

---

# Estudo do mercado de jogos para smartphones

*Paulo Vitor Mira Fonseca*

---



Universidade Federal do ABC



# Estudo do mercado de jogos para smartphones

Paulo Vitor Mira Fonseca

Orientador: Prof. Dr. Francisco Isidro Masseto  
Co-orientador: Prof. Dr. Alexandre Almeida

São José dos Campos – SP  
Outubro, 2015



# Agradecimentos

---

Aqui vão os agradecimentos.



# Resumo

---

**L**orem ipsum dolor sit amet, cu putent inermis perpetua mei, mea ea sale ignota albucius, et ubique altera neglegentur qui. Quo at graeco dissentiunt ullamcorper, everti repudiandae in has. Tibique concludaturque has in, eum dicam reformidans ea. Ea volumus accommodare vim, ea mucius disputationi vis, tollit persequeris at mei. Zril omnium vim in, quas ullum te nam. Pro eu consul eleifend, tamquam efficiendi cu sit.

**Palavras-chave:** Mercado de games, etc..... TODO





# Abstract

---

**L**orem ipsum dolor sit amet, cu putent inermis perpetua mei, mea ea sale ignota albucius, et ubique altera neglegentur qui. Quo at graeco dissentiunt ullamcorper, everti repudiandae in has. Tibique concludaturque has in, eum dicam reformidans ea. Ea volumus accommodare vim, ea mucius disputationi vis, tollit persequeris at mei. Zril omnium vim in, quas ullum te nam. Pro eu consul eleifend, tamquam efficiendi cu sit.

**Keywords:** Game market, and more ...



# Sumário

---

<b>Resumo</b>	<b>i</b>
<b>Abstract</b>	<b>iii</b>
<b>Lista de Tabelas</b>	<b>vii</b>
<b>Lista de Figuras</b>	<b>ix</b>
<b>1 Introdução</b>	<b>1</b>
1.1 Contextualização . . . . .	1
1.2 Objetivos e Motivações . . . . .	2
1.3 Organização . . . . .	2
<b>2 Mercado de Jogos</b>	<b>5</b>
2.1 Brasil . . . . .	5
2.2 Mundo . . . . .	5
2.3 Dispositivos Móveis . . . . .	5
<b>3 Plataformas</b>	<b>7</b>
3.1 Distribuição mundial dos aparelhos . . . . .	7
3.2 Comparativo financeiro dos mercados móveis . . . . .	7
<b>4 Classificação dos Jogos</b>	<b>9</b>
<b>5 Desenvolvimento e ferramentas</b>	<b>11</b>
<b>6 Cases de sucesso</b>	<b>13</b>
6.1 Angry Birds . . . . .	13
6.2 Flappy Bird . . . . .	13
6.3 Minecraft - Pocket Edition . . . . .	13

<b>7</b>	<b>Conclusão e Trabalhos Futuros</b>	<b>15</b>
7.1	Conclusões . . . . .	15
7.2	Trabalhos Futuros . . . . .	15
	<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>17</b>

## **Lista de Tabelas**

---



# Lista de Figuras

---





# Introdução

---

## 1.1 Contextualização

A popularização dos *smartphones* criou um mercado muito aquecido de venda de aplicativos e jogos através de lojas *online* de aplicativos. Dentre estas lojas se destacam a loja *Apple Store* (app, 2015) (iOS), *Google Play* (goo, 2015) (Android) e *Windows Store* (Windows Phone).

Permitindo que desenvolvedores ou pequenas empresas de desenvolvimento (conhecidas como indies) publicassem seus aplicativos nas plataformas, o que já garantia de certa forma, mais um meio de divulgação de seus conteúdos.

Grandes empresas também estão investindo pesado no mercado de aplicativos para *smartphones*, devido a quantidade de usuários e ao grande retorno financeiro nas vendas.

Além da venda de aplicativos, houve também o desenvolvimento de outras duas formas de faturamento, que são os banners de publicidade e vendas de itens dentro dos aplicativos, tática muito parecido com os antigos softwares *freeware*, onde era possível utilizar o software de forma gratuita mas com algumas limitações, que seriam liberadas com o pagamento de uma taxa ou licença.

## 1.2 Objetivos e Motivações

Este trabalho têm como objetivo mapear as principais características do mercado de desenvolvimento de jogos para dispositivos móveis.

Com o conhecimento das características do mercado aplicativos, um desenvolvedor será capaz de maximizar os ganhos, criando o jogo ou aplicativo para um público específico, utilizar um meio de rentabilidade mais eficaz, focar em uma determinada categoria de jogo, etc.

## 1.3 Organização

O Capítulo 2 irá apresentar quais características dos mercados no Brasil e no mundo, consolidando a venda de games para *smartphones* e consoles.

O capítulo 3 apresentará a venda de aparelhos móveis no mundo. Este assunto influência diretamente as vendas de aplicativos, pois quanto maior a base de aparelhos em uma determinada plataforma, maiores são as chances de retorno financeiro nesta plataforma. Esta característica deve ser levando em consideração na fase do projeto de seleção das plataformas que o jogo irá suportar.

No capítulo 4 será tratado os tipos de jogos existentes e quais a principais características. Neste capítulo será tratado a classificação indicativa dos jogos, quais são as categorias utilizadas no Brasil e no mundo. Também será tratado o conhecimento dos usuários sobre a utilização da classificação indicativa correta, no ponto de vista dos jogadores e dos responsáveis pelos jogadores.

No capítulo 5 serão abordados os ambientes de desenvolvimento mais utilizados bem como as linguagens, ferramentas e *frameworks*, levando em consideração sua representatividade no mercado. Serão tratados ferramentas específicas para cada plataforma e ferramentas híbridas que são independentes da plataforma.

Será detalhado quais são os tipos de monetização em jogos móveis, visando identificar quais são as formas mais rentáveis para cada tipo de jogo. Quais são os pré-requisitos necessários para sua utilização e suas principais características.

Também será listado as fontes de financiamento de aplicativos mais utilizadas pelos desenvolvedores e empresas da área de games, como por exemplo, o Kickstarter(kic, 2015) e o site brasileiro Catarse(cat, 2015). E algumas fontes privadas de investimentos, como bancos e programas de incentivos do governo.

O capítulo 6 apresentará as estratégias de três casos de sucesso de jogos para *smartphones*, abordando como e onde foi desenvolvido, estratégias de *marketing* utilizadas, fonte de investi-

mento para o desenvolvimento e as estatísticas de *download* e vendas.

Jogos analisados:

Angry Birds (ang, 2015)

Escolhido devido ao sucesso antes da popularização dos *smartphones*, onde muitas estratégias de venda e divulgação ainda não existiam. Considerando que a concorrência era menor e o número de usuários de *smartphones* estava em crescimento.

Flappy Bird (fla, 2015)

Escolhido devido ao sucesso repentino de um aplicativo/desenvolvedor desconhecido, utilizando gráficos e uma jogabilidade muito simples, atraindo público rapidamente. Mesmo após retirado das lojas de aplicativos, inúmeros clones surgiram.

Minecraft - Pocket Edition (min, 2015a)

Escolhido por manter o sucesso desde seu lançamento, que ocorreu em 2009 para computador e portado para dispositivos móveis em 2011. E devido ao seu sucesso em todas as plataformas foi adquirido pela Microsoft em 2014, por 2,5 bilhões de dólares (min, 2015b).

No capítulo 7, será apresentado uma conclusão de todas as informações levantadas neste trabalho. TODO



# Mercado de Jogos

---

## 2.1 Brasil

O mercado de games no Brasil têm crescido muito nos últimos anos,

Muitas faculdades brasileiras estão oferecendo cursos na área de jogos, o que tem incentivado muito o mercado local, o número de empresas nacionais neste ramo também têm aumentado nos últimos anos.

muitos estúdios de desenvolvimento de jogos se mudaram para o Brasil, dentro os mais famosos foi o ubisoft, responsável pelo desenvolvimento do Assassin's Creed, Just Dance, Tom Clancy's, dentre vários outros jogos famosos.

<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/jornal-da-eptv/videos/t/edicoes/v/cresce-numero-de-empres>

<http://www.abragames.org/>

## 2.2 Mundo

## 2.3 Dispositivos Móveis



## **Plataformas**

---

**3.1 Distribuição mundial dos aparelhos**

**3.2 Comparativo financeiro dos mercados móveis**





# Classificação dos Jogos

---



## Desenvolvimento e ferramentas

---



## Cases de sucesso

---

**6.1 Angry Birds**

**6.2 Flappy Bird**

**6.3 Minecraft - Pocket Edition**



## **Conclusão e Trabalhos Futuros**

---

### **7.1 Conclusões**

### **7.2 Trabalhos Futuros**





# Referências Bibliográficas

---

2015.

Disponível em <https://itunes.apple.com/>

2015.

Disponível em <https://play.google.com/>

2015.

Disponível em <https://www.kickstarter.com>

2015.

Disponível em <https://www.catarse.me/>

2015.

Disponível em <https://www.angrybirds.com>

2015.

Disponível em <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.signatureapps.birdgame>

2015a.

Disponível em <https://minecraft.net>

2015b.

Disponível em <https://mojang.com/2014/09/yes-were-being-bought-by-microsoft>