



password SEBRAE



1.

Os games estão inseridos em todas as camadas da sociedade para diversos propósitos como treinamento, educação, entretenimento e propaganda, incluindo qualquer faixa etária e gênero.



2.

Do início da década de 80 até o final da década de 90 pouca coisa aconteceu no mercado brasileiro de games. Só a partir do ano 2000, o cenário começou a mudar.



3.

Entre os polos de maior destaque da indústria, estão os de São Paulo e Campinas, e o Porto Digital de Recife, que abriga perto de 120 companhias de software. Mas há outros espalhados pelo Rio de Janeiro, Porto Alegre, Florianópolis e Belo Horizonte.



4.

O Brasil possui profissionais qualificados para se tornar forte na indústria de games, apresenta uma grande demografia de jogadores e uma notável vontade de fazer crescer a sua própria indústria nacional.

5.

A interatividade é o nicho de mercado fundamental para a indústria de jogos. Nessa perspectiva, um novo campo será aberto para aplicações inovadoras envolvendo jogos eletrônicos com a consolidação da TV Digital.



6.

Hoje a indústria de games tem segmentos e projetos de todos os portes, como a produção independente de baixo custo, e até superproduções milionárias com grandes equipes.



7.

O quadro de funcionários de uma produtora de games varia de acordo com o porte do empreendimento. Em geral, a abertura do negócio (de uma pequena empresa), são necessários 4 funcionários 1 game designer e gerente de projeto, 1 programador, 1 artista (art diretor) e/ou designer de som/música (sound designer) e 1 para administrativo/marketing/vendas.

8.



Para produzir games você precisa de computadores com placa de vídeo; softwares de criação de games 2D e 3D; e internet banda larga.

9.

A criação de games caracteriza-se como um processo de desenvolvimento de software. Porém, para fazer os jogos são necessários processos adicionais, como o desenvolvimento de ilustrações, vídeos, animações e roteiro.



10.

A maioria das empresas Brasileiras foca no segmento tradicional de entretenimento (72%), porém há crescimento do interesse pelos advergames (jogos com vocação publicitária), serious games (objetiva o aprendizado) e middlewares (ferramenta necessária para o processo de desenvolvimento e manutenção de jogos). Ainda existe muito mercado a ser explorado no Brasil.



Saiba mais em <http://bit.ly/2mIKrH4> - e procure o Sebrae de sua cidade para fazer um Plano de Negócios.