REVISTA INGI – INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E INOVAÇÃO
Vol. 10, n. 3, p. 3556-3573. Jul/Ago/Set (2026)
ISSN: 2594-8288
DOI: 10.51722/Ingi.v10.i3.13

OPEN ACCESS
www.api.org.br

THE BEHAVIOR OF TRADEMARK REGISTRATION IN CUSTOM SOFTWARE DEVELOPMENT COMPANIES IN ARACAJU, SERGIPE, BRAZIL

O COMPORTAMENTO DO REGISTRO DE MARCAS EM EMPRESAS DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE SOB ENCOMENDA EM ARACAJU/SE

Jonas Pedro Fabris[1]; Marta Jeidjane Borges Ribeiro[2]; Flávio Ferreira da Conceição[3]; Suzana Leitão Russo[4]; José Augusto Andrade Filho[5]

[1] Programa de Pós-Graduação Profissional em Propriedade Intelectual – PPI do Instituto Federal do Piauí – IFPI. Instituto Federal de Sergipe – IFS. jonasfabris@gmail.com
[2] Instituto Federal de Sergipe – IFS. emestatistica@gmail.com
[3] Universidade Federal de Sergipe – UFS. flavio_f10@hotmail.com
[4] Programa de Pós-Graduação Profissional em Propriedade Intelectual – PPI do Instituto Federal do Piauí – IFPI. suzanarusso@gmail.com
[5] Instituto Federal de Sergipe – IFS. augustoa@gmail.com

Resumo

A marca constitui um dos principais ativos intangíveis das organizações, desempenhando papel estratégico na diferenciação competitiva e na consolidação da identidade empresarial. No contexto das empresas de tecnologia, especialmente aquelas voltadas ao desenvolvimento de software, a proteção marcária torna-se relevante diante da centralidade dos ativos imateriais na geração de valor. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo descrever o comportamento de registro de marcas das empresas do segmento de desenvolvimento de programas de computador sob encomenda sediadas no município de Aracaju–SE, a partir da verificação de pedidos de registro junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). A pesquisa caracteriza-se como documental, de natureza descritiva e abordagem quantitativa, tendo como universo 158 empresas identificadas nesse segmento. Os dados foram coletados na base pública do INPI e analisados considerando a existência de registros marcários e a relação temporal entre a abertura das empresas e o depósito dos pedidos de registro. Os resultados indicam que apenas 26 empresas realizaram pedidos de registro de marca, representando aproximadamente 16,45% do universo analisado. Observou-se ainda que o registro marcário tende a ocorrer após alguns anos de funcionamento das empresas, com intervalo médio de cerca de quatro anos entre a constituição da organização e o depósito do pedido de marca. Os achados sugerem a existência de uma lacuna na incorporação de práticas estratégicas de gestão da propriedade intelectual no setor analisado, reforçando a importância de iniciativas que ampliem a conscientização empresarial sobre o valor da proteção de marcas.

Palavras-chave: Marca; Propriedade Intelectual; Software; Ativos intangíveis; Inovação.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

Abstract

Trademark constitute one of the main intangible assets of organizations, playing a strategic role in competitive differentiation and the consolidation of corporate identity. In the context of technology companies, particularly those focused on custom software development, trademark protection becomes essential given the centrality of intangible assets in value creation. In this sense, this study aims to describe the trademark registration behavior of custom computer software development companies located in the municipality of Aracaju, Sergipe, based on the verification of trademark applications filed with the National Institute of Industrial Property (INPI). The research is characterized as documentary, descriptive in nature, and quantitative in approach, encompassing a population of 158 companies identified in this sector. Data were collected from INPI's public database and analyzed considering the existence of trademark registrations and the temporal relationship between company incorporation and the filing of trademark applications. The results indicate that only 26 companies filed trademark applications, representing approximately 16.45% of the analyzed population. Furthermore, it was observed that trademark registration tends to occur after several years of operation, with an average interval of approximately four years between company formation and the application filing. The findings suggest a gap in the adoption of strategic intellectual property management practices within the analyzed sector, reinforcing the importance of initiatives aimed at increasing business awareness regarding the value of trademark protection.

Keywords: Trademark; Intellectual Property; Software; Intangible assets; Innovation.

1 Introdução

O setor de tecnologia da informação tem assumido papel central nas economias contemporâneas, especialmente no que se refere às atividades intensivas em conhecimento, como o desenvolvimento de software sob encomenda. Empresas que atuam nesse segmento operam predominantemente com recursos imateriais, cuja competitividade depende menos de estruturas físicas e mais da capacidade de inovação, reputação e diferenciação mercadológica (Castells, 2019). Nesse contexto, a teoria da inovação de Schumpeter (1934) destacava o papel estratégico do empreendedor na introdução de novas combinações produtivas, enquanto abordagens posteriores reforçam a centralidade do conhecimento como fator de geração de valor nas economias modernas (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018; Lev, 2020).

Entre os ativos intangíveis que sustentam a vantagem competitiva das empresas, a marca ocupa posição de destaque. Sob a perspectiva da Resource-Based View, recursos que são valiosos, raros, difíceis de imitar e organizacionalmente exploráveis podem gerar vantagem competitiva sustentável (Barney, 1991). A marca, nesse sentido, não representa apenas um sinal distintivo, mas um ativo estratégico capaz de agregar valor, fortalecer a identidade empresarial e influenciar a percepção do consumidor (Keller, 1993; Aaker, 1996; Kotler; Keller, 2022). Estudos mais recentes indicam que, em ambientes digitais, a gestão de marcas assume papel ainda mais relevante na construção de confiança e diferenciação competitiva (WIPO, 2023).

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

No ordenamento jurídico brasileiro, a proteção marcária está disciplinada pela Lei nº 9.279/1996, que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial (Brasil, 1996). O registro concedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial assegura ao titular o direito de uso exclusivo da marca em todo o território nacional, configurando instrumento jurídico essencial para a consolidação da identidade empresarial e para a proteção contra práticas de concorrência desleal (Barbosa, 2010; Barbosa, 2019). Dessa forma, a formalização da proteção marcária não apenas resguarda direitos, mas também sinaliza maturidade estratégica na gestão de ativos intangíveis.

Paralelamente, a estrutura empresarial, representada por elementos como capital social, pode refletir o grau de robustez organizacional e a capacidade de investimento da firma. A teoria do crescimento da firma, proposta por Penrose (1959), destaca que a expansão empresarial está relacionada à utilização eficiente de seus recursos internos. Sob a perspectiva financeira, o capital social constitui base estrutural que viabiliza operações e investimentos iniciais, podendo influenciar decisões estratégicas, inclusive aquelas relacionadas à proteção de ativos intangíveis (Assaf Neto, 2014).

Apesar da reconhecida importância da marca como recurso estratégico e da existência de arcabouço jurídico consolidado para sua proteção, ainda são escassos estudos empíricos que investiguem o comportamento marcário de empresas de tecnologia em ecossistemas locais, especialmente fora dos grandes centros econômicos brasileiros. Relatórios recentes da World Intellectual Property Organization (2023; 2024) indicam que, embora o uso de marcas venha crescendo globalmente, há significativa heterogeneidade na adoção de instrumentos formais de propriedade intelectual entre regiões e setores.

Diante desse cenário, emerge a seguinte questão de pesquisa: como a estrutura empresarial das empresas de desenvolvimento de software sob encomenda em Aracaju-SE se relaciona com a adoção de estratégias de proteção marcária junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial? Assim, o presente estudo tem por objetivo analisar a relação entre estrutura empresarial e proteção das marcas no referido setor, considerando variáveis como capital social, localização territorial e evolução temporal dos registros.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

2 Formatação de ilustrações, diagramas, tabelas e quadros

2.1 Marcas, ativos intangíveis e apropriação do valor da inovação

O crescimento da economia baseada no conhecimento ampliou a participação dos ativos intangíveis na geração de valor das organizações. Investimentos em software, dados, pesquisa e desenvolvimento, marcas, design e capital organizacional passaram a superar, em diversas economias, o ritmo de expansão dos investimentos em ativos físicos. Esse movimento evidencia que a competitividade empresarial depende cada vez mais da capacidade de criar, organizar, proteger e explorar recursos imateriais associados ao conhecimento e à inovação (WIPO, 2024; WIPO, 2025).

Entre os ativos intangíveis protegidos pela propriedade intelectual, a marca exerce a função de distinguir os produtos ou serviços de uma organização daqueles ofertados por seus concorrentes, reduzindo incertezas no mercado e favorecendo o reconhecimento da origem empresarial. Entretanto, sua importância não se limita à dimensão distintiva ou jurídica, pois a marca também pode concentrar reputação, confiança, identidade, posicionamento e expectativas construídas na relação entre a empresa e seus diferentes públicos (WIPO, 2025; Castaldi, 2024).

Na perspectiva estratégica, as marcas podem ser compreendidas como recursos específicos da firma, juridicamente protegidos e potencialmente difíceis de imitar. Quando articuladas às competências organizacionais, à reputação e à capacidade de comercialização, elas contribuem para que as empresas se apropriem economicamente dos resultados da inovação, diferenciando suas ofertas e sustentando vantagens competitivas. A relação entre intensidade marcária e desempenho empresarial também tem sido analisada a partir da visão baseada em recursos, segundo a qual ativos valiosos e protegidos podem produzir resultados superiores quando incorporados à estratégia organizacional (Patel *et al*., 2025).

A proteção formal da marca também deve ser compreendida como parte de uma estratégia mais ampla de apropriação. Em vez de utilizarem um único instrumento, as empresas podem combinar marcas, patentes, desenhos industriais, direitos autorais, segredos empresariais e outros direitos de propriedade intelectual conforme a natureza da inovação e o modelo de negócio. Evidências obtidas em economias em desenvolvimento indicam que o uso combinado desses direitos pode apresentar relação positiva com o desempenho das empresas, embora os benefícios variem conforme o tipo de proteção, o porte organizacional e a capacidade de exploração comercial dos ativos protegidos (Zhang *et al*., 2023).

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

2.2 Marcas como indicadores de inovação e comportamento empresarial

A literatura sobre mensuração da inovação foi historicamente concentrada em indicadores de pesquisa e desenvolvimento e em dados de patentes. Embora relevantes, esses indicadores apresentam limitações para representar inovações em serviços, atividades digitais, modelos de negócio e estratégias mercadológicas. Nesse contexto, os registros de marcas podem complementar os indicadores tradicionais, pois captam movimentos de introdução de produtos e serviços, posicionamento comercial e aproximação entre as atividades inovativas e o mercado (Millot, 2009; Castaldi, 2024).

Castaldi (2024) ressalta que os dados marcários permanecem subutilizados nos estudos de inovação e negócios internacionais, apesar de oferecerem informações sobre setores e empresas que nem sempre aparecem nas estatísticas de patenteamento. A autora argumenta que as marcas podem contribuir para identificar processos inovativos mais próximos da comercialização, além de inovações não tecnológicas e baseadas em serviços, especialmente quando os dados são interpretados de acordo com as características setoriais e organizacionais das empresas.

Morales *et al*. (2024) demonstraram que a incorporação de informações sobre marcas pode ampliar a capacidade de identificação de inovações quando comparada ao uso exclusivo de patentes. Os resultados indicaram que uma parcela relevante de novos produtos não seria captada por indicadores patentários, enquanto a inclusão de registros marcários reduziu essa lacuna. Dessa forma, a análise das marcas mostra-se particularmente útil em atividades nas quais a inovação é incremental, orientada ao mercado, baseada em serviços ou pouco dependente de tecnologias patenteáveis.

A relação entre marcas e inovação, contudo, não deve ser tratada de forma automática. Nem todo pedido de registro corresponde necessariamente a uma inovação, uma vez que as empresas também registram marcas para proteger denominações institucionais, ampliar portfólios ou prevenir conflitos concorrenciais. Por essa razão, a interpretação dos dados deve considerar o setor econômico, as classes de produtos ou serviços, o momento do depósito, a trajetória da empresa e sua estratégia de posicionamento no mercado (Castaldi, 2024; Flikkema; Castaldi; Block, 2025).

Apesar dessas limitações, os registros marcários constituem uma fonte empírica relevante para compreender o comportamento estratégico das empresas. A decisão de solicitar proteção pode revelar maior atenção à identidade corporativa, à exploração comercial dos resultados da inovação e à prevenção de imitações. Em contrapartida, a ausência de registro pode indicar desconhecimento, restrições financeiras, informalidade na gestão dos intangíveis ou baixa incorporação da propriedade intelectual ao planejamento empresarial, hipóteses que precisam ser analisadas à luz

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

das características da amostra e do ambiente institucional em que as organizações atuam (OECD, 2023; Castaldi, 2024).

2.3 Propriedade intelectual em empresas de desenvolvimento de software

O setor de software apresenta particularidades que dificultam sua análise a partir de um único mecanismo de propriedade intelectual. Um produto de software pode envolver código-fonte, interfaces, bancos de dados, documentação técnica, algoritmos, denominações comerciais e conhecimentos mantidos em sigilo, permitindo a utilização complementar de direitos autorais, registros de programas de computador, marcas, contratos, segredos empresariais e, em determinadas jurisdições, patentes relacionadas a soluções implementadas por computador (Graham; Somaya, 2006; Munari, 2013).

A complementaridade entre os direitos de propriedade intelectual é particularmente relevante no setor de software porque a proteção do código não assegura, isoladamente, a identidade utilizada para apresentar a empresa, o serviço ou a solução tecnológica ao mercado. Enquanto o direito autoral e o registro do programa protegem a expressão do software, a marca diferencia sua origem empresarial e favorece a construção de reputação. Estudos sobre empresas do setor indicam que direitos autorais e marcas podem ser utilizados conjuntamente como instrumentos de apropriação e exploração dos resultados econômicos das atividades tecnológicas (Graham; Somaya, 2006; Power; Reid, 2021).

Nas empresas que desenvolvem software sob encomenda, a questão marcária assume características específicas. Parte dessas organizações atua prioritariamente em relações interempresariais, desenvolvendo sistemas para clientes determinados e, em alguns casos, sem lançar produtos próprios amplamente identificáveis no mercado. Essa forma de atuação pode reduzir a percepção imediata da necessidade de registrar marcas associadas a produtos, mas não elimina a importância da proteção da denominação empresarial ou dos sinais utilizados na prestação de serviços, sobretudo quando a organização busca expansão, recorrência contratual e diferenciação perante concorrentes.

A reduzida utilização de mecanismos formais de propriedade intelectual é frequentemente mais acentuada entre micro e pequenas empresas. Mesmo quando inovam, essas organizações tendem a utilizar menos direitos formais do que as empresas de maior porte, em razão de custos, insuficiência de conhecimentos especializados, incerteza sobre o retorno econômico e concentração de recursos nas atividades operacionais. Essa assimetria contribui para que empresas menores

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

permaneçam expostas à imitação e tenham dificuldades para transformar conhecimento, reputação e identidade mercadológica em ativos juridicamente protegidos (OECD, 2019; OECD, 2023).

Apesar dessas barreiras, a propriedade intelectual pode contribuir para o desempenho das pequenas empresas quando integrada à estratégia organizacional. Power e Reid (2021), ao examinarem diferentes modalidades de propriedade intelectual em pequenas e médias empresas, destacam que os efeitos sobre o desempenho não são homogêneos, pois dependem do tipo de direito utilizado e da capacidade da empresa de convertê-lo em resultados econômicos. Essa constatação reforça que o simples registro não garante vantagem competitiva, mas pode constituir uma condição relevante para a proteção, valorização e exploração dos ativos intangíveis.

2.4 Registro de marcas, desempenho e maturidade da gestão empresarial

A titularidade de direitos de propriedade intelectual apresenta associação recorrente com indicadores superiores de desempenho empresarial. Estudo conjunto do European Patent Office e do European Union Intellectual Property Office identificou diferenças positivas de receita por empregado e remuneração entre empresas titulares e não titulares de direitos de propriedade intelectual, com resultados expressivos para organizações que possuíam marcas e combinações de diferentes direitos. Embora esses resultados não estabeleçam, isoladamente, uma relação causal, evidenciam que a gestão dos ativos protegidos está associada a estruturas organizacionais mais produtivas e orientadas à exploração econômica da inovação (EPO; EUIPO, 2021).

Agostini *et al*. (2016) também identificaram relação entre a proteção por patentes e marcas e o desempenho econômico-financeiro de pequenas e médias empresas. Os autores ressaltam que a propriedade intelectual pode contribuir para a apropriação do valor criado pela inovação, principalmente quando a proteção está alinhada ao posicionamento estratégico e às capacidades internas da organização. Essa abordagem afasta a interpretação do registro como simples procedimento administrativo e o situa como parte da gestão estratégica dos recursos empresariais.

Estudos mais recentes aprofundam essa discussão ao analisar a marca como recurso associado ao desempenho e à acumulação de capital organizacional. Patel *et al*. (2025) demonstram que a intensidade marcária pode produzir efeitos distintos conforme as características de propriedade, governança e estratégia da empresa. Isso significa que o número de marcas, isoladamente, não representa necessariamente maior competitividade, mas pode revelar a existência de processos sistemáticos de lançamento, diferenciação e proteção de ofertas, sobretudo quando acompanhado de competências gerenciais e comerciais.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

O uso combinado de direitos também pode indicar maior maturidade na gestão da inovação. Zhang *et al*. (2023) verificaram que empresas que articulam diferentes modalidades de propriedade intelectual apresentam padrões de desempenho distintos daquelas que utilizam direitos de maneira isolada. Para os autores, os pacotes de direitos possibilitam proteger dimensões complementares da inovação, mas exigem capacidade organizacional para selecionar, manter e explorar cada ativo de acordo com sua contribuição para o modelo de negócio.

Nessa perspectiva, o registro de marcas por empresas de software pode ser interpretado como manifestação de uma orientação estratégica voltada à proteção da identidade empresarial, à diferenciação dos serviços e à apropriação dos resultados da inovação. Entretanto, a baixa frequência de registros não permite concluir, por si só, que as empresas não inovam. Ela pode representar uma dissociação entre a capacidade técnica de desenvolver soluções e a capacidade gerencial de reconhecer, proteger e explorar os ativos intangíveis resultantes dessas atividades (Castaldi, 2024; Morales *et al*., 2024).

2.5 Ambiente institucional e cultura de propriedade intelectual

A adoção dos mecanismos de propriedade intelectual não depende exclusivamente das decisões internas das empresas. O ambiente institucional, a disponibilidade de serviços especializados, os custos de proteção, o acesso à informação e a presença de organizações intermediárias influenciam a capacidade das firmas de incorporar a propriedade intelectual às estratégias de inovação. Políticas públicas e instituições de apoio podem reduzir barreiras de informação e favorecer a utilização dos direitos de propriedade intelectual por pequenas empresas e organizações localizadas em ecossistemas emergentes (OECD, 2023; WIPO, 2024).

A WIPO (2024) defende que as políticas de inovação devem considerar as capacidades produtivas, tecnológicas e institucionais existentes em cada país ou região. Em vez de reproduzir modelos externos, as políticas precisam identificar as competências locais e criar condições para que empresas, universidades, governos e instituições intermediárias transformem conhecimento em resultados econômicos e sociais. Nesse processo, a gestão da propriedade intelectual representa um componente da capacidade regional de absorver, adaptar, proteger e comercializar inovações.

No contexto das pequenas empresas, a insuficiência de conhecimentos sobre propriedade intelectual constitui uma barreira relevante. A complexidade dos procedimentos, os custos percebidos e a ausência de profissionais especializados podem fazer com que a proteção seja postergada até o surgimento de conflitos, imitações ou necessidades de expansão. Programas de capacitação, diagnósticos de ativos intangíveis e serviços de orientação podem contribuir para

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

modificar esse comportamento, aproximando a propriedade intelectual das decisões relacionadas ao planejamento, à inovação e à competitividade (OECD, 2023).

Em ecossistemas regionais de tecnologia, a baixa utilização de marcas pode, portanto, refletir não apenas escolhas individuais, mas também fragilidades na difusão da cultura de propriedade intelectual. A análise do comportamento de registro das empresas permite identificar lacunas na apropriação dos resultados da inovação e fornecer subsídios para universidades, instituições de apoio empresarial, órgãos de propriedade intelectual e formuladores de políticas públicas. Nesse sentido, a investigação das empresas de desenvolvimento de software sob encomenda de Aracaju contribui para compreender como organizações intensivas em conhecimento incorporam — ou deixam de incorporar — a proteção marcária às suas estratégias empresariais.

3 Metodologia

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva, de abordagem quantitativa, fundamentada em pesquisa documental. Estudos descritivos têm como objetivo identificar, registrar e analisar características de determinada população ou fenômeno, sem interferência do pesquisador, possibilitando a compreensão de padrões e relações observadas empiricamente (Gil, 2019; Creswell; Creswell, 2023).

A estratégia metodológica adotada foi a pesquisa documental, uma vez que os dados analisados foram obtidos a partir de bases oficiais de domínio público. Segundo Gil (2019), esse tipo de investigação utiliza documentos produzidos para finalidades distintas da pesquisa científica, permitindo a obtenção de informações confiáveis quando provenientes de instituições oficiais. No presente estudo, a principal fonte documental foi a base de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável pelo processamento dos pedidos de registro de marcas no Brasil.

A população da pesquisa foi composta por empresas de desenvolvimento de software sob encomenda estabelecidas no município de Aracaju, estado de Sergipe, classificadas na Classe CNAE 6201-5/01 – Desenvolvimento de Programas de Computador sob Encomenda. A escolha dessa atividade econômica fundamenta-se no fato de representar organizações intensivas em conhecimento, cuja competitividade depende fortemente da criação, utilização e proteção de ativos intangíveis, especialmente aqueles relacionados à propriedade intelectual.

A identificação das empresas foi realizada a partir de bases públicas de consulta empresarial, permitindo a consolidação de uma amostra composta por 158 empresas ativas no período da pesquisa. Para cada organização foram realizadas consultas individuais na base pública do INPI,

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

buscando identificar pedidos e registros de marcas vinculados à razão social, ao nome empresarial e às variações de identificação utilizadas pelas empresas. As buscas foram efetuadas diretamente no sistema oficial do INPI, considerando os registros existentes até a data da coleta dos dados.

Para cada empresa foram registradas informações referentes à existência ou não de pedidos de registro de marca, quantidade de marcas identificadas, situação jurídica dos processos e demais informações necessárias à caracterização da proteção marcária da amostra. Posteriormente, os dados foram organizados em planilhas eletrônicas, submetidos à conferência para eliminação de inconsistências e analisados por meio de estatística descritiva, utilizando frequências absolutas e relativas, adequadas aos objetivos da investigação.

A opção pela estatística descritiva justifica-se pelo objetivo de caracterizar o comportamento do registro de marcas entre as empresas investigadas, identificando padrões de adoção da proteção marcária sem a pretensão de estabelecer relações de causalidade. Conforme Creswell e Creswell (2023), esse tipo de análise é apropriado quando se pretende descrever fenômenos observáveis e apresentar tendências presentes Como limitação metodológica, destaca-se que a pesquisa concentrou-se exclusivamente na proteção marcária registrada junto ao INPI, não contemplando outros mecanismos de proteção da propriedade intelectual, como registros de programas de computador, patentes, desenhos industriais, direitos autorais ou segredos empresariais. Além disso, a análise restringe-se às empresas classificadas na CNAE 6201-5/01 localizadas no município de Aracaju, não sendo possível generalizar os resultados para outros segmentos econômicos ou regiões geográficas sem a realização de estudos comparativos.

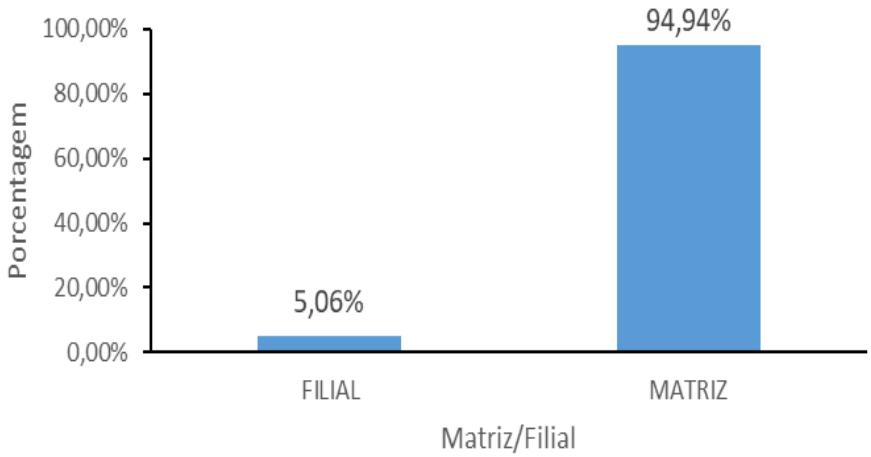
4 Resultados da Análise das Empresas

Este capítulo apresenta os resultados obtidos a partir da análise das 158 empresas de desenvolvimento de software sob encomenda localizadas no município de Aracaju (SE). Os resultados são apresentados de forma sequencial, acompanhando as figuras e tabelas elaboradas a partir dos dados coletados junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Para cada conjunto de resultados, realiza-se uma discussão fundamentada na literatura sobre propriedade intelectual, inovação e gestão de ativos intangíveis, buscando interpretar os padrões observados e suas implicações para a utilização estratégica das marcas pelas empresas analisadas.

A Figura 1 apresenta a distribuição das empresas de desenvolvimento de programas de computador sob encomenda analisadas segundo sua natureza organizacional, distinguindo entre matriz e filial. Das 158 empresas identificadas no município de Aracaju (SE), 150 (94,94%) correspondem a matrizes, enquanto apenas 8 (5,06%) são classificadas como filiais.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

Figura 1 – Estrutura das empresas: matriz e filial



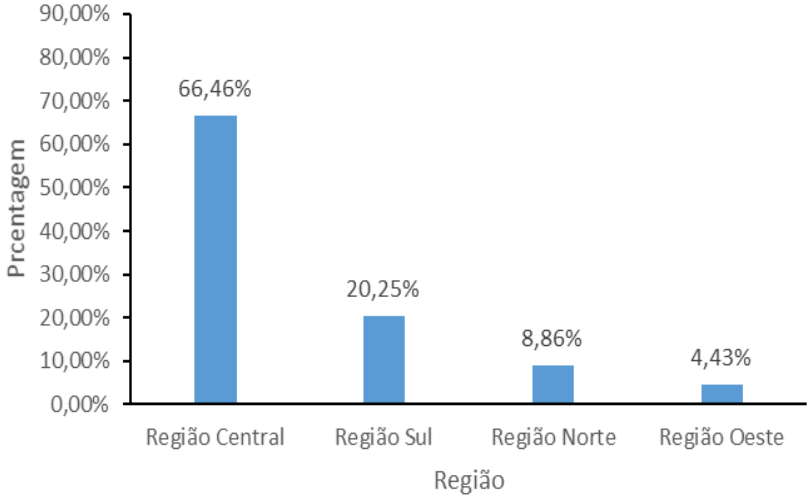
Fonte: Elaborada pelos autores

Observa-se uma predominância expressiva de empresas constituídas como matriz, indicando que a atividade econômica analisada é desenvolvida majoritariamente por organizações com sede estabelecida no próprio município. Esse perfil sugere um ecossistema empresarial composto, em sua maior parte, por empresas locais, e não por unidades descentralizadas de grupos empresariais sediados em outras regiões.

Essa característica é relevante para os objetivos da pesquisa, pois demonstra que os resultados obtidos refletem predominantemente o comportamento das empresas que conduzem suas decisões estratégicas a partir do contexto regional. Assim, a análise do registro de marcas tende a representar práticas de gestão da propriedade intelectual adotadas por organizações cuja atuação e identidade empresarial estão diretamente vinculadas ao ecossistema de inovação de Aracaju.

A Figura 2 apresenta a distribuição percentual das 158 empresas analisadas, considerando sua localização nas diferentes regiões do município de Aracaju.

Figura 2 – Distribuição das empresas por Regiões de Aracaju



Fonte: Elaborado pelos autores

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

Observa-se uma concentração expressiva das empresas na Região Central, que reúne 66,46% das organizações analisadas, seguida pela Zona Sul, com 20,25%. Em conjunto, essas duas regiões concentram mais de quatro quintos das empresas identificadas, evidenciando um padrão de localização voltado para áreas que apresentam maior dinamismo econômico e oferta de infraestrutura urbana.

Esse resultado está alinhado à configuração espacial do município, na qual a Região Central e a Zona Sul concentram atividades comerciais, empresariais e de serviços especializados. Na Região Central destacam-se bairros como Centro e São José, enquanto a Zona Sul abrange bairros como Jardins, Grageru, Luzia, Atalaia, Farolândia e Treze de Julho, reconhecidos pela elevada concentração de empreendimentos e pela disponibilidade de infraestrutura urbana consolidada (Aracaju, 2007; Sergipe Aracaju, 2010; IBGE, 2022).

Sob a perspectiva da inovação e da competitividade, essa distribuição sugere que empresas de desenvolvimento de software tendem a se estabelecer em localidades que oferecem melhores condições para a realização de negócios, maior proximidade com clientes, prestadores de serviços e instituições de apoio. Embora a pesquisa não tenha investigado os fatores determinantes da escolha locacional, a concentração observada é consistente com a literatura que associa ambientes urbanos mais estruturados à maior densidade de atividades intensivas em conhecimento e serviços tecnológicos.

Nesse sentido, a Tabela 1 detalha a localização das empresas que realizaram registro de marca segundo os bairros do município.

Tabela 1 – Localização das empresas analisadas por bairros de Aracaju

BAIRRO	**QUANT.**	**PORCENTAGEM**
Grageru	29	18,4%
São José	25	15,8%
Inácio Barbosa	14	8,9%
Centro	12	7,6%
Salgado Filho	11	7,0%
Treze de Julho	7	4,4%
Jabotiana	6	3,8%
Jardins	5	3,2%
Luzia	5	3,2%
Pereira Lobo	5	3,2%
Siqueira Campos	5	3,2%
Coroa do Meio	5	3,2%
Farolândia	5	3,2%

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

Atalaia	4	2,5%
Ponto Novo	3	1,9%
Suíça	3	1,9%
Industrial	3	1,9%
José Conrado de Araujo	3	1,9%
São Conrado	3	1,9%
Dezoito do Forte	2	1,3%
Bugio	1	0,6%
Capucho	1	0,6%
Aruana	1	0,6%
TOTAL	**158**	**100,0%**

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 1 presenta a distribuição das 158 empresas de desenvolvimento de programas de computador sob encomenda pelos bairros do município de Aracaju (SE). Observa-se maior concentração no bairro Grageru, com 29 empresas (18,4%), seguido de São José, com 25 (15,8%), e Inácio Barbosa, com 14 (8,9%). Em seguida, destacam-se os bairros Centro, com 12 empresas (7,6%), e Salgado Filho, com 11 (7,0%). Os demais bairros apresentam quantitativos inferiores, indicando uma distribuição espacial relativamente dispersa, porém concentrada em alguns polos urbanos específicos.

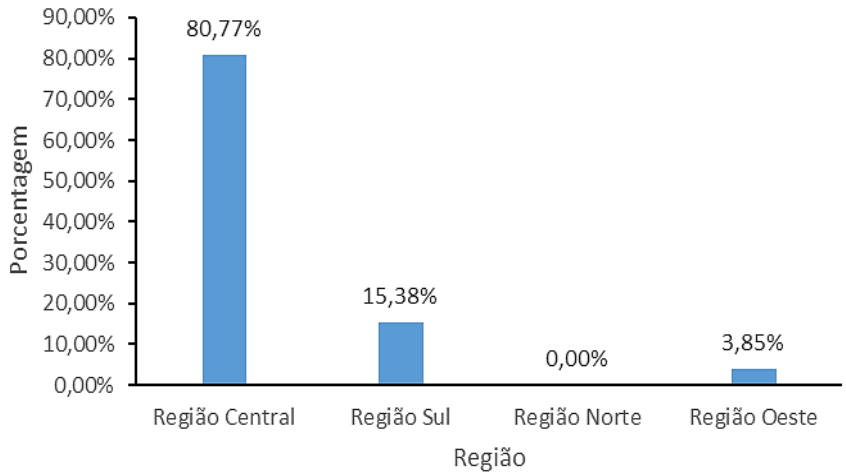
A distribuição territorial observada reforça o padrão identificado anteriormente, evidenciando maior presença de empresas em bairros localizados na Região Central e na Zona Sul de Aracaju. Grageru e Inácio Barbosa, na Zona Sul, bem como São José e Centro, na Região Central, caracterizam-se pela elevada concentração de atividades econômicas, serviços especializados e infraestrutura urbana, condições que favorecem o estabelecimento de empresas intensivas em conhecimento.

Embora a presente pesquisa não tenha investigado os fatores que influenciam a escolha da localização empresarial, os resultados sugerem que a concentração geográfica observada está associada às características econômicas e estruturais desses bairros. A identificação desse padrão também fornece subsídios para a etapa seguinte da análise, que busca verificar se a distribuição das empresas detentoras de registros de marca acompanha a mesma configuração espacial observada para o conjunto das organizações investigadas.

Nesse sentido, a Figura 3 apresenta a distribuição das 26 empresas com registro de marca segundo sua localização nas regiões de Aracaju–SE. Observa-se que os registros marcários se concentram em áreas de maior dinamismo econômico e infraestrutura urbana consolidada.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual

Figura 3 – Marcas registradas por Região de Bairros de Aracaju



Fonte: Elaborada pelos Autores

A Tabela 2 apresenta a distribuição das 26 empresas que realizaram registro de marca, considerando sua localização por bairro no município de Aracaju–SE.

Tabela 2 - Localização das empresas com marcas registradas por bairros em Aracaju

BAIRRO	**QUANT.**	**PORCENTAGEM**
Sao Jose	6	23,08
Grageru	5	19,23
Treze de Julho	3	11,54
Salgado Filho	2	7,69
Atalaia	1	3,85
Centro	1	3,85
Coroa do Meio	1	3,85
Farolandia	1	3,85
Inacio Barbosa	1	3,85
Jabotiana	1	3,85
Jardins	1	3,85
Luzia	1	3,85
Pereira Lobo	1	3,85
Suica	1	3,85
Total Geral	**26**	**100,0%**

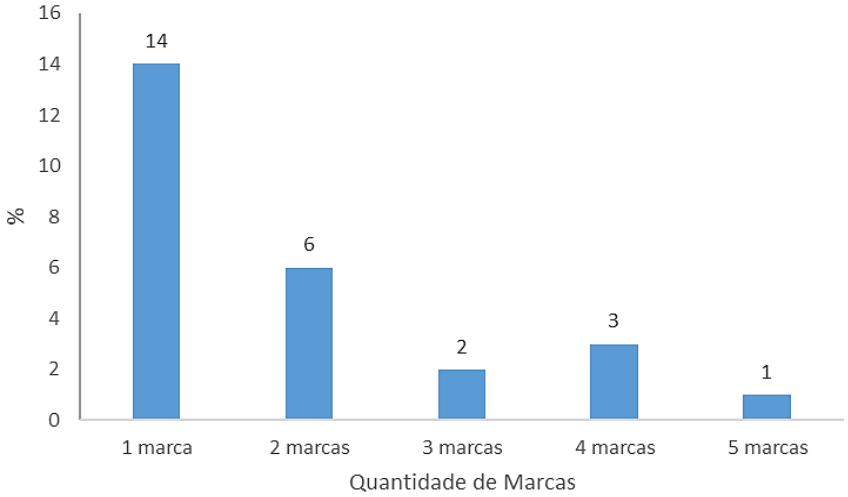
Fonte: Elaborado pelos autores

Após a identificação das 26 empresas com registro de marca, realizou-se a análise do intervalo entre a data de constituição da empresa e o depósito de sua primeira marca no INPI. Observou-se que, a maior diferença entre a data de abertura da empresa e a data de registro da

marca foi de 24 anos e 19 dias, enquanto a menor diferença foi de apenas 34 dias. Em média, as empresas levaram 64,31 meses para realizar o primeiro registro, o que corresponde a aproximadamente 5 anos e 4 meses de funcionamento. Esse resultado indica que a proteção marcária tende a ser incorporada apenas em estágios mais avançados do desenvolvimento organizacional, e não no momento inicial da constituição da empresa.

A Figura 4 apresenta a distribuição das empresas segundo a quantidade de marcas registradas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Entre as 26 empresas que possuem proteção marcária, 14 registraram apenas uma marca, correspondendo a 53,8% do total. Outras seis empresas (23,1%) possuem duas marcas registradas, enquanto duas empresas (7,7%) registraram três marcas. Além disso, três empresas (11,5%) possuem quatro marcas registradas e apenas uma empresa (3,8%) registrou cinco marcas.

Figura 4 – Marcas registradas por Empresas



Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados demonstram que a proteção marcária está concentrada, predominantemente, em empresas que registraram apenas uma marca, enquanto um grupo reduzido apresenta um portfólio marcário mais amplo. Esse comportamento sugere que, entre as empresas analisadas, o registro de marcas ainda ocorre de forma limitada, concentrando-se na proteção da identidade institucional ou de um único ativo distintivo.

Por outro lado, a existência de empresas com múltiplos registros indica estratégias mais abrangentes de gestão da propriedade intelectual, nas quais diferentes marcas podem estar associadas a produtos, serviços, unidades de negócio ou posicionamentos mercadológicos distintos. Embora a pesquisa não tenha investigado as motivações para esses registros, a literatura aponta que organizações com portfólios marcários tendem a incorporar a propriedade intelectual de forma mais

estruturada às suas estratégias de diferenciação e competitividade, ampliando a proteção de seus ativos intangíveis e fortalecendo sua atuação no mercado.

5 Considerações Finais

A pesquisa também demonstrou que as empresas com registros de marca acompanham, em grande medida, a distribuição espacial do setor no município, concentrando-se principalmente na Região Central e, em menor proporção, na Zona Sul. Adicionalmente, verificou-se que a maior parte das empresas registrou apenas uma marca, enquanto um grupo reduzido apresentou portfólios marcários mais amplos, sugerindo diferentes níveis de incorporação da propriedade intelectual às estratégias empresariais.

Esses resultados contribuem para ampliar a compreensão sobre o comportamento da proteção marcária em empresas de software, evidenciando que, mesmo em um segmento intensivo em conhecimento, o registro de marcas ainda não constitui uma prática amplamente disseminada. O estudo reforça a importância de ações voltadas à difusão da cultura da propriedade intelectual, especialmente entre micro e pequenas empresas de base tecnológica, bem como do fortalecimento de iniciativas institucionais de orientação e apoio ao uso estratégico dos ativos intangíveis.

Como limitações, destaca-se que a pesquisa se restringiu às empresas classificadas na CNAE 6201-5/01 localizadas no município de Aracaju, utilizando exclusivamente dados documentais obtidos em bases públicas. Assim, os resultados não podem ser generalizados para outros segmentos econômicos ou regiões do país. Como agenda para pesquisas futuras, recomenda-se investigar os fatores organizacionais, econômicos e estratégicos que influenciam a decisão de registrar marcas, bem como realizar estudos comparativos entre diferentes polos tecnológicos brasileiros, ampliando a compreensão sobre a gestão da propriedade intelectual no setor de software.

Agradecimentos

Agradecemos à Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe – FAPITEC/SE, e ao Instituto Federal de Sergipe – IFS, pelo apoio fornecido que contribuiu para a realização deste estudo.

Referências

AAKER, David A. *Building strong brands*. New York: Free Press, 1996.

AAKER, David A. *Owning game-changing subcategories: uncovering the hidden drivers of growth*. New York: Morgan James Publishing, 2020.

AGOSTINI, Lara; NOSSELLA, Anna; FILIPPINI, Roberto. Does intellectual property protection impact the performance of SMEs? *International Journal of Intellectual Property Management*, v. 9, n. 2, p. 97–118, 2016.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. *Bairros: área e densidade demográfica*. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/aracaju/bairros_densidade/. Acesso em: 20 mar. 2026.

ASSAF NETO, Alexandre. *Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BARBOSA, Denis Borges. *Curso de direito da propriedade industrial*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

BARBOSA, Denis Borges. *Tratado da propriedade intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

BARNEY, Jay. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, n. 1, p. 99–120, 1991.

BLOCK, Joern H.; FISCH, Christian O.; HAHN, Anja; SANDNER, Philipp G. Why do SMEs file trademarks? Insights from firms in innovative industries. *Research Policy*, v. 44, n. 10, p. 1915–1930, 2015. DOI: 10.1016/j.respol.2015.06.007.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 15 maio 1996.

CASTALDI, Carolina. Measuring innovation in international business research: how can trademark data help? *Journal of International Business Policy*, v. 7, n. 4, p. 466–475, 2024. DOI: 10.1057/s42214-024-00201-7.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 20. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2019.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 7. ed. Thousand Oaks: Sage, 2023.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GRAHAM, Stuart J. H.; SOMAYA, Deepak. Vermeers and Rembrandts in the same attic: complementary patenting, copyright, and trademark strategies in software. In: COHEN, Wesley M.; MERRILL, Stephen A. (org.). *Patents in the knowledge-based economy*. Washington, DC: National Academies Press, 2003. p. 221–266.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Cidades e Estados: Aracaju (SE)*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/aracaju. Acesso em: 20 mar. 2026.

KELLER, Kevin Lane. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, v. 57, n. 1, p. 1–22, 1993.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 16. ed. Harlow: Pearson, 2022.

LEV, Baruch. *The end of accounting and the path forward for investors and managers*. Hoboken: Wiley, 2020.

MILLOT, Valentine. Trademarks as an indicator of innovation and industrial change. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, n. 2009/06. Paris: OECD Publishing, 2009. DOI: 10.1787/224683621216.

MORALES, Federico; CASTALDI, Carolina; KRISTENSEN, Jens; *et al.* Beyond patents: trademarks as complementary indicators of innovation. *Science and Public Policy*, v. 51, n. 5, p. 923–938, 2024.

MUNARI, Federico. Intellectual property rights and the appropriability of innovation in software firms. In: GRANSTRAND, Ove (ed.). *Economics, law and intellectual property*. Cheltenham: Edward Elgar, 2013.

OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *Oslo manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation*. 4. ed. Paris: OECD Publishing, 2018.

OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. Paris: OECD Publishing, 2023.

PATEL, Pankaj C.; *et al.* Trademark strategy, organizational capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 2025. **(Conferir volume, número e paginação na versão oficial.)**

PENROSE, Edith Tilton. *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Basil Blackwell, 1959.

POWER, Dominic; REID, Neil. Intellectual property strategies in small and medium-sized enterprises: evidence from knowledge-intensive sectors. *Journal of Intellectual Capital*, v. 22, n. 6, p. 1183–1205, 2021.

SCHUMPETER, Joseph A. *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SERGIPE ARACAJU. *Zona Sul de Aracaju e seus bairros*. Aracaju, 2010. Disponível em: https://sergipearacaju.blogspot.com/2010/03/zona-sul-de-aracaju-e-seus-bairros.html. Acesso em: 20 mar. 2026.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). *World Intellectual Property Indicators 2023*. Geneva: WIPO, 2023.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). *World Intellectual Property Report 2024: Making Innovation Policy Work for Development*. Geneva: WIPO, 2024.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). *World Intellectual Property Report 2025*. Geneva: WIPO, 2025. **(Confirmar o subtítulo da edição utilizada na versão final.)**

ZHANG, Li; SHAN, Xiaoguang. The use of intellectual property right bundles and firm performance in China. *Humanities and Social Sciences Communications*, v. 10, art. 210, 2023. DOI: https://doi.org/10.1057/s41599-023-01712-z.

Submetido: 29 de julho de 2026. Aceito: 04 de setembro de 2026. Aracaju/SE
API-Associação Acadêmica de Propriedade Intelectual