

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA SOUZA”  
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE TATUÍ PROFESSOR WILSON ROBERTO  
RIBEIRO DE CAMARGO  
GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

**MAXIMILLIAN CARVALHO DE OLIVEIRA**

**PLANO DE MARKETING: ESTÚDIO ETHERIUM**

**TATUÍ – SP  
JUNHO 2025**



**MAXIMILLIAN CARVALHO DE OLIVEIRA****PLANO DE MARKETING: ESTÚDIO ETHERIUM**

Trabalho de Conclusão da Disciplina de Fundamentos de Marketing, da Faculdade de Tecnologia de Tatuí Professor Wilson Roberto Ribeiro de Camargo, como requisito parcial à obtenção do título de Graduado em Tecnologia de Gestão da Informação.

Orientador: Profa. Me Valéria Cristina Scudeler

**TATUÍ – SP  
JUNHO 2025**

## SUMÁRIO

<b>1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>5</b>
<b>2 ANÁLISE DE AMBIENTE .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Ambiente Externo .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Fatores demográficos.....	6
2.1.2 Fatores econômicos .....	7
2.1.3 Fatores políticos-legais .....	7
2.1.4 Fatores tecnológicos .....	9
2.1.6 Concorrentes .....	10
2.1.7 Fornecedores .....	12
<b>2.2 Ambiente Interno .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Análise SWOT .....</b>	<b>14</b>
<b>3 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>15</b>
<b>4 DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO DE MERCADO.....</b>	<b>18</b>
<b>5 DEFINIÇÃO DA MARCA.....</b>	<b>20</b>
<b>6 DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS .....</b>	<b>22</b>
<b>7 DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING .....</b>	<b>24</b>
<b>    7.1 O Composto de Marketing.....</b>	<b>24</b>
7.1.1 Produto .....	24
7.1.2 Preço.....	26
7.1.3 Praça.....	26
7.1.4 Promoção .....	26
7.1.5 Pessoas .....	27
<b>    8 IMPLANTAÇÃO .....</b>	<b>27</b>
<b>    9 AVALIAÇÃO E CONTROLE.....</b>	<b>30</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>33</b>

## 1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O Estúdio Etherium é uma empresa fictícia de desenvolvimento de jogos digitais, localizada na cidade de Tatuí, interior de São Paulo. A empresa atua no setor de tecnologia da informação e comunicação, mais especificamente no ramo de desenvolvimento de software sob encomenda, conforme classificação CNAE 6201-5/01 (IBGE, 2025).

A proposta do estúdio é desenvolver jogos no estilo indie, com foco inicial no título *Realm of Éteria*, um RPG multiplayer 2D em pixel art ambientado em um mundo aberto de fantasia medieval. O jogo será voltado ao público adolescente e adulto (de 15 a 44 anos), sendo comercializado na plataforma digital Google Play Store, em formato pago, com preço competitivo frente aos grandes títulos do mercado. O principal diferencial do produto está na imersão narrativa, no estilo artístico retrô e na comunidade ativa, com eventos sazonais e suporte constante.

O estúdio é formado por um único desenvolvedor (idealizador do projeto) e pretende operar com uma equipe reduzida, contando com parcerias pontuais para arte, música e marketing. Como empresa de pequeno porte, o Estúdio Etherium opta pelo regime tributário do Simples Nacional, com enquadramento como Sociedade Limitada Unipessoal (SLUSocie Uni(EIRELI), visando simplificar a gestão fiscal e garantir maior autonomia na tomada de decisões (SEBRAE, 2023).

Entre os principais serviços prestados estão o desenvolvimento, a manutenção e as atualizações constantes do jogo, além da interação com a comunidade por meio de redes sociais e fóruns. A proposta de valor se baseia na oferta de uma experiência rica e acessível de entretenimento digital, promovendo imersão e conexão entre os jogadores.

As estratégias de marketing do estúdio envolvem: presença ativa nas redes sociais, lançamento de trailers e teasers promocionais, criação de devlogs (diários de desenvolvimento), participação em eventos digitais voltados a desenvolvedores e gamers, além de parcerias com influenciadores da comunidade indie. O lançamento inicial será 100% digital, aproveitando o baixo custo de distribuição e a ampla capilaridade das plataformas online (ABRAGAMES, 2023).

## 2 ANÁLISE DE AMBIENTE

O mercado de jogos mobile vem crescendo de forma acelerada, impulsionado pelo fácil acesso aos smartphones e pela popularização de experiências interativas em dispositivos portáteis. Nesse cenário, torna-se essencial compreender o ambiente competitivo e as tendências que moldam o comportamento dos consumidores. A seguir, será apresentada uma análise de mercado e dos principais concorrentes do *Realm of Éteria*, considerando o seu posicionamento no segmento de jogos independentes para celular.

### 2.1 Ambiente Externo

O Estúdio Etherium será impactado por fatores externos que influenciam diretamente o seu funcionamento e as estratégias adotadas para o lançamento e comercialização do jogo *Realm of Éteria*, tanto no mercado nacional quanto internacional. Abaixo são considerados os fatores mais relevantes:

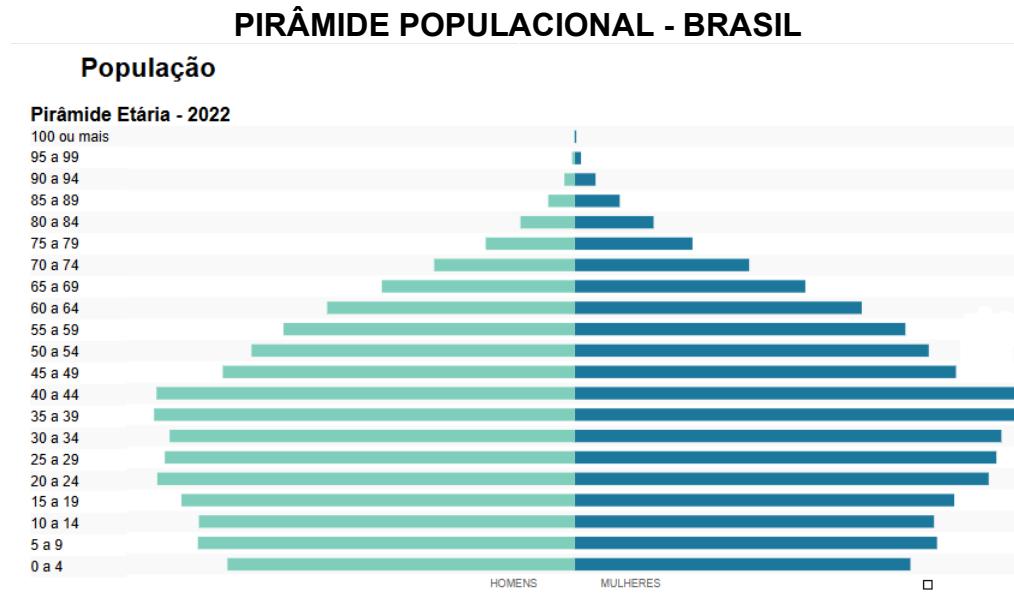
#### 2.1.1 Fatores demográficos

O Brasil apresenta uma população estimada em aproximadamente 203 milhões de habitantes (IBGE, 2024), sendo um dos maiores mercados consumidores de tecnologia e entretenimento digital da América Latina. A pirâmide etária brasileira mostra predominância de pessoas jovens e adultas em idade economicamente ativa, com destaque para a faixa dos 15 aos 44 anos, que representa uma parte significativa da população nacional. Este grupo também se destaca como principal consumidor de jogos eletrônicos no país (OPNION BOX, 2024).

A maior parte da população brasileira reside em áreas urbanas (mais de 87%), com acesso crescente à internet e a dispositivos móveis, o que favorece significativamente a distribuição de produtos digitais como jogos mobile. A penetração de smartphones atinge mais de 90% da população, o que torna a plataforma Android a mais popular, especialmente entre as classes C e D, que utilizam majoritariamente dispositivos com sistema operacional Google por serem mais acessíveis economicamente (SEBRAE, 2023).

Essa capilaridade digital permite que o *Realm of Éteria* tenha um alcance nacional sem a necessidade de estrutura física, alcançando tanto grandes centros urbanos quanto regiões interioranas com acesso a internet móvel. Além disso, a

diversidade cultural e regional do Brasil abre espaço para futuras estratégias de localização e campanhas específicas voltadas para públicos de diferentes estados e perfis.



**Fonte:** <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>

A faixa etária predominante se concentra entre os 15 e 44 anos, o que favorece a aceitação de produtos de entretenimento digital, como os jogos eletrônicos.

Considerando que o produto também será comercializado em plataformas digitais como Google Play Store, o alcance se expande nacional e internacionalmente, aproveitando o crescimento do público gamer, que no Brasil ultrapassa 74,5% da população conectada à internet (ABRAGAMES, 2023).

### 2.1.2 Fatores econômicos

O cenário econômico para o setor de jogos digitais no Brasil é promissor, especialmente no segmento mobile. De acordo com o Panorama do Setor de Games no Brasil, publicado pela Abragames (2024), o país ocupa a 5<sup>a</sup> posição no ranking mundial de consumo de jogos eletrônicos, com mais de 103 milhões de jogadores, sendo a maioria ativa em dispositivos móveis. O mercado mobile é dominante, representando 47% da receita do setor global, e o Brasil segue essa tendência com destaque.

Adicionalmente, o relatório aponta que 72% das desenvolvedoras brasileiras já atuam no mercado internacional, e mais da metade da receita das empresas nacionais vem do exterior (ABRAGAMES, 2024). Esse dado reforça a viabilidade econômica da proposta do Estúdio Etherium, que pode explorar tanto o público local quanto estratégias de internacionalização para diversificar a fonte de receita e mitigar riscos.

No campo da monetização, o modelo freemium se apresenta como o mais eficaz, com alta adesão do público mobile e resistência reduzida ao consumo de microtransações, especialmente em jogos gratuitos com elementos cosméticos. Isso se alinha ao posicionamento do Realm of Éteria, cuja proposta inicial gratuita facilita a entrada no mercado e posterior conversão em receita.

### 2.1.3 Fatores políticos-legais

O Estúdio Etherium, com sede em Tatuí-SP, opera de acordo com as exigências legais para empresas do setor de desenvolvimento de software, estando devidamente registrado com CNPJ e alvará de funcionamento emitido pela Prefeitura Municipal. Como o estúdio atua exclusivamente no ambiente digital, não são necessárias licenças sanitárias ou alvarás dos bombeiros, mas todas as demais obrigações jurídicas são rigorosamente seguidas, incluindo a formalização contábil e tributária (FRALLONARDO CONTABILIDADE, 2024).

A comercialização dos jogos, como Realm of Éteria, realizada por meio de plataformas digitais como Google Play Store, segue as diretrizes previstas no Código de Defesa do Consumidor. A empresa garante o direito de arrependimento em até 7 dias após a compra, conforme o artigo 49 do CDC, e disponibiliza suporte técnico e atendimento para casos de falhas, defeitos e reembolsos, seguindo os artigos 18 a 26 do mesmo código (PROCON-SP, 2023). Todas as informações disponibilizadas nas lojas virtuais são claras, objetivas, em língua portuguesa, e compatíveis com os direitos de transparência e informação ao consumidor.

O estúdio também adota uma política interna de diversidade e inclusão, promovendo um ambiente acolhedor para pessoas LGBTQIAPN+, negras, neurodivergentes e outros grupos historicamente marginalizados. Isso se reflete tanto na equipe quanto na representatividade dentro dos jogos desenvolvidos, em consonância com boas práticas de responsabilidade social e ética no setor de tecnologia.

As estratégias de marketing seguem os parâmetros legais para divulgação digital, sem publicidade enganosa ou manipulação de dados. A empresa acompanha regularmente as atualizações da legislação e mantém uma postura ética em todas as suas relações comerciais e institucionais (QUERO ABRIR EMPRESA, 2024).

#### 2.1.4 Fatores tecnológicos

A evolução tecnológica tem sido um dos principais impulsionadores do crescimento do mercado de jogos digitais, especialmente no setor mobile. A popularização de smartphones com maior capacidade gráfica, conectividade mais estável (como o 5G) e maior acesso à internet por parte da população brasileira são fatores determinantes para o sucesso de jogos desenvolvidos para essa plataforma.

Além disso, ferramentas acessíveis como a engine Unity, amplamente utilizada no desenvolvimento de jogos mobile, permitem que pequenos estúdios como o Etherium criem experiências complexas e visualmente atrativas com menor custo de produção. O crescimento das plataformas de distribuição digital, como Google Play Store, facilita a publicação e alcance global do jogo sem a necessidade de intermediários físicos ou altos investimentos iniciais em distribuição.

A crescente adoção de serviços de computação em nuvem também favorece o desenvolvimento e manutenção de jogos online com sistemas de progressão, eventos e atualizações regulares. Para o Realm of Éteria, essas tecnologias permitirão atualizações constantes, feedback em tempo real e integração com redes sociais, o que é fundamental para retenção e engajamento do público-alvo.

#### 2.1.5 Fatores socioculturais

O avanço tecnológico tem sido essencial para o crescimento do setor de jogos digitais, especialmente no segmento mobile. A popularização de smartphones com hardware avançado, redes móveis de alta velocidade (como o 5G) e maior acesso à internet no Brasil viabilizam experiências mais complexas e conectadas. Para jogos como Realm of Éteria, essas condições técnicas permitem jogabilidade fluida, gráficos aprimorados e funcionalidades online em tempo real.

Além disso, há uma tendência consolidada de crescimento dos jogos digitais online no país. Segundo relatório da Abragames (2024), mais de 74% dos brasileiros jogam em dispositivos móveis, e os jogos online representam uma parcela significativa do tempo dedicado à jogatina. Isso reforça a importância de funcionalidades

multiplayer, conectividade constante e integração com redes sociais para promover engajamento.

Do ponto de vista sociocultural, o público brasileiro demonstra forte interesse por jogos que possibilitam personalização, cooperação e representatividade. A valorização de narrativas com aspectos culturais e diversidade de personagens tem se tornado um fator decisivo na aceitação de novos títulos, especialmente entre jovens adultos, que constituem a maior parte do público gamer no país. O *Realm of Éteria*, ao oferecer liberdade de construção e customização, busca dialogar com esses valores, promovendo uma experiência imersiva alinhada às preferências contemporâneas.

O uso de engines como a Unity e ferramentas de armazenamento em nuvem também permite que estúdios independentes desenvolvam e atualizem seus produtos com agilidade. Plataformas de distribuição digital como a Google Play Store ampliam o alcance do jogo e facilitam a inserção no mercado nacional e internacional, com custos acessíveis e escalabilidade.

#### 2.1.6 Concorrentes

O Estúdio Etherium atua em um segmento bastante específico e inovador: o desenvolvimento de jogos digitais no estilo RPG online em pixel art com foco em narrativa, imersão e experiências sociais para Mobile. No contexto regional, especialmente na cidade de Tatuí e seu entorno, não há concorrência direta no setor de desenvolvimento de jogos com esse perfil. A maior parte das empresas locais está voltada a setores tradicionais, como comércio, alimentação e serviços (Econodata, 2025).

No cenário nacional e global, os principais concorrentes são grandes nomes do mercado indie ou jogos massivos que compartilham elementos semelhantes, como estética retrô, mundos abertos, multiplayer online e construção de comunidade. Esses jogos servem de referência tanto em estilo quanto em posicionamento de mercado. A seguir, é apresentado um quadro comparativo com os principais concorrentes do setor:

#### **Quadro Comparativo de Concorrência**

**Fonte:** autor

A análise comparativa mostra que, embora o Estúdio Etherium compartilhe elementos com grandes títulos do mercado, ele apresenta diferenciais importantes como o uso de inteligência artificial aplicada aos NPCs e uma forte valorização da

Jogo / Estúdio	Estilo / Gênero	Preço	Plataformas	Diferenciais	Modelo de Negócio
Stardew Valley	Simulação de fazenda / RPG	Pago ( $\approx$ R\$ 25,00)	PC, mobile, consoles	Narrativa emocional, profundidade nos relacionamentos	Compra única
Terraria	Sandbox / Ação / Aventura	Pago ( $\approx$ R\$ 20,00)	PC, mobile, consoles	Grande variedade de itens, foco em crafting e exploração	Compra única
Rucoy Online	MMORPG em pixel art	Gratuito (com compras)	Mobile	Multiplayer leve, jogabilidade simples e acessível	Free-to-play com microtransações
Ragnarok Online	MMORPG clássico	Gratuito	PC	Estética nostálgica, sistema de classes, PvP e clãs	Free-to-play com loja virtual
Tibia (CipSoft)	MMORPG 2D clássico	Gratuito	PC	Comunidade ativa desde 1997, PvP intenso, foco em progressão	Free-to-play com itens premium
Estúdio Etherium	RPG online em pixel art	Inicialmente gratuito	Mobile	IA em NPCs, universo inclusivo, foco em comunidade e narrativa interativa	Gratuito, com compras opcionais

experiência narrativa e social do jogador — o que é pouco explorado por jogos similares atualmente.

Essas características, aliadas à ausência de concorrência regional direta, contribuem para um posicionamento estratégico promissor, com potencial de atrair tanto o público nostálgico quanto novos jogadores interessados em experiências mais personalizadas e imersivas.

### 2.1.7 Fornecedores

O desenvolvimento e a publicação do jogo Realm of Éteria contam com uma cadeia de fornecedores essenciais que viabilizam sua produção e comercialização. A engine de desenvolvimento utilizada é a Unity, que possui compatibilidade nativa com Android e permite a criação de jogos 2D e 3D com ferramentas robustas, sendo amplamente adotada por desenvolvedores independentes.

Para trilha sonora, efeitos sonoros e recursos de áudio, a plataforma Epidemic Sound será utilizada, oferecendo acesso a um extenso catálogo de músicas e sons livres de royalties mediante assinatura mensal. No que diz respeito ao design gráfico, são considerados programas como o Affinity Designer (licença vitalícia) ou Adobe Illustrator (modelo de assinatura), para criação de concept art, interfaces e elementos visuais do jogo.

O jogo será distribuído via Google Play Store, cuja taxa de adesão para desenvolvedores é única (USD 25), permitindo a publicação e gerenciamento de aplicativos Android. O armazenamento de dados, protótipos e builds será feito através de plataformas de computação em nuvem, como o Google Drive, OneDrive ou GitHub, dependendo das necessidades do time de desenvolvimento.

Equipamentos de hardware também fazem parte dos fornecedores essenciais, com marcas como Dell e Logitech sendo consideradas para computadores, periféricos e dispositivos de teste que assegurem uma experiência de desenvolvimento fluida.

Por fim, no aspecto de comunicação e comunidade, o Discord será utilizado como principal ferramenta de integração da equipe e de futuro suporte à comunidade, com possibilidade de uso do Discord Nitro para maior personalização e recursos aprimorados.

**Quadro de Fornecedores**

Categoria	Fornecedor/Plataforma	Finalidade	Custo Estimado
<b>Engine de Desenvolvimento</b>	Unity Technologies	Criação e programação do jogo	Gratuito (plano Personal)
<b>Design Gráfico</b>	Affinity Designer / Adobe CC	Criação de artes, interfaces e assets visuais	R\$ 300 (licença Affinity) ou assinatura mensal Adobe (~R\$ 90)
<b>Trilha Sonora / SFX</b>	Epidemic Sound	Banco de músicas e efeitos sonoros livres de royalties	~R\$ 50/mês (assinatura básica)
<b>Armazenamento em Nuvem</b>	Google Drive / OneDrive / GitHub	Backup, controle de versão, compartilhamento de arquivos	Gratuito (com planos pagos opcionais a partir de ~R\$ 9/mês)
<b>Distribuição</b>	Google Play Console	Publicação do jogo na Play Store	USD 25 (taxa única)
<b>Equipamentos</b>	Dell / Logitech	Computadores, mouses, headsets, e periféricos para desenvolvimento	R\$ 5.000 a R\$ 10.000 (estimado)
<b>Comunicação / Comunidade</b>	Discord / Discord Nitro	Comunicação da equipe e interação com comunidade	Gratuito (Nitro opcional ~R\$ 25/mês)

**Fonte:** autor

## 2.2 Ambiente Interno

O ambiente interno do Estúdio Etherium foi projetado com foco em inovação, colaboração e inclusão, para sustentar os objetivos estratégicos da empresa e a produção do seu jogo principal, um RPG online para mobile inspirado em títulos como Ragnarok Online, Terraria, Stardew Valley e Rucoy Online.

### 2.2.1 Disponibilidade e alocação dos recursos humanos

A equipe será composta inicialmente por colaboradores multidisciplinares com funções bem definidas: desenvolvimento, design gráfico, roteiro e trilha sonora, com apoio de serviços terceirizados sob demanda via plataformas como Fiverr e Upwork. O gerenciamento será feito com base em ciclos de entrega curtos e tarefas, organizadas em ferramentas como o Trello. A comunicação será centralizada no Discord.

### 2.2.2 Tecnologia disponível

Serão utilizadas ferramentas como o motor gráfico Unity e Affinity Designer. O ambiente de trabalho será remoto, com o uso de plataformas como Google

Workspace, Trello, Canva, Discord para compartilhamento de arquivos, controle de tarefas e reuniões de alinhamento.

### 2.2.3 Disponibilidade de recursos financeiros

O financiamento será feito por meio de capital próprio, editais de cultura digital e, futuramente, campanhas de crowdfunding para expansão do jogo e manutenção de servidores. A gestão financeira será focada em controle de gastos e reinvestimento dos lucros.

### 2.2.4 Cultura e clima organizacional desejados

A estrutura da empresa será horizontal e colaborativa, com incentivo à escuta ativa, à criatividade e à valorização da diversidade. A saúde mental e o bem-estar da equipe serão prioridades, com liberdade criativa e estímulo ao aprendizado contínuo.

## 2.3 Análise SWOT

A análise SWOT a seguir apresenta os principais aspectos do ambiente interno e externo do Estúdio Etherium, com base em seus recursos atuais, metas de mercado e contexto da indústria de jogos independentes.

**MATRIZ SWOT – ESTÚDIO ETHERIUM**

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
POSITIVOS	FORÇAS	OPORTUNIDADES
	• Comunicação eficiente e horizontal entre os membros	• Valorização crescente de jogos independentes
	• Familiaridade com ferramentas de desenvolvimento de jogos	• Plataformas gratuitas de distribuição
	• Proposta estética diferenciada e autoral	• Acesso a editais e leis de incentivo (ex: Lei Paulo Gustavo)
	• Equipe enxuta, criativa e adaptável	• Apoio do público a produções nacionais e inclusivas
NEGATIVOS	FRAQUEZAS	AMEAÇAS
	• Falta de experiência comercial ou empresarial	• Saturação do mercado de jogos indie
	• Ausência de verba para marketing	• Dificuldade de alcance do público sem verba
	• Recursos técnicos limitados	• Incerteza sobre continuidade de editais

• Acúmulo de funções e sobrecarga na equipe	• Barreiras técnicas para publicação em plataformas maiores
---	---

**Fonte:** autor

A matriz SWOT desenvolvida para o Estúdio Etherium revela um posicionamento promissor no mercado indie de jogos mobile. Entre os pontos fortes, destacam-se a originalidade do conceito, a proposta artística diferenciada e o foco em acessibilidade e imersão. As fraquezas incluem a limitação orçamentária e a falta de reconhecimento de marca por ser uma desenvolvedora iniciante. Em relação às oportunidades, observa-se o crescimento contínuo do mercado de jogos mobile e o interesse por experiências alternativas e criativas, o que favorece a proposta do estúdio. Já as ameaças envolvem a alta competitividade do setor e as exigências constantes de atualização tecnológica e adaptação a tendências. Essa análise contribui diretamente para nortear decisões estratégicas e destacar diferenciais competitivos desde os primeiros passos do empreendimento.

### 3 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do Estúdio Etherium para o jogo Realm of Éteria foi definido com base em critérios demográficos, econômicos e comportamentais, utilizando dados da ABEP (2023), IBGE (2022) e Opinion Box (2023). O foco está em jogadores mobile, com idades entre 15 e 44 anos, pertencentes principalmente às classes B2, C1 e C2, que representam a maior parte da população gamer no Brasil.

O público-alvo do Estúdio Etherium para o jogo Realm of Éteria foi definido com base em critérios demográficos, econômicos e comportamentais, utilizando dados da ABEP (2023), IBGE (2022) e Opinion Box (2023). O foco está em jogadores mobile, com idades entre 15 e 44 anos, pertencentes principalmente às classes B2, C1 e C2, que representam a maior parte da população gamer no Brasil.

Segundo a Opinion Box (2023), mais da metade da população brasileira com idade entre 15 e 24 anos se considera gamer (56,8%). Já entre 25 e 34 anos, o índice é de 36,6%. Mesmo na faixa dos 35 aos 44 anos, o interesse se mantém relevante, embora em menor proporção. Essas faixas etárias também representam o público

mais conectado e ativo nas redes sociais, canais de streaming e aplicativos móveis, plataformas onde o jogo será promovido.

No aspecto econômico, a classificação da ABEP (2023) indica que as classes B2, C1 e C2 somam mais de 70% da população. Essas camadas sociais possuem poder de consumo compatível com a oferta de jogos gratuitos com microtransações — modelo adotado para o lançamento inicial de *Realm of Éteria*. O mobile, por ser acessível e amplamente utilizado, é a plataforma ideal para esse perfil (OPINION BOX, 2023).

Comportamentalmente, os jogadores desse público valorizam a liberdade criativa, a personalização, o envolvimento emocional com narrativas e a estética diferenciada, como a arte em pixel com atmosfera mística proposta pelo jogo. Esse grupo também consome conteúdo relacionado a games no YouTube, TikTok e Instagram, o que influencia suas escolhas e engajamento com novas experiências (OPINION BOX, 2023).

A distribuição geográfica do público é nacional, com forte concentração em centros urbanos, mas com ampla penetração no interior devido à popularização dos smartphones e pacotes de dados acessíveis (IBGE, 2022).

**TABELA FAIXA ETÁRIA**

Faixa Etária	População Estimada	% que se considera gamer	Estimativa de Gamers
15–24 anos	38 milhões	56,8%	21,6 milhões
25–34 anos	30 milhões	36,6%	11,0 milhões
35–44 anos	20 milhões	~20%	4,0 milhões
Total	88 milhões	—	≈ 36,6 milhões

**Fonte:** autor

**TABELA CLASSE SOCIAIS**

Classe ABEP	% da População	Características
B2	15%	Consumo frequente de apps pagos e serviços

C1	25%	Uso constante de mobile para entretenimento
C2	30%	Crescente engajamento com jogos gratuitos
Total público-alvo	≈ 70%	—

**Fonte:** autor

## 4 DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO DE MERCADO

A consolidação do Estúdio Etherium no mercado de jogos independentes requer uma clara definição de seus direcionamentos estratégicos. A seguir, são apresentadas a missão, visão e valores que norteiam as ações da empresa, bem como um quadro comparativo que posiciona o jogo principal do estúdio, Realm of Éteria, em relação a concorrentes relevantes no segmento.

**Missão:** Criar experiências interativas e imersivas através de jogos digitais autorais, com foco em narrativas envolventes, arte estilizada e inovação no mercado independente para mobile.

**Visão:** Ser reconhecido como um estúdio de referência na cena indie brasileira, destacando-se pela originalidade e qualidade artística de seus jogos, contribuindo para a valorização do desenvolvimento nacional de games.

**Valores:** Criatividade e inovação; Comprometimento com a qualidade; Representatividade e diversidade; Ética profissional; Valorização da cultura brasileira.

### COMPARATIVO DAS CARACTERÍSTICAS COCORRENTES

Jogo / Estúdio	Estilo / Gênero	Plataformas	Estilo Visual	Diferenciais	Destaques principais
Stardew Valley	Simulação de fazenda / RPG	PC, mobile, consoles	Pixel art	Narrativa emocional, profundidade nos relacionamentos	Agricultura, relacionamentos, exploração de cavernas, narrativa envolvente
Terraria	Sandbox / Ação / Aventura	PC, mobile, consoles	Pixel art	Grande variedade de itens, foco em crafting e exploração	Exploração, construção, combate contra chefes, mundo gerado proceduralmente
Rucoy Online	MMORPG em pixel art	Mobile	Pixel art	Multiplayer leve, jogabilidade simples e acessível	Combate em tempo real, troca de classes, PvP, jogabilidade simples e acessível
Ragnarok Online	MMORPG clássico	PC	Pixel art	Estética nostálgica, sistema de classes, PvP e clãs	Sistema de cartas, personalização de personagens,

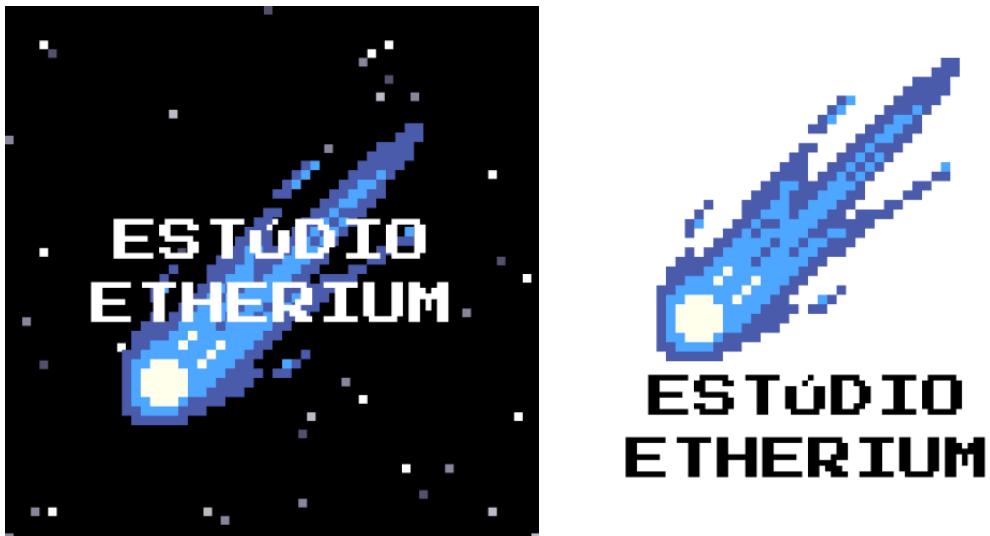
					ambientação baseada em anime
<b>Tibia</b> (CipSoft)	MMORPG 2D clássico	PC	Pixel art	Comunidade ativa desde 1997, PvP intenso, foco em progressão	Mundo aberto, progressão livre, comunidade ativa, jogabilidade desafiadora
<b>Realm of Éteria</b>	RPG online em pixel art	Mobile	Pixel art	IA em NPCs, universo inclusivo, foco em comunidade e narrativa interativa	Mundo místico aberto, personalização de personagem, exploração e construção livre e combate contra chefões

**Fonte:** autor

## 5 DEFINIÇÃO DA MARCA

O Estúdio Etherium busca estabelecer uma presença marcante e memorável no mercado de jogos digitais independentes. Para isso, desenvolveu uma identidade visual e verbal que reflete sua proposta criativa, seu posicionamento e os diferenciais em relação à concorrência. A marca foi pensada para transmitir a essência de imaginação, liberdade criativa e exploração de novos mundos — conceitos que estão profundamente ligados ao seu principal projeto, *Realm of Éteria*.

**LOGOMARCA ESTUDIO ETHERIUM**

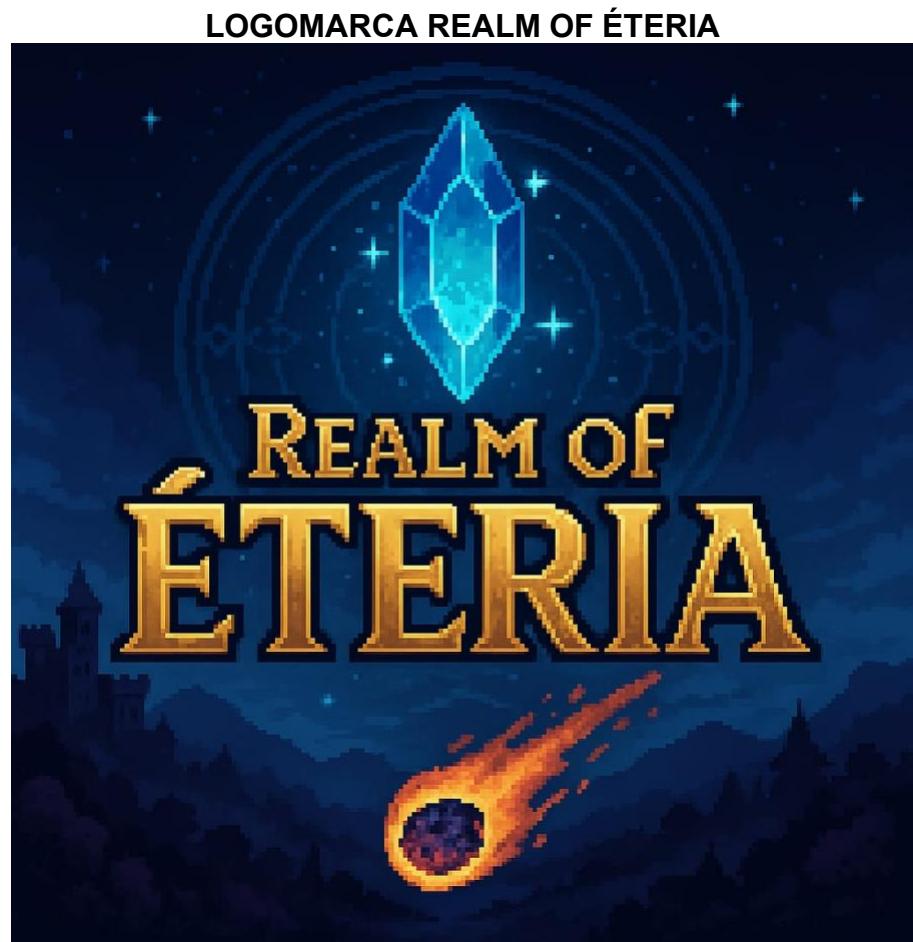


Fonte: autor

A logomarca do estúdio apresenta um cometa pixelado sobre um fundo estrelado, remetendo ao estilo gráfico dos jogos desenvolvidos. Apesar de representado por um cometa, o símbolo da marca evoca um portal cósmico: uma travessia entre mundos, onde o desconhecido encontra a criação. Assim como o éter, o cometa representa a passagem, a transformação e a origem de algo lendário — em perfeita harmonia com a essência do estúdio.

O nome "Etherium" deriva da palavra "éter", associada na filosofia clássica ao quinto elemento — o elemento celestial, etéreo, invisível e misterioso. Na proposta do estúdio, o éter é a substância da imaginação, do sonho e da criação de universos. Esse conceito é refletido também no slogan:

**Slogan:** “Éter: nas brumas do seu coração, mundos são forjados e lendas surgem da poeira estelar.”



**Fonte:** ChatGPT

A tipografia da marca segue o estilo pixel art, reforçando a proposta estética dos jogos desenvolvidos. As cores predominantes são tons de azul, branco e preto, que remetem ao espaço, ao mistério e à fantasia, comunicando diretamente com o público-alvo e destacando a originalidade da proposta.

O estúdio também verificou a disponibilidade do nome e identidade visual no INPI, assegurando a originalidade da marca para uso futuro em caso de registro oficial.

## 6 DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS

Neste momento, o Estúdio Etherium encontra-se na fase de planejamento estratégico, com foco no desenvolvimento do plano de marketing e na construção da identidade da marca. O jogo Realm of Éteria ainda está em estágio conceitual, e o início da produção técnica está previsto apenas para 2026. Assim, os objetivos e metas estabelecidos visam orientar os próximos passos da estruturação do estúdio e preparar o terreno para a futura execução do projeto.

**Objetivo 1:** Concluir o plano de marketing e a identidade institucional do estúdio até o final de 2025.

- **Meta 1.1:** Finalizar o plano de marketing com todos os capítulos exigidos até julho de 2025.
- **Meta 1.2:** Criar e registrar o nome, logo e slogan do estúdio junto ao INPI até dezembro de 2025.
- **Meta 1.3:** Estabelecer os canais oficiais de comunicação da marca (Instagram, site e e-mail) até o final de 2025.

**Objetivo 2:** Iniciar o planejamento técnico e pré-produção do jogo Realm of Éteria em 2026.

- **Meta 2.1:** Estruturar a equipe de desenvolvimento e definir funções até o primeiro semestre de 2026.
- **Meta 2.2:** Elaborar o escopo técnico e criativo do projeto, incluindo wireframes, mapas, mecânicas e roteiro até agosto de 2026.
- **Meta 2.3:** Iniciar os primeiros testes visuais e funcionais a partir do último trimestre de 2026.

**Objetivo 3:** Consolidar presença digital e engajamento com o público até o lançamento da versão inicial.

- **Meta 3.1:** Criar conteúdos para redes sociais com foco em divulgação do projeto e construção de comunidade (devlogs, arte conceitual, enquetes) a partir de 2025.
- **Meta 3.2:** Alcançar ao menos 3 mil seguidores no Instagram até o segundo semestre de 2026.

- **Meta 3.3:** Engajar com comunidades gamer e indie para reconhecimento e feedback inicial.

**Objetivo 4:** Realizar a estruturação legal e financeira do estúdio para permitir desenvolvimento regular.

- **Meta 4.1:** Pesquisar o melhor regime jurídico para formalização do estúdio e iniciar registro em 2025.
- **Meta 4.2:** Estimar e organizar os recursos mínimos necessários para software, licenças, hospedagem e equipamentos até início de 2026.
- **Meta 4.3:** Elaborar plano financeiro para captação de recursos ou autofinanciamento do projeto, considerando um orçamento enxuto para produção indie.

## 7 DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Esta seção descreve as estratégias de marketing que serão utilizadas para atingir os objetivos do Estúdio Etherium. Considerando que o projeto ainda está na fase de planejamento e desenvolvimento inicial, as ações aqui descritas visam estabelecer as bases para a consolidação da marca e do jogo *Realm of Éteria*, com foco no lançamento de uma versão beta gratuita no final de 2026.

### 7.1 O Composto de Marketing

Segundo o Sebrae (2013), uma estratégia de marketing eficiente deve considerar cinco elementos essenciais do composto de marketing: produto, preço, praça, promoção e pessoas.

#### 7.1.1 Produto

O produto é o jogo digital *Realm of Éteria*, um RPG mobile 2D com estética em pixel art estilizada, voltado à exploração, construção e narrativa imersiva. O jogo será lançado inicialmente para a plataforma Android, visando a maior penetração de mercado. Durante a versão beta, o jogo será gratuito, com atualizações e correções sendo feitas com base no feedback dos usuários. Entre os diferenciais do produto estão:

- Estética detalhada e narrativa envolvente;
- Mundo aberto com elementos de construção e personalização;
- Facilidade de acesso (gratuito inicialmente);
- Acessibilidade e representatividade de personagens.

As imagens inseridas abaixo foram retiradas do Instagram oficial do estúdio Etherium, servindo como representação visual do conceito artístico do jogo *Realm of Éteria*. Esse material será atualizado conforme o desenvolvimento do projeto avança.

#### INSTAGRAM ESTUDIO ETHERIUM



Fonte: autor

## SLIDE 01 – PLANO DE MARKETING



**Fonte:** autor

### 7.1.2 Preço

Na fase inicial, o jogo será distribuído gratuitamente como parte de uma estratégia de aquisição de usuários e coleta de feedback. Futuramente, após o refinamento da versão final, será adotado um modelo de monetização via compra única (premium) a um preço acessível — estimado entre R\$ 15 e R\$ 25 —, compatível com o poder aquisitivo da maioria dos gamers brasileiros das classes B2 e C. A presença de itens cosméticos pagos poderá ser considerada posteriormente, sem comprometer a experiência do jogo.

### 7.1.3 Praça

Como produto digital, Realm of Éteria será distribuído via Google Play Store, com planos futuros de publicação em plataformas como a Steam ou Epic Games caso a versão PC seja viabilizada. A escolha pelo lançamento exclusivo em Android inicialmente se dá pela maior base de usuários e menor custo de publicação, sem exigência de taxa anual obrigatória (como ocorre na Apple Store). A distribuição será nacional, com foco principal em regiões urbanas com maior acesso à internet.

### 7.1.4 Promoção

A estratégia promocional será baseada no marketing digital e orgânico, utilizando as redes sociais (Instagram, TikTok, YouTube e Discord) para gerar engajamento com o público gamer jovem-adulto. As ações incluirão:

- Divulgação de artes e vídeos curtos durante o desenvolvimento;

- Criação de uma comunidade no Discord para feedback e testes fechados;
- Parcerias com microinfluenciadores indie;
- Criação de uma página oficial e blog para acompanhar o progresso do projeto;
- Promoções de engajamento nas redes (sorteios, enquetes, teasers);
- Adoção de identidade visual coesa, com selo digital de criador de conteúdo (Meta Verified).

#### 7.1.5 Pessoas

Neste estágio inicial, o estúdio é composto por uma equipe reduzida. As estratégias de endomarketing envolverão jornadas flexíveis de trabalho remoto, capacitações técnicas em ferramentas como Unity, Affinity e Adobe, e incentivo à formação contínua. Com a expansão futura do projeto, pretende-se estruturar uma equipe fixa com plano de carreira, treinamentos e cultura de colaboração criativa.

#### ORGANOGRAMA – ESTUDIO ETHERIUM



**Fonte:** autor

## 8 IMPLANTAÇÃO

A implantação do plano de marketing do Estúdio Etherium ocorrerá de forma gradual, acompanhando o desenvolvimento do projeto “Realm of Éteria”. Como o

projeto ainda se encontra em fase de estruturação, as ações previstas abaixo são baseadas em projeções de execução e têm o objetivo de garantir o alcance dos objetivos estabelecidos até o lançamento da primeira versão beta, previsto para dezembro de 2026.

As atividades foram organizadas em ordem lógica e cronológica, considerando os recursos disponíveis, a fase atual do estúdio e a natureza do jogo como um produto digital independente. O plano de ação abrange desde a organização legal da empresa até os testes finais e estratégias de divulgação digital.

### TABELA IMPLANTAÇÃO - ESTUDIO ETHERIUM

AÇÃO	PERÍODO	COMO	RESPONSÁVEL	CUSTO ESTIMADO (R\$)
Elaboração completa do Plano de Marketing	Jun/2025	Redação e revisão conforme orientações acadêmicas	Maximillian	0
Criação das redes sociais do Estúdio Etherium	Jul/2025	Abertura de contas, identidade visual básica	Maximillian	0
Registro da marca e abertura do MEI	Ago–Set/2025	Via INPI e Portal do Empreendedor	Maximillian	400
Desenvolvimento do site oficial do estúdio	Set–Out/2025	Hospedagem, domínio e uso de template WordPress	Maximillian	300
Estudo de plataformas e escolha da engine (Unity)	Set/2025	Pesquisa de requisitos e licenças	Maximillian	0
Início do desenvolvimento técnico do jogo (prototipagem)	Jan/2026	Definição de mecânicas, primeiras versões jogáveis	Maximillian + Apoio técnico	0
Contratação de trilha sonora e arte inicial	Mar–Jun/2026	Utilização de ferramentas como Epidemic Sound e Affinity Designer	A definir	800
Abertura do canal de comunicação com a comunidade	Abr/2026	Discord, formulário de feedback	Maximillian	30
Produção de conteúdo de divulgação digital	Mai–Out/2026	Teasers, postagens regulares, interação online	Maximillian	200
Testes beta e ajustes finais	Nov–Dez/2026	Testes internos e externos, coleta de feedback	Maximillian + Testadores	200
Lançamento beta no Google Play	Dez/2026	Publicação, descrição otimizada, imagens e gameplay	Maximillian	150

**Fonte:** autor

## 9 AVALIAÇÃO E CONTROLE

A etapa de avaliação e controle é fundamental para acompanhar o desempenho das estratégias implementadas e garantir que os objetivos traçados no plano de marketing estejam sendo cumpridos de maneira eficiente. No caso do Estúdio Etherium, será necessário estabelecer métricas claras de desempenho, revisar constantemente os resultados e adaptar as ações conforme necessário.

A seguir, estão definidas as estratégias de controle que serão utilizadas:

- **Monitoramento de Métricas Digitais:** Acompanhamento do crescimento das redes sociais (como seguidores, curtidas, engajamento e alcance), visitas ao site oficial (quando for lançado), número de downloads do jogo na loja de aplicativos e avaliações dos usuários.
- **Feedback do Público:** Coleta de opiniões dos usuários através de enquetes, caixas de perguntas e análises nos comentários das redes sociais. Esse retorno será essencial para ajustar funcionalidades, temas e estratégias de marketing.
- **Análise de Indicadores de Desempenho (KPIs):** Indicadores como CAC (Custo de Aquisição de Cliente), taxa de conversão, tempo médio de uso do jogo, entre outros, serão utilizados para medir o impacto das ações de marketing.
- **Reuniões de Revisão Estratégica:** A cada trimestre, serão feitas análises internas para revisar os resultados e decidir se as ações continuarão como planejado ou passarão por ajustes. Essas reuniões também terão como foco analisar o cronograma de desenvolvimento do jogo.
- **Controle Orçamentário:** Acompanhamento do orçamento investido em marketing digital, infraestrutura, licenças e demais custos operacionais. Será utilizado um controle financeiro em planilha para comparar os gastos reais com o que foi planejado.
- **Ajustes Contínuos:** Todas as ações poderão ser adaptadas com base em novas oportunidades de mercado, mudanças no comportamento dos usuários e atualizações tecnológicas.

A combinação dessas ações permitirá uma atuação ágil e estratégica do estúdio, promovendo a melhoria contínua do projeto Realm of Éteria e aumentando suas chances de sucesso no mercado mobile nacional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Plano de Marketing apresenta a estrutura estratégica inicial para o posicionamento e desenvolvimento do Estúdio Etherium e do jogo Realm of Éteria. Ao longo do documento, foram analisados fatores internos e externos, definidos o público-alvo, traçados objetivos e metas, e descritas as estratégias de marketing que permitirão à marca consolidar-se no mercado de jogos mobile independentes.

Embora o projeto ainda esteja em fase conceitual, com lançamento previsto apenas para meados de 2026, este plano fornece as diretrizes necessárias para o crescimento sustentável e a construção de uma identidade sólida junto ao público gamer. O planejamento cuidadoso, aliado à criatividade e à paixão por narrativas imersivas, torna-se a base para transformar uma ideia em realidade.

As etapas futuras, como o desenvolvimento do jogo, a formalização da empresa e a execução das ações de divulgação, exigirão comprometimento, adaptação e aprendizado contínuo. Com esse documento, inicia-se o caminho para que o Estúdio Etherium se torne uma referência em experiências únicas, acessíveis e marcantes no universo dos jogos digitais.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS DESENVOLVEDORAS DE JOGOS DIGITAIS (Abragames). Pesquisa Setorial da Indústria Brasileira de Games 2023. São Paulo: ApexBrasil, 2023. Disponível em: <https://abragames.org/>. Acesso em: 07 abr. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) - 6201-5/01. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/>. Acesso em: 07 abr. 2025.

SEBRAE. Entenda as diferenças entre os tipos de empresa. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 07 abr. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades e Estados: Tatuí-SP. 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/tatui/panorama>. Acesso em: 07 abr. 2025.

DATAMPE – SEBRAE. Perfil Econômico de Tatuí-SP. 2023. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/tatui>. Acesso em: 07 abr. 2025.

FRALLONARDO CONTABILIDADE. Como abrir CNPJ em Tatuí – SP. 2024. Disponível em: <https://frallonardocontabilidade.com.br/abrir-cnpj-em-tatui-sp/>. Acesso em: 08 abr. 2025.

PROCON-SP. Código de Defesa do Consumidor – Atualizado. 2023. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/wp-content/uploads/2023/01/CDCjan2023SuperSAC.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2025.

QUERO ABRIR EMPRESA. Como abrir uma empresa em Tatuí? 2024. Disponível em: <https://queroabrirempresa.com.br/como-abrir-uma-empresa-em-tatui/>. Acesso em: 08 abr. 2025.

BLIP. Impacto da tecnologia nas empresas: como ela influencia no dia a dia. 2024. Disponível em: <https://www.blip.ai/blog/tecnologia/impacto-da-tecnologia-nas-empresas/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

FASTERCAPITAL. Fatores tecnológicos: o papel dos fatores tecnológicos na análise de PEST. 2024. Disponível em: <https://fastercapital.com/pt/contente/Fatores-tecnologicos--o-papel-dos-fatores-tecnologicos-na-analise-de-pragas.html>. Acesso em: 14 abr. 2025.

AMCHAM. Comportamento do consumidor: saiba como acompanhar as tendências. 2024. Disponível em: <https://www.amcham.com.br/blog/comportamento-do-consumidor-saiba-comoacompanhar-astendencias>. Acesso em: 14 abr. 2025.

GS1 BRASIL. O perfil do consumidor brasileiro - 5ª onda de pesquisa. 2022. Disponível em: <https://www.gs1br.org/educacao-eeventos/EstudoOnda5/O%20perfil%20do%20consumidor%20brasileiro.PDF>. Acesso em: 14 abr. 2025.

PWC BRASIL. Global Consumer Insights Pulse Survey. 2022. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividades/produtos-consumo-varejo/2022/GCIS-Pulse-2022.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2025.

ECONODATA. Empresas em Tatuí - SP. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/empresas/sp-tatui>. Acesso em: abr. 2025.

CIPSOFT. Tibia - Official Website. Disponível em: <https://www.tibia.com>. Acesso em: abr. 2025.

RE-LOGIC. Terraria. Disponível em: <https://terraria.org>. Acesso em: abr. 2025.

CHUCKLEFISH. Stardew Valley. Disponível em: <https://www.stardewvalley.net>. Acesso em: abr. 2025.

RUNEWAKER ENTERTAINMENT. Rucoy Online. Disponível em: <https://rucoyonline.com>. Acesso em: abr. 2025.

GRAVITY. Ragnarok Online. Disponível em: <https://www.playragnarok.com>. Acesso em: abr. 2025.

AMCHAM. (2023). Como a tecnologia e a inovação moldam os negócios modernos. Disponível em: <https://www.amcham.com.br/blog/tecnologia-e-inovacao>

BLIP. (2023). Impacto da tecnologia nas empresas. Disponível em: <https://www.blip.ai/blog/tecnologia/impacto-da-tecnologia-nas-empresas/>

Unity Technologies. (2024). Unity: Motor de Jogos Multiplataforma. Disponível em: <https://unity.com>

Amazon Web Services. (2024). Infraestrutura em Nuvem para Games. Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/gametech/>

Fiverr. (2024). Serviços criativos para empresas. Disponível em: <https://www.fiverr.com>

Upwork. (2024). Conectando talentos freelancers ao redor do mundo. Disponível em: <https://www.upwork.com>

BARBOSA, Fernanda; SILVA, João. Cultura organizacional e inovação: um estudo em empresas criativas brasileiras. Revista de Administração Criativa, v. 12, n. 2, p. 88-102, 2020.

MOURA, Aline; PINA, Gustavo. Metodologias Ágeis em Pequenas Equipes de Desenvolvimento de Jogos. Anais do Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, SBGames, 2018.

OLIVEIRA, Tainá; RIBEIRO, Rafael. Modelos financeiros sustentáveis para startups brasileiras. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Negócios, v. 7, n. 1, p. 32–45, 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA – ABEP. Critério Brasil de Classificação Econômica 2023. São Paulo: ABEP, 2023. Disponível em: <https://abep.org/criterio-brasil>. Acesso em: 9 jun. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Estimativas populacionais por faixa etária 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

OPINION BOX. Pesquisa: Mercado de Games no Brasil. Opinion Box, 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/mercado-de-games-no-brasil/>. Acesso em: 9 jun. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades@Brasil - Panorama*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SEBRAE. *Tecnologia e comportamento do consumidor digital no Brasil*. Brasília: Sebrae Nacional, 2023.

OPNION BOX. *Pesquisa Games no Brasil 2024*. São Paulo: Opinion Box, 2024.

SEBRAE. *Composto de marketing: os 5 Ps*. Brasília: Sebrae Nacional, 2013.