Diversão vira negócio e lidera mercado de games no país

Comandante da Hoplon Infotainment, Tarqüinio Teles buscou investidores por cerca de quatro anos

Marcelo Ribeiro
mribeiro@brasileconomico.com.br

Há doze anos, quatro amigos decidiram transformar em negócios a diversão e o entretenimento que encontravam jogando vídeo game durante o período em que cursaram a faculdade. Começava a nascer ali a Hoplon Infotainment, maior desenvolvedora desses jogos no Brasil, que atualmente tem apenas Tarqüinio Teles, um dos fundadores, no comando.

Teles, que é engenheiro de produção civil, conta que ainda na graduação se reunia com os amigos para se divertir com games e RPG, atividades que ainda não eram populares na época. Foi a partir daí que o grupo de universitários decidiu iniciar o projeto de criação e produção de um vídeo game. A vontade de abrir um negócio para desenvolver jogos digitais se estendeu por mais de cinco anos. O processo de amadurecimento se deu em um cenário adverso, já que na época não havia nenhuma empresa que desempenhava a atividade no Brasil.

Sem fontes de inspiração no país, Teles percebia a grandiosidade do negócio, enquanto costumava jogar o EverQuest, um dos primeiros games online a chegar no Brasil. "Na época, estávamos acostumados a jogar com tecnologias diferentes. Quando conhecemos o EverQuest, vimos que as funções eram muito mais desenvolvidas e dinâmicas. Era exatamente a fonte de inspiração que precisávamos para começar o nosso empreendimento", lembra.

Colorido

No ano 2000, a ideia de produzir um jogo do universo do RPG que fosse colorido, com cenas animadas em 3D já estava consolidada. Além disso, o engenheiro queria oferecer um produto, "que fosse possível controlar apenas com o mouse, sem a necessidade de decorar uma lista de comandos".

Quando iniciou o desenvolvimento do projeto, as dificuldades começaram a surgir em função da inexistência de uma indústria de games no país. Teve início, então, o processo de busca por investidores, que durou mais de quatro anos. "Como os investidores não enxergavam a possibilidade de ganhos no segmento de jogos, era muito difícil conquistar a confiança deles. Esse foi o meu primeiro grande desafio como empreendedor".

Divulgação

Nova versão do game que trouxe para a Hoplon a possibilidade de se desenvolver no mercado brasileiro

Divulgação

Tarqüinio Teles
Fundador da Hoplon Infotainment

"Estudamos e criamos o nosso jogo para os mais diversos perfis de jogadores, com o objetivo de conectá-los em torno do entretenimento interativo digital"

Em 2004, o IDEE Tecnologia, um fundo de investimento voltado às startups da área tecnológica, demonstrou interesse pela empresa. Quatro anos após sua fundação, a Hoplon iniciou a sua incursão no empreendedorismo com o Taikodom, um jogo de massa online, conhecido pela sigla inglesa MMOG (Massive Multiplayer Online Game).

Ainda assim, o sucesso não estava garantido. A necessidade de estabelecer infraestrutura avançada e multiplicar a equipe foi o segundo obstáculo superado pela Hoplon. "Estudamos e passamos mais quatro anos criando o Taikidom. O jogo é feito para os mais diversos perfis com o objetivo de conectá-los em torno do entretenimento interativo digital", avalia Teles. Para atingir um público diversificado, a Hoplon oferece o produto com o menor número de barreiras possíveis, alinhando-se à tendência mundial do mercado de games.

Capacitação

Outra dificuldade superada foi a incorporação de novos funcionários capacitados para o projeto. "Antes do Taikodom, já tinha trabalhado em outro projetos, mas ele demandava muito tempo, impossibilitando que eu tivesse uma equipe reduzida." Atualmente, a Hoplon oferece dois jogos. Com mais de quatro anos de atuação, o número pode parecer pequeno, mas não para quem conhece o nível de complexidade dos produtos.

Na sequência Taikodom e Taikodom — LivingUniverse, o IDEE Tecnologia já investiu R$ 45 milhões. "A qualidade é o diferencial do produto em relação aos outros games nacionais. Ainda estamos esperando o retorno financeiro do investimento, que deve acontecer em três anos", prevê o empreendedor.

Para o presidente da Hoplon, as principais características que propiciaram o sucesso da empresa são sua facilidade de estabelecer uma boa rede de relacionamentos e o empenho em estar sempre por dentro de todos os assuntos que tenham alguma ligação com o tema dos games.

"Outro fator determinante para o êxito do Taikidom foi que a idealização do jogo buscou encontrar um perfil de jogador, saber dos seus gostos para ter um público mais variado. Reuni características de pessoas diferentes, que tornaram um jogo mais interessante". Entre as dificuldades superadas nessa trajetória, Teles destaca a escolha dos sócios. "Antes de abrir um negócio com os amigos, o empreendedor tem que estar seguro de que existe compatibilidade". ■

JOGO DA INOVAÇÃO

A Hoplon Infotainment em números

IDADE	8 anos
PRODUTOS	2 jogos digitais
FATURAMENTO	R$ 45 milhões
FUNCIONÁRIOS	125
Retorno financeiro até 2014	

Fonte: empresa

Com parceria, próximo passo será o de exportar jogos

Maior desenvolvedora de jogos do país fechou contrato bilateral com líder de publicação digital

Por meio de uma parceria com a GamersFirst — líder ocidental em publicação de jogos online gratuitos —, a Hoplon Infotainment vai publicar no Brasil títulos desenvolvidos no exterior. Paralelamente, acontece o lançamento da nova fase do Taikodom: Living Universe, seu jogo de massa online. Além disso, o grupo deve iniciar o desenvolvimento de títulos para o PlayStation 3, que devem ser lançados a partir do segundo semestre de 2012.

"Nossa primeira intenção era distribuir Taikodom: Living Universe no exterior. Essa iniciativa aproximou as duas empresas e acabamos por fechar um acordo bilateral", explica Tarqüinio Teles, presidente da Hoplon Infotainment. Nesta parceria, a Hoplon vai oferecer para os clientes da GamersFirst o atendimento de suporte em português, além de servidores em território nacional para os games publicados através da aliança.

Para Teles, o principal objetivo dos próximos anos é expandir a empresa para o mercado externo, primeiramente para países da América Latina. "É importante que os empreendedores tenham ambição internacional. As empresas não podem ficar satisfeitas com a participação no mercado interno. É importante encarar a concorrência no exterior".

De acordo com Guilherme Loureiro, gerente de publicação da Hoplon, a nova fase reflete a mudança na filosofia de trabalho da empresa. "Estamos focados não apenas em buscar novos games que agradarão aos brasileiros, mas também novas frentes de negócios que ajudarão na captação, retenção, monetização e fidelização de nossos games e que poderão virar serviços e produtos de prateleira para estender a outros desenvolvedores", diz. Em 2012, a Hoplon fechou parceria com a Crowdtest, especializada em gestão de qualidade, para disponibilizar vagas remuneradas para testadores de games. ■ **M.R.**

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 19 jun. 2012, Primeiro Caderno, p. 12.