategory%26download%3D527:Innovacion%2520como%2520ventaja%2520competitiva%2520organizacional%26id%3D30:asociativismo-empresas-e-innovacion%26Itemid%3D547%26lang%3Des+%&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acesso em: 11/11/2016.

MONTEZANO, Nuriane Santos. A importância da Gestão da Informação para as empresas e a atuação do Secretário Executivo – uma Revisão Bibliográfica. 32 p. Monografia (Bacharelado em Secretariado Executivo Trilíngue) Viçosa: UFV/DLA, 2009. Disponível em: <<http://www.secretariadoexecutivo.ufv.br/docs/Nuriane.pdf> >

MORESI, Eduardo. Delineando o valor do sistema de informação de uma organização. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n.1, p. 14-24, jan./ abr. 2000. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewArticle/246>>. Acesso em: 13/11/2016.

PILLON, Ana Elisa; FREITAS FILHO, Fernando Luiz. Inovação como fator de vantagem competitiva nas empresas. In: FORO DE INICIAÇÃO CIENTIFICA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE TUPY. 8., 2014, Joinville, SC. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:lzDzFCXkyV4J:www.sociesc.org.br/download/%3Ftipo%3Danx%26count%3D1%26id%3D21324+%&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em: 11/11/2016

RAHMAN, Hakikur; RAMOS, Isabel. Open Innovation in SMEs: From Closed Boundaries to Networked Paradigm. **Issues in Informing Science and Information Technology**. v. 7, p. 471-487, 2010. Disponível em: <<http://iisit.org/Vol7/IISITv7p471-487Rahman792.pdf>> Acesso em: 11/11/2016.

RODRIGUES, Claudio. Inovar é preciso. **Valor Econômico**, São Paulo, 19 de jul. 2011. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/namidia/noticia/45709/inovar-preciso/>> Acesso em: 11/11/2016.

SEBRAE NACIONAL. Nos últimos anos houve um grande aumento do número de estabelecimentos nos bairros. Ainda há espaço no mercado? Veja um estudo completo sobre a área. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/vale-a-pena-montar-um-salao-de-beleza,efb8d62b2b886410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 13/11/2016,

SILVA, Glessia, DACORSO, Antonio Luiz Rocha. Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e Pequena empresa. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 10, n.3, p.251-268, jul. /set. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79337>> Acesso em: 11/11/2016

SOUZA, Cristina Gomes de, AGUIAR, Ricardo Alexandre Amar de, MENDES, Heitor Soares. Como usar documentos de patente como fonte de informação tecnológica. In.: XXXVIII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, 2010, Fortaleza. Disponível em: <[cobengehttp://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2010/artigos/450.pdf](http://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2010/artigos/450.pdf)> Acesso em: 22/09/2016.

STAREC, Claudio (Org.). Gestão Estratégica da Informação e Inteligência Competitiva. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 351.

TARAPANOFF, Kira (Org.). **Inteligência, informação e conhecimento**. Brasília, DF: IBICT, 2006, 456p. Disponível em: < <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001469/146980por.pdf> > Acesso em: 20/08/2016.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação** – A economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 282 p.

TORRES, Cristina; MEDEIROS, Juliano; SOUZA, Natália O. L. de; OLIVEIRA, Mirian. Relação dos mecanismos de Gestão do Conhecimento com a Espiral do conhecimento. In.: X Salão de Iniciação Científica da PUCRS, 2009, Rio Grande do Sul-RS. Disponível em: < http://www.pucrs.br/edipucrs/XSalaoIC/Ciencias_Sociais_Aplicadas/Administracao/70484-CRISTINA_DA_SILVA_TORRES.pdf > Acesso em: 26/12/2016.

Tutorial de busca de patentes Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/informacao/guia-pratico-para-buscas-de-patentes> Acesso em: 11/11/2016.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Gestão da Informação e Gestão Do Conhecimento: especificidades e convergências. **Infohome**, 2004. Disponível em: <http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=88> Acesso em 20/08/2016.

VIANA, Marcos. Relaxamento capilar e alisamento de cabelos. Rio de Janeiro, ago., 2016. Disponível em: < <http://www.copacabanarunners.net/relaxamento-cabelos.html> > acesso em: 20/08/2016

VITAL, Luciane Paula. Fontes e canais de informação utilizados no desenvolvimento de sistemas em empresa de base tecnológica. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 11, n.2, p. 297-313, ago./ dez., 2006. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/480/614>> Acesso em: 11/11/2016

WINKELMANN, Gustavo. A importância dos indicadores de desempenho para empresas. abril, 2015. Disponível em: <<http://actioncoach.com.br/gustavowinkelmann/2015/04/02/a-importancia-dos-indicadores-de-desempenho-na-empresa-2/>>. Acesso em: 03/07/2016.

WIPO. World IntellectualPropertyOrganization. **Site Institucional.** Disponível em:<<http://www.wipo.int/portal/en/index.html>> Acesso em: 11/11/2016.

ANEXO I

PATENTES DE ALISANTES/ RELAXANTES CAPILARES DEPOSITADAS E CONCEDIDAS NO BRASIL PELA L'ORÉAL (1996-2016)

DEPOSITANTE/TITULAR EMPRESA:		L'Oreal (FR)							
Título da Patente	Nº do Pedido	Data do Pedido	Data da Concessão	Inventor	Protegida (País)	Classe Geral (A61Q)	Sub-Classe	Palavras-Chave	Ref.
COMPOSIÇÃO PARA A PRIMEIRA ETAPA DE UM PROCESSO DE DEFORMAÇÃO PERMANENTE DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E PROCESSO DE TRATAMENTO DAS MATÉRIAS QUERATÍNICAS	PI 9611231-0 B1	21/10/1996	30/09/2003	MireilleMaubru / DamarysBraid-Valerio	FRA 95/12399 20/10/1995	A61Q 7/06 ; A61Q 7/09	A61Q 7/06 - A61Q 7/09 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 - Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	EPA0647147; FRA673179; FRA2673179; DE4424530; DE4424533;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, COMPOSIÇÃO PARA A DEFORMAÇÃO PERMANENTE DAS FIBRAS QUERATÍNICAS, PROCESSO DE TRATAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS, KIT PARA O TRATAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E UTILIZAÇÃO DA MONOETANOLAMINA.	PI 9611245-0 A2	11/10/1996	-	Olivier De Lacharriere / Lionel Breton	FRA 95/12654 26/10/1995	A61Q7/09	A61Q 7/09 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	S. Ref.
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, DISPOSITIVO DE ACONDICIONAMENTO, PROCESSO DE TRATAMENTO DE MATERIAIS QUERATÍNICOS E PROCESSO DE ALISAMENTO OU DE DESENCRESPAMENTO DOS CABELOS	PI 9600510-6 A2	29/01/1996	-	Arnauld De Labbey / Françoise Pataut	FRA 95 01038 30/01/1995	A61Q 7/11	A61Q 7/11 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	FRA2162025; FRA2280361; 2252840; 2368598; 1583363; US3227615; US2961347; FRA2080759;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, KIT, PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS MATÉRIAS	PI 0404964-0 A2	16/11/2004	-	Gérard Malle / DamienLavergne	FR 0350849 18/11/2003	A61Q 7/09	A61Q 7/09 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	US4530830; WO2002/003937; WO2001/064171; WO02085317; US5641477;

QUERATÍNICAS, USO DE TETRAMETILGUANIDINA E AGENTE ATIVO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS							A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal		US5679327; US01/43214; US4524787;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, KIT, PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS MATÉRIAS QUERATÍNICAS, USO DE UMA BASE E AGENTE ATIVO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS	PI 0404961- 6 A2	12/11/2004	-	Gérard Malle / DamienLavergne	FR 0350848 18/11/2003	A61Q 7/09	A61Q 7/09 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	WO2002/003937; WO2001/064171; WO02085317; US5641477; US5679327; US4524787; EPA354835; EPA368763; EPA432000; EPA465342; EPA514282; FRA2679448; FRA2692481; EPA653202; US01/43124;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, KIT, PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS MATÉRIAS QUERATÍNICAS, USO DE UMA AMINA SECUNDÁRIA OU TERCIÁRIA E AGENTE ATIVO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS	PI 0404905- 5 A2	09/11/2004	-	Gérard Malle / Damien Lavergne / Xavier Radisson	FR 0350850 18/11/2003	A61Q 7/06	A61Q 7/06 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	US4530830; WO2002/003937; WO2001/064171; WO02085317; US5641477; US5679327; EPA368763; EPA432000; EPA465342; EPA514282; FRA2679448; FRA2692481; EPA653202; US01/43124;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, KIT, PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS MATÉRIAS QUERATÍNICAS, USO DE UMA IMINA E AGENTE ATIVO DE	PI 0404919- 5 A2	09/11/2004	-	Gérard Malle / Damien Lavergne / Michel Philippe	FR 0350851 18/11/2003	A61Q 7/06	A61Q 7/06 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	WO2002/003937; WO2001/064171; WO02085317; US5641477; US5679327; US4524787;

RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS							Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal		
FORMULAÇÕES PARA O RELAXAMENTO DOS CABELOS SEM MISTURA E MÉTODOS PARA O ALISAMENTO DOS CABELOS	PI 0400670-4 A2	20/02/2004	-	AduGyamfiDarkwa / Eric OseiAcquah / Angela D. Ellington	EUA 10/372,416 24/02/2003	A61Q 7/09	A61Q 7/09 Preparações que afetam o crescimento dos cabelos [2006.01] Ver A61K 8/00 Cosméticos ou preparações similares para higiene pessoal	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	US5679327; US3288770; US3412019; US4772462; US5275809; US4390033; US4237910; US4524787; US4950485; US5068101; US5171565; US5376364;
PROCESSO DE RELAXAMENTO DOS CABELOS	PI 0505222-0 B1	24/11/2005	28/04/2015	Xavier Radisson / Philippe Barbarat / Gérard Malle / StéphaneDiridollou	FR 0452775 26/11/2004	A61K 8/42 ; A61K 8/30 ; A61Q 5/04 A45D 7/08	A61K 8/42 - Amidas A61K 8/30 compostos orgânicos A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar cabelos A45D 7/08 - Processos de ondulamento, alisamento ou enrolamento do cabelo	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	CA1315204; US3847165; NL6410355; JP200/229819 WO2002/003937; WO2001/064147; US5641477; WO02085317;
COMPOSIÇÃO COSMÉTICA, COMPOSTOS, KIT, PROCESSO DE ALISAMENTO DAS MATÉRIAS QUERATÍNICAS, USO DE UMA MULTIGUANIDINA, AGENTE ATIVO DE ALISAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E USO DE COMPOSTO	PI 0602060-7 A2	17/05/2006	-	Gérard Malle / Xavier Radisson / Christian Blaise	FR 0551274 17/05/2005	A61K8/43 A61Q8/49 A61Q 5/04	A61K8/43- Guanidinas; A61Q8/49- compostos heterocíclicos A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelo	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	US4530830; US5679327; WO2002/003937; WO2001/064171; WO02085317;
PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E KIT	PI 0711200-9 B1	23/05/2007	08/03/2016	Philippe Barbarat / Gérard Malle	EUA 60/814,554 19/06/2006; FR 0651910 24/05/2006	A61K8/34 ; A61Q 5/04	A61K8/34 – Álcoois A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	CA1315204; US3847165; NL6410355; JP200/229819 WO2002/003937; WO2001/064147;

									US5641477; WO02085317;
PROCESSO PARA ALISAR OU RELAXAR O CABELO E COMPOSIÇÃO PARA O TRATAMENTO DOS CABELO	PI 0710375- 1 A2	20/04/2007	09/08/2011	Nghi Van Nguyen / David W. Cannell / Cynthia Chong Espino / Sawa Hashimoto	EUA 11/446,718 (05/06/2006	A61Q 5/04 2006.1	A61Q 5/04 2006.1 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	S. Ref
PROCESSO PARA ALISAR OU RELAXAR O CABELO	PI 0700591- 1 A2	08/02/2007	06/11/2007	David W. Cannell / Nghi Nguyen / Sawa Hashimoto / Cynthia Espino	EUA 11/378,152 17/03/2006	A61K8/22 A61Q 5/04	A61K8/22 Peróxidos; Oxigênio; Ozônio A61Q 5/04 2006.1 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	S. Ref
PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E KIT	PI 0711198- 3 B1	23/05/2007	08/03/2016	Gérard Malle / Philippe Barbarat / Anne-Claude Dublanche	EUA 60/814,530 19/06/2006; FR 0651913 24/05/2006	A61K8/42 ; A61Q5/04 ; A61Q 8/49	A61K8/42 - Amidas; A61Q5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos A61Q 8/49 - contendo compostos heterocíclicos[2006.01]	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo	CA1315204; US3847165; NL6410355; JP200/229819 WO2002/003937; WO2001/064147; US5641477; WO02085317;
PROCESSO DE RELAXAMENTO DAS FIBRAS QUERATÍNICAS E KIT	PI 0711197- 5 B1	23/05/2007	01/03/2016	Gérard Malle / Philippe Barbarat / ISABELLE PASINI	EUA 60/814,904 20/06/2006; FR 0651909 24/05/2006	A61Q8/365 A61Q 5/04	A61Q8/365 - Ácidos hidrocarboxílicos A61Q 5/04 Ácidos cetocarboxílicos;	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo	CA1315204; US3847165; NL6410355; JP200/229819 WO2002/003937; WO2001/064147; US5641477;
Processo de relaxamento das fibras queratínicas e kit.	PI 0711196- 7 C8	23/05/2007	15/09/2015	Gérard Malle / Michel Philippe / Philippe Barbarat	EUA 60/814,529 19/06/2006 FR 0651911 24/05/2006	A61K8/42 A61Q8/365 A61K8/43 A61Q 5/04	A61K8/42 - Amidas A61Q8/365 - Ácidos hidrocarboxílicos; A61K8/4 - Guanidinas A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	CA1315204; US3847165; NL6410355; JP200/229819 WO2002/003937; WO2001/064147; US5641477;
PROCESSO PARA ALISAR OU RELAXAR O CABELO E COMPOSIÇÃO PARA O TRATAMENTO DOS CABELOS	PI 0710375- 1 B1	20/04/2007	08/03/2016	Nghi Van Nguyen / David W. Cannell / Cynthia Chong Espino / Sawa Hashimoto	EUA 11/446,718 05/06/2006	A61Q 5/04	Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	US11446718;

PROCESSO PARA RELAXAR OU ALISAR OS CABELOS	PI 0801078-1 A2	14/03/2008	25/11/2008	David W. Cannell / Cynthia Chong Espino / Nghi Van Nguyen / Gilles Genain	EUA 11/717,824 14/03/2007	A61K8/42 A61Q 5/04	A61K8/42 – Amidas A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	S. Ref
COMPOSIÇÃO PARA O ALISAMENTO OU O RELAXAMENTO DOS CABELOS E PROCESSO PARA O ALISAMENTO OU O RELAXAMENTO DOS CABELOS	PI 0906269-6 A2	18/12/2009	02/10/2012	Angela Ellington / Eric Osei-Acquah / James Cooper / DarlusDanielski	EUA 61/138,722 18/12/2008	A61K8/33 A61Q 5/04	A61K8/33 - contendo oxigênio A61Q 5/04 - Preparações para ondular ou alisar permanentemente os cabelos	Alisamento; relaxamento; Cabelo; Tratamento; Processo;	S. Ref

Legenda:

Empresa:L’Oreal; **Período de observação** = 2006 – 2016; **Área Tecnológica** = A (Necessidades humanas); **Subárea principal** = A61Q / A61K (A61Q substituiu A61K a partir de 2006); **Tecnologia analisada** = Tratamento capilar / relaxamento / alisamento; **Palavras chave:** Alisamento; Relaxamento; Cabelos; processo; **Seção A:** Necessidades Humanas; **Seção B:** Operações de Processamento/ transporte;

Sigla para países:

EPA – Advogados de patentes Europeias; FRA – França; US – Estados Unidos da América; WO ou WIPO – organização Mundial de Propriedade Intelectual; CA – Canadá; NL – Holanda;

JP – Japão