

A RENTABILIDADE DO MERCADO DE JOGOS VIRTUAIS: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA *TENCENT HOLDINGS*

THE PROFITABILITY OF THE VIRTUAL GAMES MARKET: A CASE STUDY OF TENCENT HOLDINGS COMPANY

Axel Oliveira Martins¹

Lucas Benicio Souza²

Victor Hugo Silva Duarte³

Karoline Oliveira Dias⁴

RESUMO

Este trabalho consiste em um estudo sobre o mercado de jogos, o qual está em constante evolução. Nesse sentido, este artigo buscou demonstrar o grande crescimento de mercado desse setor, considerando que ele movimentou cerca de US\$159 bilhões no ano de 2019. Inicialmente, foi realizada uma apresentação sobre a origem dos jogos virtuais, explicando sua procedência e sua sistematização histórica. A partir desse entendimento, foram expressas análises das demonstrações contábeis, com o intuito de entender se é viável as corporações investirem nesse segmento. A proposta foi responder as seguintes perguntas: vale a pena investir nesse setor? O nível de rentabilidade da empresa *TENCENT HOLDINGS LIMITED* é atrativo? Para respondê-las, foi utilizado um estudo descritivo e quantitativo através de indicadores financeiros da companhia *Tencent*. A escolha dessa corporação se deu por se tratar da instituição “mãe” dos negócios de jogos virtuais no mundo. A partir dos dados financeiros dela entre os anos 2016 e 2019, disponibilizados em seu próprio site, foi possível calcular, por meio de índices de rentabilidade, se essa companhia possui um bom retorno financeiro, sendo possível, então, chegar a um resultado positivo para o investimento nesse

¹ Axel Oliveira Martins, 8º período do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Unidas de Campinas – FacUnicamps, e-mail: axeloliveira85@gmail.com

² Lucas Benicio Souza, 8º período do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Unidas de Campinas – FacUnicamps, e-mail: lucasbeniciosouza@gmail.com

³ Victor Hugo Silva Duarte, 8º período do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Unidas de Campinas – FacUnicamps, e-mail: victorkatsu05@gmail.com

⁴ Karoline Oliveira Dias, Mestre em Administração pela UFG, e-mail: karoline.dias@facunicamps.edu.br

setor. À vista disso, conclui-se que o mercado dos games é altamente rentável e promissor, sendo possível investir tanto em pequenas corporações desse universo, como as start-ups, quanto naquelas que possuem capital aberto.

Palavras-chave: Rentabilidade. Jogos. Mercado. Financeiro. *Tencent*.

ABSTRACT

This study consists of a study about game market, which is evolving constantly. From this point of view, this article sought to show the huge growth in this area, considering that it moved about US\$159 billion in 2019. Initially, it was performed a presentation about the beginning of virtual games, explaining its origin and its historical systematization. From this understanding, it was shown analysis from accounting demonstrations with the aim to understand whether it is feasible to invest in this area for corporations. The proposal was to answer the following questions: is it worth investing in this area? Is the level of profitability from the establishment *TECENT HOLDINGS LIMITED* attractive? To answer them, it was used a descriptive and quantitative study through financial indicators from *Tencent* company. The choice for this establishment is due to the enterprise be acknowledged as “mother” of virtual games business around the world. From its financial datas among years of 2016 and 2019, making available in itself website, it was possible to calculate, through rates of return, if this company has a good financial return, so being possible to reach a positive result for an investment in this area. Therefore, it can be concluded that market games is highly rentable and promising, being possible to invest as in small companies from this universe, such as start-ups, as in those that have publicly traded.

Key words: Rentability. Games. Market. Finance. *Tencent*.

INTRODUÇÃO

Com o grande desenvolvimento tecnológico, os indivíduos vêm buscando, cada vez mais, novas formas de se divertir. Com essa exacerbada procura, a qual é realizada principalmente de adolescentes, há uma grande demanda de novos produtos e serviços que não eram comercializados antigamente, sendo alguns desses os famosos *Virtual Games*, também conhecidos como Jogos Virtuais (NISHI, 2018).

Nesse sentido, os jogos virtuais são responsáveis por algumas das indústrias mais bilionárias do mundo, conseguindo ultrapassar mercados como o de filmes e o de músicas (NISHI, 2018). Sob essa perspectiva, o setor de jogos foi responsável por movimentar cerca de US\$ 159 bilhões no ano de 2019, tendo um crescimento de 3% se comparado ao ano de 2018,

de acordo com uma pesquisa realizada pelo *SuperData*, que analisa e divulga os dados desse tipo de mercado anualmente. Um dos motivos para que esse setor venha crescendo é o fato de que jogos não são consumidos exclusivamente por crianças e adolescentes – como eram no passado –, mas também por adultos, os quais estão propensos a investir capital na área de games. Ilustração desse crescimento, o setor de jogos virtuais no Brasil movimentou cerca de R\$1,5 bilhão de dólares no ano de 2018, fazendo com que o país se torne o 13º maior colocado no ramo de games no mundo (Newzoo, 2018). Além disso, de acordo com uma pesquisa realizada no ano de 2017 pela *PricewaterhouseCoopers* (PwC, 2017), esse mercado no Brasil deve crescer cerca de 5,3% até o ano de 2022, com uma receita estimada de 1,756 bilhão de dólares.

Juntamente com o crescimento dessa forma de entretenimento, há um novo tipo de modalidade de esportes competitivos, o *E-Sports* (Esportes Eletrônicos). Esse tipo de competição se torna mais frequente a cada dia, fazendo com que mais indivíduos queiram entrar no mercado de jogos como jogadores profissionais, também conhecidos como *Pro-Players*. Essas disputas têm chamado a atenção de várias empresas, as quais vêm investindo em equipes de jogadores profissionais e também em campeonatos mundiais.

Exemplificação disso, a *Louis Vuitton* foi uma das corporações patrocinadoras oficiais do final do mundial do *League Of Legends* (LoL) no ano de 2019, em que houve uma premiação de US\$ 2.225 milhões de dólares divididos entre as equipes vencedoras. Não somente isso, uma pesquisa realizada por Barroso para o site *Consulting Club* demonstrou que, no ano de 2021, o mercado de *E-Sports* deverá gerar uma receita de R\$55,6 milhões de reais, um crescimento de 29% se comparado ao ano de 2017, no qual houve uma receita de R\$24,1 milhões de reais. Com o grande crescimento desse setor, uma grande preocupação por parte dos investidores é a dificuldade das marcas e dos patrocinadores em fechar parcerias com os times de *E-Sports*, tendo em vista que esse ramo mercadológico se encontra em bastante competitividade, e o retorno do investimento é pendular.

Para o presente estudo, iremos utilizar a empresa *Tencent Holdings Limited*, sendo o trabalho uma pesquisa de caso descritivo e quantitativo através de indicadores financeiros. O presente trabalho propõe, como objetivo geral, demonstrar, por meio de cálculos de rentabilidade, o retorno financeiro que o mercado de jogos tem proporcionado aos investidores, utilizando como base os dados financeiros da companhia *Tencent Holdings*.

A partir do entendimento da expressividade deste setor mercadológico, este estudo almeja responder a seguinte pergunta: vale a pena investir nesse mercado? Para atingir o objetivo geral, este trabalho propõe os seguintes objetivos específicos: a) apresentação de breve

histórico sobre o surgimento dos jogos e a evolução de seu mercado; b) realização de cálculo dos índices de rentabilidade da empresa *TENCENT*; c) análise os resultados obtidos.

O estudo está dividido em mais 4 sessões, além desta introdução. A segunda sessão apresenta a fundamentação teórica sobre o surgimento dos jogos e sua evolução, contendo também nessa sessão um breve resumo sobre índices financeiros. Em seguida, na terceira sessão está apresentada a metodologia utilizada neste estudo juntamente com um breve histórico da empresa analisada. Na quarta sessão traz a análise dos dados e os resultados da pesquisa, e por fim, na quinta sessão, são apresentadas as considerações finais.

Posto que o mercado de jogos está em constante desenvolvimento, esse artigo pretende demonstrar que os jogos virtuais não são apenas “coisas de criança”, e que esse setor está em sua ascensão, sendo viável o investimento nele. Outrossim, este estudo é justificado pela falta de conhecimento relacionado ao ramo de jogos virtuais e pela ausência de dados financeiros por parte das companhias do ramo. Por fim, foram utilizados artigos pertinentes a essa área, juntamente com relatórios contábeis emitidos pela empresa *Tencent Holdings*, para demonstrar o grande crescimento do mercado de jogos virtuais.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 O surgimento e um breve histórico dos jogos virtuais

No ano de 1947, ocorreu a primeira alusão de um jogo, patenteado por Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann, esse jogo tinha como base a tecnologia de radares e consistia em manusear um manche de avião como se fosse uma marcha de carro. Posteriormente, com o surgimento dos primeiros computadores no Reino Unido no ano de 1949, surgiu o primeiro jogo da velha digital, o qual foi desenvolvido por Alexander S. Douglas e ficou conhecido como *OXO* (RAMALHO et al, 2014).

Logo após, foram apresentados, de maneira aleatória, novos jogos para o público, representando maior recorrência dessas inovações. Nesse ínterim, de acordo com Steven L. Kent (2001, p.18), *Tennis For Two*, criado pelo físico William Higinbotham, no ano de 1958, pode ser considerado o primeiro jogo de tênis a ser criado exclusivamente para computador.

Games virtuais devem ser entendidos como aqueles que funcionam com a utilização de internet para que os usuários possam jogar. Para Marcos Vinicius Garret Chiado (2011), jogos virtuais se tornaram mais conhecidos em meados de 1970 quando a empresa *Atari Inc* fez o lançamento do *Atari 2600* seu console ou como são mais conhecidos vídeo games, foi o

primeiro console a atingir sucesso o suficiente para fazer com que esse mercado que na época era pouco conhecido, ficasse famoso.

Mesmo com o lançamento do vídeo game da companhia *Atari*, o que fez a indústria dos jogos virtuais ter um aumento considerável entre as pessoas, foi o lançamento do jogo *PAC-MAN* no ano de 1980 pela *NAMCO*, diferente dos primeiros jogos na onde eram mais voltados a tiros e esporte, era um novo estilo de jogo que consistia em correr dos seus inimigos dentro de um labirinto com caminhos secretos, enquanto comia pastilhas espalhadas (RAMALHO et al, 2014).

1.1.1 Estilo de jogos em meados do ano 2020

Os jogos, na atualidade, podem ser distribuídos em mais de 100 gêneros e subgêneros, sendo que alguns deles são classificados pelos próprios jogadores ou pelos desenvolvedores (Leonardo Tótoro, 2020).

Alguns dos principais gêneros de jogos mais conhecidos são:

- ***Firts-person shooter (FPS)***: jogos de tiros em primeira pessoa, fazendo com o que jogador tenha a sensação de que ele está dentro da partida. Exemplos de jogos: *N.O.V.A Legacy*, *Call Of Duty* e *Valorant*.
- ***Third-person shooter (TPS)***: assim como o FPS, é um gênero de jogo de tiro, porém, em terceira pessoa, fazendo com que o jogador possa ter uma visão mais aberta do mapa. Exemplos de jogos: *Free Fire*, *Gears of War 3* e *Fortnite*.
- ***Role Playing Game (RPG)***: jogos nos quais o jogador interpreta o papel de protagonista da história, sendo que esse papel já tem um final predestinado. Exemplos de jogos: *AFK Arena*, *Dark Souls 3* e *World Of Warcraft*.
- ***Massive Multiplayer Online (MMORPG)***: diferente do RPG, esse estilo de jogo consiste em um mundo aberto, no qual podem haver milhares de players online. Esse estilo de jogo detém diferentes classes, pelas quais o jogador pode evoluir suas habilidades, seus atributos como vida, ataque, defesa, entre outros. Exemplos de jogos: *AxE: Alliance vs Empire*, *Perfect World* e *Fiesta Online*.
- ***Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)***: a principal característica desse gênero de jogo é a mistura de velocidade e de intensidade de estratégias em tempo real com o *RPG*, fazendo com que o jogador necessite ter um raciocínio rápido e formar estratégias em equipe. Ele é composto por dois times, os quais

se confrontam em um único mapa. Exemplos de jogos: *Wild Rift*, *League Of Legends* e *Smite*.

O mercado de jogos tem crescido exponencialmente, fazendo com que surjam novos gêneros dessa forma de diversão. Por conseguinte, isso faz com que os *Gamers* (jogadores) tenham uma ampla variedade de opções para escolher o que jogar, isso faz com que as empresas desenvolvedoras de jogos, criem games na onde terá a junção de vários estilos dentro de um jogo.

1.2 O mercado de jogos contemporâneo

No ano de 2020, um dos maiores mercados financeiros mundialmente é o de jogos. Nessa perspectiva, uma pesquisa realizada por Tom Wijman para o *Newzoo*, atual maior site do setor de games, constatou que essa área irá gerar uma receita igual ou superior a US\$ 159,3 bilhões até o final do ano de 2020. Essa pesquisa também demonstra que, até o final do ano de 2020, haverá cerca de 2,7 bilhões de jogadores pelo mundo, sendo 2,5 bilhões de jogadores do estilo mobile, 1,3 bilhão de jogadores via computador e 0,8 bilhão via console.

1.3 Os jogos mais praticados no ano de 2020

É necessário ressaltar quais são os jogos mais praticados no ano de 2020. Nessa sequência, uma pesquisa realizada em abril por Abhinay para o site *JuegoStudio* demonstrou que os jogos mobile que estavam em alta no mês de março foram os seguintes: *PUBG Mobile*, *Perfect Cream* e *Garena Free Fire*. Outrossim, de acordo com o gráfico do site *Newzoo*, em julho de 2020, os jogos mais jogados de computador foram: *League Of Legends*, *Tom Clancy's Rainbow Six: Siege* e *Valorant*.

1.4 E-Sports

Um dos principais motivos para o mercado de jogos virtuais estar crescendo é o crescimento do setor de *E-Sports*. Partindo disso, o *E-sports* surgiu sem nenhum tipo de pretensão, sendo meramente uma competição entre amigos em jogos virtuais, a qual não era oficializada. Nessa sequência, os campeonatos de *E-sports* tiveram seu reconhecimento no ano 2000 pelo Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul, quando ocorreu a criação

do KeSPA (Korean e-Sports Association), mas foi apenas no ano de 2009 que esse estilo de esporte cresceu de forma estrondosa, chegando no cenário atual (YUTARO, 2018). Atualmente, o cenário de *E-Sports* conta com vários times, desde regionais até nacionais, sendo que os principais times brasileiros são: *INTZ E-SPORTS*, *PAIN GAMING* e *FLAMENGO E-SPORTS* (BECHARA, 2019).

1.5 Índices financeiros

Segundo Giselle Damasceno da Silva (2015) índices financeiros tem como objetivo demonstrar informações de contas ou grupos das demonstrações financeiras de forma direta que não são de fácil visualização. Este tipo de índice nos permite fazer uma comparação histórica de sua real situação financeira ano a ano (SILVA, 2007).

Mesmo os índices financeiros sendo de grande contribuição vale a pena destacar que eles se referem ao passado. Para um analista o mais importante é saber o presente para se ter uma expectativa do futuro. Os índices são divididos em quatro áreas; Rentabilidade; Atividade ou Ciclo Operacional; Endividamento; e Liquidez (SILVA, 2007).

Para esse trabalho o enfoque foi índice de rentabilidade.

1.5.1 Rentabilidade

Índices de rentabilidade, demonstram qual foi a rentabilidade das operações que a empresa realizou para que assim se tenha a taxa de retorno sobre investimentos, vendas e capital próprio (ASSIS et al, 2016).

Os índices de rentabilidade é um dos índices mais importantes para a análise das demonstrações financeiras de uma empresa, já que seu objetivo é demonstrar e identificar o retorno do capital investido e as razões que levaram a esta taxa de rentabilidade (PADOVEZE; BENEDICTO, 2007).

Para esse trabalho foram utilizadas 5 fórmulas, sendo elas:

- **Margem líquida:** Esse índice tem como objetivo demonstrar a lucratividade de uma empresa em relação às vendas líquidas do período.

$$\text{MARGEM LÍQUIDA} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{VENDA LÍQUIDA}} \times 100$$

- **Rentabilidade do Patrimônio Líquido:** Tem como objetivo demonstrar o retorno obtido pelo Capital Próprio investido na empresa, ou seja, demonstrar se os investimentos vindos de terceiros conseguem ter bons rendimentos.

$$\text{ROE} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{PATRIMÔNIO LÍQUIDO}} \times 100$$

- **Margem Bruta:** demonstra o percentual de lucro de uma empresa, após ela ter pago todos os custos dos produtos ou mercadorias. Através dessa análise é possível saber se a empresa tem um lucro sobre suas vendas brutas.

$$\text{MARGEM BRUTA} = \frac{\text{LUCRO BRUTO}}{\text{VENDAS LÍQUIDAS}} \times 100$$

- **Margem Operacional:** mede o quanto de receitas líquidas sobre as vendas vieram das atividades operacionais da empresa.

$$\text{MARGEM OPERACIONAL} = \frac{\text{LUCRO OPERACIONAL}}{\text{VENDAS LIQUIDAS}} \times 100$$

- **Rentabilidade Investimento:** demonstra o ganho financeiro que a empresa obteve no retorno do investimento da aplicação de capital.

$$\text{RENTABILIDADE INVESTIMENTO} = \frac{\text{LUCRO OPERACIONAL}}{\text{ATIVO}} \times 100$$

- **Giro do Ativo:** tem como objetivo avaliar a venda líquida da empresa.

$$\text{GIRO DO ATIVO} = \frac{\text{VENDAS LÍQUIDAS}}{\text{ATIVO}} \times 100$$

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o estudo realizado, foi utilizada a empresa *Tencent Holdings Limited*, a abordagem do problema de pesquisa classifica-se como quantitativa. Para Triviños (1987, p. 133), usa-se a pesquisa quantitativa quando deseja-se descrever o objeto de estudo com mais aprofundamento.

Foi escolhida a companhia *TENCENT* por se tratar de uma corporação “mãe” das empresas de jogos virtuais do mundo, ao passo que as demonstrações financeiras foram de fácil acesso por estarem disponíveis no site dessa instituição.

O presente trabalho propôs, como objetivo geral, demonstrar, por meio de cálculos de rentabilidade, o retorno financeiro que o mercado de jogos tem proporcionado aos investidores. Para isso, o primeiro passo foi identificar quais são as maiores empresas de jogos atualmente e, logo em seguida, buscar seus dados financeiros na bolsa de valores ou em seus respectivos sites. Depois de ter buscado corporações dos ramos, foi realizada uma busca para demonstrar os jogos que mais fazem sucesso ultimamente o mercado de *e-sports*.

2.1 Breve histórico da empresa analisada

Fundada em 1998, na China, por Ma Huateng e Zhang Zhidong, *Tencent Holdings Limited* era, inicialmente, uma empresa voltada ao desenvolvimento de softwares. No ano de 1999, ocorreu o lançamento de um aplicativo de grande sucesso, o *OICQ*, o qual foi alterado no final do mesmo ano para *QQ* (StartSe, 2020).

No final de 1999, logo após o lançamento desse aplicativo, ele já tinha cerca de 1 milhão de usuários (StartSe, 2020). Nessa sequência, a partir de meados dos anos 2000, essa companhia começou a licenciar jogos como *CrossFire* e *Dungeon Fighter Online*, todavia, a situação dessa instituição começou a melhorar mais vertiginosamente no ano de 2011, quando ela adquiriu 100% das ações da empresa *Riot Games*, responsável pelo jogo *League Of Legends* (PRATA, 2013). Com essa grande expansão, a empresa começou a obter novas oportunidades de investimento, por exemplo o mercado de jogos virtuais (StartSe, 2020).

Desde então, a *Tencent* investiu significativamente em empresas voltadas para o ramo de jogos, como exemplo: *Epic Games*, *Supercell*, *Activision Blizzard* e *Garena*. Sendo assim, devido a todas as aquisições realizadas, ela se tornou uma das 4 maiores instituições voltadas ao ramo de tecnologia mundial (Start, 2020).

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para se obter os resultados, foram utilizados os dados do balanço patrimonial e da demonstração de resultado da corporação *Tencent* quanto ao exercício entre os anos de 2016 e 2019.

QUADRO 1 –BALANÇO PATRIMONIAL (EM MILHÕES)

ATIVO	2019	2018	2017	2016	PASSIVO	2019	2018	2017	2016
ATIVO CIRCULANTE	253.968	217.080	178.446	149.154	PASSIVO CIRCULANTE	240.156	202.435	151.740	101.197
ATIVO NÃO CIRCULANTE	700.018	506.441	376.226	246.745	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	225.006	164.879	125.839	108.455
					PATRIMONIO LIQUIDO	432.706	323.510	277.093	186.247
TOTAL	953.986	723.521	554.672	395.899	TOTAL	953.986	723.521	554.672	395.899

Fonte: Tencent, 2019.

No quadro acima, podemos observar que houve uma significativa evolução da *Tencent* em seu balanço patrimonial do ano de 2016 até o ano de 2019, o que possivelmente ocorreu por ela recorrentemente investir em novos produtos para venda. Tendo aumentando o seu ativo, ela também obteve um aumento significativo nas suas obrigações em curto e em longo prazo, assim como também teve um aumento no seu patrimônio líquido.

QUADRO 2 – DRE – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (EM MILHÕES)

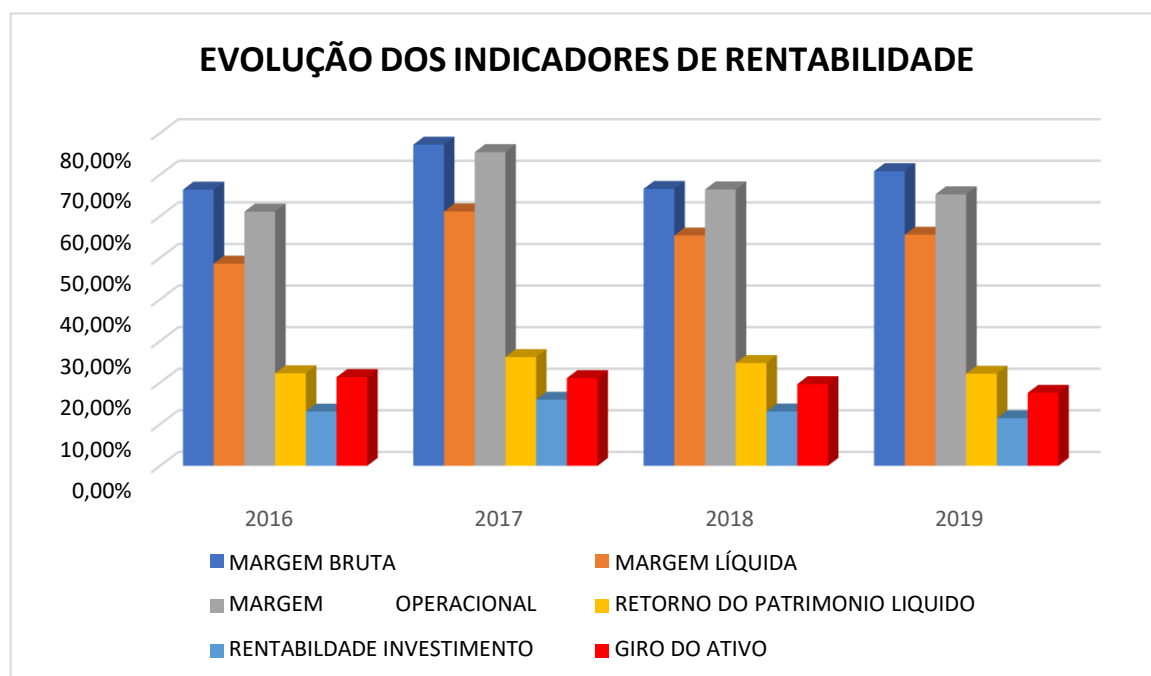
	2019	2018	2017	2016
Receita Bruta	377.289	312.694	237.760	151.938
Deduções e Abatimentos	(-209.756)	(-170.574)	(-120.835)	(-67.439)
Receita Operacional Líquida	167.533	142.120	116.925	84.490
Receita de Juros	6.314	4.569	3.940	2.619
Outros ganhos, líquidos	19.689	16.714	20.140	3.594

Despesas de vendas e marketing	(-21.396)	(-24.233)	(-17.652)	(-12.136)
Despesas gerais e administrativas	(-53.446)	(-41.522)	(-33.051)	(-22.459)
Lucro Bruto	118.694	97.648	90.302	56.117
Custos financeiros, líquidos	(-7.613)	(-4.669)	(-2.908)	(-1.955)
Participação de (perda)/ Lucro de associados e Joint Ventures	(-1.681)	1.487	821	(-2.522)
Lucro Antes do IR e CSSL	109.400	94.466	88.215	51.640
Despesa de imposto de renda	(-13.512)	(-14.482)	(-15.744)	(-10.193)
Lucro Líquido	95.888	79.984	72.471	41.447

Fonte: Tencent, 2019

A partir da DRE, foi possível constatar que o lucro líquido dessa companhia teve um crescimento de U\$54.441 bilhões de dólares do ano de 2016 ao ano de 2019.

GRÁFICO 1



FONTE: Os autores.

Com o gráfico elencado acima, é possível verificar a evolução na lucratividade que a companhia Tencent teve em relação às suas vendas no decorrer dos 4 anos que foram avaliados neste artigo.

QUADRO 3 – RENTABILIDADE

	2019	2018	2017	2016
MARGEM BRUTA	70,84%	66,59%	77,23%	66,41%
MARGEM LÍQUIDA	55,57%	55,38%	61,15%	48,63%
MARGEM OPERACIONAL	65,30%	66,46%	75,44%	61,11%
RETORNO DO PATRIMONIO LIQUIDO	22,16%	24,72%	26,15%	22,25%
RENTABILIDADE INVESTIMENTO	11,46%	13,05%	15,90%	13,04%
GIRO DO ATIVO	17,56%	19,64%	21,08%	21,34%

Fonte: Autores.

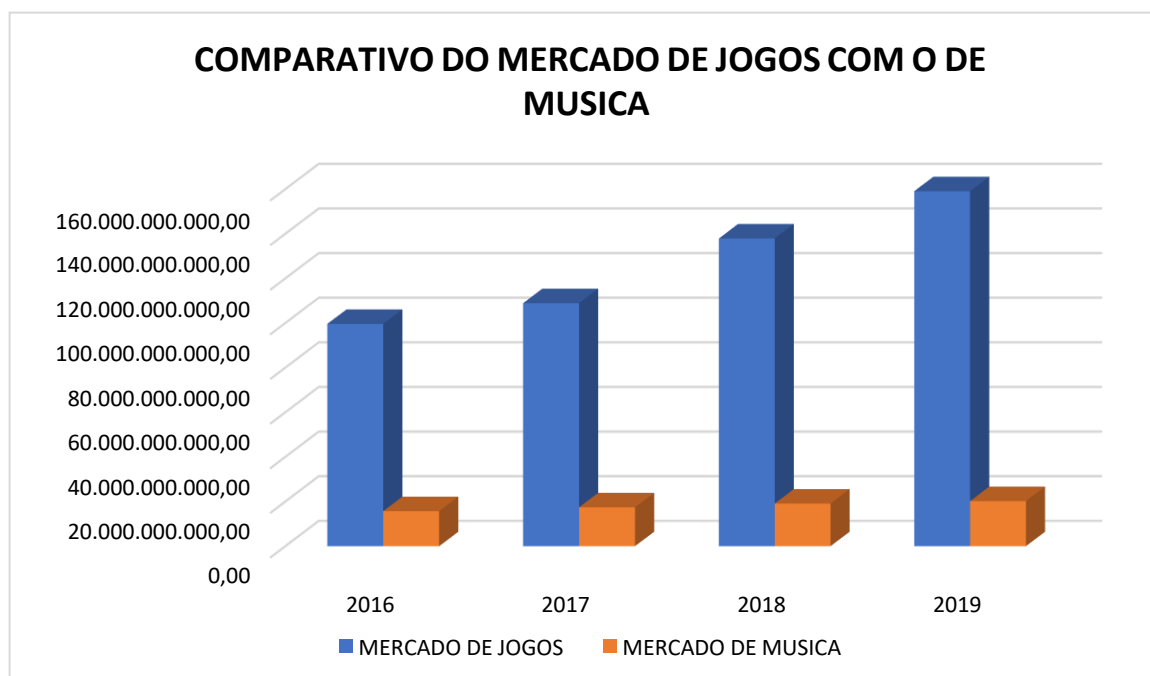
- **Margem Bruta:** o valor do índice do ano de 2016 até o ano de 2019 evidenciou uma média de crescimento de 70,26% e uma queda de 4,43%. A corporação, dessa forma, obteve retorno significativo sobre as vendas líquidas em relação ao lucro bruto, tendo em vista investimentos e crescimento. Ela, ainda, conseguiu manter a média de retorno chamativa e atraente para os investidores.
- **Margem Líquida:** demonstrou-se uma média nos índices de 2016 a 2019 equivalente a 55,18%, com crescimento de 6,94%. Esses dados configuram uma margem sólida, ao passo que se trata de valores líquidos sem a incidência das despesas.
- **Margem Operacional:** com média de 67,07% e com um crescimento de 4,19% entre os anos, a *Tencent* demonstra ser uma empresa versátil, evidenciando que os investimentos realizados em áreas que não são seu principal foco resultaram em retornos consideráveis.
- **Rentabilidade do Patrimônio Líquido:** essa companhia obteve, em 2017, um retorno sobre o patrimônio líquido de 26,15%, a maior taxa entre os anos, e manteve uma média

de 23,82%. Considerando o crescimento do patrimônio líquido entre os anos, o retorno obtido por essa instituição é rentável.

- **Rentabilidade Investimento:** o ganho financeiro do investimento, em média, foi de 13,36%, tendo como avaliação o lucro operacional, sem incidência das despesas com o valor total do ativo.
- **Giro do Ativo:** a margem obtida nesse índice foi significativa, haja vista que são as vendas líquidas sobre o ativo total. Nesse quesito, a *Tencent* apresentou 19,90% de média de retorno entre os anos considerados na análise, o que pode ser entendido como um valor rentável.

Em decorrência dos dados apresentados, é possível fazer uma breve comparação entre o mercado de música e o de jogos. À vista disso, a indústria musical, de acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), em 2019, rendeu um faturamento anual de US\$ 20,2 bilhões de dólares, enquanto a de games apresentou US\$ 159,1 bilhões de dólares, conforme relatório emitido pela SuperData.

GRÁFICO 2



FONTE: Os autores.

Com a ajuda dos relatórios emitidos pela Newzoo nos anos de 2016 a 2019, é possível observar acentuada discrepância entre os retornos do mercado de jogos e o musical. É possível

observar que o primeiro conseguiu ultrapassar a casa dos U\$100 bilhões de dólares com bastante facilidade, enquanto segundo continua detendo uma receita inferior a U\$50 bilhões de dólares.

Mesmo que esses mercados tenham focos diferentes, ultimamente eles têm se “interligado”. Um exemplo disso foi a criação de um grupo de *K-pop* (Korean Music Pop), o qual foi denominado de *K/DA*, no jogo *LoL* em 2018. A estreia do *K/DA* aconteceu na abertura da final do mundial de *LoL* do mesmo ano, em que foi liberado, ao mesmo tempo em que esse evento aconteceu, um *MV* (Music Vídeo) na plataforma digital de música *YouTube*. Dessa forma, esse fato tornou esse grupo musical virtual um dos primeiros dessa área no ramo de jogos virtuais. Isso fez com que diversas corporações de jogos investissem na criação de grupos musicais para os seus games, como exemplo o *Free Fire* que, no início de 2020, também lançou um conjunto de música virtual denominado como *T.R.A.P.*

A partir dessas considerações, é possível afirmar que embora o mercado de games ainda seja pouco explorado e conhecido, ele apresenta grandes receitas. Ainda mais, ele se mostra em crescimento contínuo, demonstrando nessa pequena comparação um resultado cerca de 6 (seis) vezes superior ao obtido pela indústria musical.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi apresentada, de forma sistemática, a história geral dos jogos virtuais e a sua evolução. Nele se buscou demonstrar que o mercado de jogos tem tido nos últimos anos um retorno considerável para as empresas, sendo que, para esses cálculos, foram utilizados os dados financeiros da empresa *Tencent Holdings*. Durante sua execução, este artigo encontrou algumas dificuldades, sobretudo a falta de informações sobre o setor de música e o de jogos no Brasil.

Ademais, pelos dados analisados, faz-se possível afirmar que há muito tempo jogar videogame deixou de ser brincadeira de criança, uma vez que, com números impressionantes, este mercado foi amplamente utilizado por indivíduos das demais classes etárias, sendo que, assim, o universo dos games é promissor e oferece interessantes oportunidades de negócio. Dessa maneira, pôde-se chegar à conclusão de que o objetivo do trabalho foi atingido, demonstrando esse é um dos mais rentáveis e promissores mercados atualmente, de modo que é possível investir tanto em pequenas empresas desse setor, como as start-ups, quanto naquelas que possuem capital aberto.

Finalmente, recomenda-se a realização de pesquisas envolvendo o mercado de jogos e a sua evolução, haja vista que os números quanto à receita estão acima de U\$100 bilhões de dólares. Isso, pois, evidencia que é possível um investidor ter um retorno satisfatório, uma vez que esse mercado já demonstrou ser um dos mais rentáveis ultimamente.

REFERÊNCIAS

19º PESQUISA GLOBAL DE ENTRETENIMENTO E MÍDIA 2018-2022. PwC Brasil. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/outlook-18.html>. Acesso em: 05 ago. 2020.

2019 YEAR IN REVIEW DIGITAL GAMES AND INTERACTIVE MEDIA. SuperData, A Nielsen Company. 2020. Disponível em: <https://www.superdataresearch.com/reports/2019-year-in-review>. Acesso em: 28 set. 2020.

ARAUJO, Patricia. **MERCADO FONOGRÁFICO MUNDIAL E BRASILEIRO EM 2017**. Inglaterra: McT, 2018. Disponível em: <http://mct.mus.br/tag/global-music-report/>. Acesso em: 25 nov. 2020.

ARAUJO, Patricia. **IFPI Global Music Report: Os números da música em 2018**. Inglaterra: McT, 2019. Disponível em: <https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-2019/?fbclid=IwAR2wgmd3Z3r7TJgDId-z3vfpcz8Yb5y9BobLErNywJ42sBP5bNngKyIges>. Acesso em: 25 nov. 2020

ARAUJO, Patricia. **IFPI diz que Indústria da música fechou 2019 com receita de US\$20,2 bilhões**. Inglaterra: McT, 2020. Disponível em: <https://gmr.ifpi.org/>. Acesso em: 25 nov. 2020.

ASSIS, Roger Arantes de; MARTINS, Pablo Luiz; MARTINS, Caroline Mirã Fontes; NETA, Maria do Carmo Santos; BORBA, Erika Loureiro. **Índices de rentabilidade: um estudo de caso sobre o mercado de transporte de cargas em Campo Belo - MG**. 2016. 16 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário de Lavras, Lavras, 2016. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/30724346.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2020.

BARROSO, Guilherme Andrade. **O Mercado Bilionário Dos E-Sports: Mais Do Que Apenas Jogos, Negócios**. Consulting Club. Disponível em: <https://www.consultingclub.com.br/post/o-mercado-bilionario-dos-e-sports-mais-do-que-apanas-jogos-negocios>. Acesso em: 28 set. 2020.

BECHARA, Alberto Dutra. **Mercado de esports: análise de partes envolvidas, desenvolvimento do cenário, modelos de negócios, fontes de receita e novas oportunidades**. 2019. 68 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em:

<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/12745/1/TCC%20ALBERTO%20DUTRA%20BECHARA.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2020.

BRAZIL GAMES MARKET 2018. Newzoo. 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/infographics/brazil-games-market-2018/>. Acesso em: 01 ago. 2020.

Conheça a tencent, a chinesa que é uma das quatro maiores empresas de internet do mundo. StartSe. Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/ecossistema/china/conheca-tencent-chinesa-que-e-uma-das-quatro-maiores-empresas-de-internet-do-mundo>. Acesso em: 28 out. 2020.

IFPI emite relatório global de música anual. IFPI representing the recording industry worldwide. Disponível em: <https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report/>. Acesso em: 20 Nov. 2020.

KENT, Steven L. **The ultimate history of videogames:** from Pong to Pokemon – the story behind the craze that touched our lives and changed the world. New York: Three River Pressa, 2001. Acesso em: 26 out. 2020

MOST DOWNLOADED MOBILE GAMES THAT THE WORLD PREFERRED THIS

MARCH 2020. Juego Studios. Disponível em: <https://www.juegostudio.com/blog/most-downloaded-mobile-games-march-2020>. Acesso em: 06 ago. 2020.

MOST POPULAR CORE PC GAMES | global. Newzoo. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-core-pc-games/>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Newzoo global Games Market report 2019|Version Light. Site Newzoo. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2019-light-version/>. Acesso em: 25 Nov. 2020.

Newzoo global Games Market report 2018|Version Light. Site Newzoo. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2018-light-version/>. Acesso em: 25 Nov. 2020.

Newzoo global Games Market report 2017|Version Light. Site Newzoo. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2017-light-version/>. Acesso em: 25 nov. 2020.

NISHI, Yutaro. **O mercado de esportes eletrônicos: eficiência alocativa e o caso do league of legends.** 2018. 27 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018. Disponível em: https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/1775/1/MONOGRAFIA_%20MercadoEsportesEletr%C3%B4nicos.pdf. Acesso em: 28 set. 2020.

PADOVEZE, C.L; BENEDICTO, G.C. **Análise de Demonstrações Financeiras**. São Paulo:Pioneira Thomson Learning, 2004. Acesso em: 14 nov. 2020.

PEREIRA, Leonardo Tórtoro. **Introdução aos jogos digitais**. Em fase de elaboração. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4110973/mod_resource/content/1/apostila-de-jogos.pdf. Acesso em: 31 jul. 2020.

PRATA, Dori. **Tencent se torna a maior empresa de games do planeta**. São Paulo: Meiobit, 2013. Disponível em: <https://tecnoblog.net/meiobit/281477/tencent-se-torna-maior-empresa-de-games-planeta/>. Acesso em: 26 nov. 2020.

RAMALHO, John Eric; SIMÃO, Fábio; PAULO, Andrea Barbosa Delfini. **Aprendizagem por meio de jogos digitais: um estudo de caso do jogo animal crossing**. 2014. 13 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pedagogia, Centro Universitário Uniopet, Curitiba, 2014. Disponível em: <http://www.opet.com.br/faculdade/revista-pedagogia/pdf/n8/artigo-4.pdf>. Acesso em: 26jul. 2020.

SILVA, Giselle Damasceno da. **Índices financeiros e lucratividade - um estudo dos índicesde rentabilidade**. 2007. 15 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, UniversidadeFederal do Pará, Belém, 2007. Disponível em: <http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/03/Giselle-Damasceno-da-Silva-Índices-Financeiros-e-Lucratividade-Um-Estudo-dos-Índices-de-Rentabilidade.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2020.

TENCENT HOLDINGS LIMITED (China). **2019 Annual Report**. Hong Kong: Tencent Holdings Limited, 2019. Disponível em: [https://static.www.tencent.com/uploads/2020/04/02/ed18b0a8465d8bb733e338a1abe76b73.p df](https://static.www.tencent.com/uploads/2020/04/02/ed18b0a8465d8bb733e338a1abe76b73.pdf). Acesso em: 04 nov. 2020.

TENCENT HOLDINGS LIMITED (China). **2017 Annual Report**. Hong Kong: Tencent Holdings Limited, 2019. Disponível em: <https://static.www.tencent.com/storage/uploads/2019/11/09/cdb07cc0cb662de41d86d18a5180ecee.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2020.

THE WORLD'S 2.7 BILLION GAMERS WILL SPEND \$159.3 BILLION ON GAMES

IN 2020. The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. Newzoo. 2020. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>. Acesso em: 16 set. 2020.

Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo, SP: Atlas. Acesso em: 17 dez. 2020.

