

## MICROTRANSAÇÕES EM JOGOS ELETRÔNICOS: UMA INVESTIGAÇÃO DO FATURAMENTO DE EMPRESAS DESENVOLVEDORAS DE GAMES E O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DOS ESTUDANTES DA UFAM

MICROTRANSACTIONS IN ELECTRONIC GAMES: AN INVESTIGATION INTO THE REVENUE OF GAME DEVELOPMENT COMPANIES AND THE CONSUMPTION BEHAVIOR OF UFAM STUDENTS

MICROTRANSACCIONES EN JUEGOS ELECTRÓNICOS: UNA INVESTIGACIÓN DE LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS DESARROLLADORAS DE JUEGOS Y EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UFAM

Hellen Beatriz Mourão dos Santos<sup>1</sup>  
Miguel Carlos Viana Negreiros<sup>2</sup>  
Adenes Teixeira Alves<sup>3</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa tem como tema central "**Microtransações** em Jogos Eletrônicos: Uma Investigação do Faturamento de Empresas Desenvolvedoras de Games e o Comportamento de Consumo dos Estudantes da UFAM". Trata-se de um tema pouco explorado, mas bastante presente no cotidiano de qualquer pessoa com acesso à internet, seja por meio de smartphones, computadores, etc. O objetivo deste trabalho é medir o comportamento dos estudantes da Universidade Federal do Amazonas, a fim de traçar um perfil de **consumidor** que possa orientar as empresas em seus investimentos e estratégias para aumentar lucros. Além disso, busca-se identificar qual perfil de consumidor apresenta maior tendência a gastar dinheiro em itens virtuais. O objetivo secundário consiste em realizar uma análise empresarial das empresas desenvolvedoras de **jogos**, proporcionando uma base para entender seu desempenho e as perspectivas de crescimento no ramo, especialmente no que tange às microtransações como meio de arrecadação de recursos. A metodologia aplicada envolveu a técnica de análise das demonstrações contábeis, com foco na Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e na Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) das empresas selecionadas. Com base nos dados levantados, foi realizado um questionário com alunos da UFAM, que serviu como ferramenta para atingir os objetivos da pesquisa. Por fim, o artigo conclui seus objetivos embasado em dados numéricos, com uma abordagem quantitativa e qualitativa, e propõe questionamentos a serem abordados em pesquisas futuras.

3978

**Palavras-chave:** Microtransações. Consumidor. Jogos.

<sup>1</sup>Acadêmica de Ciências Contábeis. Universidade Federal do Amazonas. hellen.

<sup>2</sup>Mestre em Eng<sup>a</sup> de Produção, Professor Adjunto do Departamento de Contabilidade (DECON) - Faculdade de Estudos Sociais (FES) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

<sup>3</sup>Doutor em Biotecnologia. Professor Adjunto do Departamento de Contabilidade (DECON) - Faculdade de Estudos Sociais (FES) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

**ABSTRACT:** This research focuses on "Microtransactions in Video Games: An Investigation of Revenue from Game Development Companies and the Consumption Behavior of Students at UFAM." It addresses a topic that is not widely explored but is very present in the daily lives of anyone with internet access, whether through smartphones, computers, etc. The aim of this work is to measure the behavior of students at the Federal University of Amazonas to outline a consumer profile that can guide companies in their investments and strategies to increase profits. Additionally, it seeks to identify which consumer profile shows a greater tendency to spend money on virtual items. The secondary objective consists of conducting a business analysis of game development companies, providing a basis for understanding their performance and growth prospects in the field, especially regarding microtransactions as a means of revenue generation. The methodology applied involved the analysis of financial statements, focusing on the Income Statement and the Cash Flow Statement of the selected companies. Based on the data collected, a questionnaire was conducted with UFAM students, which served as a tool to achieve the research objectives. Finally, the article concludes its objectives based on numerical data, with a quantitative and qualitative approach, and raises questions to be addressed in future research.

**Keywords:** Microtransactions. Consumer. Games.

**RESUMEN:** Esta investigación tiene como tema central "Microtransacciones en Videojuegos: Una Investigación de los Ingresos de Empresas Desarrolladoras de Juegos y el Comportamiento de Consumo de los Estudiantes de la UFAM." Se trata de un tema poco explorado, pero bastante presente en la vida cotidiana de cualquier persona con acceso a Internet, ya sea a través de smartphones, computadoras, etc. El objetivo de este trabajo es medir el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Federal del Amazonas, con el fin de trazar un perfil de consumidor que pueda orientar a las empresas en sus inversiones y estrategias para aumentar beneficios. Además, se busca identificar qué perfil de consumidor presenta una mayor tendencia a gastar dinero en artículos virtuales. El objetivo secundario consiste en realizar un análisis empresarial de las empresas desarrolladoras de juegos, proporcionando una base para entender su desempeño y las perspectivas de crecimiento en el sector, especialmente en lo que respecta a las microtransacciones como medio de recaudación de recursos. La metodología aplicada involucró la técnica de análisis de estados financieros, con énfasis en la Cuenta de Resultados y el Estado de Flujos de Efectivo de las empresas seleccionadas. Con base en los datos recopilados, se realizó un cuestionario con alumnos de la UFAM, que sirvió como herramienta para alcanzar los objetivos de la investigación. Finalmente, el artículo concluye sus objetivos fundamentado en datos numéricos, con un enfoque cuantitativo y cualitativo, y plantea cuestionamientos que se abordarán en investigaciones futuras.

3979

**Palabras clave:** Microtransacciones. Consumidor. Juegos.

## I. INTRODUÇÃO

Primeiramente, deve-se analisar o significado literal da palavra, conforme descrito pelo jornalista Matheus Cabral no portal Medium. A palavra "micro", que vem do grego mikrós, significa pequeno, enquanto "transação" pode ser entendida como uma ação comercial (Cabral, 2019). Assim, aplicando o termo estabelecido, chega-se à expressão "pequenas ações comerciais".

Essas ações estão bastante presentes no atual mundo cercado de tecnologia em que vivemos, manifestando-se de diversas formas e modelos.

Com essa perspectiva em mente e com base em análises científicas e em websites que abordam o tema central desta pesquisa, “Microtransações em Jogos Eletrônicos: Uma Investigação do Faturamento de Empresas Desenvolvedoras de Games e o Comportamento de Consumo dos Estudantes da UFAM”, a problemática principal que será trabalhada é: quanto um grupo de pessoas dedica de sua renda a esse tipo de transação comercial em games e quanto isso impacta nos lucros das empresas desenvolvedoras? Portanto, o objetivo principal deste trabalho é medir o comportamento dos estudantes da Universidade Federal do Amazonas, a fim de traçar um perfil de consumidor que melhor se adeque para que as empresas invistam e aumentem seus lucros, além de identificar qual perfil de pessoa tem maior tendência a gastar seu próprio dinheiro em objetos ou outros itens virtuais, e o objetivo secundário é uma análise empresarial das empresas desenvolvedoras para se ter uma base futura de como o seu desempenho ocorre e qual a perspectiva de crescimento do ramo utilizando as microtransações como meio de arrecadação de recursos.

Dessa forma, para alcançar os objetivos e resolver as problemáticas estabelecidas, este artigo adotará a metodologia de pesquisa quantitativa e qualitativa, embasando-se nas ideias que serão apresentadas na revisão bibliográfica nos diversos tópicos do referencial teórico. 3980

Ao final, espera-se ter uma conclusão dos resultados que fornecem embasamento para a tomada de decisões tanto por parte do consumidor que utiliza esse tipo de serviço quanto pela empresa que desenvolve as plataformas onde esses serviços são oferecidos aos clientes.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CONCEITO DE MICROTRANSAÇÃO

Segundo o Portal Central Xbox, que estabelece um conceito acessível e de fácil compreensão, "a microtransação é um modelo de negócios onde o público consumidor pode comprar produtos digitais pagos em dinheiro real" (CENTRAL XBOX, 2021). Assim, em várias plataformas de jogos, existe esse tipo de e-commerce, que incentiva o jogador a realizar compras para obter vantagens em relação aos outros jogadores que não optaram por adquiri-las, ou para acessar conteúdos meramente estéticos.

Abordando a mesma temática, TAKAHARA (2020) apresenta uma perspectiva mais empresarial sobre esse conceito, contextualizando-o da seguinte forma: "As microtransações são

conteúdos adicionais aos jogos que são vendidos de forma separada. Inicialmente conhecidos como DLC (downloadable content), esses conteúdos adicionais foram criados com o intuito de estender a vida de um produto que já se encontrava em seu período de maturação ou aumentar as receitas obtidas pela produtora do jogo" (TAKAHARA, 2020, p. 11).

Dessa forma, a existência de microtransações está associada à subsistência da empresa desenvolvedora após as vendas dos jogos (quando estes são adquiridos). Para jogos de acesso gratuito, as microtransações representam uma forma de captar recursos para a continuidade da empresa desenvolvedora. Em uma definição mais direta, TAKAHARA (2020) resume o termo ao afirmar que "microtransações são vendas de conteúdos para jogos eletrônicos a um baixo valor financeiro, modalidade de negócio que foi possibilitada apenas pela internet e por formas de pagamentos online" (TAKAHARA, 2020, p. 17).

Para expandir o conceito em subtermos de maneira categórica, a primeira categoria abordada são as microtransações estéticas. Segundo Tomić (2017), estas "não afetam a jogabilidade, nem oferecem nenhuma vantagem ao utilizador, pois têm como objetivo principal 'embelezar' o jogo". Um exemplo disso é a personalização, que pode ocorrer através da aquisição de uma nova aparência para um personagem ou arma já existente no jogo (skins), de novas músicas para o menu, de uma voz diferente para o narrador ou para um personagem, ou ainda de outras decorações que modificam a estética do jogo. Andrade (2019) fortalece este argumento ao citar a opinião popular: "Este é o tipo de microtransação mais 'aceita' pela comunidade gamer, uma vez que não impacta a jogabilidade e não cria desequilíbrios entre os jogadores" (ANDRADE, 2019, p. 20). Assim, esse modelo é considerado uma forma de comercialização mais justa e igualitária entre jogadores de diversas faixas de renda.

A segunda categoria é descrita por Švelch (2015), que afirma que "também não desequilibra o jogo em prol de algum jogador, porém permite melhorar e expandir o conteúdo disponível, como, por exemplo, um novo mapa em um jogo de guerra, uma nova missão em um jogo de aventura ou um novo carro em um jogo de corridas". Nesse caso, o jogador paga para desbloquear conteúdos adicionais no jogo por meio de microtransações, prolongando, assim, suas horas de entretenimento.

Por fim, a terceira categoria é a mais polêmica entre os consumidores desse tipo de produto: as microtransações de vantagem. De acordo com Andrade (2019), essas "fornecem algum tipo de vantagem a quem as detém, fazendo com que os jogadores não estejam ao mesmo nível e que o jogo não esteja equilibrado" (ANDRADE, 2019, p. 21). Dessa forma, jogadores que

investem quantias maiores em suas contas por meio de microtransações têm uma vantagem significativa em comparação àqueles que não podem gastar seu dinheiro na plataforma.

## 2.2 HISTÓRICO DO PERÍODO PRÉ MICROTRANSAÇÃO

Com o avanço das plataformas digitais, esse tipo de operação tornou-se mais comum e presente no cotidiano da população, especialmente entre crianças e adolescentes. O advento de jogos online, em que pessoas competem umas contra as outras em um mesmo servidor, ampliou essas práticas para além dessa faixa etária. Os jogadores estabelecem um convívio social que se assemelha a uma segunda vida dentro da plataforma. Nesse contexto, TAKAHARA (2020) também ressaltou em sua pesquisa essa singularidade e estabeleceu uma ligação com as microtransações, afirmando que "a possibilidade de se jogar com diversas pessoas, principalmente em jogos competitivos, levanta a questão sobre a existência de microtransações nesses jogos, sejam elas destinadas a itens funcionais ou ornamentais" (TAKAHARA, 2020, p. 11). Assim, uma parte significativa das operações realizadas nas plataformas de jogos é mais relacionada ao aspecto estético do que à própria jogabilidade.

O setor de games representa um gigante da mídia digital. Conforme o Comitê Gestor da Internet no Brasil, "a indústria de jogos digitais ocupa o segundo lugar entre os negócios de entretenimento no mundo, atrás apenas da televisão, e ultrapassando o cinema e a música" (CGI, 2023). Esse fato se deve à intensa movimentação financeira que as microtransações proporcionam ao setor. Pensamento semelhante é apresentado por AMÉLIO (2018), que estabelece que "a indústria de jogos digitais tem se expressado com maior destaque dentre as indústrias criativas e culturais, tanto em termos financeiros quanto em perspectiva de crescimento para os próximos anos" (AMÉLIO, 2018, p. 1).

Antes do advento das microtransações eletrônicas, os lucros das desenvolvedoras de games eram obtidos principalmente da seguinte forma: "originalmente, as receitas das empresas nesse mercado, tanto dos fabricantes de consoles quanto das desenvolvedoras de jogos, eram em sua maior parte obtidas pelas vendas de seus produtos diretamente aos consumidores" (TAKAHARA, 2020, p. 13). Após a venda do produto, as empresas desenvolvedoras não tinham um retorno futuro. Isso explica a grande quantidade de jogos lançados ano após ano entre os períodos de 1960 e 2000, quando as empresas fabricantes de consoles e produtoras de jogos competem acirradamente no mercado. Uma reportagem do Jornal *Época*, escrita pela jornalista Nina Finco, relata uma batalha tecnológica entre as duas principais empresas desse setor no

final do século XX, Sega e Nintendo: "A Sega e a Nintendo também travaram uma batalha tecnológica para criar consoles cada vez mais avançados. A Sega ousou mais. Com o Mega Drive e o portátil Game Gear, foi pioneira na melhoria da qualidade das imagens e do som" (FINCO, GLOBO, 2015). Esse comportamento de mercado pavimentou o terreno para que as microtransações prosperassem no século seguinte, pois consolidou uma base de consumidores sólida e fiel.

### 2.3 MICROTRANSAÇÕES NO ATUAL MERCADO DE GAMES

Atualmente, segundo Amélio (2018), "de forma geral, os jogos digitais são considerados bens informacionais e agregam em sua composição diversos elementos multidisciplinares, permitindo a agregação de valor ao longo de toda a sua cadeia produtiva." No mercado brasileiro, as patentes e os direitos de desenvolvimento desses jogos possuem grande relevância para investidores que buscam lucros tanto nas vendas quanto nas microtransações embutidas nos produtos. O pesquisador acrescenta que "os jogos digitais e sua cadeia produtiva fazem parte de uma atividade econômica com alto potencial de geração de trabalho e renda, abordando tanto áreas e elementos tecnológicos diversos quanto socioculturais" (Amélio, 2018, p. 1).

Dessa forma, no atual cenário do mercado, o investimento no desenvolvimento de jogos é uma opção segura para investidores do setor digital, que, ao aliar conhecimentos financeiros e do ambiente digital, conseguem visualizar um cenário lucrativo ao investir nesse segmento econômico. Segundo a seguinte premissa, "o método de arrecadação de receita via microtransação tem como base a ideia de que apenas uma pequena parcela dos jogadores irá gastar recursos financeiros no jogo; assim, a base instalada de jogadores precisa ser grande o suficiente para que o montante arrecadado cubra as despesas da desenvolvedora e gere o lucro almejado" (Takahara, 2020, p. 17). Portanto, essa abordagem representa uma opção de rápida arrecadação e com uma taxa de retorno sobre o investimento (ROI) que fortalece ainda mais sua atratividade no mercado global.

Também o mercado atual tem várias perspectivas futuras para os anos seguintes, conforme (Fortim et al., 2022) apontam "O mercado dos jogos em nuvem foi identificado como promissor, com tendência de crescimento ainda maior nos próximos anos, considerando a compatibilidade com smart TVs, computadores menos robustos e smartphones, sem a necessidade de outros hardware sofisticados e caros" (Fortim et al., 2022, p. 121), então pode-se deduzir que o foco do mercado atual e a diminuição de hardwares e periféricos e uma

intensificação dos softwares uma virtualização extrema da plataforma cenário esse propício para as microtransações acontecerem de maneira mais prática e rápida.

### 3. MÉTODOS

A metodologia aplicada nesta pesquisa consiste na análise econômico-financeira das empresas utilizadas e questionamentos da investigação. Os documentos analisados incluem a Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) e a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE). Dessa forma, a pesquisa é caracterizada como uma investigação documental de natureza quantitativa. Após a análise financeira das empresas, será aplicado os dados do questionário de caráter qualitativo respondido por 60 pessoas, estudantes da Universidade Federal do Amazonas, com o objetivo de coletar informações com o intuito de assim criar uma relação entre a opinião dos consumidores e os resultados financeiros apresentados. Com a coleta dos dados obtidos junto aos entrevistados, será possível formular respostas para as problemáticas identificadas ao longo do estudo.

## 4. DESENVOLVIMENTO E ARGUMENTAÇÕES

### 4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO EMPRESARIAL

3984

A princípio, é fundamental compreender o que são microtransações em jogos eletrônicos e como elas se aplicam à nossa realidade, temática abordada no referencial teórico. Nesse contexto, é necessário focar na dimensão e na relevância deste mercado, utilizando fatos e reportagens jornalísticas que noticiam esse fenômeno.

Em uma matéria publicada no GloboEsporte, o jornalista Wesley Pereira destaca que a desenvolvedora Riot Games “arrecadou mais de R\$324 milhões com skins de esports” (Pereira; GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A, 2023). Essa arrecadação foi obtida por meio de microtransações realizadas dentro do próprio jogo, e, conforme a mesma reportagem, esse valor tem crescido ano após ano.

Com números expressivos, o setor de microtransações no mercado virtual tem se mostrado extremamente atrativo, como já mencionado no referencial teórico. Para analisar essa afirmação, será realizada uma investigação baseada na Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC), a fim de medir o montante de recursos financeiros que circulam nas empresas, além das Demonstrações de Resultado do Exercício. Contudo, devido à ausência de uma conta específica para microtransações nos planos de contas das empresas, todos os valores provenientes dessas

transações são contabilizados como ingresso de recursos na DFC e como receita na Demonstração do Resultado do Exercício (DRE).

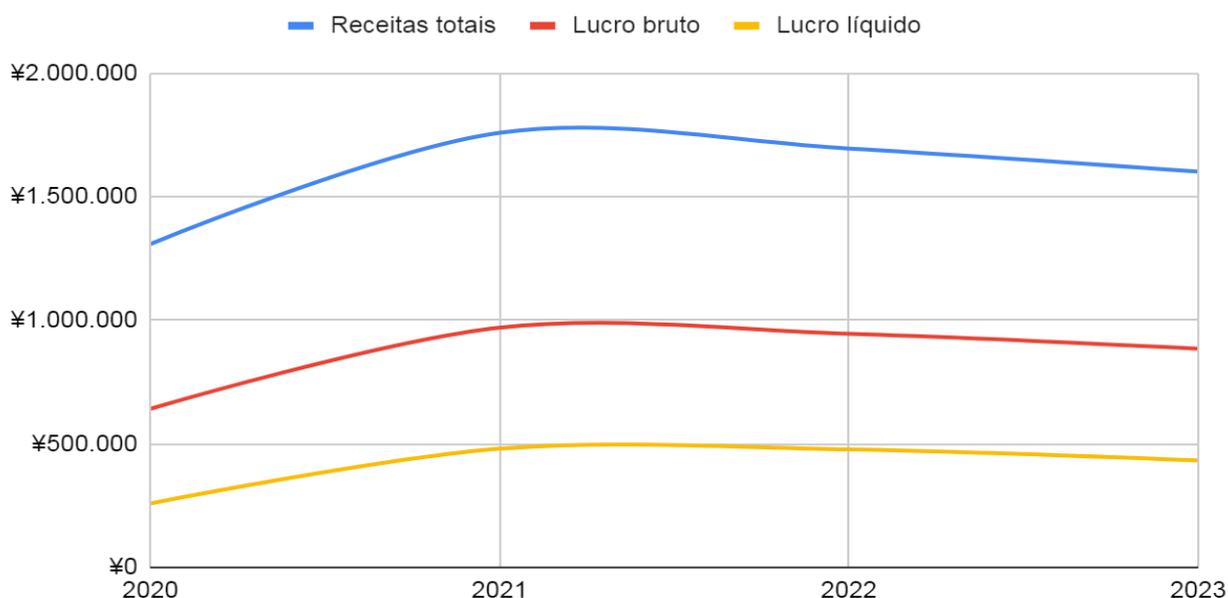
Dessa forma, para se aproximar mais da realidade, o estudo concentrar-se-á no Caixa Operacional, avaliando as entradas e saídas de recursos nas Demonstrações de Fluxo de Caixa. Quanto à Demonstração do Resultado do Exercício, será realizada uma comparação entre a receita total e o lucro bruto obtido pela empresa. As empresas selecionadas para análise foram Nintendo, EA - Electronic Arts, Capcom e Ubisoft, os dados financeiros das empresas foram extraídos do site [br.investing.com](http://br.investing.com), plataforma pertencente à Fusion Media Limited, no qual dispõe de uma plataforma especializada em informações financeiras.

#### 4.2 INFORMAÇÕES FINANCEIRAS: NINTENDO

Conforme descrito no próprio site de investimento, “a Nintendo, juntamente com suas subsidiárias, desenvolve, fabrica e vende produtos de entretenimento doméstico no Japão, nas Américas, na Europa e internacionalmente. A empresa também oferece plataformas de videogames, cartas de baralho, Karuta e outros produtos, além de sistemas de hardware para consoles portáteis e domésticos, bem como o software relacionado” (FUSION MEDIA, 2024). Assim, conforme ilustrado na Figura 1.0.

Figura 1.0

#### Resultado Financeiro - Nintendo (Em Milhões de JPY)

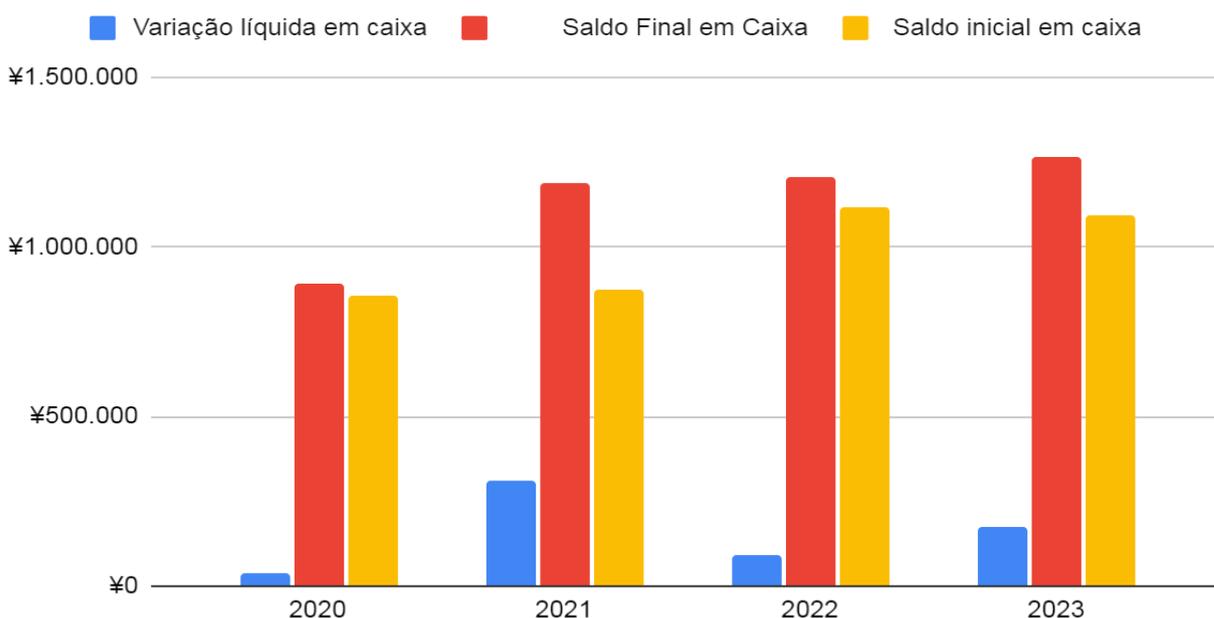


Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](http://investing.com)

Conforme a análise gráfica, observa-se que a empresa se manteve estável durante o período de 2020 a 2023, não apresentando grandes quedas em seus lucros. A seguir, a Figura 2.0 demonstrará o fluxo de dinheiro movimentado pela empresa.

Figura 2.0

### Análise DFC(s) EA - Nintendo (Em Milhões de USD)



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

Com base na análise da Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC), pode-se observar que, durante os exercícios, o montante de recursos financeiros que ingressou na empresa foi superior às suas saídas. Uma parte significativa dessas entradas ocorreu por meio de microtransações.

#### 4.3 INFORMAÇÕES FINANCEIRAS: EA - ELECTRONIC ARTS

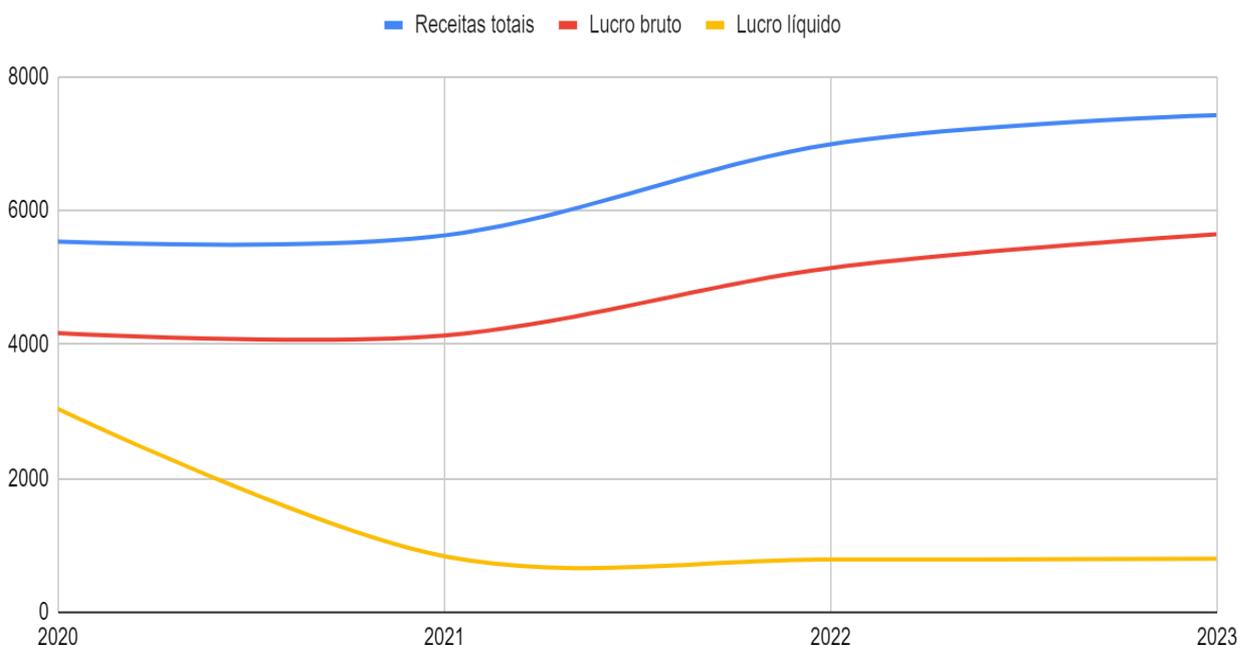
O próprio site Investing.com define o ramo da Electronic Arts Inc. da seguinte forma: “desenvolve, comercializa, publica e distribui jogos, conteúdo e serviços para consoles de jogos, PCs, celulares e tablets em todo o mundo. A empresa desenvolve e publica jogos e serviços em vários gêneros, como esportes, corridas, tiro em primeira pessoa, ação, RPG e simulação, principalmente sob as marcas Battlefield, The Sims, Apex Legends, Need for Speed, além de licenciar jogos de outros, incluindo FIFA, Madden NFL, UFC e Star Wars. A Electronic Arts licencia seus jogos a terceiros para distribuição e hospedagem” (FUSION MEDIA, 2024). A

maneira de atuação também é expandida da seguinte forma: “Ela comercializa e vende seus jogos e serviços por meio de canais digitais de distribuição e varejo, bem como diretamente para varejistas de mercado de massa, lojas especializadas e arranjos de distribuição” (FUSION MEDIA, 2024).

A Electronic Arts Inc. é uma empresa do mesmo ramo empresarial e uma das mais criticadas por exageros em microtransações, especialmente na categoria descrita por Švelch (2015), recebendo diversas críticas de jogadores e consumidores de seus produtos. Conforme reportagem do UOL (2017), “EA revolta jogadores ao anunciar que a anuidade do EA Access saltará de R\$59 para R\$110, fechando “com chave de ouro” um ano que já era muito complicado para a empresa”. Assim, a Figura 3.0 demonstra o reflexo dessa política em suas demonstrações.

Figura 3.0

### Resultado Financeiro - Electronic Arts (Em Milhões de USD)

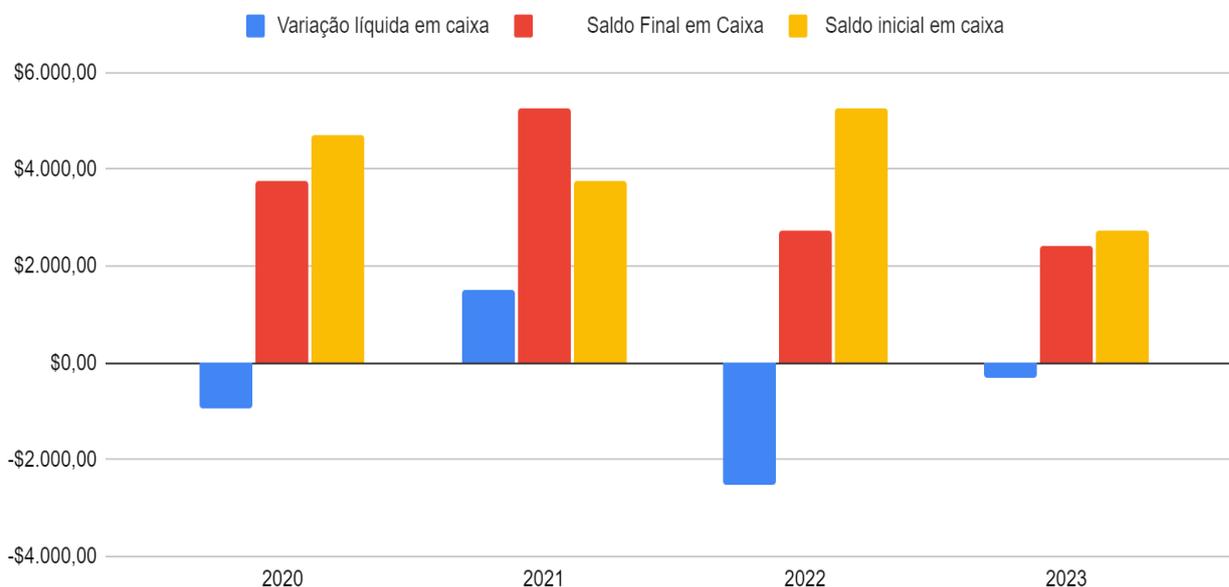


Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://investing.com)

Conforme a análise gráfica, observa-se um aumento nas receitas e no lucro bruto. No entanto, o lucro líquido da empresa apresenta uma queda durante os exercícios financeiros. Esse comportamento em relação às vendas de seus produtos pode ser uma estratégia para 'tapar o buraco' que a empresa vem apresentando em seus resultados, para analisar o fluxo financeiro durante esse período será por meio da Figura 4.0 a seguir.

Figura 4.0

### Análise DFC(s) EA - Electronic Arts (Em Milhões de USD)



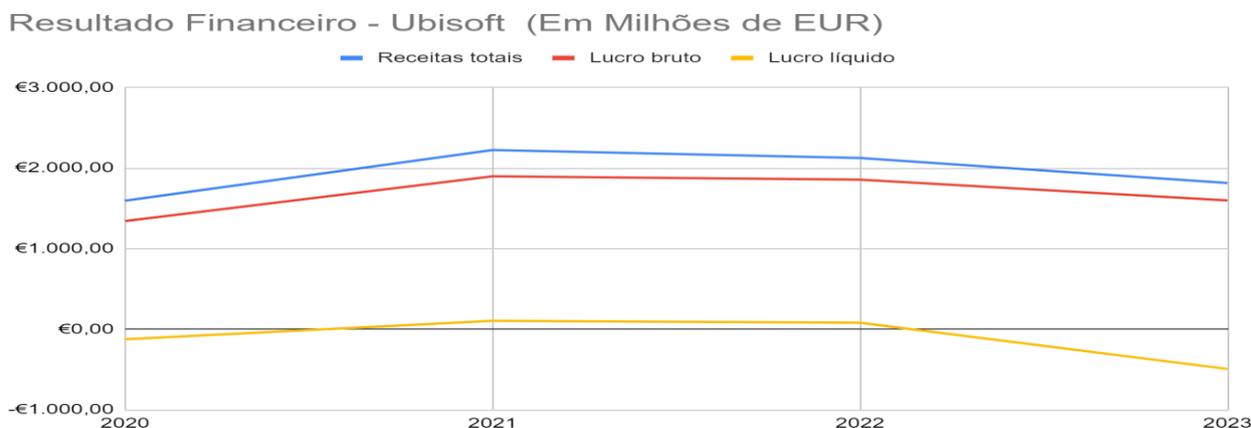
Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

Como se pode perceber, em três dos quatro exercícios, o montante de saídas tem sido superior, com destaque para o ano de 2022. Assim, o caixa da empresa vem apresentando uma queda ano a ano, o que resulta na necessidade de uma maior arrecadação por meio de seus produtos, arrecadação esta que ocorre por meio de microtransações para fortalecer o capital de giro da entidade.

#### 4.4 INFORMAÇÕES FINANCEIRAS: UBISOFT

A descrição da UBISOFT relatada pela [investing.com](https://www.investing.com) é “A Ubisoft Entertainment SA produz, publica e distribui video games para consoles, PC, smartphones e tablets em formatos físicos e digitais na Europa, América do Norte e internacionalmente. A empresa projeta e desenvolve software, incluindo cenários, animação, jogabilidade, layouts e regras do jogo, bem como desenvolve ferramentas de design e motores de jogo. Está envolvida no desenvolvimento na área de jogos online e móveis; e negócios cinematográficos” (FUSION MEDIA, 2024), como pode-se analisar na figura 5.0 a seguir que demonstra o resultado financeiro da empresa entre 2020 e 2023.

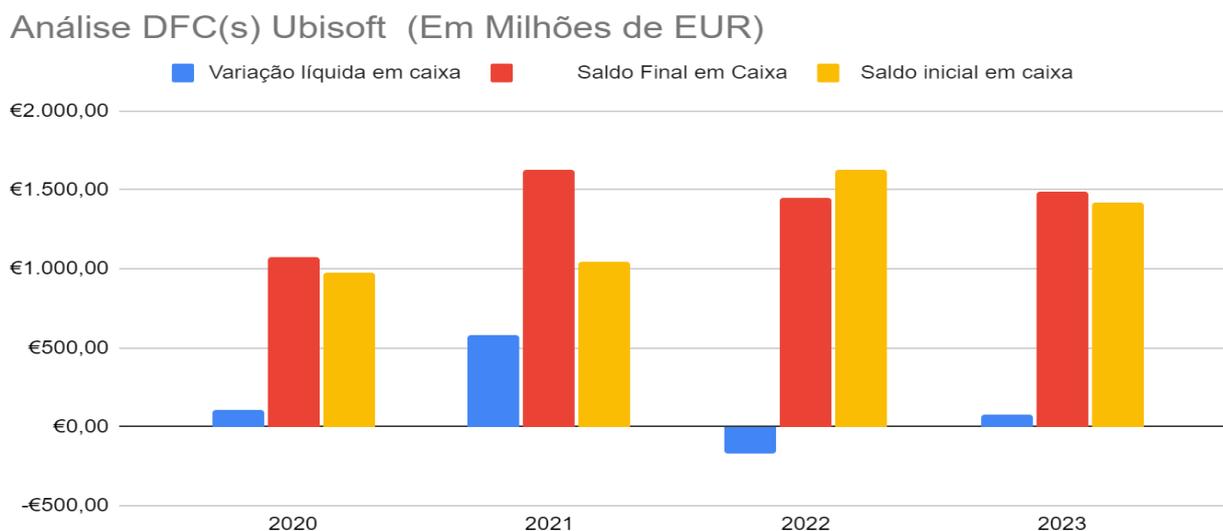
Figura 5.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

A empresa vem apresentando uma tendência de queda em seus resultados, e conseqüentemente perdendo o seu valor de mercado, conforme informa reportagem da CNN Brasil “Maior produtora de jogos da França é alvo de aquisição após perder metade de seu valor de mercado nos últimos 12 meses, atormentada por atrasos de produção e baixo desempenho de vendas” (Rosemain ; Marchandon; CNN BRASIL, 2024), sendo assim o cenário para a empresa não é muito animador para o futuro mesmo com toda a sua história no mercado de games, sendo assim o capital financeiro arrecadado continua fluindo no caixa da empresa mesmo em adversidades como mostra a figura 6.o.

Figura 6.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

A empresa, mesmo passando por adversidades, mesmo com lucros em queda, o seu fluxo financeiro demonstra uma boa entrada de recurso e em somente um exercício teve mais saídas que entradas, sendo uma parte considerável de suas entradas provenientes de microtransações em suas plataformas vituais em seus jogos.

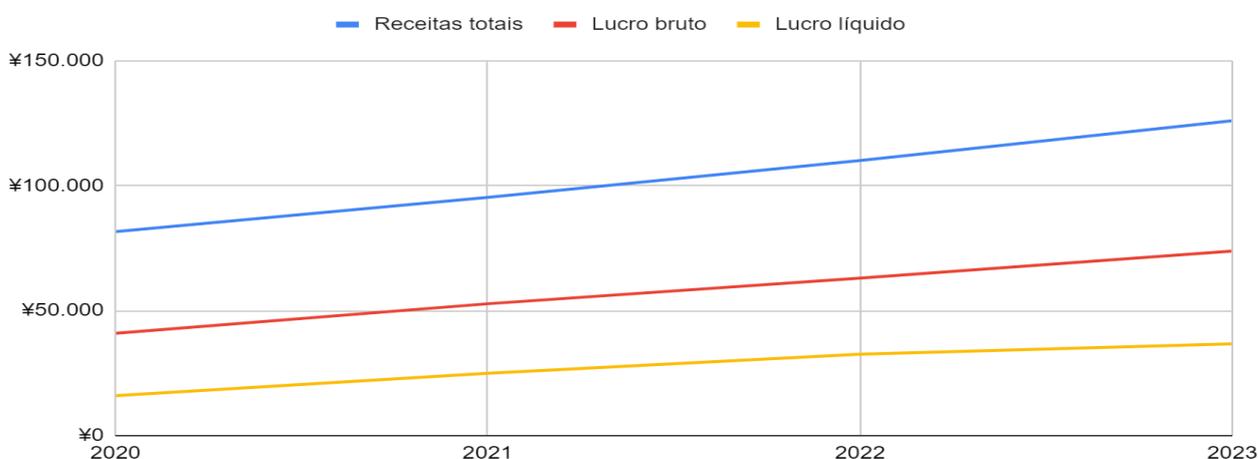
#### 4.5 INFORMAÇÕES FINANCEIRAS: CAPCOM

Por fim, mas não menos importante se tem a CAPCOM, onde o site [investing.com](https://www.investing.com) estabelece que a empresa “planeja, desenvolve, vende e distribui jogos de vídeo domésticos, jogos online, jogos móveis e jogos de arcade no Japão e internacionalmente. Atua nos segmentos de Conteúdo Digital, Operações de Arcade, Equipamentos de Diversões e Outros Negócios” (FUSION MEDIA, 2024), sendo uma das desenvolvedoras de vídeo game com mais história no segmento o mesmo ainda afirma que “ O segmento de Conteúdo Digital desenvolve e vende conteúdo de jogos digitais para plataformas de videogames domésticos, bem como conteúdo mobile e jogos online para PC” (FUSION MEDIA, 2024), com isso as operações envolvendo microtransações na empresa e bastante intuitivo e direto sendo uma maneira mas elegante de realizar as microtransações.

Como demonstra o gráfico a seguir na figura 7.0, a empresa demonstra uma crescente lucrativa, ano a ano, sendo assim com base em seus resultados constata se que é uma empresa de saúde financeira boa sendo uma perfeita escolha para futuros investimentos envolvendo microtransações.

Figura 7.0

#### Resultado Financeiro - Capcom (Em Milhões de JPY)

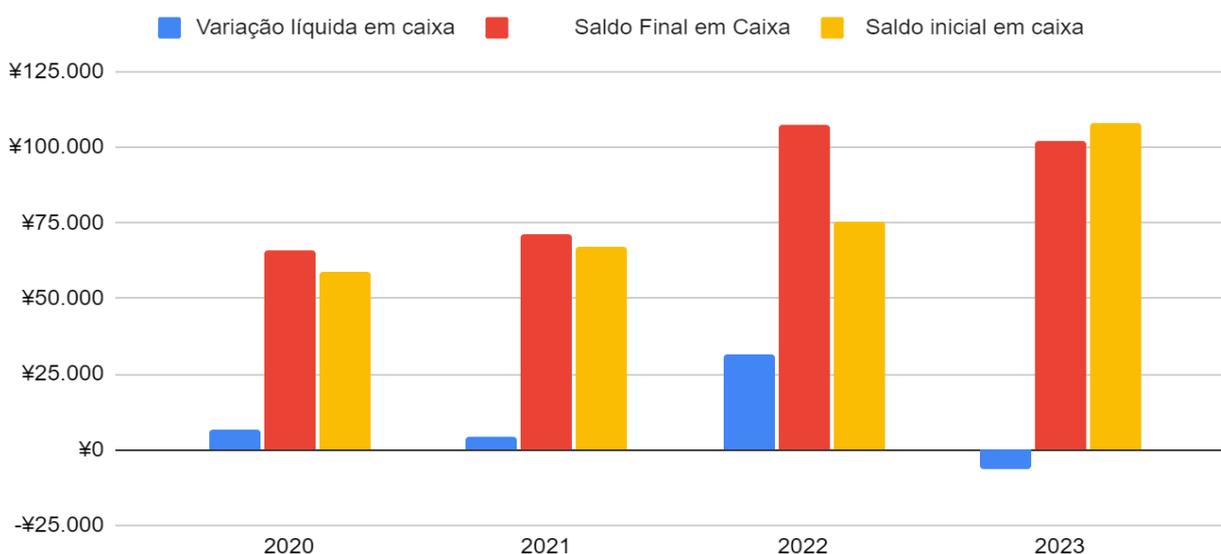


Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

E com base na análise do fluxo de caixa da empresa suas variações são positivas na maioria dos exercícios financeiros em destaque para o ano de 2022, como demonstra a figura 8.o.

Figura 8.o

### Análise DFC(s) Capcom (Em Milhões de JPY)



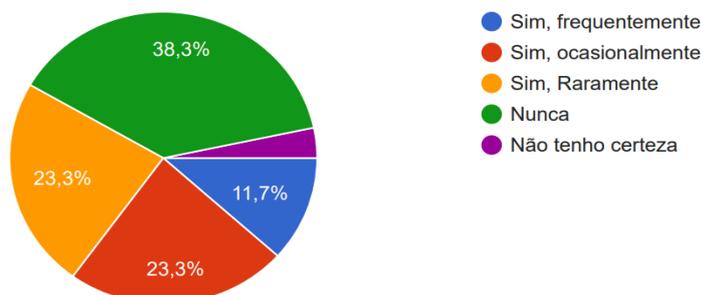
Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados da [investing.com](https://www.investing.com)

## 5. RESULTADOS E ARGUMENTAÇÕES

Para a elaboração da pesquisa, foi desenvolvido um formulário dirigido a estudantes da Universidade Federal do Amazonas, composto por dez perguntas de múltipla escolha, variando entre três e cinco alternativas. Com isso, foram coletadas as respostas de 60 alunos da universidade, cujos resultados serão apresentados a seguir.

A primeira pergunta formulada foi a seguinte: “Você realiza compras em aplicativos por meio de microtransações (compras na própria loja do jogo ou da distribuidora)?” O objetivo foi identificar a quantidade de consumidores desse tipo de transação comercial na amostra. Os resultados obtidos indicaram que 58,3% dos estudantes entrevistados realizam microtransações (sendo 23,3% raramente, 23,3% ocasionalmente e 11,7% com frequência), enquanto 41,7% afirmaram nunca ter realizado esse tipo de transação ou não souberam identificar se já o fizeram. Dados da pesquisa expostos na figura 9.o

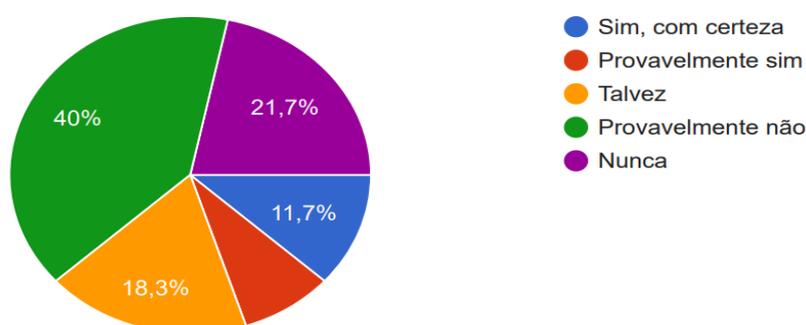
Figura 9.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

A segunda pergunta formulada foi: “Você abriria mão de comprar algo no mundo real para ter um objeto em um campo virtual (jogos, aplicativos)?” Os dados referentes a essa questão podem ser visualizados na Figura 10.o, que apresenta os respectivos percentuais.

Figura 10.o



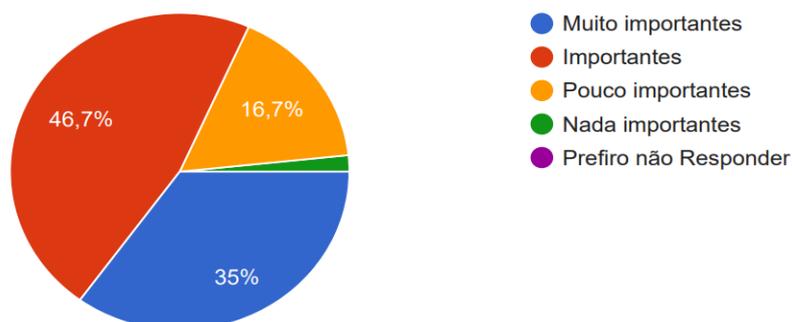
Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

A pergunta foi formulada com o objetivo de investigar se existe um comportamento extremo do consumidor em relação aos bens virtuais. Os resultados indicaram que 20% da amostra afirmou que com certeza ou provavelmente sim (sendo 11,7% e 8,3%, respectivamente) abriria mão de bens no mundo real para adquirir bens em jogos virtuais, os quais são obtidos por meio de microtransações. Em contrapartida, 40% dos respondentes informaram que provavelmente não adotaria tal comportamento.

A terceira pergunta formulada foi: “Você considera que as microtransações são importantes para a continuidade das empresas desenvolvedoras de jogos e aplicativos?” Essa pergunta teve como objetivo mensurar a relevância do tema no contexto empresarial, como um

instrumento de arrecadação financeira para a sustentabilidade da empresa. Com base na análise gráfica, 81,7% dos entrevistados acreditam que as microtransações são importantes ou muito importantes para essa continuidade, correspondendo a 35% e 46,7%, respectivamente, conforme demonstrado na Figura 11.00.

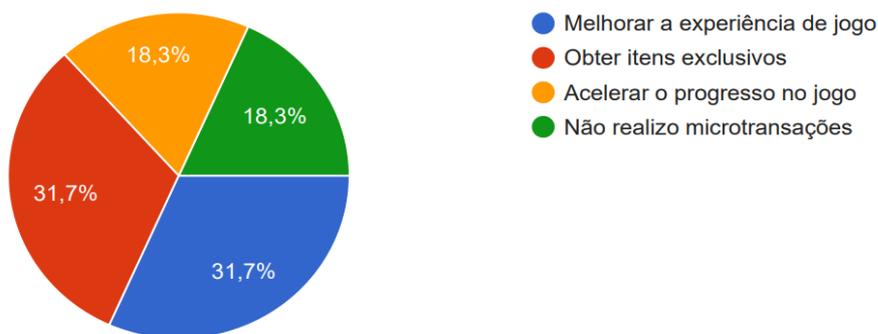
Figura 11.0



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

A quarta pergunta também teve um caráter comportamental e foi formulada da seguinte maneira: “Qual é a sua principal motivação para realizar microtransações em jogos ou aplicativos? Se ainda não fez nenhuma, qual seria a motivação para eventualmente realizar uma?” Os resultados dessa pergunta podem ser visualizados na Figura 12.0.

Figura 12.0



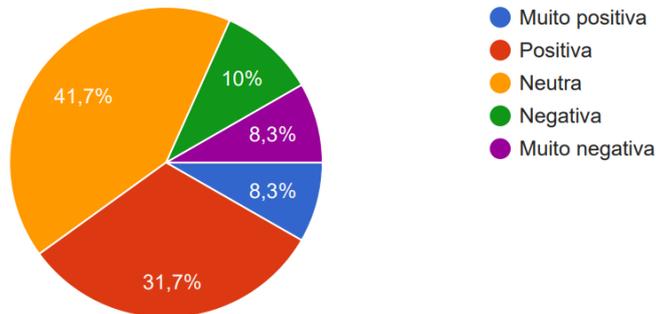
Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

Ao realizar a análise, constatou que Obter itens exclusivos e Melhorar a experiência de jogo ambos com 31,7% são as principais motivações dos alunos respondentes da amostra, sendo que somente 18,30% dos entrevistados optaram por acelerar o seu progresso.

A quinta pergunta é dirigida da seguinte forma: “Você acredita que as microtransações afetam a jogabilidade de forma positiva ou negativa ?” com o intuito de verificar a opinião

peçoal referente a positividade das microtransações na perspectiva pessoal e os seus resultados são apresentados na figura 13.0

Figura 13.0



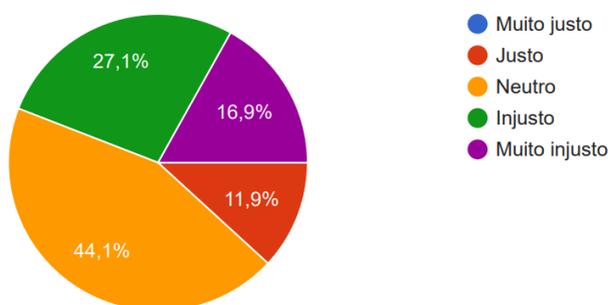
Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

Após análise dos dados averiguou-se que 40% dos estudantes alegaram que afeta de forma positiva ou muito positiva (sendo 31,70% positiva e 8,30% muito positiva), em contrapartida 18,30% alegaram que afeta de forma negativa ou muito negativa (sendo 10% negativa e 8,30% de modo muito negativa).

3994

A pergunta de número seis, traz à tona o seguinte questionamento: “Com base na sua experiência, você considera o preço das microtransações justo ?” , busca estipular a satisfação referente ao preço aplicada nas microtransações e como demonstra na figura 14.0, conforme opinião dos entrevistados 44% considera os preços cobrados Injustos ou muito injustos (sendo 27,10% injustos e 16,90% muito injustos).

Figura 14.0

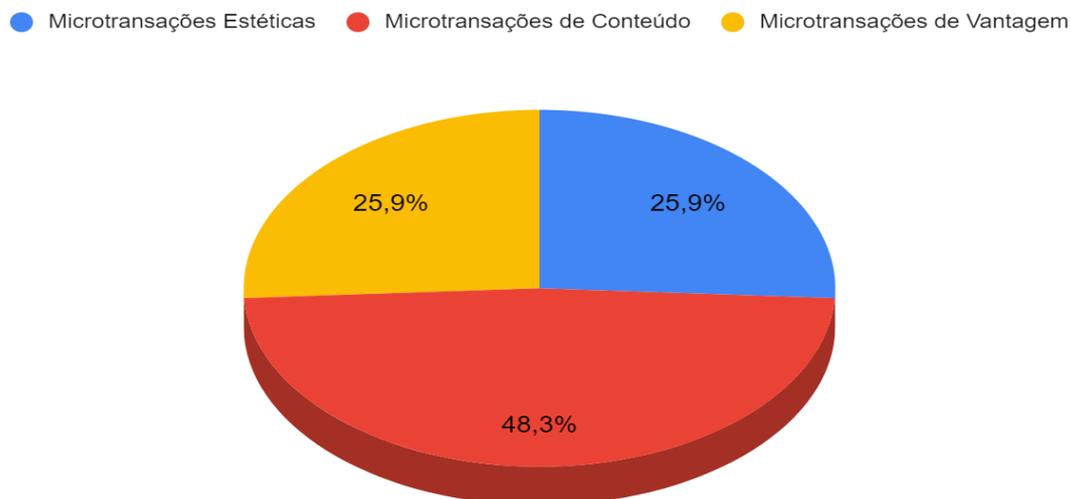


Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

Vale ressaltar que essa pergunta apresentou a maior taxa de neutralidade sendo esta de 44,10%, e não houve ninguém que considerasse os preços muito justo, porém 11,90% consideram os preços justos.

A sétima pergunta foi formulada da seguinte maneira: “Das seguintes categorias de microtransações, qual você, como consumidor, tem a maior probabilidade de consumir?” O objetivo dessa pergunta foi identificar a preferência da amostra em relação a microtransações, mesmo entre aquelas que nunca realizaram esse tipo de operação. As microtransações relacionadas a conteúdo mostraram-se como mais promissoras, apresentando um índice de 48,3%, conforme ilustrado na Figura 15.0,

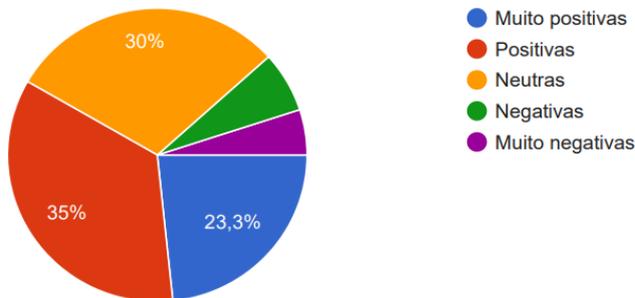
**Figura 15.0**



**Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público**

A pergunta de número oito foi dividida da seguinte forma: “Qual a sua opinião sobre microtransações estéticas que não afetam a jogabilidade ?” O objetivo dessa questão foi mensurar a receptividade dos entrevistados em relação às microtransações estéticas. Conforme a análise apresentada na Figura 16.0, a recepção foi considerada favorável, pois 58,3% da amostra classificaram suas opiniões como muito positivas ou positivas (sendo 23,3% muito positivas e 35% positivas).

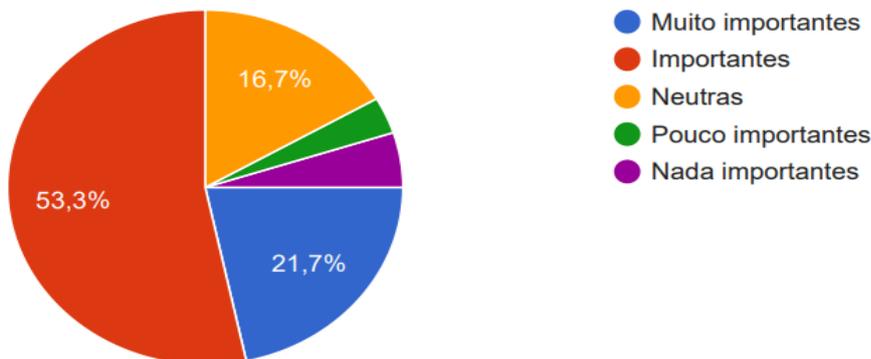
Figura 16.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

A nona pergunta foi efetuada da seguinte maneira: “Como você avalia a importância de microtransações que expandem o conteúdo do jogo ?” O objetivo dessa questão foi mensurar a receptividade dos entrevistados em relação às microtransações que expandem o conteúdo do jogo. Conforme a análise apresentada na Figura 17.o, a recepção foi considerada bastante satisfatória, pois 75% da amostra classificaram suas opiniões como muito importantes ou importantes (sendo 21,70% muito importantes e 53,30% importantes).

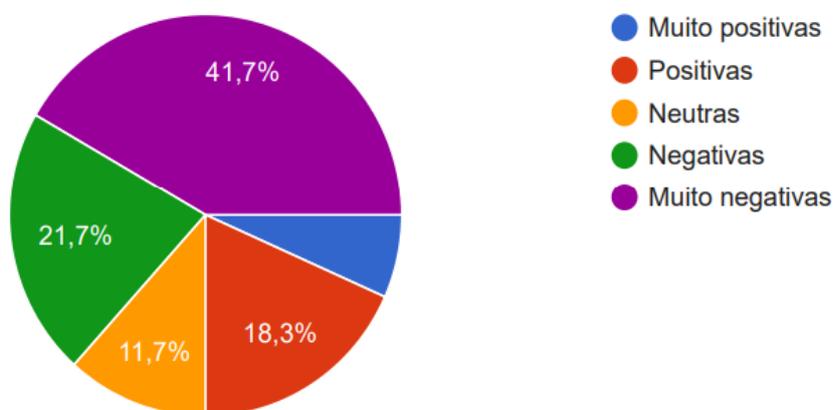
Figura 17.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

A última pergunta foi a seguinte:”Qual a sua opinião sobre microtransações que oferecem vantagens competitivas?” e ao contrário das demais a mesma apresentou os seguintes resultados apresentados na figura 18.o.

Figura 18.o



Referências: Elaborado pelo autor(a) com dados coletados de formulário público

Os índices de rejeição a este tipo de microtransações é alarmante, pois 63,4% dos estudantes a consideram como negativas ou muito negativa (sendo 41,70% muito negativa e 21,70% negativa). Isso reflete a insatisfação dos jogadores em relação a este tipo de modalidade de negócio.

## 6. ANÁLISE FINAL DE RESULTADOS

3997

Com base nos dados estatísticos e financeiros apresentados, é possível estabelecer uma relação entre o desempenho econômico das empresas e a amostra de alunos da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Observando que o comportamento de consumo dos estudantes tende a privilegiar microtransações estéticas e aquelas que aprimoram a experiência do usuário, resultando em níveis de satisfação mais elevados. Esse padrão de consumo pode explicar o bom desempenho financeiro de empresas que adotam uma política de investimento nesse tipo de microtransação, como é o caso da Nintendo, que demonstra uma situação financeira estável em suas análises. Em contrapartida, microtransações que oferecem vantagens competitivas aos jogadores enfrentaram uma perda significativa no mercado, conforme evidenciado pelos dados da amostra. Isso indica que as empresas que adotam essa política têm dificuldades em crescer e ainda comprometem a sua confiança, como se observa na Ubisoft, que apresenta déficits médios superiores às demais empresas comprovadas. Vale destacar também a Electronic Arts (EA), que apresenta uma margem de lucro líquido reduzida em comparação com as demais empresas aqui analisadas.

Desta forma, é importante ressaltar que o público com maior tendência a realizar microtransações em jogos eletrônicos é predominantemente jovem. Essa afirmação é corroborada pela amostra composta por estudantes, que, sendo uma categoria mais atualizada e com maior vivência tecnológica, apresentam uma tendência, ainda que modesta, de 58,30% de probabilidade de realizar esse tipo de operação.

Dessa forma, o perfil do público-alvo que as empresas devem focar para elevar seus resultados está associado a indivíduos que optam por microtransações estéticas e de expansão de conteúdo. Essa pode resultar em uma maior estratégia de arrecadação de recursos financeiros para o desenvolvimento de novos produtos e projetos empresariais na área em que atuam ou em outras, ao mesmo tempo em que minimiza a preferência por microtransações que oferecem vantagens competitivas aos jogadores. Além disso, esta abordagem considera questões sociais, uma vez que jogadores com maior renda tendem a ter vantagens sobre aquelas situações financeiras inferiores, refletindo uma dinâmica semelhante à da vida real, pois muitos recorrem a esse meio de entretenimento para se distanciar, mesmo que temporariamente, da realidade.

## CONCLUSÃO

O ramo das microtransações surgiu como uma resposta das empresas às evoluções tecnológicas e aos avanços do respectivo setor, uma vez que o mundo digital está em constante crescimento e se torna cada vez mais presente na vida da população. Diante dessa nova realidade, as empresas perceberam um público que poderiam extrair recursos financeiros. Com base nas pesquisas apresentadas, pode-se concluir que as microtransações são uma modalidade de transação comercial em evolução, ainda com suas aplicabilidades a serem exploradas. Observa-se que as empresas desenvolvidas enfrentam dificuldades em especial os lucros provenientes das microtransações de forma isolada, o que impede uma análise mais precisa sobre o tema. Para garantir maior assertividade no mercado, a forma como as empresas utilizam essa ferramenta deve ser feita de maneira estratégica, detalhada e eficaz. De acordo com os dados coletados através do formulário direcionado aos estudantes da UFAM, a abordagem adotada pela empresa pode ser benéfica ou prejudicial. O uso excessivo de microtransações pode ser visto como desonesto pelos consumidores; Portanto, é essencial que uma entidade elabore um planejamento estratégico direcionado ao seu público-alvo ao utilizar microtransações embutidas em seus produtos, possibilitando a arrecadação de recursos. Dessa forma, pode-se concluir que essa é uma realidade presente tanto no momento atual quanto no futuro, já que

esse tipo de mercado tende a evoluir e se desenvolver ainda mais, com a perspectiva de atingir grupos sociais além dos jovens, abrindo espaço para, abrindo margem para pesquisa futuras detalhadas referente às suas diversas aplicabilidades no mercado financeiro.

## REFERÊNCIAS

AMÉLIO, Camila de Oliveira. A INDÚSTRIA E O MERCADO DE JOGOS DIGITAIS NO BRASIL: Evolução, características e desafios. SBC–Proceedings of SBGames, [S. l.], p. 1497-1506, 1 nov. 2018.

ANDRADE, Daniel Rodrigues. O IMPACTO DAS MICROTRANSAÇÕES NUM MUNDO DIGITAL. Orientador: PROF. ANTÓNIO MARIA PALMA DOS REIS. 2019. DISSERTAÇÃO (MESTRADO) - Lisbon School of economics and management, [S. l.], 2019.

ANGELELLI, Rodrigo Melo. O polêmico modelo de microtransações e conteúdo adicional no games. [S. l.], 2 jun.2024.Disponível em:<https://bebaoverclock.com.br/blogs/novidades/o-polemico-modelo-de-microtransacoes-e-conteudo-adicional-no-games>. Acesso em: 10 out. 2024.

BROTO, Fábio Otuzi. Jogos cooperativos : o jogo e o esporte como um exercício de convivência. 1999. Dissertação (MESTRADO) - UNICAMP, [S. l.], 1999.

CABRAL, Matheus. Microtransações: O que são, onde estão e para que servem. [S. l.], 11 jun. 2019. Disponível em:<https://medium.com/@Theus2288/microtransa%C3%A7%C3%B5es-o-que-s%C3%A3o-onde-est%C3%A3o-e-para-que-servem-5f756b1c7c77>. Acesso em: 7 out. 2024.

3999

CAPCOM Co Ltd. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://br.investing.com/equities/capcom-co-ltd-cash-flow>. Acesso em: 22 out. 2024.

ELECTRONIC Arts Inc (EA). [S. l.], 2024. Disponível em: <https://br.investing.com/equities/electronic-arts-inc>. Acesso em: 17 out. 2024.

FINCO, Nina; GLOBO. Época. Como a guerra dos consoles entre Sega e Nintendo influenciou os games atuais: Nos anos 1990, as criadoras de games Nintendo e Sega entraram numa batalha de inovação tecnológica e muito sangue. O resultado afeta como jogamos hoje. Nos anos 1990, as criadoras de games Nintendo e Sega entraram numa batalha de inovação tecnológica e muito sangue. O resultado afeta como jogamos hoje,[S.l.],11.jun.2019.Disponível em:<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/c-omo-guerra-dos-consoles-entre-sega-e-nintendo-influenciou-os-games-atuais>. Acesso em: 7 out. 2024.

FORTIM, Ivelise et al. Pesquisa Indústria Brasileira de Games 2022. TIC CULTURA Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Equipamentos Culturais Brasileiros, [S. l.], p. 113-136, 10 out. 2022.

NEGOTIATING a Glitch: Identifying and Using Glitches in Video Games with Microtransactions. [S. l.], 2015. Disponível em:[https://www.researchgate.net/publication/329013816\\_Negotiating\\_a\\_Glitch\\_Id](https://www.researchgate.net/publication/329013816_Negotiating_a_Glitch_Id)

entifying\_and\_Using\_Glitches\_in\_Video\_Games\_with\_Microtransactions. Acesso em: 10 out. 2024.

NINTENDO.Co.Ltd.[S.l.],2024.Disponível.em:<https://br.investing.com/equities/nintendo-ltd-income-statement>. Acesso em: 16 out. 2024.

O preço do EA Access praticamente dobra no Brasil. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2017/12/17/preco-do-ea-access-praticamente-dobra-no-brasil.htm>. Acesso em: 17 out. 2024.

PEREIRA, Wesley; GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A. Valorant arrecadou mais de R\$324 mil com skins de esports. Desenvolvedora arrecadou com cosméticos dos eventos LOCK IN e Champions em2023,[S.l.],p.disponível.em:<https://ge.globo.com/esports/valorant/noticia/2023/12/11/c-valorant-arrecadou-mais-de-r-324-mi-com-skins-de-esports.ghtml>, 11 dez. 2023. Acesso em: 7 out. 2024.

ROSEMAIN, Mathieu; MARCHANDON, Leo; CNN BRASIL. CNN Brasil. Ubisoft diz que analisa “todas as suas opções estratégicas, [S. l.], p. 0-0, 7 out. 2024.

SILVA, Filipe A. O que é: Microtransações em Jogos. [S. l.], 4 mar. 2024. Disponível em: <https://conhecimento.filipeasilva.com/glossario/o-que-e-microtransacoes-em-jogos/>. Acesso em: 16 out. 2024.

TAKAHARA, Victor Massashi. MICROTRANSAÇÕES EM JOGOS ELETRÔNICOS: UM ESTUDO DA PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS SOBRE OS ITENS FUNCIONAIS E ORNAMENTAIS. 2020. Dissertação (MESTRADO) - FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS ESCOLA DE ECONOMIA DE SÃO PAULO, [S. l.], 2020.

4000

Tomić, N. (2017). Effects of micro transactions on video games industry. Megatrend Review. 14 (3). p.pp. 239-257.

UBISOFT Entertainment SA. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://br.investing.com/equities/ubisoft>. Acesso em: 22 out. 2024.

XBOX Central; LEOZEIRA. O que são Microtransações e como elas funcionam com os Jogos?. [S. l.], 2022.Disponível.em:<https://www.centralxbox.com.br/2021/07/29/o-que-sao-microtransacoes-e-como-elas-funcionam-com-os-jogos/>. Acesso em: 10 out. 2024.