



# **A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil**

01 de maio de 2005

[www.abragames.org](http://www.abragames.org)



## **A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil**

A presente pesquisa foi elaborada pela Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames), que trabalha desde o início de 2004 para fortalecer o mercado brasileiro de entretenimento eletrônico.



## ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO .....	4
2. A INDÚSTRIA DE DESENVOLVIMENTO DE JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL ...	5
2.1 IDADE .....	5
2.2 DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA .....	6
2.3 SEGMENTAÇÃO .....	7
2.4 CRESCIMENTO.....	10
2.5 TAMANHO .....	10
2.6 EMPREGABILIDADE .....	12
2.7 PERFIL PROFISSIONAL.....	13
4. LISTA DAS EMPRESAS CONTATADAS .....	15
3. CONCLUSÃO .....	16
5. ORGANIZAÇÃO .....	17
5. AGRADECIMENTOS.....	17



## 1. Introdução

A Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames) é uma entidade sem fins lucrativos, que tem como principal objetivo fortalecer a indústria nacional de desenvolvimento de jogos.

Como parte do planejamento estratégico para o ano de 2005, a Associação está lançando o primeiro mapeamento sobre a realidade das empresas brasileiras que trabalham nesse segmento.

É importante ressaltar que a pesquisa, intitulada *A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil*, enfoca o universo das desenvolvedoras, não englobando outras atividades ligadas à indústria de jogos, tais como distribuição, marketing, publicidade, etc.

O estudo foi posto em prática entre 21 de fevereiro e 03 de abril. Os resultados referem-se à idade, distribuição geográfica, segmentação das atividades, crescimento nos últimos anos, faturamento médio, empregabilidade e perfil dos profissionais dentro do setor.

O principal objetivo da Abragames nesta pesquisa é mostrar a situação atual das empresas brasileiras que trabalham nesse mercado e levantar dados precisos, que possam ser usados para fins acadêmicos, comerciais e de divulgação.

A partir de agora, novos estudos e pesquisas, em outros nichos dentro da indústria brasileira de jogos, serão projetados, para que seja possível acompanhar a evolução desse segmento e suas oscilações, além de divulgá-lo para potenciais investidores no setor público e privado, dentro e fora do País.

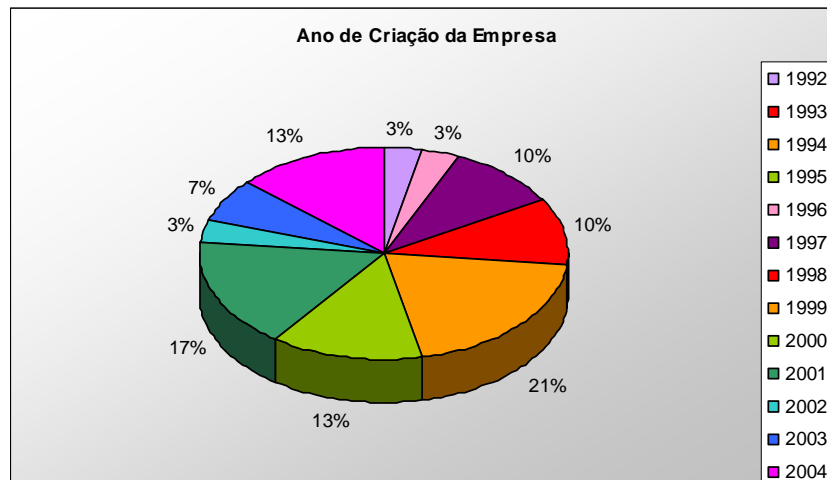
## 2. A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil

### 2.1 Idade

A história da indústria brasileira de desenvolvimento jogos é muito mais antiga do que a maioria imagina. Sabe-se que, desde os anos 80, há uma tentativa de penetração nesse segmento. Sobre isso, um dado interessante mostrado pela pesquisa é o registro de empresas, atualmente em funcionamento, fundadas há mais de 10 anos, mais precisamente em 1992.

Porém, foi em 1997 que esse mercado começou a movimentar-se mais fortemente. Dois anos depois, em 1999, o Brasil teve um recorde em fundação de empresas de jogos (21% do total). Hoje, há registro de 55 desenvolvedoras em atividade.

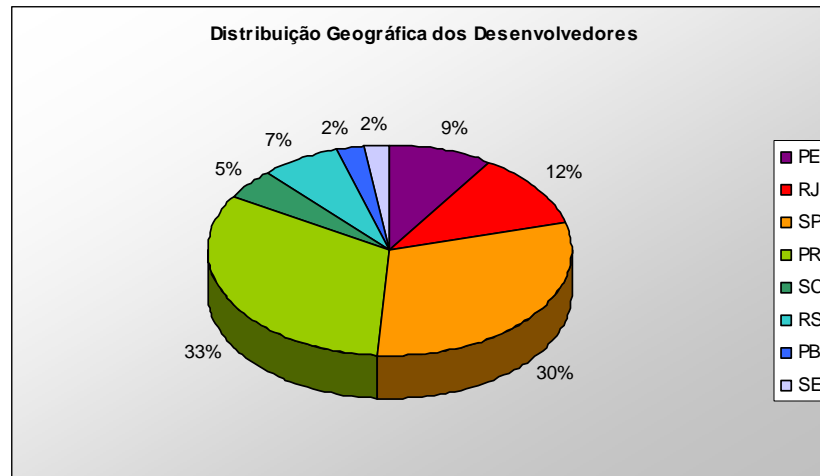
Gráfico 1



## 2.2 Distribuição Geográfica

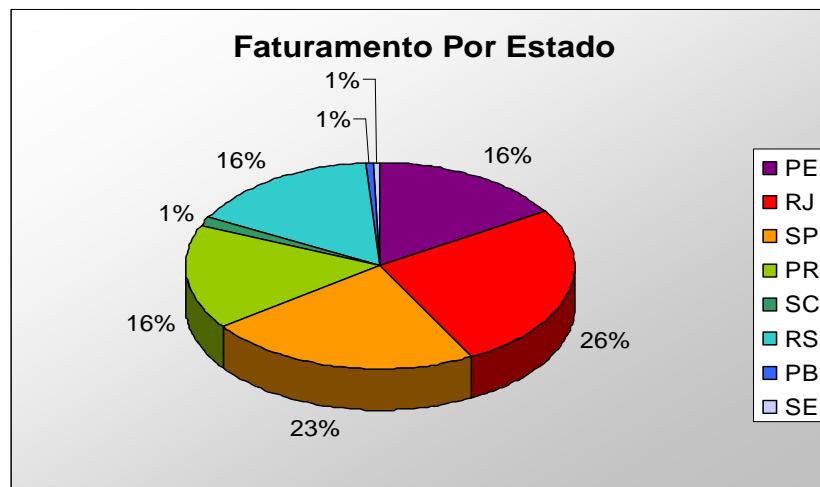
Outro ponto de extrema relevância, que pôde ser definido, foi a distribuição das empresas brasileiras de desenvolvimento entre os estados do País. O lugar que mais abriga empresas do setor atualmente é o Paraná, com 33% do total. Em segundo lugar está São Paulo (30%). O terceiro estado mais expressivo é o Rio de Janeiro, com 12% das empresas do setor.

Gráfico 2



Uma interpretação inicial do **Gráfico 2** poderia apontar o Sudeste e o Sul como principais expoentes do setor, mas uma vista um pouco mais profunda (**Gráfico 3**) mostra que existe um grande equilíbrio no faturamento entre SP, RJ, PR, PE e RS.

**Gráfico 3**

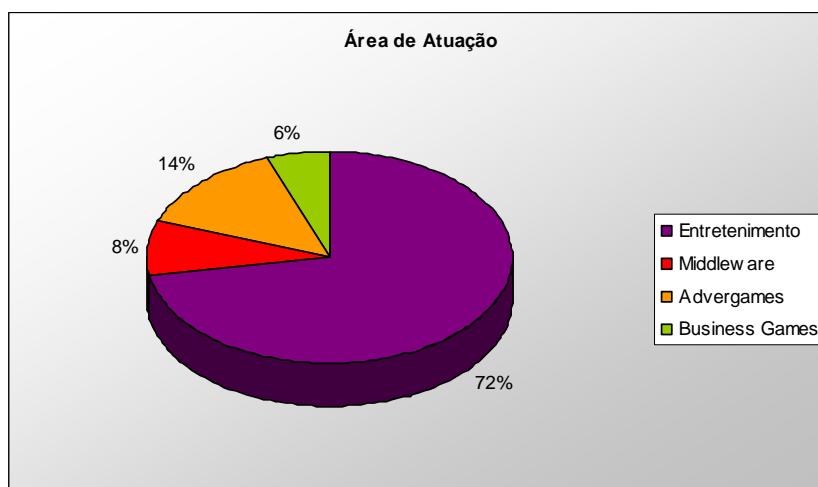


## 2.3 Segmentação

O mercado de jogos pode ser dividido em alguns nichos. Entre eles, destacam-se o de entretenimento puro, o de middlewares (ferramentas necessárias para o processo de desenvolvimento e manutenção de jogos), o de advergames (jogos com vocação publicitária) e o de business games (simulações de negócios com fim de aprendizado).

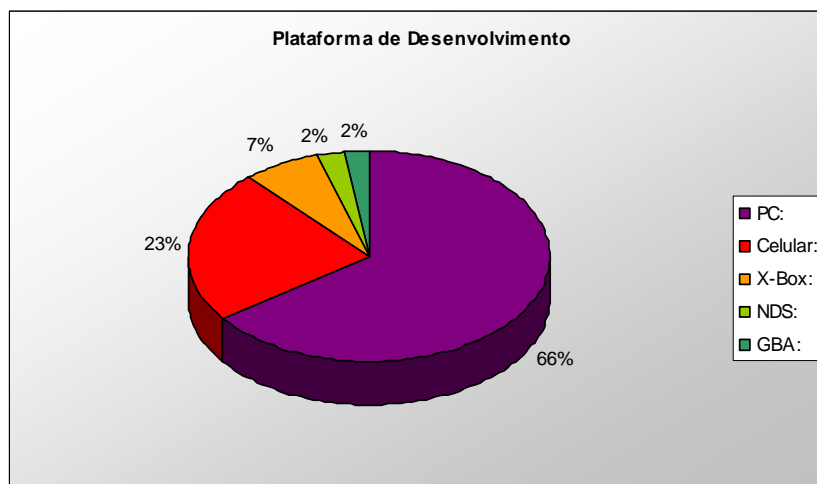
No Brasil, a maioria das empresas ainda foca os esforços no mercado mais tradicional (entretenimento puro). Porém, vê-se um interesse crescente pelos advergames e o início de movimentação na produção de middlewares e business games.

**Gráfico 4**



Seguindo a tendência do **Gráfico 3**, as desenvolvedoras brasileiras focam no mercado de PC (63%), mais tradicional. Em segundo lugar, vem o de celulares (22%). A dificuldade em obter as licenças dos kits de desenvolvimento para os grandes consoles ainda é muito grande, o que visivelmente impede uma penetração das desenvolvedoras brasileiras nesse nicho. Sem distribuição oficial, também não existem suporte e incentivo aos desenvolvedores locais. Um dos empecilhos para que esse cenário mude é a pirataria.

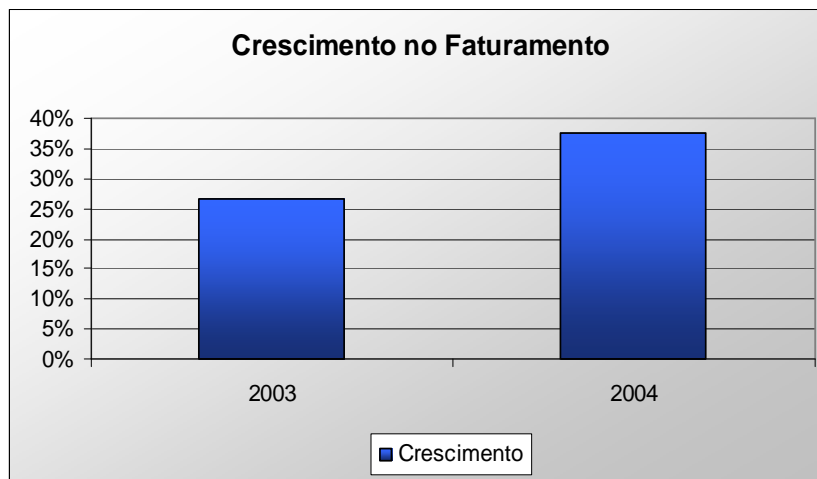
**Gráfico 5**



## 2.4 Crescimento

No universo financeiro, o mercado tem mostrado grande potencial. De 2003 para 2004, o crescimento chegou a quase 40%.

Gráfico 6



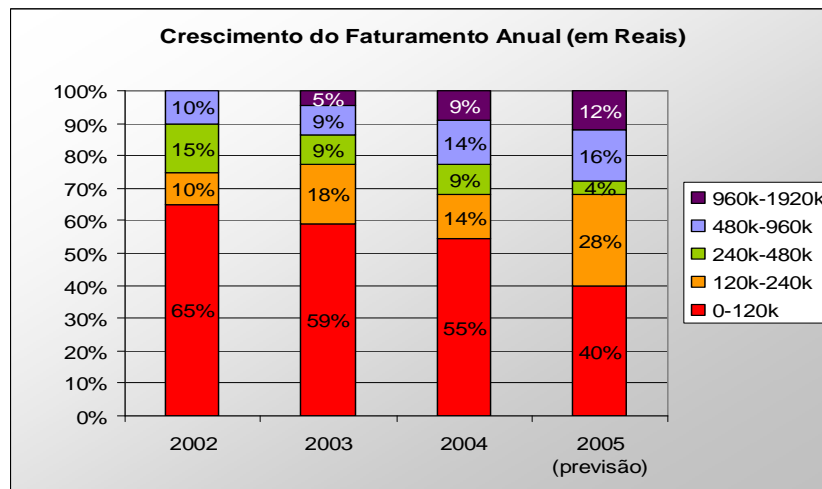
## 2.5 Tamanho

Apesar do faturamento (aproximadamente 18 milhões de reais\*) das empresas de jogos ainda não poder competir com as cifras dos grandes centros de desenvolvimento do mundo, as desenvolvedoras nacionais têm-se desenvolvido num ritmo extremamente competitivo.

*\* Esta estimativa refere-se, apenas, ao faturamento das desenvolvedoras. O mercado como um todo (incluindo distribuição, embalagem, marketing, publicidade, etc.) é estimado em algo próximo a 100 milhões de reais, mesmo com os elevados índices de pirataria (Segundo estudo da IDG Consulting, realizado em 2004, a pirataria de jogos no Brasil é de 94%, prejuízo calculado em aproximadamente 210 milhões de dólares – fonte: Plano Diretor da Abragames).*

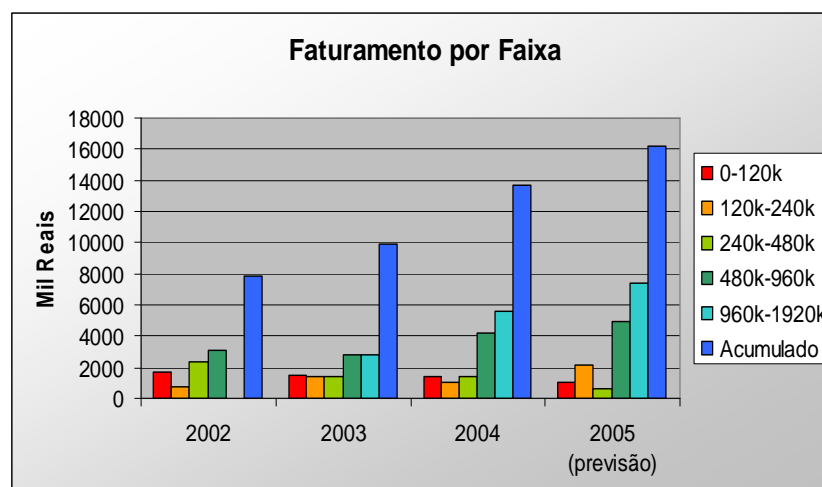
O **Gráfico 6** demonstra que, ao mesmo tempo em que muitas empresas aumentaram o faturamento para a faixa de 960k-1920k, outras menores (0-240k) continuaram surgindo, o que garantiu um bom volume de renovação no mercado.

**Gráfico 7**



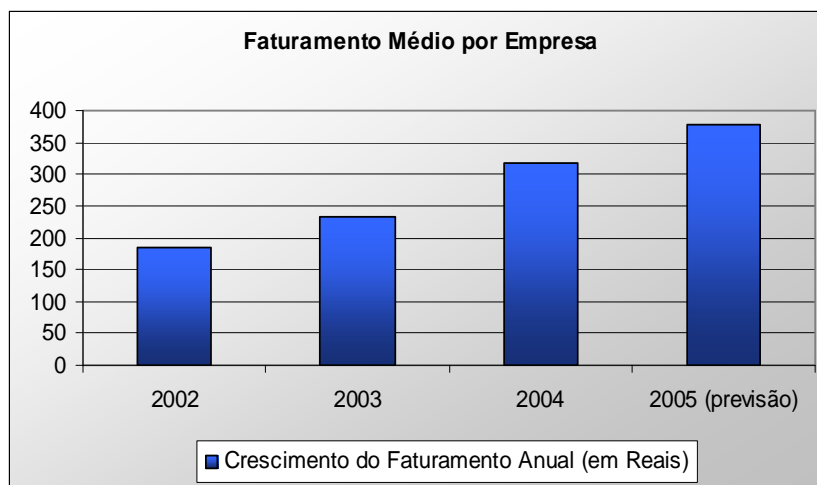
O **Gráfico 7** reforça as tendências apontadas no anterior.

**Gráfico 8**



A força e a estabilidade desse crescimento podem ser facilmente atestadas, através da medição da evolução do faturamento anual médio por empresa.

**Gráfico 9**



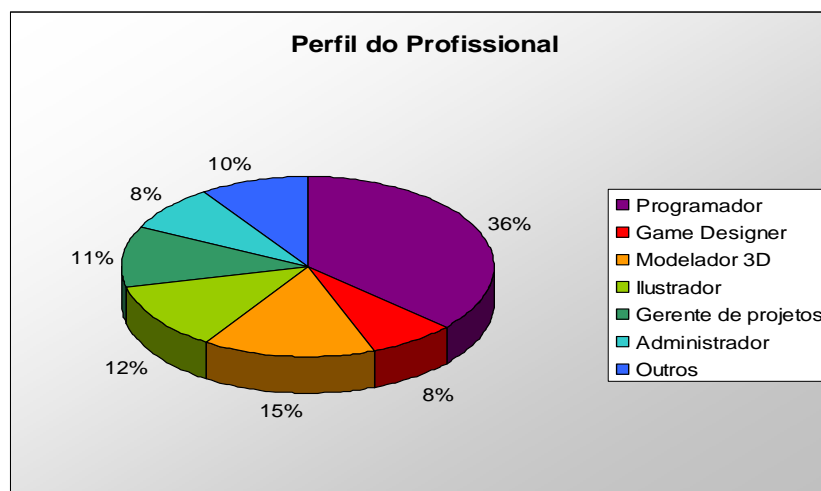
## 2.6 Empregabilidade

Outro ponto importante que precisava ser levantando era a empregabilidade da indústria brasileira de jogos. Através desta pesquisa, foi possível constatar que o número médio de funcionários nas empresas de jogos é de aproximadamente 15 pessoas.

## 2.7 Perfil profissional

Foi possível, também, definir o perfil dos profissionais que atuam na indústria, destacando algumas mudanças que ocorrem dentro dos nichos específicos de atuação que existem no mercado. Um ponto curioso é que as desenvolvedoras brasileiras apresentam uma proporção programadores/artistas (ilustradores e modeladores 3D), diferente de mercados consolidados no desenvolvimento como Inglaterra e Estados Unidos. Nesses países, normalmente, existem dois artistas para cada programador.

Gráfico 10



Pode ser que a proporção esteja diferente porque existem muitos cursos de graduação em Ciência da Computação que estimulam o desenvolvimento de jogos. Talvez, as empresas ainda não estejam dando a ênfase necessária na parte visual dos jogos. Entretanto, para desvendar os reais motivos deste desvio, será necessária uma nova pesquisa junto aos desenvolvedores.

Gráfico 11

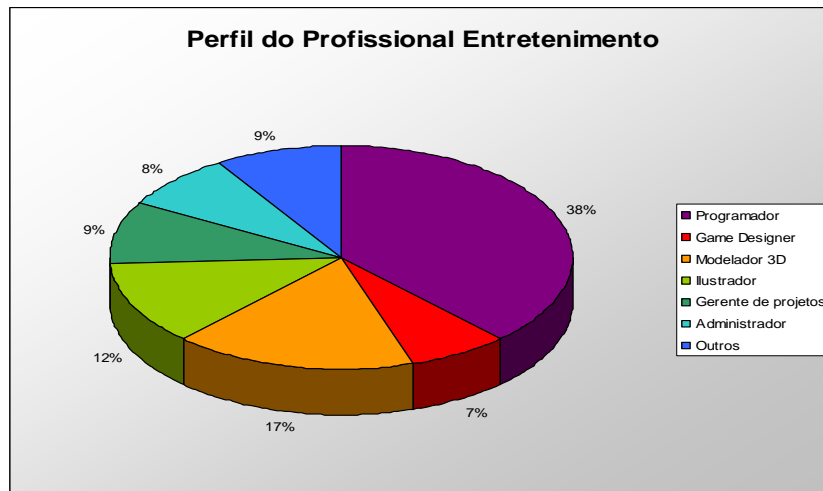


Gráfico 12

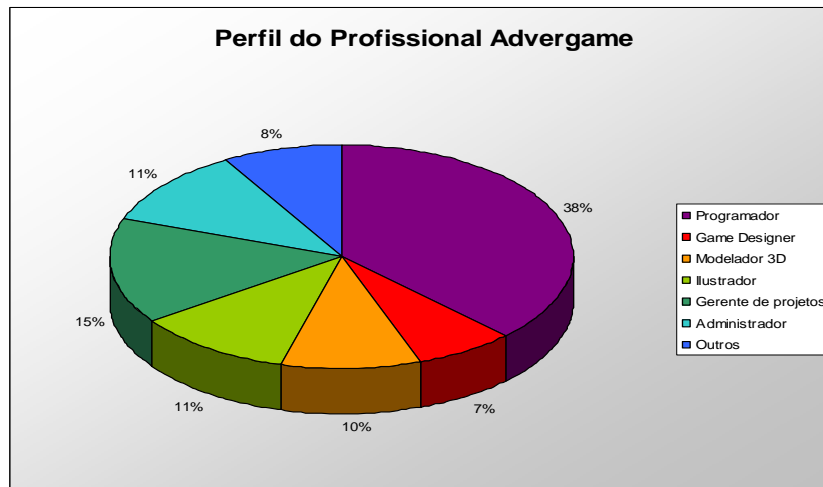
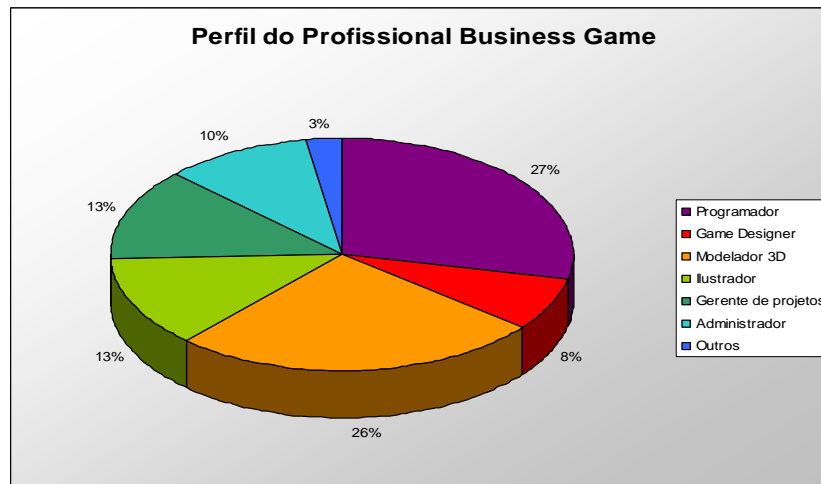


Gráfico 13



#### 4. Lista das Empresas Contatadas\*

14 Bits	<a href="http://www.14bits.com.br">www.14bits.com.br</a>
44 Bico Largo	<a href="http://www.44bicolargo.com.br">www.44bicolargo.com.br</a>
Akan Tecnologia Educacional	<a href="http://www.akan.inf.br">www.akan.inf.br</a>
Atlantis Studios	<a href="http://www.atlantis-studios.com">www.atlantis-studios.com</a>
Banana Games	<a href="http://www.bananagames.com.br">www.bananagames.com.br</a>
Bermuda Soft	<a href="http://www.bermudasoft.com.br">www.bermudasoft.com.br</a>
Bitcrafters Inc.	<a href="http://www.bitcrafters.com.br">www.bitcrafters.com.br</a>
Calibre Entretenimento	<a href="http://www.mycgiserver.com/~brunogaspar/calibre">www.mycgiserver.com/~brunogaspar/calibre</a>
Continuum	<a href="http://www.continuum.com.br">www.continuum.com.br</a>
Cyber Gambá	<a href="http://www.geocities.com/cybergamba2003/index">www.geocities.com/cybergamba2003/index</a>
Délirus Entertainment	<a href="http://www.delirus.com.br">www.delirus.com.br</a>
Devworks Game Technology	<a href="http://www.devworks.com.br">www.devworks.com.br</a>
Dynamic Games	<a href="http://www.dynamicgames.com.br">www.dynamicgames.com.br</a>
ENE Solutions	<a href="http://www.enesolutions.com">www.enesolutions.com</a>
EonsGames Entertainment	<a href="http://www.eonsgames.com">www.eonsgames.com</a>
Espaço Informática	<a href="http://www.hades2.com/espaco">www.hades2.com/espaco</a>
FourX Development	<a href="http://www.fourx.com.br">www.fourx.com.br</a>
Funlogic	<a href="http://www.funlogic.com.br">www.funlogic.com.br</a>
Green Land Studios	<a href="http://www.greenlandstudios.com">www.greenlandstudios.com</a>
Homo Ludens	<a href="http://www.homoludens.com.br">www.homoludens.com.br</a>
Hoplón Infotainment	<a href="http://www.hoplón.com.br">www.hoplón.com.br</a>
Ignis	<a href="http://www.ignisgames.com.br">www.ignisgames.com.br</a>
Inflammatio Entretenimento	<a href="http://www.inflammatio.com">www.inflammatio.com</a>
Jynx Playware	<a href="http://www.jynx.com.br">www.jynx.com.br</a>
Lemonworks Interactive	<a href="http://www.lemonworks.com.br">www.lemonworks.com.br</a>

## Pesquisa - A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil



Level UP	<a href="http://www.levelup.com.br">www.levelup.com.br</a>
LocZ Tecnologia Multimídia	<a href="http://www.locz.com.br">www.locz.com.br</a>
Ludens Artis	<a href="http://www.ludensartis.com.br">www.ludensartis.com.br</a>
Lúmen Technology	<a href="http://www.lumentechology.com.br">www.lumentechology.com.br</a>
MADGAM	<a href="http://www.madgam.com.br">www.madgam.com.br</a>
Meantime Mobile Creations	<a href="http://www.meantime.com.br">www.meantime.com.br</a>
Nyx Entertainment	<a href="http://www.nyx-e.com">www.nyx-e.com</a>
Oniria Entertainment	<a href="http://www.oniriagames.com.br">www.oniriagames.com.br</a>
Outbox Games	<a href="http://www.outboxgames.com">www.outboxgames.com</a>
Palmsoft Tecnologia	<a href="http://www.palmsoft.com.br">www.palmsoft.com.br</a>
Paralelo Computação	<a href="http://www.paralelo.com.br">www.paralelo.com.br</a>
Perceptum	<a href="http://www.perceptum.com">www.perceptum.com</a>
Preloud	<a href="http://www.preloud.com">www.preloud.com</a>
Sioux Soluções Digitais	<a href="http://www.sioux.com.br">www.sioux.com.br</a>
Sollipsis Interactive	<a href="http://www.sollipsis.com">www.sollipsis.com</a>
Southlogic Studios	<a href="http://www.southlogic.com.br">www.southlogic.com.br</a>
Staridia Softworks	<a href="http://www.staridia.com">www.staridia.com</a>
Sylic Games	<a href="http://www.sylic.com.br">www.sylic.com.br</a>
Tabuleiro	<a href="http://www.tabuleiro.com">www.tabuleiro.com</a>
Tilt	<a href="http://www.tilt.net">www.tilt.net</a>
Wiz Technologies	<a href="http://www.wiz.com.br">www.wiz.com.br</a>
Z80 software	<a href="http://www.z80software.com">www.z80software.com</a>

### 3. Conclusão

A ABRAGAMES agradece às desenvolvedoras que contribuíram com a pesquisa, ressaltando a importância do movimento em prol da aproximação entre as empresas do setor. O desenvolvimento desse vínculo só enriquecerá o “ecossistema” e fortalecerá o potencial de crescimento do Brasil.

Aos que têm interesse em afiliar-se à ABRAGAMES, anexado a este documento está um formulário de associação de integrantes corporativos. Para maiores informações, basta entrar em contato através do e-mail [cadastro@abragames.org](mailto:cadastro@abragames.org), ou visitar o link “cadastro”, no site [www.abragames.com.br](http://www.abragames.com.br).



## 5. Organização

Responsável: Scylla Costa (Producer, Jynx Playware).

Edição e Pesquisa: Rui Belfort (Biz Dev, Jynx Playware).

Revisão: André Araújo (CEO, Jynx Playware) e Jeferson Valadares.

## 5. Agradecimentos

Agradecemos a todas as empresas que acreditaram e nos ajudaram nesta pesquisa e a toda a diretoria da ABrAgames, pelo apoio prestado desde o início. Agradecemos em especial a André Araújo e Jeferson Valadares, pelos comentários valiosos.