



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



**INVESTIMENTO NO MERCADO DE E-SPORT:**  
**Estudo de Caso na empresa VirteX no município de Picos-PI**

**INVESTMENT IN THE E-SPORT MARKET:**  
**Case Study VirteX company in the municipality of Picos-PI**

Autores: Ernandes da Cruz Costa Junior<sup>1</sup>, Lucas Nataniel Resende dos Santos<sup>2</sup>,  
Janayna Arruda Barroso<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Graduando em Administração pela UFPI;

<sup>2</sup> Graduando em Administração pela UFPI;

<sup>3</sup> Professora da UFPI, mestre, orientadora.

## FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

**C837i** Costa Júnior, Ernandes da Cruz.

Investimento do mercado de *E-Esport*: estudo de caso na empresa VirteX no município de Picos / Ernandes da Cruz Costa Júnior, Lucas Nataniel Resende dos Santos– 2017.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (28 f.)

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2017.

Orientador(A): Profª. Ma. Janayna Arruda Barros.

1. *E-Esport*. 2. Jogos Eletrônicos. 3. Internet-Investimento I. Santos, Lucas Nataniel Resende dos. Título.

**CDD 658.84**



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**Ernandes da Cruz Costa Junior**  
**Lucas Nataniel Resende dos Santos**

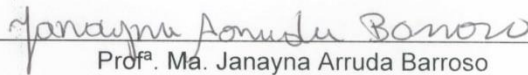
Investimento no Mercado de E-sport Market: case syudy Virtex in the  
municipality of Picos, Pi.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a  
presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**  
 **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as  
alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 05 de junho de 2017.

  
Prof<sup>ª</sup>. Ma. Janayna Arruda Barroso

  
Prof<sup>ª</sup>. Ma. Ivana Teresa da Rocha Martins Leal

  
Prof<sup>ª</sup>. Ma. Renata Tomaz Cunha de Sousa

## RESUMO

O setor de jogos eletrônicos vem passando por um processo de evolução constante, passando de uma brincadeira e simples disputas entre colegas para um cenário de competições locais à mundiais, com prêmios elevados e com uma audiência gigantesca. Devido ao avanço do E-Sport muitas organizações começaram a patrocinar esse esporte. Uma das razões que levou o E-Sport ganhar um maior espaço foi a redução nos preços dos computadores e devido a uma maior facilidade no acesso à internet, fazendo assim um número maior de pessoas se interessarem pelos games. Diante esse contexto esse estudo procurou avaliar os benefícios adquiridos pela empresa VirteX por meio de investimentos em esporte eletrônico. A pesquisa possui uma abordagem qualitativa sendo os dados coletados por meio da aplicação de dois roteiros de entrevista estruturado, um aplicado com o responsável pelo setor de E-Sport na VirteX, com o seu engenheiro de redes e com proprietário da empresa e o outro com quatro jogadores de jogos eletrônicos. Pôde se perceber com a pesquisa realizada que a VirteX não adquire nenhum retorno financeiro tangível, porém a empresa aproveita investimento que ela faz no setor do E-Sport para promover a marca da organização divulgando a mesma, tendo como benefício a visibilidade que a empresa adquire ao patrocinar esse ramo que está em crescente ascensão.

**Palavras-chave:** E-Sport; Jogos Eletrônicos; Internet; Investimento

## ABSTRACT

The gaming industry has been going through a process of constant evolution, from some game and simple disputes between colleagues to a scenario of local competitions to the world, with high prizes and a gigantic audience. Due to the advancement of E-Sport many organizations have begun to sponsor this sport. One of the reasons that made E-Sport win more space was the reduction in switch prices and the greater ease of access to the internet, thus making more people more interested in games. Given this context, this study sought to evaluate the benefits acquired by companies through investments in electronic sports. The research has a qualitative approach and the data are collected through the application of two structured interview scripts, one applied with the responsible of the E-Sport sector in VirteX, with its network engineer and with the company owner and the other with Four gaming players. The research realized that VirteX does not acquire any tangible financial return, but the company takes advantage of the investment that it makes in the sector of E-Sport to promote the marketing of the organization divulging its brand, having as a benefit the visibility that the company Acquires by sponsoring this branch that is growing.

**Keywords:** E-Sport; Electronic games; Internet; Investment

## 1 INTRODUÇÃO

No contexto do mercado atual é possível notar uma grande evolução das tecnologias, tanto em *hardware* como nos *softwares*, com isso, muitas empresas começaram a se preocupar em como poderiam adentrar-se nesse progresso, pois devido a esse progresso as propagandas tradicionais vem perdendo cada vez mais espaço no mundo moderno. Devido a esse avanço tecnológico as organizações passaram a ter a necessidade de motivar seus consumidores através de novas formas de comunicação que tenham destaque nesse mundo onde as pessoas estão mais conectadas. Entres essas novas formas de adequação estar o investimento no mercado de jogos eletrônicos, pois esse setor vem ganhando mais destaque na atualidade.

Um dos motivos que levou o mercado de E-Sport ganhar notoriedade no comércio foi a redução nos preços dos computadores e a facilidades no acesso à internet, o que fez com que um número maior de pessoas começasse a se interessar por games, e consequentemente, atraiu o interesse das empresas em investir no mercado dos jogos eletrônicos.

Alguns dos campeonatos de jogos eletrônicos que ocorreram no ano de 2016 no Piauí foram o Recycle Express X Arena (ReXar), que foi sediado na capital, o Arena Games que ocorreu na semana de Jogos Eletrônicos em Parnaíba, e na cidade de Picos pode ser citado o campeonato de games que ocorreu durante o Geek Experience Games.

O tema sobre esportes eletrônicos tem sido debatido por alguns autores, como: Barroso e De Araújo (2014), Pereira (2015), Oliveira e Rios (2016) Sousa (2009), Silva et al. (2005) e Rocha, Rodrigues e Vitoria (2016) que contribuem para um maior esclarecimento sobre o debate relacionadas aos jogos digitais. Alguns desses autores fazem uma breve contextualização sobre a evolução dos jogos eletrônicos, outros falam sobre o avanço do E-Sport e comentam sobre o investimento em esporte eletrônico.

Diante do exposto levantou-se o seguinte **questionamento**: Quais os benefícios que as empresas têm aderindo ao esporte eletrônico? E para se responder essa problemática o **objetivo geral** dessa pesquisa foi: avaliar os benefícios adquiridos pela empresa VirteX por meio de investimentos em esporte eletrônico, para tanto, formulou-se os seguintes **objetivos específicos**: investigar de que forma a empresa VirteX pode investir nos jogos eletrônicos, investigar o que levou a empresa VirteX a investir em jogos eletrônicos, identificar os meios utilizados por eles para adentrar no E-Sport e descrever os benefícios adquirido pela empresa VirteX depois que começou a investir no E-Sport.

## 2 EVOLUÇÃO DOS JOGOS ELETRONICOS

De modo geral pode-se dizer que, segundo Pereira (2015), os jogos eletrônicos são games que podem ser jogados competitivamente, não se restringindo apenas aos jogos eletrônicos da modalidade esporte, como os de futebol, por exemplo. Os E-Sport abarcam no gênero de tiros, de estratégia, de arena de batalha, dentre outro. O autor supracitado também ressalta quatro etapas em que os avanços dos jogos eletrônicos podem ser divididos, sendo a primeira a fase os Arcades, a segunda a competição dentro de casa, a terceira a competição em LANs, e como último teve a massificação dos E-Sport.

Os jogos Arcade, também chamada de *fliperamas*, é o nome dado a máquinas de jogos para o uso público, onde para sua utilização é necessário se inserir ficha ou moedas que podem ser encontradas em lugares especializados nesses jogos (CLUA e BITTENCOURT, 2005).

Segundo Glinert (1990) o jogo que se destacou e abriu o caminho para toda uma geração de videogames nessa plataforma foi o Pong. Outro jogo eletrônico que também ganhou bastante destaque na época e conquistou a atenção dos jogadores foi o Pac Man, sendo considerado um dos games da modalidade arcade mais bem-sucedido, sendo ele ainda jogado até os dias atuais (JUNE, 2013).

Com o progresso dos jogos arcades na conhecida Época de Ouro do Arcade os jogos começaram a ser reconhecidos e ganharam destaque as competições de videogames e no ano de 1983 ocorreu o primeiro “Campeonato Mundial de Videogames”, sendo sediado em Dallas nos Estados Unidos (Kennedy, 1983).

Barroso e Araújo (2014) comentam que os fliperamas foram os grandes responsáveis pela propagação dos videogames, enfatizam que na década de 80 os lugares com esses jogos viviam cheios de adolescentes que passavam horas em pé em frente as máquinas. Novak (2010) complementa que embora a tecnologia disponível fosse limitada, os jogos eram inovadores, e acabavam inspirando o surgimento de novas tendências de games e o desenvolvimento de técnicas jamais consideradas antes.

Em relação a segunda fase, as competições dentro de casa, Barroso e Araújo (2014) ressaltam que o ponto de maior destaque na história videogames ocorreu quando os games saíram dos fliperamas e foram para as residências através de consoles que fazem uso das televisões como monitores para os jogos. Pereira (2015) complementa expondo que apesar dos jogos arcades terem sido os grandes responsáveis pela popularização dos games e dos campeonatos de jogos eletrônicos, foi apenas com o advento da propagação dos computadores e da internet que os jogadores iniciaram a organizar de fato.

Para Novak (2010) essa transição dos jogos para a casa dos jogadores constitui o momento mais relevante na história dos games, pois segundo a autora, os computadores e os consoles possibilitaram que os jogos eletrônicos se integrassem de fato no consumo de mídias, facilitando assim o uso cotidiano.

Um jogo crucial nesse cenário de jogos competitivos via internet foi o Doom, lançado na década de 1990, nele o usuário assume o papel de um soldado do futuro com o objetivo de destruir demônios (Wagner, 2005). Embora esse jogo tivesse como modalidade principal a forma individual, era permitido escolher jogar com até quatro jogadores competindo entre si (RYAN, 1996).

Após as competições em casa, surgiram as competições em LANs (Local Area Network) Parties, que Taylor (2012) conceitua como sendo um evento onde vários jogadores com seus computadores se juntam durante um certo período de interação e competição de jogos intensos. E devido a essa expansão nas competições de games foram surgindo algumas organizações de jogadores que tinham interesse de competir em partidas de jogos eletrônicos e devido a isso começaram a se formar várias ligas de jogadores online, os quais se consideravam profissionais no assunto (Wagner, 2005).

Gaudiosi (2013) evidencia que devido a crescente evolução no mercado de games a criação de ligas passou a ter não apenas o intuito da competição em si, mas

também o objetivo de exposição de marcas através de jogos atrativos, de forma que beneficiasse tantos os jogadores como as empresas que investissem neles.

E por último veio a massificação dos E-Sport, que ganhará destaque no decorrer da década dos anos 2000, quando os esportes eletrônicos começaram a se destacar com marcos importantes, tais como eventos globais, altas premiações e reconhecimento pela sociedade, porém foi apenas a partir do ano 2009 que o número de equipes profissionais, jogadores e de audiência começaram a atingir o nível atual (PEREIRA, 2015).

De acordo com Rocha, Rodriguez e Vitoria (2016) os jogos mais habituais nos campeonatos de esporte eletrônico são os de RTS, que são jogos estratégicos em tempo real, o FPS, que é um gênero em que leva em consideração que o personagem e o jogador são o mesmo observador e o *Massive Online Battle Arena*- MOBA que é uma modalidade de jogo onde se tem uma arena de batalha virtual on-line para muitos jogadores.

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS E-SPORT

Devido ao grande crescimento no ramo de entretenimento muitas oportunidades de negócio foram surgindo, dentre elas, uma das que mais se destaca, é a do seguimento do E-Sport, ou esporte eletrônico. Talvez pelo fato do termo E-Sport ser relativamente recente, não se tem uma definição concreta, Wagner (2006) tenta explicar o esporte eletrônico como sendo uma área do esporte onde os jogadores desenvolvem e treinam aptidões físicas e mentais utilizando a tecnologia de informação e comunicação. A Confederação Brasileira de Esportes Eletrônicos -CBEE conceitua o E-Sport como “qualquer atividade que, fazendo uso de artefatos eletrônicos, caracteriza competição entre dois ou mais participantes”.

Rocha, Rodrigues e Vitoria (2016) ressaltam que o esporte eletrônico tem como característica o fato de indivíduos se dedicarem de forma profissional, buscando cada vez mais um maior aprimoramento no jogo, com o intuito de saírem vencedores dos torneios, que por sua vez possuem premiações. Os autores acima citados, pontuam que um dos motivos que impede a categoria dos esportes eletrônicos serem admitidos oficialmente como um esporte é o fato deles necessitarem de um equipamento concedido por um fornecedor específico, ou seja o fato do jogo ser produzido por uma única empresa.

De acordo com Pulcides e Nodari (2016) o aumento das redes de alta velocidade e as constantes evoluções e melhorias técnicas dos jogos a partir do ano 2000 foram determinantes para o aperfeiçoamento da interação entre jogadores via internet, o que fez com que aumentasse a propagação de instituições que comandam ligas como *Intel Extreme Masters*, *World Cyber Games* e *Major League Gaming*, o que acabou incentivando a profissionalização dos jogadores. O país que abriu o caminho para a popularização dos E-Sport foi a Coreia do Sul, isso por causa do grande investimento do país na qualidade dos serviços de banda larga e de telefonia no final de 1990, o que facilitou a absorção das novas tecnologias pela população facilitando a criação de uma cibercultura nacional.

Pulcides e Nodari (2016) comentam em seu trabalho que a partir do ano de 2011 os E-Sport tem se consolidado cada vez mais como entretenimento de massa atraindo

um grande público, sendo os países que mais se destacam nesse ramo: a Coreia do Sul, a China, alguns países da Europa e Estado Unidos. De acordo com dados do *Newzoo*<sup>4</sup>, que é uma empresa que tem seu foco voltado para pesquisa nessa área da indústria dos jogos eletrônicos, no ano de 2014 os espectadores dos esportes eletrônicos online chegaram há 205 milhões, ressalta ainda que, só o “Campeonato Mundial de *League of Legends*” atraiu mais de 32 milhões de espectadores de vários países no ano de 2013, e a final desse mesmo campeonato em 2014 atraiu 40.000 fãs presentes, no estádio Sangam, na Coreia do Sul (Conforma Imagem do Anexo A)

A responsável pelo supervisionamento e a fiscalização dos esportes eletrônicos no Brasil, segundo Rocha, Rodrigues e Vitoria (2016), é a CEBB, o que acaba sendo um avanço expressivo para a profissionalização da área, pois possui um órgão próprio para a regularização das competições e normalização dos clubes e atletas.

Macedo, Filho e Amaral (2015), comentam que atualmente no Brasil já existem equipes de ciberatletas em formação e competindo em torneios eletrônicos, porém o nível dos times brasileiros ainda não é tão alto como os dos times de países que já investem em campeonatos do gênero há mais tempo, pois enquanto países como Coreia do Sul e China já tinham uma tradição nos E-Sports desde 2001, agora que o Brasil começa a se inserir no mundo dos esportes eletrônicos.

De acordo com Coelho (2012) o público brasileiro que se interessa por jogos eletrônicos pode ser classificado em quatro categorias: a dos jogadores casuais, que jogam apenas as vezes; os moderados, que já tem um pouco mais de interesse e procuram jogar frequentemente; os entusiastas, que são bem integrados à comunidade dos jogos e os entusiastas extremos, os quais os games fazem parte do seu estilo de vida.

### **3.1 investirem em E-Sport**

De acordo como o Relatório de Mercado Global de Jogos da *Newzoo* a estimativa de crescimento do número de jogadores de jogos digitais foi de 1,21 bilhões em 2013 para 1,55 bilhões até 2016. Com isso é possível notar que esse setor vem crescendo a cada ano, segundo a pesquisa esse mercado teve uma participação de certa de 27,8% do mercado global. Devido a esse grande aumento muitas empresas começaram a se interessar e investir nessa esfera, dentre elas o *Newzoo* destaca, a Coca-Cola, *Samsung*, *MasterCard* e Intel.

Passarelli e Junqueira (2012) complementa expondo que os jogos eletrônicos constituem uma nova forma de consumo da sociedade, passando a serem vistos não apenas como um instrumento de entretenimento, mas também, como uma forma de novas possibilidades de negócios para empresas.

Devido ao crescente interesse e a profissionalização desse mercado, os campeonatos de E-Sport têm ampliado sua popularidade, trazendo uma maior audiência e um significativo número de jogadores e equipes profissionais (COSTA, 2015). Com isso cresce o número por busca de novos patrocinadores e investimentos para esse ramo.

---

<sup>4</sup> *Newzoo* ([www.newzoo.com](http://www.newzoo.com)) é a principal empresa de pesquisa de mercado global focada puramente no mercado de jogos.



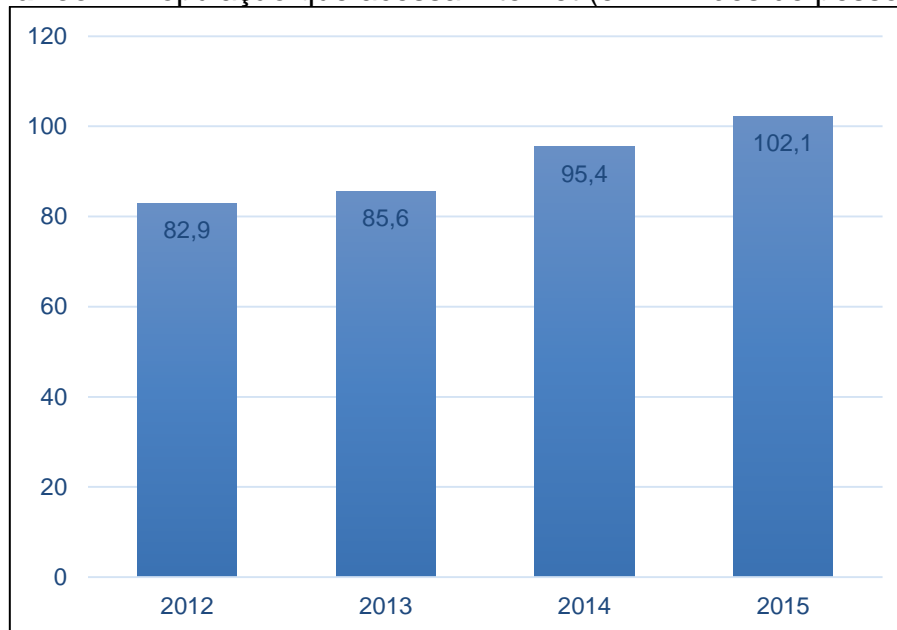
De acordo com Oliveira e Rios (2016) para os E-Sports terem ganhado grande espaço no mercado eles começaram a ser mais divulgados em mídias e essa maior popularidade fez a audiência e o interesse pelos jogos eletrônicos crescer e, conseqüentemente, impulsionou empresa a investirem em publicidade por meios dos games, aumentando assim o patrocínio de atletas de E-Sport.

Rocha, Rodriguez e Vitória (2016) complementam utilizam o patrocínio nos esportes eletrônicos como uma oportunidade de marketing, as empresas usufruem da publicidade gerada nos campeonatos eletrônicos e das importantes equipes que iram participar para poder divulgar a sua marca.

#### 4 RELAÇÃO DA INTERNET COM O E-SPORT

A grande disseminação e a popularização que o acesso à Internet vem alcançando nas últimas décadas tem estimulado cada vez mais o interesse de vários segmentos que demandam dessa tecnologia para se propagar, como é o caso dos campeonatos eletrônicos que dependem da facilidade ao acesso à Internet para que os usuários usufruam desse entretenimento (SOUSA, 2009). De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE o total da população com idade de 10 anos ou mais que possuem acesso a Internet aumentou 7,1% em 2015 em relação ao ano anterior. No gráfico 1 é exposto dados quantitativos sobre a população que acessa Internet no Brasil, a através dele é possível observar o crescimento no número de usuários na Internet entre os anos de 2012 e 2015.

**Gráfico 1:** População que acessa Internet (em milhões de pessoas)



Fonte: adaptado do Pnad 2015, IBGE

A aumento de 6,7 milhões de usuários que estão conectados na Internet fez com que a população total de usuários em rede aumentasse para 102,1 milhões de pessoas. Com isso, no ano de 2015, a porcentagem da população brasileira na Internet subiu

para 57,5%, sendo a primeira vez que o número de pessoas contadas passasse da metade. Como pode ser notado através do Gráfico 1, em 2015 a população que utiliza a internet ultrapassou 100.000.000 de pessoas. Sobre esse crescimento.

Sobre o aumento no número de usuários na rede Sousa (2009) complementa afirmando que “as aplicações na Internet estão incorporando cada vez mais recursos que necessitam de conexão de tempo real e infraestrutura da Internet deve comportar um crescimento de tempo real e banda relativa a estas aplicações”. O autor ressalta ainda que uma das aplicações do uso da internet mais importante em termo financeiro e cultura são os jogos de computadores, sendo a rede utilizada como infraestrutura para os jogos online, sendo esse mercado um dos que mais cresce atualmente.

De acordo com Silva *et al.* (2005) devido ao desenvolvimento das tecnologias de comunicação e ao avanço da Internet foi possível a implementação de jogos online onde milhares de jogadores interagem ao mesmo tempo, sendo esses jogos classificados como multiusuários. Silva *et al.* (2005) ainda argumenta que com o aumento de usuários nos jogos online e com a quantidade de conteúdo que esses jogos possuem, acaba necessitando de um grande processamento e largura de banda dos servidores, pois caso não tenha faz com que o jogo sofra com problema de estabilidade. Breu (2007) complementa expondo que o crescente aumento na oferta de banda larga e diminuição no preço para o acesso fez com que os jogos online começassem a assumir uma boa parte da porcentagem do tráfego total da Internet.

O crescente número de pessoas que começaram a jogar os jogos multiusuários fez com que esse setor se tornasse um fator importante para compreender o comportamento da rede e para auxiliar no desenho de uma infraestrutura para as redes futuras, de modo que venha permitir que jogadores de diferentes operadoras tenha uma interação sem que sejam prejudicados por atrasos (FENG *et al.*, 2002).

Sousa (2009) expõe que os jogadores enfrentam dois grandes problemas quando decidem jogarem online, sendo eles, o atraso e o grande número de usuários acessando o servidor simultaneamente, o que prejudica o desempenho do jogador, como por exemplo, existem algumas aplicações na Internet que são bastantes exigentes em relação ao atraso, como é o caso da estrutura *Massively Multiplayer Online Role Playing Games- MMORPG*.

Zhang (2006) destaca que as empresas provedoras de serviço de Internet estão cada dia mais preocupados com essa questão de atrasos que pode ocorrer na rede, por isso, ressalta o autor que o profissional responsável pelo serviço de rede deve ter conhecimento do trafego dos jogos para que possa oferecer uma estrutura adequada para essa área, porém mesmo o provedor se preocupando e utilizando várias técnicas ainda pode haver atrasos, pois as vezes o problema não é no provedor e sim no caminho percorrido pelo pacote até chegar ou retornar à seu destino.

De acordo com Breu (2007), os servidores de jogos são configurados para retirar do jogo automaticamente os jogadores que estiverem com um atraso superior a 100ms, com isso, a plataforma impede que os usuários de permanecerem nos jogos que não são tolerantes a atrasos, impedindo os jogadores que não tenham as condições mínimas de rede exigidas pelo jogo. O autor ainda complementa expondo que os jogos que utilizam recursos de voz ainda são mais intolerantes a atrasos, sendo que muito dos campeonatos online necessitam desse recurso, exigindo dos jogadores uma conexão de rede que possua o mínimo de atraso possível.

## 5 METODOLOGIA

Este estudo trata-se de uma pesquisa científica e teve como principal objetivo avaliar os benefícios adquiridos pelas empresas por meio de investimentos em esporte eletrônico. Para tanto foi realizado um estudo de caso na empresa VirteX, localizada no município de Picos-Piauí.

Esse estudo classifica-se também como exploratória, pois foram poucos os trabalhos realizados no Brasil que seguissem essa temática. Conforme Gil (2008) esse tipo de pesquisa possibilita uma maior familiaridade do pesquisador com o problema de pesquisa e geralmente apresenta-se como uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

Quanto a abordagem, a pesquisa possui uma abordagem qualitativa, a fim de analisar e estudar a opinião do gestor e de funcionários da empresa em relação aos benefícios que a organização adquire ao investir em E-Sport. De acordo com Marconi e Lakatos (2006) a abordagem qualitativa é diferente da quantitativa não apenas porque não utiliza instrumentos estatísticos, mas também na forma de se coletar os dados e a forma como os dados são analisados, ressalta que a metodologia qualitativa tem a preocupação em analisar e interpretar os aspectos de forma mais profunda, expondo a complexidade do comportamento das pessoas, com isso favorece para uma análise mais detalhada sobre o que está se investigando.

Os dados foram coletados por meio da aplicação de dois roteiros de entrevista estruturado, sendo um aplicado com o responsável pelo setor de E-Sport na VirteX, com o seu engenheiro de redes e com proprietário da empresa (APÊNDICE A) e o outro com quatro jogadores de jogos eletrônicos (APÊNDICE B). De acordo com Gil (2011) as entrevistas estruturadas são aquelas que possuem uma relação fixa de perguntas, sendo invariável tanto a ordem das perguntas, como a redação do roteiro aplicados aos entrevistados. Os sujeitos da pesquisa estão dispostos no Quadro 1.

**Quadro 1:** Sujeitos da pesquisa

<b>Sujeito entrevistado</b>	<b>Quant.</b>	<b>Código do entrevistado</b>
Proprietário da empresa VirteX	1	Entrevistado 1
Gerente de Redes	1	Entrevistado 2
Responsável pelo setor de E-Sport	1	Entrevistado 3
Jogadores de Jogos Eletrônicos	4	Entrevistado 4, 5, 6 e 7
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

**Fonte:** dados da pesquisa

As entrevistas ocorreram durante o mês de maio, e logo foi realizada a análise dos dados para que assim se pudesse analisar se a empresa possui algum retorno financeiro ocasionado pelo investimento no setor de E-Sport.

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Tendo como base o referencial teórico estudado sobre o setor de jogos eletrônicos, bem como o avanço do E-Sport, foi possível compreender a vantagem para as empresas que decidem investir nesse setor. Para uma melhor análise será apresentado os resultados encontrados com base nas entrevistas realizadas com o proprietário da empresa VirteX, com o engenheiro de redes e com responsável pelo setor de E-Sport da empresa.

#### Quadro 2: Categorias de análise

Categorias	Descrição sumária dos resultados
Conhecimento sobre a empresa VirteX	Dados sobre o surgimento, avanços, dificuldades, missão, visão e valores da empresa
Relação da Empresa VirteX com o setor de E-Sport	A ideia de investir no setor surgiu através da intenção de atender o público relacionado com o E-Sport e o principal retorno desse investimento para a empresa é o marketing.

Fonte: dados da pesquisa.

### 6.1 Conhecimento sobre a empresa VirteX

A empresa VirteX foi fundada no ano de 2002, começando de forma simples como um pequeno provedor de Internet para a cidade de Picos-PI, aumentando o seu potencial aos poucos, conforme esse ramo começava a se popularizar, como relata o proprietário da empresa.

(Fragmento 1) [...] A empresa nasceu em dois mil e dois, [...] como eu já era da área de computação eu já acessava a internet desde mil novecentos e noventa e oito fazendo ligação para Teresina para poder acessar a internet, eu não conhecia nada do mercado de provedor de acesso, e ai um amigo meu, que tinha montado um provedor em Acaraú Ceara, perguntou porque eu não colocava um provedor aqui (na cidade em Picos), ai eu fiquei fascinado com a ideia, mais como eu não conhecia nada eu contratei ele na época para poder me auxiliar e me ajudar a manter o provedor e ai ele montou juntamente comigo [...] Isso em dezembro de dois mil e dois, mas a gente só começou a prover internet mesmo no inicio de dois mil e três, e daí pra frente aumentou muito, pois ficou mais fácil o acesso à tecnologia, a quantidade de pessoas que entrou na rede foi uma coisa absurda nesses quatro anos, foi quando teve a popularização mesmo da internet, pois antes era uma coisa de mercado selecionado, era uma empresa, alguém que queria fazer um trabalho, mais hoje está popularizado total. **(Entrevistado 1)**.

Conforme o fragmento (1) é possível observar que o proprietário da empresa VirteX teve a iniciativa que montar um negócio no setor de provimento de Internet por conta da necessidade que ele notou na cidade de Picos-PI, e depois que ele abriu a empresa setor

de tecnologia veio aumentando cada vez mais, ampliando a quantidade de pessoas que começaram a utilizar a internet. É possível perceber esse aumento de usuários conectado à rede na pesquisa realizada pelo IBGE (2015) que fez uma estimativa de crescimento de usuárias da internet e de 82,9 milhões em 2012 para 102,1 milhões de pessoas conectadas em 2015.

Sobre os avanços da empresa ao longo dos anos, o proprietário relata que foram muitos, pois de início eles começaram utilizando internet discada e via rádio, porém sempre procurando melhorar o desempenho para uma melhor conexão, conforme pode ser visto no fragmento (2).

(Fragmento 2) [...] antigamente quando a gente começou a prover acesso a internet só tinha um meio que era telefonia, discado, que era complicado por que dependia de uma única operadora que era a Oi, assim que a gente colocou discado e radio [...] Ai do rádio 3.4 a gente foi pro radio 5.8 que tinha quantidade maior de canais diminuía a interferência, então começou a ficar uma coisa mais atraente, depois você veio pra Rit Tp, que ai já começou a ficar mais ou menos parecido com as operadoras e nos últimos cinco anos veio a fibra, que se popularizou, ai quando se popularizou a fibra ótica a gente passou das operadoras, então a gente passou em tecnologia e deu uma segurança muito grande pro setor. A gente começou a ter noção de fibra ótica em dois mil e doze, então desde dessa data a gente tem fibra ótica em Picos, sendo que a gente é o primeiro do nordeste a implantar a tecnologia GCOM numa rede, isso deu uma segurança muito grande porque dava pra brigar de igual pra igual com as provedoras maiores, não em termos financeiros, mais em termos de tecnologia e nós temos uma vantagem que é em relação ao suporte, a gente faz atendimento local, o cliente se ele tiver insatisfeito ele vem aqui na sede [...].

**(Entrevistado 1)**

Diante do fragmento 2 é possível perceber que a organização tem se preocupado em melhorar o seu provimento de Internet, o que faz com que a empresa tenha uma boa visibilidade entre os seus clientes, principalmente entre os clientes mais exigentes como os jogadores de campeonatos de jogos eletrônicos. Essa preocupação da empresa em estar sempre melhorando a sua conexão é importante pois, como relatou Sousa (2009), uso da Internet para se jogar jogos online é um dos mais importantes em termo financeiro e cultura, sendo a rede utilizada como infraestrutura para os esses jogos. Com isso as empresas provedoras de Internet que não possuem uma estrutura que viabilize para que o público dos games joguem sem serem prejudicados por causa de falhas na rede, acabam perdendo pontos com esses usuários.

Ao questionarmos ao proprietário da empresa qual era a missão e a visão da organização ele relatou que “[...] missão é oferecer um serviço de qualidade, a visão é ser reconhecida pelos clientes através da qualidade do seu atendimento e serviços prestados [...]” **(Proprietário da empresa VirteX)**, relatando ainda que o foco principal da empresa é oferecer o melhor serviço possível para os seus clientes, em relação aos valores, esses podem ser visto no fragmento 3.

(Fragmento 3) [...]é a ética, responsabilidade e o amor ao próximo, buscando soluções e tecnologias que atendam a necessidade e supram as expectativas dos clientes, fornecedores, sociedade e amigos. [...] **(Entrevistado 1)**

Com isso é possível perceber que de acordo com a visão, a missão e os valores da organização uma das principais preocupações que a empresa VirteX possui é a de ofertar um serviço de qualidade de modo que os seus clientes se sintam satisfeitos, o que é um ponto essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois quando os clientes estão satisfeitos com o produto ou serviço ofertado a empresa progride.

Vivemos em um momento em que as tecnologias vem se renovando constantemente e o mercado anda em um ritmo bem acelerado, exigindo das organizações uma estrutura que acompanhe esse desenvolvimento. Como qualquer empresa a VirteX também encontra alguns desafios a ser enfrentado com as constantes mudanças e avanços tecnológicos, podemos ver alguns desses entraves no fragmento 4.

(Fragmento 4) Desafio, como tudo no Brasil é você empreender, você montar uma empresa no Brasil é extremamente doloroso, todo dia é uma novidade, todo dia é uma lei nova, todo dia é um trave que a falta de infraestrutura geral, infraestrutura tributaria, infraestrutura financeira, infraestrutura de compra que você não tem, logística, tudo é extremamente trabalhoso, então eu acho que o principal problema é a infraestrutura nacional, de tudo, é tudo muito difícil pra quem vai empreender, desde de quem vai colocar uma microempresa a quem vai colocar uma empresa maior, todos eles sofrem do mesmo mal: A falta de infraestrutura Brasileira. **(Entrevistado 1).**

Tendo como base o depoimento do proprietário da VirteX no fragmento 4, podemos perceber que um dos maiores entraves que a organização enfrenta é a falta de infraestrutura brasileira que constitui uma obstáculo para o avanço da organização, pois como relatado pelo entrevistado XXXXXXXXXX, no Brasil ainda existem muitos problemas na área tributarias, financeira e logística, o que prejudica no desempenho dos serviços que a empresa oferece, pois para que qualquer empreendimento desempenhe seus serviços com eficiência é necessário que o país ofereça o suporte necessário para que isso ocorra.

Ao ser questionado sobre as principais conquistas que a empresas conseguiu durante esses anos em que ela estar atuando no mercado picoense, o proprietário da organização relatou que foi a profissionalização de toda a sua equipe e colaboradores, como pode ser visto no fragmento 5.

(Fragmento 5) eu acho que a principal conquista foi a profissionalização de toda a equipe, o grande patrimônio da empresa não é a rede que ela tem na rua, são os profissionais que trabalham dentro dela, isso é o que faz a diferença. Nós vendemos é serviço, internet é um detalhe, nós vendemos é serviço, daqui a sei lá cinco anos muita gente vai vender internet, a concorrência vai ser maior e o que vai diferenciar uma empresa da outra vai ser o serviço que você presta, então o grande patrimônio que uma empresa tem são os colaboradores que trabalham com ela, então isso é que faz a diferença porque são eles que estão a frente com o contato com o cliente e isso é que as operadoras não tem como oferecer por conta do tamanho que elas são, então isso é muito difícil pra elas gerenciarem essas equipes e elas trabalham com redução de custo e os provedores pequenos, essa é a diferença dos provedores pequenos dos grandes, então eu acho que o principal patrimônio da empresa, acho não tenho

certeza que o principal patrimônio da empresa é o patrimônio que ela tem. **(Entrevistado 1).**

De acordo com o depoimento do fragmento 5 a empresa possui uma grande preocupação com a profissionalização dos seus funcionários, o que é um ponto de destaque, pois não basta ter apenas uma boa estrutura física para que o serviço seja ofertado com qualidade, é necessário também que os profissionais que irão trabalhar com essa estrutura estejam capacitados para operar os equipamentos da melhor forma possível, para que a organização alcance o melhor desempenho possível, que como ressaltado por Zhang (2006), o profissional que é responsável pela rede deve ter conhecimento total do tráfego do servidor para que possa oferecer uma estrutura adequada para os seus clientes.

## **6.2 Relação da Empresa VirteX com o setor de E-Sport**

Nessa subseção serão apresentados dados sobre o envolvimento da empresa com o setor de esportes eletrônicos. Onde será possível observar de que forma a empresa investe nesse setor e o retorno que ela tem ao adentrar nesse ramo, bem como o porquê é interessante para a empresa esse relacionamento.

De acordo com o depoimento do Gerente de Redes da empresa VirteX um dos motivos que levou a organização a investir no setor de esportes eletrônicos é o fator de poder atender um público que possui uma exigência maior que os usuários comuns, como pode ser visto nos Fragmentos 6, 7 e 8.

(Fragmento 6) [...] essa forma de atender ao público mais exigente, que é o de games<sup>5</sup>, mostrando o potencial que a gente tem[...] e também por que é um meio que cresce, independente ou não, cresce absurdamente dia após dia no Brasil esse mercado de jogos e tecnologia, e a gente estar diretamente ligado a isso, que é na forma de entregar internet, esse poder para o pessoal. **(Entrevistado 2)**

(Fragmento 7) [...] Games de jogos eletrônicos eles são extremamente exigentes, são muito exigentes por conta da necessidade que eles precisam de uma internet de qualidade, então vamos dizer que isso foi um interesse pra o melhor funcionamento da rede, como é um público extremamente exigente e tecnicamente eles tem um conhecimento maior, maior do que a curva, maior do que a média dos usuários, isso faz com que as críticas deles precisem ser ouvidas de maneira mais consistentes, você precisa dar ouvidos a quem conhece [...]. **(Entrevistado 1)**

(Fragmento 8) [...] a VirteX passou muito tempo sem ter uma concorrência descente, um concorrente que a gente pudesse se balizar, e os games por serem um público bem exigente, ele acabam balizando a gente para melhorar a qualidade do produto, pois eles tem o perfil mais exigente de cliente que a gente encontrou até agora, o pessoal de games, e isso é importante para a gente, pois a gente que estar competitivo, que estar preparado para uma eventual concorrência que possa aparecer aqui na cidade, então a gente tem essa preocupação, e querendo ou não essa exigência do mercado de games é

---

<sup>5</sup> Gamer: jogadores de jogos eletrônicos

uma coisa que a gente aproveita aqui para sempre estar melhorando a qualidade do serviço que a gente oferece. **(Entrevistado 3)**

Diante dos fragmentos é possível observar que os entrevistados foram unânimes ao falar que um dos motivos que fizeram com que eles se interessassem em investir no setor de jogos digitais foi o fato do público desse setor ser bem exigente em relação a qualidade do serviço de Internet, e ao investir nesse ramo a empresa aproveita para estar transmitindo para os seus clientes o potencial que a organização possui atendendo um segmento que é bastante crítico em relação ao potencial da rede, pois, como colocado por Sousa (2009), uma dos grandes obstáculos enfrentados pelos jogadores de games é o fato do atraso na rede, por conta dela não suportar o número de usuários acessando simultaneamente. Com isso ao oferecer uma internet que suporte o jogo sem atraso a empresa demonstra que possui um grande potencial na sua oferta de rede.

De acordo com o Gerente de Rede a forma como a empresa teve conhecimento que poderia estar investindo no setor foi através do contato que a empresa possuía com os clientes, pois pelo fato dos jogadores de E-Sport serem muitos exigentes, sempre que a rede sofre alguma alteração eles já entram em contato com a empresa, como pode ser visto no fragmento 9.

(Fragmento 9) [...] Eu acredito que pelo contato que a gente já tinha com o pessoal dessa games, acaba chegando... querendo ou não as reclamações, pedido de mudança ou elogios, a gente acaba sendo muito próximo desse pessoal, os clientes que a gente conhece melhor aqui geralmente são os cliente ligados aos games, porque com qualquer variação na rede eles já ligam para o suporte, já são nomes que a gente já tem aqui, que a gente pode dizer que são clientes que a gente conhece mesmo, próximo... por de uma forma ou de outra a gente já estar próximos deles, a gente acaba sendo, mesmo involuntariamente, sendo tragado para dentro desse contexto, a gente toma conhecimento através dos próprios usuários, a proximidade que a gente já tem, alguns desses games já viraram até funcionários nossos e até ajuda nesse atendimento desse pessoal, a gente já criou reuniões aqui internas, já convidou todos dos games para reuniões aqui para explicar uma época que a gente estava tendo problema com latência, que é uma coisa que não afeta os usuários comuns em casa, mas afeta o pessoal de games. Então a gente já tem certa proximidade, querendo ou não a gente viu esse contexto, porque o pessoal dos games precisam da gente e a gente está ali dentro desse contexto deles também [...] **(Entrevistado 2)**.

Tendo em vista o fragmento 9 é possível observar a relação de proximidade que a empresa possui com o pessoal de games, alguns deles se tornando até funcionários da empresa para auxiliar no atendimento desse público que possui alguns requisitos específicos em relação a rede.

Em relação ao tempo em que a organização está investindo no setor de E-Sport não fica tão claro a quantidade de tempo, mas é possível observar que é recente, que foi conforme o aumento de usuários desse setor, como apresentado nos fragmentos 10 e 11.



(Fragmento 10) Eu posso falar somente dos eventos que ocorreram ano passado e também coincidiu com o aumento desse ramo de evento de games e tal, com a popularização, com esse boom, a gente percebeu pelo menos ao chegar na gente mais participantes desse ano passado para cá, desde 2016, com certeza a gente escutou bastante falar desse aumento. **(Entrevistado 2)**

(Fragmento 11) [...] de acordo com o aumento dos jogadores, com a expansão nas cidades, com o aumento de banda disponível, para o pessoal poder já jogar e tal, foi quando surgiu o interesse da VirteX em investir nesse ramo de E-Sport né [...]. **(Entrevistado 3)**

Feng *et.al.* (2002) comenta em seu trabalho que o aumento do número de pessoas que entraram no mundo dos jogos multiusuários fez com que essa área passasse a ser importante para empresas provedoras de rede, pois auxilia a compreender o comportamento da rede. Com isso é possível relacionar o interesse da VirteX nesse ramo com aumento do número de gamers, pois os feedbacks desses usuários auxiliam a compreender o comportamento da Internet.

Em seu depoimento o Gerente de Redes da empresa relata que se interessaram em investir no setor de E-Sport como forma que agrada os seus clientes, oferecendo um serviço de qualidade e se ter um diferencial em relação a concorrência, sendo um desses diferenciais o investimento no esporte de games.

(Fragmento 12) [...] o objetivo principal da VirteX é deixar o cliente satisfeito, então a gente sabe que a gente tem clientes que são games, a gente quer estar perto deles, a gente quer oferecer um produto bom para eles, a gente quer ser mais do que um fornecedor, um provedor de internet, a gente quer atender bem, a gente quer... sabe, que eles possam falar bem da gente, oh “ a VirteX lá de Picos é boa, e eu uso lá e jogo, e tal, eu ligo para o suporte e falo do problema e se eles não resolverem eles passam para o pessoal lá de cima”, então assim é o que a VirteX quer, e é o diferencial, eu acredito, um dos diferenciais que trouxe a VirteX para frente, foi essa proximidade, se o cliente tem um problema ele pode vim aqui na sede da empresa e conversar, e de repente conversar até com o dono da empresa, e esse acesso em outras empresas é quase impossível. Então assim essa parte desse apoio e etc. são parte de uma filosofia maior que a VirteX trabalha e que apesar do crescimento a gente tem se esforçado para não perder isso, não perder essa proximidade [...] Pelo o que a gente já teve de contato com o pessoal dessa área de games a gente sabe que existe, sabe que é um público crescente, a gente sabe que não é mais um, ou dois, ou dez, a gente sabe que é um exercita que estar nesse mundo, então a gente precisa atender esse pessoal bem. **(Entrevistado 2)**

(Fragmento 13) [...] Para a VirteX, eu acredito que ela ganha muito nome com isso, nós que usamos os jogos eletrônicos não é qualquer serviço de internet que é considerado bom para isso, a VirteX ela ganha nome porque como o esporte eletrônico é bastante comum com jovens, os jovens passam a conhecer quais são os serviços de internet que são considerados bons pra isso e ela ganha espaço. **(Entrevistado 7)**

Então ao investir no E-Sport a empresa procura agrada o público de games, que como relatados nos fragmentos 12 e 13, são bem criteriosos em relação a qualidade da Internet, então a organização procura sempre estar mantendo proximidade com esse

público, para que assim, eles possam dar um retorno em relação a qualidade do serviço prestado, pois se eles estiverem satisfeitos com a qualidade da rede eles repassam para as pessoas próximas a eles, e caso haja alguma insatisfação sobre a Internet, geralmente esse público são os primeiros a relatarem o problema, por isso a empresa dá liberdade para que eles possam estarem indo lá e relatando a sua insatisfação, para que assim a organização providencie a solução o mais rápido possível. Essa preocupação da organização é importante, pois, se os clientes não estão satisfeitos com os serviços prestados por uma empresa acabam perdendo a credibilidade com seus clientes. Em relação a essa proximidade que a empresa procura manter com esse público de jogadores de games eletrônicos é muito vantajoso para a elas pois com isso ela fideliza esse público que vem crescendo cada vez mais, como foi relatado pelo Relatório de Mercado Global de Jogos da *Newzoo* que apresentou uma estimativa de crescimento de jogadores de jogos digitais de 1,21 bilhões em 2013 para 1,55 bilhões até 2016.

Com o depoimento do jogador 4 (fragmento 13) é possível perceber que a VirteX está ganhando espaço dentro desse público, pois devido a sua preocupação em relação ao serviço que ela oferece a empresa acaba ficando bem vista pelos clientes que necessitam de uma boa qualidade de Internet.

Em relação a forma que a VirteX investe no setor de esportes eletrônicos foi relatado que é através de patrocínios para eventos desses ramos, além do apoio que a empresa dá aos jogadores da região, como exposto no fragmento 14.

(Fragmento 14) [...] a VirteX, o maior investimento que ela faz mais, tangível é a parte de patrocínio né, de eventos, a gente pode dizer que investe também a medida que a gente faz reuniões aqui com o pessoal de games, a gente já teve umas duas reuniões com eles, e foram bastante produtivas e eles fazem questionamento sobre internet[...] o que é interessante do pessoal de games é que eles entendem de internet mais do que muita gente que trabalha até com internet, eles sabem, eles vão atrás da rota para saber por onde tá passando, pra saber porque que o ping tá alto, então pela motivação do jogo eles acabam cavando esse universo técnico e acabam conversando com a gente com uma linguagem mais técnica que o usuário doméstico não tem, e é nisso que ocorre esse trabalho conjunto entre nós e eles, e a gente acolhe isso por que a gente sabe que é uma forma de melhorar o serviço da gente. **(Entrevistado 2).**

(Fragmento 15) [...] eu acredito que é muito mais vantajoso para a VirteX investir nos campeonatos porque todos os games vão estar lá, pelo menos no contexto de hoje, sendo nossos usuários se torna interessante para nós [...] a gente não quer favorecer uns e desfavorecer outros, aí o campeonato seria um melhor cenário para a VirteX investir. **(Entrevistado 2).**

Tendo em vista o depoimento do fragmento 15, é possível perceber que a VirteX não patrocina um jogador ou equipe específica, pois a empresa não quer dá preferência a um grupo distinto, sendo o seu patrocínio direcionado a promoção dos eventos relacionado a esse mundo de games, com isso a organização está auxiliando os ciberatletas indiretamente, além disso, a empresa procura fazer reuniões como o pessoal desse ramo de forma a compreender as necessidades em relação a rede para tentar ajuda-los e dessa forma melhorar o serviço que a empresa oferece. Ainda sobre

o patrocínio que a organização faz ao ramo do E-Sport é relatado que não é repassado uma porcentagem fixa, como exposto nos fragmentos 16 e 17.

(Fragmento 16) [...] não tem um porcentagem fixa, exclusivas para esse ramo, a gente tem uma ideia de orçamento com o que a gente vai ter, por exemplo, uma área mais geral, que pode ser no marketing, no relacionamento com o cliente, então a gente tem uma separação em relação a isso, a parte de games ela estar segmentada dentro dessa área, os investimento que a empresa vai fazer em relação ao marketing, a propaganda, ao relacionamento com o cliente, ele fica dentro disso, ele não fica separado de forma especifica, mas a gente tem que, ao fazer uma um ideia do que que a para um ano, para um semestre a gente tem a ideia de que a gente tem que investir nisso. **(Entrevistado 2)**

(Fragmento 17) [...] agente tipo assim, hoje a VirteX ainda não trabalho com isso de forma ativa, ou seja, a VirteX não vai atrás, mas quando a pessoa vem até a gente, a gente escuta, a gente acolhe e a gente usa esse item de orçamento para poder atender [...]. **(Entrevistado 3)**

Uma questão interessante que pode ser notado no depoimento do Gerente de Rede (fragmento 16 e 17) é que o investimento que a empresa faz no setor dos esportes eletrônicos está relacionado com o orçamento que que a organização separa para o seu marketing, com isso é possível perceber que ao investir no E-Sport a VirteX procura a promoção de sua marca. De acordo com Rocha, Rodriguez e Vitória (2016) patrocínio nos esportes eletrônicos é uma oportunidade da empresa investir no seu marketing, usufruindo da publicidade gerada nos campeonatos eletrônicos para poder divulgar a sua marca. Também é possível perceber esse interesse que a VirteX tem de divulgar a empresa através do investimento que ela faz no setor de E-Sport no fragmento 18.

(Fragmento 18) [...] outra coisa, que pouquíssimas pessoas percebem é que esse mercado de games é muito interconectado, então se vocês estar jogando aqui, vocês pode estar jogando com pessoas de outras cidades, e ai vocês podem estar jogando com gente de outra área do Piauí, pode estar jogando com gente do Brasil, e se o nome da VirteX estar associado de alguma forma a marca dela tá pegando carona ali, por onde vai isso daí, então por exemplo, se a VirteX patrocina algum jogador, ou patrocine alguma coisa do tipo, o nome dela vai tá lá, e esse carona pode levar o nome da VirteX bem longe, então a gente pode estar com o nome da VirteX conhecido lá fora através da plataforma de games, e é uma coisa que o pessoal não vislumbra isso ainda. Então tem a questão da fidelização do cliente, o relacionamento e o fato de estar usando isso como um veículo para estar patrocinando a marca né[...] **(Entrevistado 2)**

Em relação a empresa querer divulgar a marca através dos campeonatos eletrônicos é um ponto positivos, pois como relatado por um dos jogadores desse ramo, ele procura estar competindo em vários cenários, como exposto nos fragmentos 19 e 20.

(Fragmento 19) [...] os jogos estão tendo uma visibilidade cada vez maior, eu almejo entre no cenário estadual, começando né, pelos municipais, depois o estadual, depois nacionais, e quem sabe eu não compita até em um nacional [...] ainda não participamos (a equipe) de nenhum campeonato presencial, mas é porque estamos no ramo a pouco tempo, tem um ano mais ou menos que eu

tenho esse time, porem a gente está tentando evoluir cada vez mais, tentado chegar no senários estadual e futuramente, que sabe um dia no nacional. **(Entrevistado 6).**

(Fragmento 20) [...] você ganhando o time começa a ser visto fora do município, o time começa a ser reconhecido com isso as empresas começam a investir e os times também crescem e você junto com o time cresce, e os nomes das empresas também ganham. É muita coisa envolvida. **(Entrevistado 7).**

Ao questionarmos os jogadores pesquisados se eles tinham conhecimento de alguma empresa que patrocinasse o setor de E-Sport, foi possível constatar que eles só conhecem a empresa VirteX que disponibiliza patrocínio para o ramo dos jogos eletrônico, como expostos nos fragmentos 21 e 22.

(Fragmento 21) [...] No momento, como a nossa cidade é pequena, de pequena à médio porte, eu só tenho conhecimento de uma empresa, que é a VirteX que ela incentiva nessa área, mais eu creio que futuramente terá outras empresas, de acordo com o crescimento e a visibilidade do jogo outras empresas vão começar a patrocinar também **(Entrevistado 5).**

(Fragmento 22) [...] Sim, eu conheço a VirteX que é provedora de internet para Picos e região, mais ainda assim é pouco, mais existe **(Entrevistado 7).**

Um ponto positivo para VirteX ao ter a preocupação de investir nesse cenário é que o público relacionado ao ramo de jogos eletrônicos é um público muito ligado ao uso de Internet, e a empresa sendo a única que patrocina esse setor acabar ganhando um ponto positivo em relação a sua visibilidade diante desse público.

Ao questionarmos os jogadores quais os benefícios que uma empresa terá ao investir no cenário de jogos eletrônicos eles foram unanimes ao relatarem que o principal benefício seria a visibilidade da organização, como pode ser visto nos fragmentos 23, 24, 25 e 26.

(Fragmento 23) em relação a visibilidade, por que é um ramo que a empresa pode investir agora que estar crescendo e esse ramo tornar muito grande e a galera iria ver quem começou a investir, como por exemplo, o caso do jogo League of Legends, que no começo era um jogo pequeno e hoje é um dos jogos mais jogados do mundo **(Entrevistado 4).**

(Fragmento 24) acredito que o maior benefício que uma empresa tem ao investir nessa área de esporte eletrônico é a visibilidade que ela vai ter, vai ser o seu marketing **(Entrevistado 5).**

(Fragmento 25) assim, eles só têm a ganhar, por que é um mercado que estar crescendo em todo o Brasil, embora na nossa cidade ainda esteja engatilhando devagar, mas eu creio que o benefício vai ser bem grande, até o porquê o foco principal de uma empresa é a visibilidade, levar sua marca em todas as partes que a gente estiver, e ao investir nesse ramo ela terá isso **(Entrevistado 6).**

(Fragmento 26) eu acho que vai ter muitos benefícios, pois a gente nunca deixa de observar as empresas que investem, pois, os times estão sempre divulgando

as empresas que os ajudam, e eles estão sempre divulgando e como é um público muito grande as empresas ganham muito com isso (**Entrevistado 7**).

Diante dos depoimentos expostos nesses nos fragmentos 23, 24, 25 e 26 é possível notar que os jogadores acreditam que as empresas possam vir a se beneficiar com o investimento no setor de E-Sport, pois como relatado pelo jogador 4 eles observam as empresas que estão ajudando a promover esse ramo. Gaudiosi (2013) expõem que com o crescimento do mercado dos jogos eletrônicos as empresas podem aproveitar para exporem a sua marca. Então ao investir no ramo dos jogos eletrônicos a VirteX estar promovendo a sua marca, pois os jogadores observam que ela é uma empresa que estar preocupada com os competidores do E-Sport, e isso faz com que eles se tornem clientes fidelizados da empresa.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo desse trabalho foi avaliar os benefícios adquiridos pelas empresas por meio de investimentos em esporte eletrônico e percebeu-se que no decorrer dos últimos anos houve uma evolução constante do cenário de esportes eletrônicos, que iniciou apenas com algumas disputas entre colegas em casa de fliperamas e tornou-se hoje um grande mercado com competições de níveis mundiais. Devido a proporção que os E-Sport alcançou, muitas empresas começaram a investir nesse setor, e com isso surgiram novas oportunidade de expandir esse esporte.

Atualmente existem grandes eventos com prêmios elevados e com uma gigantesca audiência que comprovam que os E-Sport se tornou realidade, chegando a lotar grandes estádios e arenas de competição, e com isso configurando-se como uma boa oportunidade de se propagar uma marca ou empresa.

Tendo em vista esse avanço do cenário do E-Sport esse trabalho procurou avaliar os benefícios adquiridos pelas empresas por meio de investimentos em esporte eletrônico. Esse estudo buscou através do embasamento teórico mostrar de forma breve a evolução dos jogos eletrônicos e os benéficos para as empresas que investem nesse ramo, bem como entender a relação entre o E-Sport e a conexão da Internet.

Em resposta a problemática da pesquisa foi possível compreender as vantagens que uma organização possui ao decidirem investir no ramo dos games, sendo o principal benefício a visibilidade que a empresa adquire ao investir nesse ramo que está em ascensão, atraindo um público cada vez maior. Porém por ser um setor que ainda é relativamente novo são poucas as empresas que separam uma parte do seu capital para investirem nesse cenário.

Tendo em vista os resultados encontrados foi possível perceber que a VirteX é uma das poucas empresas da cidade de Picos-PI que possui a preocupação em investir nos E-Sport, a organização procura manter uma certa proximidade com esse público, pois como relatado pelos atores da empresa, os jogadores do E-Sport são pessoas que possuem um certo conhecimento da área de redes e o feedback desse pessoal é de grande relevância para que a organização possa estar aprimorando a qualidade do serviço prestado.

Diante da análise foi possível perceber que a VirteX prefere fazer investimento nos campeonatos eletrônicos, pois assim elas não dão preferência a um grupo específico de jogadores, sendo que a empresa procura fazer algumas reuniões para

compreender as necessidades desse público que precisa de um grau mais avançado em relação a qualidade da rede, pois nos campeonatos online não pode haver atrasos na conexão. Em relação ao que motivou a empresa a investir nesse cenário foi a oportunidade de transmitir para os seus clientes que a organização possui a qualidade necessários de Internet para atender um público tão exigentes como o de games.

Ao patrocinar o esporte eletrônico a VirteX não adquire nenhum retorno financeiro tangível, porém é uma forma como a empresa encontrou para fazer uma parte do marketing da organização, pois esse investimento no E-Sport é uma forma de divulgação da marca, como o esporte online cresce cada dia, é mais fácil atingir um público maior levando a nome da empresa para vários locais, além de ser uma forma de fidelizar os clientes que estão envolvidos com esse ramo.

Como em qualquer estudo, esta pesquisa teve alguns impasses, dentre eles pode ser citada a dificuldade de conciliar um tempo em que o proprietário da empresa pudesse realizar a entrevista, como também encontrar referências sobre o assunto em estudo para embasar o trabalho, por se tratar de um tema novo.

Espera-se que esse trabalho desperte o interesse de outras pessoas para estudarem sobre o assunto, podendo realizar pesquisas relacionadas mais a fundo sobre o relacionamento que empresas provedoras de internet possuem com o setor de esportes eletrônicos, como também analisar quais os campeonatos eletrônicos trazem um maior marketing para as organizações que os patrocina.

## REFERENCIAS

ANDRADE. M. M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BARBOZA, E. F.; DE ARAÚJO SILVA, A. C.. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame1. In: Simpósio Internacional de Ciberjornalismo. 5.,2014, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande 2014.

COELHO, P. F.. Novas Estratégias publicitárias: Games e advergames. In: I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV).. 2012. Sevilla. **Anais ...** Sevilla, 2012. p. 100-110

CLUA, E., BITTENCOURT, J. Desenvolvimento de Jogos 3D: Concepção, Design e Programação. In: Jornada de Atualização em Informática do Congresso da Sociedade Brasileira de Computação, XXIV, 2005, Curitiba. **Anais...** São Leopoldo, Brazil, 2005. p. 1313-1356.

COSTA, A. Q. da. Jogos Digitais, Comunicação e Tecnologia: dos eSports ao Nissan GT Academy. In: ASSIS, Claudia Maria Arantes; SAAR, Jefferson Ferreira; VERGILI, Rafael. (Org). **Comunicação, Mercado e Tecnologia**. Macapá: Edunifap, 2015.

FENG, W.C.; CHANG, F.; FENG, W.C.; WALPOLE, J. Provisioning On-line Games: A Traffic Analysis of a Busy Counter Strike Server. In: The Internet Measurement Workshop.2002, Marseille. **Anais...** Marseille, 2002. p. 151-156.

GAUDIOSI, J. **CPL Founder Angel Munoz Explains Why He Left ESports And Launched Mass Luminosity**, 2013. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2013/04/09/cpl-107-founder-angel-munoz-explains-why-he-left-esports-and-launched-mass-luminosity/>. Acesso em: 03/11/2014

GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLINERT, E. P.. **Visual programming environments: applications and issues**. **Universidade de Michigan**, 1990. Disponível em: <http://books.google.co.uk/books?hl=pt-BR&id=NMtWAAAAMAAJ&focus=searchwithinvolume&q=steve+bloom>. Acesso em: 04/02/2017.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Índice de acesso à internet e posse celular**. Disponível em [ftp://ftp.ibge.gov.br/Acesso\\_a\\_internet\\_e\\_posse\\_celular/](ftp://ftp.ibge.gov.br/Acesso_a_internet_e_posse_celular/). Acesso em: 06/06/2017

JUNE, L.. **For Amusement Only: the Life and death of the American arcade**, 2013. Disponível em: <http://www.theverge.com/2013/1/16/3740422/the-life-and-death-of-the-american-arcade-for-amusement-only>. Acesso em: 05/02/2017.

KENNEDY, M.. **Incredible Video Victory: Dallas teenager beats the best in TV show's game competition**, 1983. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20090221235234/http://www.twingalaxies.com/index.aspx?c=18&id=971>. Acesso em: 05/02/2017.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.. **Metodologia científica**. 3. São Paulo: Atlas, 2006.

MACEDO, T.; FILHO, O. A.. A Arena Espetáculo: quando as fronteiras de jogo e trabalho se rompem1. In: Intercom Norte, XIV, 2015, Manaus. **Anais...** Manaus, 2015. p. 1-15, 2015.

NOVAK, J. **Desenvolvimento de games**. Tradução: Pedro Cesar de Conti. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

OLIVEIRA, S. R. N.; RIOS, J. R. A. C. E-Sport e a profissionalização dos jogos eletrônicos In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paula. **Anais...** São Paulo, 2016.

PEREIRA, S. K. **O videogame como esporte: uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais**. 2014. 122 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

PULCIDES, A. L.; NODARI, S. Esports: narrativas em hipermídia como competições. **Dito Efeito-Revista de Comunicação da UTFPR**, v. 6, n. 8, 2016.

ROCHA, M.; RODRIGUEZ, V. B.; VITÓRIA, F. F. T. Impacto do patrocínio de e-sport na decisão de compras dos jogadores de league of legends da bahia. In: Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, 15, 2016. Salvador. **Anais...** Salvador, 2016.

SILVA, C. E.; ARRAES D.; PEDROSA, D.; TRINTA, F.; WANDERLEY I.; PITA, M.; PORTELA M. MACHADO, M.; BORGES, R.; RAMALHO, G. Uma plataforma para jogos móveis massivamente multiusuários. In: Workshop Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital. 4. 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2005.

SOUSA, Alexandre José Barbieri de. **IXnet-proposta de Internet alternativa para aplicações sensíveis a atraso**. 2009. 183 f. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2009.

Taylor, T.L. **Raising the Stakes: E-Sport and the Professionalization of Computer Gaming**. Cambridge: The MIT Press. 2012.

WAGNER, M.G. **On the Scientific Relevance of eSports**. Proc. International Conference of Internet Computing, (2006), 437-442. Disponível em: <http://ww1.ucmss.com/books/LFS/CSREA2006/ICM4205.pdf>. Acesso em: 05/02/2017

ZHANG, H. **The effect of atraso on network games**. Tese. 32p. UMEA University, 2006.



## APÊNDICE A



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 –  
Picos-PI. Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



### **Roteiro de Entrevista aplicado com responsável pelo setor de E-Sport na VirteX, com o engenheiro de redes e com proprietário da empresa**

Prezado colaborador, as informações fornecidas para este questionário serão utilizadas estritamente para objetivos acadêmicos e seu conteúdo terá tratamento absolutamente confidencial. Agradeço a sua colaboração, e disponibilizarei os resultados da pesquisa caso assim deseje e disponibilize seu contato.

**TÍTULO:** INVESTIMENTO NO MERCADO DE E-SPORT: ESTUDO DE CASO NA EPRESA VIRTEX NO MUNICÍPIO DE PICOS

#### **1. DADOS PESSOAIS**

- a. Nome
- b. Idade
- c. Escolaridade
- d. Estado civil
- e. Quantidade de filhos
- f. Quais as atividades que já exerceu em sua vida pessoal
- g. Qual o seu papel dentro da empresa?

#### **2.DADOS DO NEGOCIO**

- a. Comente um pouco sobre a história da empresa
- b. Como surgiu?
- c. Quando surgiu?
- d. Quais os avanços em relação ao seu desempenho?
- e. Principais desafios que a empresa já enfrentou?
- f. Principais conquistas?
- g. Quantidade de funcionários que a empresa possui atualmente?
- h. Qual a missão e a visão organizacional?

#### **3.DADOS SOBRE O INVESTIMENTO NO CYBERESPORT**

- a. O que levou a VirteX a investir no E-Sport?
- b. Como vocês tiveram o conhecimento que poderiam investir no E-Sport?

- c. A quanto tempo a empresa investe nos campeonatos eletrônicos?
- d. Qual o objetivo desse investimento?
- e. De que forma a empresa investe em jogos eletrônicos?
- f. No patrocínio dos campeonatos ou patrocina os jogadores
- g. Quais o que a empresa já patrocinou?
- h. O investimento nos jogos eletrônicos já trouxe algum retorno para a empresa?  
De que forma?
- i. Qual o campeonato ou jogador que a empresa já patrocinou que teve um maior rendimento para a organização?
- j. A empresa já sofreu algum prejuízo devido ao investimento nos cyberesporte?  
Em qual?
- k. A empresa reserva alguma porcentagem fixa para o investimento em cyberesport? Qual?
- l. Para você, qual a importância do investimento no cyberesport?
- m. O que você sabe a respeito desse setor?
- n. Quais os benefícios obtidos pela empresa VirteX por investir em campeonatos eletrônicos?

## APÊNDICE B



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 –  
Picos-PI. Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



### **Roteiro de Entrevista aplicado com jogadores de jogos eletrônicos**

Prezado colaborador, as informações fornecidas para este questionário serão utilizadas estritamente para objetivos acadêmicos e seu conteúdo terá tratamento absolutamente confidencial. Agradeço a sua colaboração, e disponibilizarei os resultados da pesquisa caso assim deseje e disponibilize seu contato.

**TÍTULO:** INVESTIMENTO NO MERCADO DE E-SPORT: ESTUDO DE CASO NA EPRESA VIRTEX NO MUNICÍPIO DE PICOS

#### **1. DADOS PESSOAIS**

- a. Seu nome
- b. Idade
- c. Escolaridade
- d. Estado civil
- e. Quais são os tipos de lazer que você prefere? Qual a razão dessas escolhas?
- f. Atualmente, qual o seu contato com as tecnologias vigentes, como *internet*, celular, videogame, etc.?

#### **2. SOBRE A EXPERIENCIA COM O JOGOS ELETRONICOS?**

- a. Estar com quanto tempo que você jogar jogos eletrônicos?
- b. O que lhe chamou atenção nessa atividade?
- c. Quais jogos mais despertaram seu interesse? Porque?
- d. Fale um pouco como é a sua experiência com os jogos digitais?
- e. Você prefere jogar em equipe ou sozinho? Por que?
- f. O que lhe motiva a buscar os jogos eletrônicos atualmente?
- g. Você acredita que os jogos eletrônicos exercem alguma influência no seu modo de pensar e de agir? Com que intensidade?
- h. Em quais campeonatos de cybersport você já competiu?
- i. Era de nível municipal, estadual, nacional ou internacional?
- j. Você já foi o primeiro colocado em algum?
- k. Quais as recompensas para os ganhadores
- l. O que mais lhe motiva a participar de campeonatos eletrônicos?

### **3. SOBRE O PATROCINIO NOS JOGOS ELETRONICOS**

- a. Para você qual a importância do patrocínio para os jogadores ou para os campeonatos eletrônicos?
- b. Você tem o conhecimento de empresa, ou pessoas, na cidade de Picos, ou região, que patrocinem jogadores ou campeonatos eletrônicos? Cite
- c. Você tem ou já teve algum patrocínio? Se sim, como foi essa relação? Quais os benefícios para ambos?
- d. Do seu ponto de vista, quais os benefícios que um patrocinador pode ter ao investir no mercado de cybersport?

## ANEXO A

Final do Campeonato Mundial de League of Legends de 2014



**Figura 1:** Final do Campeonato Mundial de League of Legends de 2014  
**Fonte:** Riot Games/Flickr, 2014 (Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/guides/zygq2hv#zcdhn39>)



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA  
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

**Identificação do Tipo de Documento**

- Tese
- Dissertação
- Monografia
- Artigo

Eu, **Ernandes da Cruz Costa Júnior e Lucas Nataniel Resende dos Santos**, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação **Investimento do mercado de e-Sport: estudo de caso na empresa VirteX no município de Picos** de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 17 de Julho de 2017.

*Ernandes da Cruz Costa Júnior*  
Assinatura

*Lucas Nataniel Resende dos Santos*  
Assinatura