

Orientação Estratégica 2025

Games

Atuação no âmbito do Impulsionar Negócios
Unidade de Competitividade - Sebrae





Olá,

Bem-vindos à DRF do Programa Sebrae Games!

O setor de games tem se destacado como uma das indústrias mais dinâmicas e em rápido crescimento no cenário global. Com a crescente popularidade dos jogos eletrônicos, este mercado apresenta oportunidades únicas para empresas, desenvolvedores e investidores.

Este documento de orientação estratégica para a atuação no setor de games visa fornecer detalhes e informações eficazes para o trabalho com o setorial. Nossa intenção é apoiar a definição do Sebrae UF na abordagem que maximize o potencial de competitividade e inovação, ao mesmo tempo em que aborda os desafios específicos deste setor.

Convidamos o Sistema Sebrae a se envolver ativamente no desenvolvimento e execução desta estratégia em colaboração para construir um futuro vibrante e inovador para o setor de games.

Eúde do Amor Cornélio
Gestor Nacional de Games
Coordenação de Serviços e Economias de Futuro
Unidade de Competitividade

Este documento está organizado nos seguintes blocos:

- 1.** Contexto setorial
- 2.** Estratégia setorial
- 3.** O programa Impulsionar negócios
- 4.** Suporte Nacional
- 5.** Orientações operacionais

1. CONTEXTO SETORIAL

Por que apoiar a indústria de videogames?

Desde o início, deve-se perguntar: por que a indústria de videogames deve ser apoiada? Em resumo, é um mercado global massivo – e que tem o potencial de impulsionar o crescimento do emprego, receitas de entrada e receita fiscal no Brasil. Além disso, representa uma oportunidade da cultura brasileira impactar mercados ao redor do mundo.

A indústria de videogames representa uma mistura de desenvolvedores, publicadores, fornecedores de middleware e serviços, operadores de plataforma e criadores de conteúdo original em um mercado global avaliado em US\$184 bilhões. O crescimento desta indústria, superando outros mercados de mídia tradicional, incluindo cinema, livros e música, é proporcional aos recentes desenvolvimentos tecnológicos, a saber, à presença generalizada e à fácil acessibilidade (disponibilidade) de dispositivos eletrônicos usados pelos consumidores, (como smartphones, tablets e computadores, que estão conectados à internet, permitindo que acessem a internet e uma variedade de serviços digitais em qualquer lugar e a qualquer momento) e um influxo de investimento de capital (em um mercado que busca ativamente comercializar propriedade intelectual).

No entanto, o fundamento da indústria está em sua qualidade inovadora e seu impacto criativo, onde os videogames são capazes de transmitir histórias e experiências para jogadores ao redor do mundo, não importa a escala do jogo. a. Considerando o caráter criativo e inovador dos videogames como um meio, o valor inerente de um jogo deriva do desenvolvimento, venda e exploração adicional da propriedade intelectual. As empresas de videogames mais bem-sucedidas são aquelas que conseguiram criar e disseminar games com uma propriedade intelectual forte (e bem protegida), abrangendo games originais, sequências, franquias, spin-offs e exploração de mídia cruzada – os IPs de Mario e Zelda da Nintendo são exemplos principais de maximização do potencial econômico da propriedade intelectual na indústria de videogames.

A indústria de videogames no nível global tem sido tradicionalmente caracterizada pelas atividades de grandes empresas multinacionais – a saber, Tencent, Sony, Apple, Microsoft, NetEase, Activision Blizzard, EA e Nintendo. Essas empresas são conhecidas por desenvolver games de alto orçamento “AAA” usando forças de trabalho distribuídas globalmente em vários estúdios, por operar lojas digitais de games e por criar hardware e consoles de games dedicados. Mas a indústria de videogames também é sustentada pelo desenvolvimento de games “indie” em pequenos estúdios locais, serviços de localização regional e operações ao vivo, e trabalho terceirizado pago por serviços, abrangendo arte, programação, controle de qualidade e gerenciamento de marketing e comunidade. No seu núcleo, a indústria de videogames gera valor ao longo da cadeia de valor, aproveitando o trabalho criativo, técnico e gerencial e

desenvolvendo (ou contribuindo para o desenvolvimento de) commodities culturais que podem ser exportadas para mercados internacionais.

Compreendendo a proeminência e o potencial econômico dos videogames, países e regiões ao redor do mundo estão agora competindo por sua própria fatia do mercado. Especificamente, esses países e regiões conseguiram enquadrar os videogames como um veículo para inovação e expressão criativa que pode, por si só, gerar valor econômico. Quando alinhadas com os objetivos políticos, os países e/ou regiões têm visto impactos mensuráveis no PIB, aumento das receitas fiscais e investimento estrangeiro direto, fortalecimento das linhas de treinamento e capacidades da força de trabalho, e outros efeitos de segunda ordem importantes em indústrias adjacentes.

É importante notar que os países e regiões que tiveram mais sucesso com suas respectivas indústrias de videogames são aqueles que implementaram mecanismos de apoio adaptados às necessidades específicas e oportunidades presentes em suas próprias indústrias regionais.



Nesse sentido, uma estratégia não é uma abordagem única para todos e não deve apenas levar em conta as características específicas da indústria de videogames, mas também outros contextos, como os ambientes político, jurídico e econômico.

Os mecanismos de apoio acompanham um desenvolvedor ao longo de seu crescimento, desde estudantes de videogames até empresas lucrativas. Em cada etapa desta jornada, as necessidades e obstáculos de um desenvolvedor são ligeiramente diferentes, e o ecossistema de apoio deve refletir e abordar esses desafios.

Marco Legal da Indústria de Games

Reconhecida formalmente pelo governo brasileiro como uma indústria legítima apenas em 2003, a indústria de games brasileira tem feito avanços significativos em direção ao estabelecimento de um ecossistema capaz de igualar a outras contrapartes globais.

A promulgação da Lei 14.852/24, conhecida como Marco Legal da Indústria de Games, que fornece uma estrutura legal robusta para a indústria de videogames distinta da produção audiovisual, representa a culminação desses esforços e demonstra o desejo do Estado de apoiar ainda mais o crescimento da indústria de games como um todo. A lei define áreas de apoio, incluindo a promoção de uma força de trabalho qualificada, a

promoção da cultura e educação em videogames e o apoio à inovação empreendedora na indústria.

Dada a estrutura deste novo quadro legal, é instrutivo olhar ao redor do mundo para ver como outros países e regiões tratam os games como produtos que são, respectivamente, culturais, comerciais e inovadores por natureza.

A indústria de games no Brasil ainda apresenta muitos problemas de operação, gestão, cultura e finanças, e que muitas vezes impedem o avanço do setor. Podemos citar alguns deles:

- Poucos estúdios formalizados;
- Falta de habilidade de negociação;
- Alta dependência de publishers e investimentos;
- Inscrições em editais mal realizadas (públicos e privados);
- Recursos de editais mal utilizados;
- Falta de investimento privado no setor;
- Falta de conhecimento na captação de investimentos;
- Pouca cultura de gestão interna;
- Empresas focadas somente no desenvolvimento do jogo.

Apesar de termos estúdios distribuídos por praticamente todos os estados da federação, a concentração continua nos estados do sul e sudeste do país. Essa concentração histórica se deve ao surgimento dos primeiros cursos de design de games e desenvolvimento de jogos digitais nestas regiões, assim como todo ecossistema criativo presente em suas principais cidades. Abaixo, temos o mapa com a distribuição das empresas por estado, criado pela Atragames, na pesquisa da indústria brasileira de games em 2023:



2. ESTRATÉGIA SETORIAL

Articulação com Associações Regionais

A articulação com as associações regionais de games é essencial para garantir que a estratégia local seja bem-sucedida, aproveitando o conhecimento local, as redes de contatos e os recursos disponíveis para maximizar o impacto e o engajamento da comunidade.



Alguns motivos para fortalecer a articulação com associações regionais de games:

1. Entendimento do Mercado Local: As associações regionais conhecem profundamente o mercado local, incluindo as preferências dos jogadores e as tendências emergentes. Esse conhecimento é essencial para adaptar a estratégia de forma a atender às necessidades e expectativas da comunidade local.

2. Conexões e Redes: Essas associações possuem redes estabelecidas de contatos com desenvolvedores, distribuidores, influenciadores e outros atores chave da indústria de games na região. Isso facilita a formação de parcerias estratégicas e colaborações que podem impulsionar a implementação da estratégia.

3. Promoção e Engajamento: Ao colaborar com associações regionais, é possível aproveitar eventos, torneios e conferências que elas organizam para promover a estratégia e engajar a comunidade local. Isso aumenta a visibilidade e a aceitação das iniciativas implementadas.

4. Apoio Institucional: As associações regionais frequentemente atuam como representantes da indústria de games perante órgãos governamentais e outras

instituições. Elas podem oferecer apoio na obtenção de financiamentos, na negociação de incentivos fiscais e na criação de um ambiente regulatório favorável.

5. Feedback e Melhoria Contínua: A proximidade com a comunidade permite que as associações regionais forneçam feedback valioso sobre a receptividade e o impacto das ações estratégicas. Isso possibilita ajustes rápidos e a melhoria contínua das iniciativas.

6. Recursos e Infraestrutura: Muitas associações oferecem recursos como espaços de coworking, laboratórios de desenvolvimento e programas de mentoria. Integrar esses recursos na estratégia local pode acelerar o desenvolvimento de novos jogos e produtos.

7. Fortalecimento da Comunidade: A colaboração com associações regionais ajuda a fortalecer a comunidade de games local, criando um ambiente mais coeso e colaborativo. Isso é fundamental para o crescimento sustentável da indústria de games na região.

Aplicação da Jornada para Games

A jornada foi pensada para aplicação com os clientes finais do Sistema Sebrae, desde o início até o fim, sendo atualizada todos os anos e acrescentando ações de transbordamento durante o ano, conforme direcionamento passado durante as reuniões periódicas de Gestores de Games:

Workshop 1: Abertura: Panorama sobre o que se esperar da Trilha de Conhecimento;

Workshop 2: Kick-off: Primeiros passos para a profissionalização em jogos;

Workshop 3: Mercado de trabalho e carreira na indústria de jogos;

Workshop 4: Ouvindo o mercado: Pesquisas e análises para desenho de produto;

Workshop 5: Entendendo o jogo: Ideação para o Design de Jogos;

Workshop 6: Mostre seu game!;

Workshop 7: Formando seu squad: construção e gestão de equipes;

Workshop 8: Entendendo o processo: Produção de jogos para o mercado;

Workshop 9: O multiverso Game Dev: Modelos de negócios da indústria de jogos;

Workshop 10: Siga o plano: Business Planning para estúdios de jogos;

Workshop 11: Oficina Prática de Pitch;

Workshop 12: É perigoso ir sozinho: Investimento e publicação para games;

Workshop 13: Desmistificando os aspectos jurídicos e financeiros para estúdios de jogos;

Workshop 14: Seu jogo é a estrela: Marketing e divulgação de games;

Workshop 15: Levando seu estúdio para o mundo: Internacionalização em games;

Workshop 16: Encerramento.

3. O programa Impulsionar negócios

O tema Games tem atuação no âmbito de cada um dos seguintes temas indutores:

- Competitividade Empresarial
- Economias portadoras de futuro

Passos essenciais na preparação do projeto:

Passo 1: Mapear o território atendido

Identificar o universo de CNPJs que compõem o território para seleção do público-alvo Games

Passo 2: Definir o público-alvo e o percentual de atendimento por porte

Conheça o perfil do público do projeto e inicie o movimento de engajamento dele. Após definir quais segmentos serão atendidos é importante definir os percentuais de EPPs, MEs e MEIs que serão atendidos no projeto e atividade. Recomendamos que o percentual de MEIs atendidos nos projetos não ultrapasse 40% do total dos CNPJs atendidos.

Passo 3: Conhecer as estratégias definidas para o setorial Games em 2025

Elevar o nível de competitividade dos Pequenos Negócios, por meio de jornada estruturada que promova ganhos de produtividade, ampliação de mercados, melhoria de gestão e aumento da competitividade estrutural e sistêmica, considerando as especificidades dos setores, cadeias e vocações territoriais.

Passo 4: Analisar tendências do segmento e macrotemas

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- 1- Preparar pessoas em métodos de gestão avançados e atitude empreendedora para estarem aptas à transformação em sua vida e seu ambiente.
- 2- Transformar potencial e vocação em negócios.
- 3- Promover a participação equitativa de todos na sociedade por meio do empreendedorismo.
- 4- Alavancar as economias portadoras de futuro como impulsionadoras da prosperidade dos territórios.
- 5- Ser protagonista na ativação de ecossistemas de negócios em economias portadoras de futuro.
- 6- Tornar os negócios prósperos, longevos, mais produtivos e competitivos por meio da inovação e do acesso à tecnologia e a mercados.

A jornada supracitada é flexível, pois além das soluções apresentadas, outras tantas também poderão ser utilizadas de forma personalizada ou desenvolvidas por outras unidades da federação e que estejam dentro dos objetivos estratégicos e temas prioritários abordados aqui.

4. Suporte Nacional

A Estratégia Setorial de Games encontra-se na estrutura da Coordenação de Serviços e Economias de Futuro, pertencente à Unidade de Competitividade. Para fins de suporte nacional, o técnico dedicado ao setor é o Analista Eúde do Amor Cornélio – eude.cornelio@sebrae.com.br – (61) 99886-7979 – Telefone e Whatsapp.

5. Orientações Operacionais

- Criar projetos ou processos específicos de Games, evitando iniciativas que abarquem públicos distintos sem ações integradas.
- Projetos ou processos em andamento (PA 24) podem ser migrados, considerando as seguintes paridades entre os temas indutores:

Temas Indutores PA 24 (DE)	Temas Indutores PA 25 (PARA)
Competitividade, Produtividade e Digitalização	Competitividade Empresarial
Mercados	Competitividade Empresarial
Agenda ESG e Transição Energética	Economias Portadoras de Futuro
Economias Portadoras de Futuro	Economias Portadoras de Futuro

- Não poderão ser migrados para o Programa Impulsionar Negócios projetos ou processos de 2024 do tema indutor Conexões Corporativas, pois o tema passa a integrar em 2025 o novo Programa Nacional Conexões Corporativas;

Orientações para Cadastro dos Projetos no LEME

É necessária atenção aos principais campos da iniciativa no LEME para que sua iniciativa esteja visível para os responsáveis pela aprovação e acompanhamento;

Recomendação de título do projeto: **UF – Setorial Games;**

TAG: Para projetos e iniciativas relacionadas aos segmentos de Games,

recomenda-se a utilização da TAG: **#GAMES**;

Descrição: utilizar esse campo para apresentar o projeto e suas ações de forma representativa;

Temas indutores: vincular um ou mais temas previstos;

Indicadores: para projetos do segmento de Games, é obrigatório o Indicador de Faturamento;

Público: quantificar e qualificar o cliente;

Publicador de Geolocalizador: inserir os municípios abrangidos pela iniciativa para delimitar a localização geográfica;

Ações: nomear a ação de modo a evidenciar a solução/iniciativa a ser realizada; descrever o propósito das ações de forma clara, incluindo entregáveis e exemplos de jornadas que poderão ser aplicadas.



The logo for SEBRAE, featuring the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. The text is centered and flanked by two horizontal white bars, one above and one below, which are slightly offset to create a sense of depth or a stylized 'E' shape.

SEBRAE