



BOLETIM

GRANDES PLAYERS E PEQUENOS NEGÓCIOS DE GAMES



Dos telejogos da década de 1970 aos *gadgets* de última geração e os *advergames*, muita coisa mudou no universo dos *games*, gerando várias oportunidades para os empreendedores desse segmento durante a Copa do Mundo da FIFA 2014.

O mercado de games pelo mundo

De acordo com a [Newzoo](#), empresa de consultoria e pesquisa de mercado especializada em *games*, o futuro dos jogos eletrônicos está nos dispositivos móveis.

/ Até o ano de 2016



A UTILIZAÇÃO DE CELULARES E TABLETS CRESCERÁ NA ORDEM DE:

18,8% CELULAR
47,6% TABLET



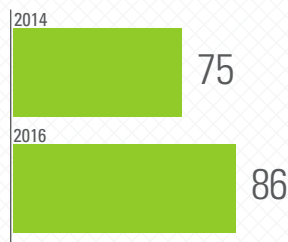
HAVERÁ UMA DIMINUIÇÃO NO USO DO PC E DOS CONSOLES PORTÁTEIS

6,4% PC
15% CONSOLES PORTÁTEIS

PALESTRA CASUAL CONNECT USA 2013: GLOBAL MONETIZATION OF GAMES: EMERGING MARKETS AS DRIVERS OF GROWTH

A NEWZOO ESTIMA QUE O MERCADO GLOBAL DE GAMES MOVIMENTE ATÉ 2016

VALORES EXPRESSOS EM BILHÕES (US\$)



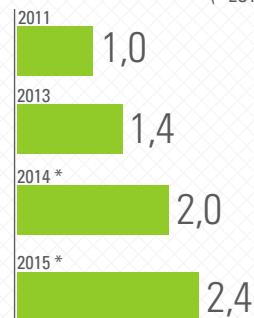
O BRASIL TEM 45,2 MILHÕES DE USUÁRIOS FREQUENTES (*GAMERS*) E É O QUINTO MAIOR MERCADO DO MUNDO, À FRENTE DE PAÍSES COMO REINO UNIDO, ALEMANHA E ESPANHA

62% DESTE MERCADO É DO BRASIL



FATURAMENTO COM JOGOS DIGITAIS NO BRASIL

VALORES EXPRESSOS EM BILHÕES (US\$) (* ESTIMATIVA)





7,1%

é a previsão da taxa de crescimento, ao ano, do mercado brasileiro de *games* segundo a consultoria PricewaterhouseCoopers (PwC)



4

bilhões de dólares e a previsão de faturamento para 2016

GAMES MANAGEMENT SYSTEM - GESTÃO DE GAMES SEBRAE - 2013



O Brasil é a 'galinha dos ovos de ouro' do mercado de games!

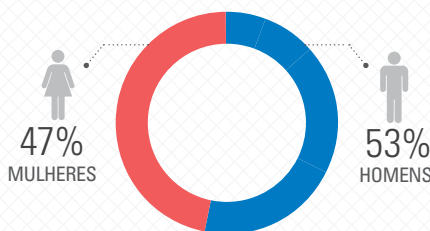


OLIVER ROMERSCHIEDT, CONSULTOR DA GFK. FOLHA DE SÃO PAULO (2013)



Perfil dos gamers brasileiros

SEGUNDO LEVANTAMENTO DO IBOPE NIELSEN TRENDS (2010), DE CADA 100 BRASILEIROS 23 SÃO ADEPTOS DOS GAMES



OS GÊNEROS PREFERIDOS DOS JOGADORES BRASILEIROS SÃO



(PERFIL APONTADO PELO GAMES MANAGEMENT SYSTEM - GESTÃO DE GAMES, SEBRAE (2013) /IBOPE NIELSEN TRENDS (2010))



9 milhões

ENTRE OS 18 MILHÕES DE USUÁRIOS DO FACEBOOK NO BRASIL, JOGAM NESTA MÍDIA SOCIAL, ACOMPANHANDO A TENDÊNCIA MUNDIAL DE OS GAMES SEREM O CONTEÚDO MAIS ACESSADO NA MÍDIA SOCIAL.



DADOS RELEVANTES SOBRE O PERFIL DO SOCIAL GAMER/IBOPE NIELSEN TRENDS - 2010)



2 horas

DIÁRIAS É O TEMPO GASTO SEMANALMENTE EM JOGOS ELETRÔNICOS



BOLETIM O PANORAMA E A EVOLUÇÃO DO MERCADO DE GAMES NO BRASIL/INSIDCOMM - 2012)



58%

DOS JOGADORES NO BRASIL ESTÃO NA REGIÃO SUDESTE

É um público que deseja produtos de qualidade e se informa sobre novidades nas tecnologias, lançamentos de *games* e dicas para passar de fases em fóruns de discussão, sites ou blogs especializados. Ele não se importa com o preço se quer mesmo um jogo, e se ele for bom, como admite o aluno de computação gráfica Vitor Hugo Ferreira, que gasta ao menos 150 reais por mês com *games*. (NoticiasBr 2012)



Mas qual a razão de o Brasil ser "a galinha dos ovos de ouro" desse mercado e quais são as oportunidades para os empreendedores durante o Mundial de 2014?

Oportunidades

Com a visibilidade que esse megaevento esportivo traz para o país em termos de novos negócios, surge a necessidade de os empresários dos pequenos negócios de *games* colocarem seus produtos e sua capacidade técnica em evidência, de forma a atrair a atenção das grandes empresas (grandes *players*) do segmento para o estabelecimento de parcerias de curto e médio prazo.



COMO A SONY, QUE PROCURA CONSTANTEMENTE DESENVOLVEDORES CAPACITADOS PARA PRODUZIR JOGOS ELETRÔNICOS PARA SUAS MAIS DIVERSAS PLATAFORMAS E É UMA DAS PARCEIRAS COMERCIAIS DA FIFA DURANTE A COPA DO MUNDO DA FIFA 2014. DESSA FORMA, ESTAS PARCEIRIAS TEM UM GRANDE POTENCIAL DE GERAR VISIBILIDADE PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS NÃO SÓ DURANTE, MAS TAMBÉM APÓS A COPA DO MUNDO DA FIFA 2014.

FONTE: ANTILOGIC. DISPONÍVEL EM: [HTTP://BIT.LY/1KNY1HN](http://bit.ly/1KNY1HN). ACESSO EM: 10/04/2014

Sendo assim, além da criação de jogos digitais para consumo dos usuários habituais, os pequenos negócios do segmento podem atender organizações que terceirizam a produção para atender o mercado externo, com a parceria funcionando via internet.

/ O mercado de *games* se divide nos seguintes nichos

Entretenimento: com 72% dos estúdios brasileiros voltados a esse fim. (Ex: FIFA Soccer)

Sociais: jogos muito comuns em mídias sociais. (Ex: *Candy Crush*)

Casuais: *games* mais simples e intuitivos, jogados no computador ou internet. (Ex: Paciência).

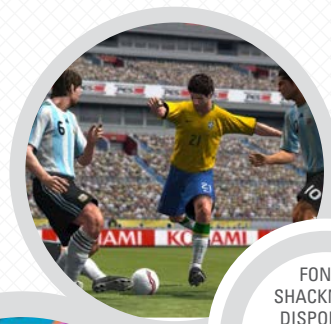
Advergames: combinação de *games* com publicidade. (Ex: Fiat Uno Color Race)

Educacionais: jogos que transmitem conhecimento de forma lúdica (Ex: *Jogo do Cocoricó* - Pré).

Business games: jogos de simulação de negócios para aprendizagem (Ex: *Simuland*).

Middleware: ferramenta necessária para o desenvolvimento e manutenção de jogos (Ex: *Renderware*).

FONTE: AUTOR, BASEADO EM PESQUISAS E GAMES MANAGEMENT SYSTEM - GESTÃO DE GAMES (SEBRAE)



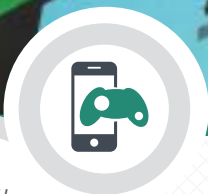
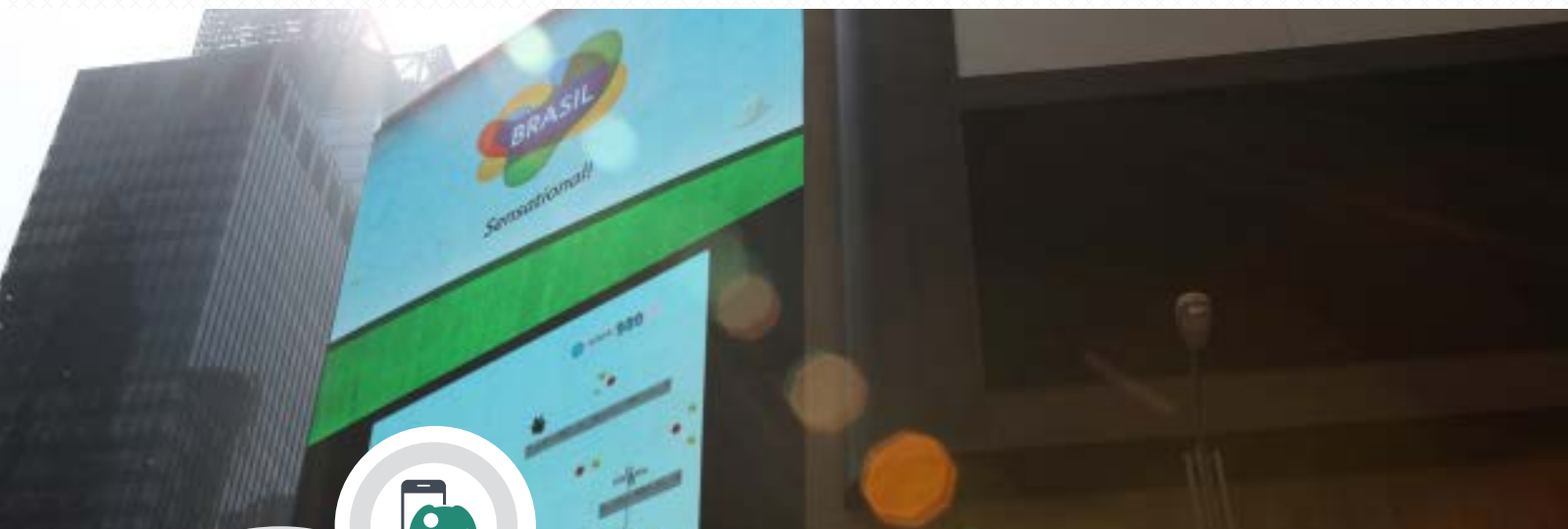
FONTE:
SHACKNEWS.
DISPONÍVEL
EM: HTTP://BIT.
LY/1QL3RE6. ACESSO
EM: 10/04/2014



FONTE: CANDY
CRUSH. DISPONÍVEL
EM: HTTP://ON-
MSN.COM/R6ATTW.
ACESSO EM:
10/04/2014



FONTE:
ADRENALINE.
DISPONÍVEL
EM: HTTP://BIT.
LY/1GQ2TBL. ACESSO
EM: 10/04/2014



Desde seu lançamento, em março de 2012, foi baixado mais de 15 mil vezes, em sua maioria nos Estados Unidos e Grã-Bretanha.

FONTE: AQUARELA. DISPONÍVEL EM: HTTP://BIT.LY/PUNRF6. ACESSO EM: 10/04/2014

Brasil Quest é um jogo desenvolvido pela [Monumenta](#) para o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), disponível para [iOS](#) (iPad e iPhone), [Android](#) e [Facebook](#), que incentiva o turismo na Copa do Mundo da FIFA 2014, em que o jogador conduz Yep, um extraterrestre, em aventuras pelas 12 cidades-sede, conhecendo suas atrações turísticas e podendo adquirir *souvenirs* com os pontos acumulados no *game*.

WWW.BRASIL.GOV.BR/TURISMO/2013/09/BRASIL-QUEST-TAMBEM-NO-FACEBOOK

Os grandes players do mercado de games

/ Nomes que mais se destacam nesse cenário



SONY (PLAYSTATION), MICROSOFT (XBOX) E NINTENDO (WII) NO SEGMENTO DE CONSOLES E JOGOS DIGITAIS



INTEL (SOFTWARE FEITO NO BRASIL)



SAMSUNG E APPLE (APLICATIVOS E JOGOS PARA SEUS DISPOSITIVOS MÓVEIS)

Esses players representam oportunidades de negócios para os desenvolvedores independentes (*indies*) e empreendedores, já que necessitam de parceiros para o desenvolvimento de produtos e ficar à frente de seus concorrentes em um mercado veloz e dinâmico.

A Samsung investe em parcerias com a Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e da Universidade Federal de Manaus (UFAM) para a criação de um estúdio de jogos na cidade de Manaus, onde já tem um parque fabril, com a intenção de capacitar, treinar e oferecer ferramentas da empresa para o desenvolvimento de *games* para o Google Play. ([Metaanálise](#) - 2013)

FONTE: BRASIL GAME SHOW. DISPONÍVEL EM: [HTTP://BIT.LY/10QN4JI](http://bit.ly/10QN4JI). ACESSO EM: 10/04/2014



A Sony divulgou no Brasil Game Show (BGS) de 2013 que trabalha em parceria com 19 estúdios *indie* brasileiros.

Adam Boyes, vice-presidente de Relações de Distribuidores e Desenvolvedores na Sony Computer Entertainment America, avisa que a empresa mantém um "[Developer Incubation Program](#)" (programa de incubação), com uma equipe que busca esses estúdios em toda América Latina e estuda a viabilidade de seus produtos para as plataformas da empresa. Os escolhidos para o programa costumam receber um kit de desenvolvimento para produtos da Sony. ([Arena IG](#) 2013)

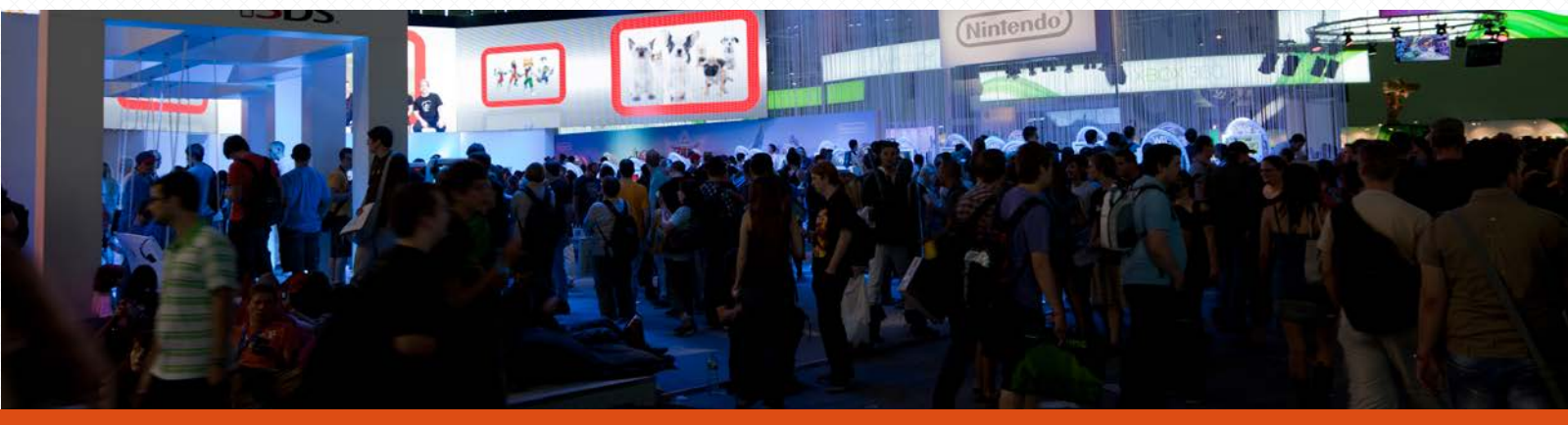


AS VANTAGENS DESSAS PARCERIAS SÃO UMA VIA DE MÃO DUPLA, POIS, AO MESMO TEMPO EM QUE GERAM NOVAS OPORTUNIDADES PARA OS EMPREENDEDORES, ESSES *PLAYERS* SE BENEFICIAM DA INJEÇÃO DE UM NOVO ÂNIMO NAS SUAS CULTURAS ORGANIZACIONAIS.

Procurado pelo site [Baboo](#), Fernando Martin Figuera, representante da Microsoft Brasil, salienta que os principais motivos da procura por empreendedores jovens são o perfil mais flexível e ágil para a tomada de decisões e para receber novos conceitos. "Sem dúvida, é uma empresa com profissionais que estão à frente no mercado e com garra e vontade de fazer a diferença", afirmou Figuera sobre a Smyowl, *startup* brasileira que fechou parcerias importantes com a Intel e Microsoft.

Há pouco tempo no mercado, a **Smyowl** já desenvolveu soluções para plataformas como iOS, Android, Facebook, Windows nos segmentos de *games*, aplicativos, *e-books*, Kinect e internet. A *startup* foi certificada pela Intel como parceira Premiere Elite no Brasil, o maior nível de certificação concedido pela empresa, fazendo com que a Smyowl seja mundialmente reconhecida como desenvolvedora de *softwares* para todas as plataformas da Intel. (Baboo 2013)

FONTE: PRACAMAIOR. DISPONÍVEL EM: [HTTP://BIT.LY/1HLWSH3](http://bit.ly/1HLWSH3). ACESSO EM: 10/04/2014



Como se aproximar dos grandes players?



Participação em eventos

Os empreendedores do segmento de *games* frequentam os eventos da área, como feiras e seminários, onde não vão apenas para receber valiosas informações e se inteirar das novidades, mas também participar de atividades que demonstram suas habilidades para chamar a atenção das grandes organizações



Competições entre desenvolvedores de *games*

Em julho de 2013, dentro da programação do **Business IT South America (BITS) 2013**, a versão sul-americana da CeBIT, a maior feira de Tecnologia da Informação do mundo, o Espaço Inovação Sebrae/Rio Grande do Sul realizou, entre outras atividades gratuitas abertas ao público, o Desafio de Games. Uma competição em que seis equipes tinham 48 horas para desenvolver um jogo com a Copa do Mundo da FIFA 2014 como tema. (Convergência Digital – Uol 2013)



Atuação como fornecedores

Muitas parcerias para a produção de *games* iniciam com o desenvolvimento de aplicativos para as grandes empresas de Tecnologia da Informação. Ao estabelecer uma relação de confiança quanto à capacidade de entrega desses aplicativos, esses *players* (Intel e Microsoft) encontram fornecedores com os quais podem contar para desenvolver suas linhas de jogos eletrônicos.



Programas de parcerias/incubadoras

Algumas empresas, como a Sony e a Samsung, mantêm programas de incubação para encontrar e dar suporte a parceiros para solidificar a relação profissional para o desenvolvimento de *games* para suas linhas de produtos.



Para se aproximar dos grandes *players* vale até uma ação mais direta

Abordagens mais diretas podem até funcionar, como no caso de Rodrigo Zangelmi, da [Pocket Trap](#), que estava disposto a “caçar” o pessoal do programa de incubação do Playstation, durante o BGS 2013, mas aproveitou uma reunião marcada por um colega de outra *startup* para apresentar suas ideias. ([Techtudo](#) 2013).



Não adianta você fazer o discurso mais incrível do universo se nunca produziu nada e não tem como provar que consegue, de fato, produzir algo concreto



ZANGELMI, TECHTUDO 2013

Caso de sucesso

A brasileira [Behold Studios](#), fundada em 2009 por Pedro Guerra e Saulo Camarotti, que joga videogames desde os três anos de idade e produzia jogos por *hobby* com 12 anos, tem foco no segmento de jogos para iOS, Android e PC/Mac, e é um dos 19 estúdios brasileiros selecionados pela Sony para o programa de incubação do Playstation.

Em sua reunião com a Sony no BGS 2013, Camarotti apresentou o jogo *Knights of Pen and Paper*, sucesso de *download* para *smartphones*, e os planos para um novo *game*, que previa sua migração para os consoles.



FONTE: GRIDDARK.
DISPONÍVEL EM:
[HTTP://BIT.LY/
R6NFSR](http://bit.ly/r6nfsr). ACESSO
EM: 10/04/2014



Assim como a Pocket Trap e outros independentes brasileiros, a Behold Studios receberá os kits de desenvolvimento para os consoles Playstation 3 e Vita.

Advergames

A partir da década de 1980, em meio a uma batalha incessante pela atenção do consumidor, as organizações adotaram uma nova estratégia para engajá-lo com as marcas, produtos ou serviços oferecidos, resultado da união da publicidade (*advertising*, em inglês) com o mundo dos *games*, dando origem aos *advergames*.



UM EXEMPLO DE *ADVERGAME*, FEITO SOB ENCOMENDA PARA A ÉPOCA DO MUNDIAL DE 2014, É O [BATE-BOLA FINANCEIRO](#), UM JOGO DE PERGUNTAS DE MÚLTIPLA ESCOLHA, QUE TESTA A HABILIDADE DOS JOGADORES SOBRE A GESTÃO DO DINHEIRO, À MEDIDA QUE AVANÇAM PELO CAMPO E TENTAM MARCAR GOL, CRIADO PELA VISA PARA APROVEITAR A COPA DO MUNDO DA FIFA 2014, DE QUEM É PATROCINADORA OFICIAL.



PARA SABER MAIS SOBRE OS *ADVERGAMES*, QUE É UM MERCADO EM EXPANSÃO, COM A EXPECTATIVA DE GERAR MAIS DE US\$ 7,2 BILHÕES EM NEGÓCIOS ATÉ 2016, CONSULTE O BOLETIM PUBLICADO PARA SEGMENTO DE TIC SOBRE O ASSUNTO .



Quando há uma estratégia bem desenhada, o resultado do adverggame pode ser muito interessante. A empresa pode atingir a milhões de usuários e causar mais impacto do que utilizar um banner na internet.



TÚLIO SORIA, CEO DA MOTHER GAIA. (EXAME - 2012)





Para que o empreendedor esteja preparado para aproveitar todas as oportunidades que a Copa do Mundo da FIFA 2014 gerará no curto e médio prazo no segmento de jogos eletrônicos, lembrando que as relações iniciadas nesse momento podem virar uma parceria duradoura, haja vista a velocidade, as exigências e o potencial desse mercado, assim como as vantagens com essa associação com os grandes *players* para alavancar futuros negócios, são recomendadas as seguintes ações:


/ Mantenha-se bem informado sobre o mercado e suas tendências


Saiba quem são seus clientes, fornecedores e concorrentes, além de dar atenção a itens de marketing como: preço, qualidade do produto, logística de distribuição e estratégias promocionais. O Sebrae disponibiliza um site sobre o segmento de *games* ([Games Management System - Gestão de Games](#)) e edita publicações como o boletim [O Panorama](#) e a [Evolução do Mercado de Games no Brasil](#)

O boletim aponta as seguintes tendências do setor brasileiro de *games*

 TRADUÇÃO E DUBLAGEM DOS JOGOS PARA O PORTUGUÊS E PRODUÇÃO DE TRILHA SONORA.

 MELHORA NA QUALIDADE DA RESOLUÇÃO E ATUALIZAÇÃO QUASE QUE SIMULTÂNEA DOS PERSONAGENS DE JOGOS QUE SE BASEIAM NO MUNDO REAL.

 FERRAMENTAS DE APRENDIZADO EM FORMA DE JOGOS ELETRÔNICOS. INCORPORAÇÃO DE SENSORES DE MOVIMENTOS APLICADOS EM JOGOS E APLICAÇÕES PARA SAÚDE E ATIVIDADE FÍSICA (*KINECT*, PARA XBOX, E *WII FIT*, DA NINTENDO).

 SIMULADORES PARA TREINAMENTO DE PROFISSIONAIS INEXPERIENTES E *CROWDSOURCING* (O USO DE CONHECIMENTOS COLETIVOS E VOLUNTÁRIOS DOS USUÁRIOS) PARA CORREÇÃO DE FALHAS.

/ Participe de eventos

A aproximação de alguns pequenos negócios com os grandes *players* se deu em eventos da área. Saiba mais sobre o calendário de eventos e feiras.

BITS 2014
13 A 15 DE
MAIO DE
2014. PORTO
ALEGRE, RS.



BRASIL GAME SHOW (BGS)
8 A 12 DE OUT-
UBRO DE 2014.
SÃO PAULO, SP.

/ Informe-se sobre programas de incubação dos grandes *players*

A Sony lançou um programa de incubação para criação de jogos para Playstation, o [Developer Incubation Programa \(for Latin America\)](#), que permite acesso ao Devnet, plataforma com informações compartilhadas por outros desenvolvedores, e ao kit de desenvolvimento para sua linha de produtos.



/ Conheça as associações do segmento

Associação Brasileira de Desenvolvedores de Jogos Digitais ([Abragames](#))

Entidade sem fins lucrativos, tem o objetivo de organizar, coordenar e fortalecer a indústria brasileira de jogos digitais, bem como a promoção de eventos e parcerias para o crescimento da indústria de *games* no Brasil. Várias informações sobre o mercado e eventos do segmento podem ser encontradas no site, onde também é possível se cadastrar no [Banco de Talentos](#).

Associação Comercial, Industrial dos Jogos Eletrônicos do Brasil ([Acigames](#))

Tem como finalidade representar e regulamentar a indústria e comércio dos jogos eletrônicos. Sediada em São Paulo, a entidade conta com 2 filiais internacionais (Estados Unidos e Itália). Em março de 2014, abriu uma representação na Espanha. Além de compartilhar informações sobre o mercado, a Associação dispõe de um Cadastro de Empresas Nacionais de Jogos Eletrônicos ([Cenje](#)).

/ Informe-se sobre programas governamentais de fomento para o setor

1. O GOVERNO FEDERAL PLANEJA INVESTIR R\$ 43 MILHÕES EM PROJETOS DE MOBILIDADE, INTERNET E GAMES ATÉ 2015, COM RECURSOS DO PROGRAMA ESTRATÉGICO DO SOFTWARE E SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO (TI MAIOR).
2. DESDE 2012, A LEI ROUANET PASSOU A OFERECER OS BENEFÍCIOS DA RENÚNCIA FISCAL PARA QUE PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS POSSAM CAPTAR RECURSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE GAMES, QUE AGORA SÃO VISTOS COMO OBRAS CULTURAIS E NÃO MAIS COMO "JOGOS DE AZAR", COM REDUÇÃO DOS IMPOSTOS QUE CHEGAVAM ATÉ 124%. (TECMUNDO 2011 E MINC PORTARIA 116).
3. EDITAIS PÚBLICOS COMO O DE COPATROCÍNIO PARA A PRODUÇÃO DE PROJETOS AUDIOVISUAIS, DA SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA DE SÃO PAULO, LANÇADO NO COMEÇO DO ANO DE 2014, QUE PREMIA PROJETOS DE LONGAS, CURTAS E GAMES.



/ Crowdfunding para a produção de games

O financiamento coletivo é uma opção para levantar recursos para a criação de *games*. O site Catarse tem exemplos bem-sucedidos de apoio financeiro coletivo de *games*, e o Sibite ainda não dispõe de projeto de *games*, mas sua gerente de projetos Luísa Pinaud informa que seria ótimo receber projetos do tipo. (resposta ao autor por email)

/ Proteja suas criações

Garanta seu direito como criador do *game* mediante o registro de suas criações no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), amparado pela [Lei do Direito Autoral](#) e [Lei do Software](#).



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

PARTICIPAR

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços
Conteúdo: Leandro Andrade e Felipe Ciola

WWW.SEBRAE2014.COM.BR

FACEBOOK.COM/SEBRAE2014

TWITTER.COM/SEBRAE_2014

