

INFLUÊNCIA DAS NOTÍCIAS SOBRE PREMIAÇÕES E RESULTADOS NO RETORNO DAS EMPRESAS DE JOGOS ELETRÔNICOS

INFLUENCE OF NEWS ON AWARDS AND RESULTS ON THE RETURN OF ELECTRONIC GAME COMPANIES

THOMAZ ANTUNES DOS SANTOS

Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO)
E-mail: thomazads94@hotmail.com

FLÁVIO RIBEIRO

Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO)
E-mail: flavioribeiro@unicentro.br

RESUMO

A pesquisa teve como objetivo analisar a influência das notícias sobre premiações e resultados no valor de mercado das empresas do segmento de jogos, no período de 2010 a 2017. A amostra do estudo é representada por trinta e três notícias coletadas a partir de *sites* especializados, divididas em três empresas do segmento de jogos eletrônicos, *Electronic Arts*, *Konami* e *Capcom*. A técnica de análise empregada foi estudo de eventos, por meio da constituição de uma janela de observação de dez dias. A partir da técnica foram identificados os retornos anormais decorrente dos eventos. Os resultados encontrados demonstraram que as notícias sobre premiações e resultados influenciaram significativamente o valor de mercado das companhias, porém, essa informação pode apresentar retornos anormais positivos ou negativos em decorrência da expectativa do mercado frente aquela empresa. Além disso, em alguns casos específicos, notou-se que os retornos anormais significativos ocorreram de forma anterior a divulgação das notícias o que pode sugerir indícios de vazamento de informação.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos; Eventos; Notícias; Premiações.

ABSTRACT

The research had the objective of analyzing the influence of news about awards and results on the market value of companies in the gaming segment in the period from 2010 to 2017. The study sample is represented by thirty-three news items collected from specialized websites, divided in three companies of the segment of electronic games, *Electronic Arts*, *Konami* and *Capcom*. As an analysis technique, the study of events is done by means of the constitution of a window of observation of ten days. From the technique were identified the abnormal returns resulting from the events. The results show that the news about awards and results significantly influence the market value of the companies, however, this information may present abnormal returns positive or negative as a result of the market expectation of that company. In addition, in some specific cases, it was noted that the significant abnormal returns occurred prior to the disclosure of the news, which may suggest signs of information leakage.

Keywords: Electronic games; Events; News; Awards.

1 INTRODUÇÃO

A história do mercado de jogos eletrônicos confunde-se com a história propriamente dita de algumas empresas deste setor. Empresas estas, que participaram não somente da criação, desenvolvimento dos jogos eletrônicos, mas que tiveram uma atuação significativa quanto à evolução dos jogos, à definição e solidificação de um mercado próprio com a devida profissionalização de seus participantes e à manutenção de patamares cada vez mais competitivos em relação aos produtos comercializados no âmbito do entretenimento (LOBO; VERDI; ELIAS; 2015).

Esportes eletrônicos tornaram-se muitos conhecidos mundialmente e rendem milhões aos jogadores: campeonatos de *e-sports* ganham progressivamente mais admiradores e concedem recompensas milionárias. No ano de 2015, mais de R\$ 62 milhões foram pagos aos *cyber-atletas*, a maior premiação da história desse tipo de evento (CORREIOBRAZILIENSE, 2015).

Portanto, pode-se admitir, que “a indústria de jogos eletrônicos vem crescendo em importância econômica no cenário mundial” (PERUCIA; BALESTRIN; VERSCHROONE, 2011, p. 64). De acordo com Del Aguila (2007), as indústrias dos jogos crescem de forma expressiva, os motivos para esse crescimento são as mudanças no desenvolvimento dos *games* que recebem investimentos, sendo bastante influenciados pelos meios de comunicação.

Estudiosos de algumas universidades retratam que os jogos eletrônicos podem apresentar benefícios à saúde. Segundo Kenski (2000, p. 67) os jogos “[...] ajudariam a treinar agilidade no raciocínio e nos reflexos”. Souza (2006) reforça o auxílio dos jogos em relação à saúde, colocando que, vários estudos mostram que o *videogame* ativa e exercita as áreas do cérebro, se comparadas a outras atividades.

No Brasil, os eventos eletrônicos esportivos também têm se destacado. De acordo com pesquisa realizada em 2013, e publicada no II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, destaca que o setor está em plena expansão, crescendo por volta de 14% ao ano. Mais de 2,7 mil empresas do setor de eventos participaram da pesquisa. O resultado revela que esse segmento movimentou R\$ 209,2 bilhões em 2013, o que representa uma participação do setor de 4,32% do PIB do Brasil (SEBRAE, 2016).

Marcelo Tavares, CEO da Brasil Game Show (BGS), maior feira de jogos eletrônicos da América Latina, acredita que o sucesso do segmento de *e-sports* em países como China e EUA pode chegar ao Brasil. Na BGS, por exemplo, esse é um dos segmentos que vêm recebendo grande destaque. Pode-se observar isso com os números da Brasil Game Cup

(BGC), que teve sua primeira edição em 2014, reuniu oito times, alguns internacionais, e contou com aproximadamente 800 mil pessoas assistindo às competições via *internet*, além do público presente na feira, de mais de 250 mil pessoas (CORREIO BRAZILIENSE, 2015).

Perceptivelmente, o mercado de jogos *on-line* vem crescendo consideravelmente. Isso implica em aumento de investimentos em competições com o objetivo de conquistar mais usuários e, conseqüentemente, maior retorno para as empresas deste setor. Portanto, é possível admitir que a divulgação de notícias a respeito das empresas de *games* pode repercutir diretamente no valor de mercado das mesmas.

Estudos que abordam a influência de notícias no retorno de ações não é algo tão recente, principalmente quando trata-se de estudos de eventos. Conforme Mackinlay (1997) a metodologia do estudo de eventos é bastante antiga e vem, ao longo do tempo, sendo sofisticada. Dentre as modificações, destaca-se o processo de separação dos eventos, ou seja, verificar o impacto marginal de um tipo de evento na oscilação dos preços dos títulos para períodos em que há mais de um evento no mercado.

No Brasil, pesquisas utilizaram a metodologia de estudos de eventos para explicar o comportamento dos preços dos títulos diante da divulgação de informações públicas. Destaca-se Schiehl (1996) que, por meio das divulgações trimestrais e anuais dos resultados contábeis, procurou analisar os efeitos destes eventos nos preços das ações de 90 empresas negociadas na Bolsa de São Paulo. Os resultados indicam que o evento é capaz de influenciar o processo de precificação das ações.

As notícias podem ser classificadas por seu impacto positivo ou negativo, ou seja, se são notícias boas ou ruins. Tal classificação também pode ocasionar diferentes correlações com as ações negociadas pelas empresas, dependendo do tipo de notícia. Veronesi (1999) investigou a correlação entre notícias boas e ruins com a volatilidade das ações, fundamentado na ideia de que a incerteza dos investidores sobre fatores importantes que afetam a economia podem impactar a volatilidade das ações, quando notícias boas são divulgadas em momentos ruins e vice-versa.

Notoriamente, há vários estudos internacionais e nacionais que buscam averiguar o impacto de notícias sobre o valor de mercado das organizações. Porém, ainda não foram encontrados estudos que discutissem especificamente o setor Jogos Eletrônicos. Portanto, diante dessa possibilidade ímpar de pesquisa, este estudo tem como objetivo analisar a influência das notícias sobre premiações e resultados no valor de mercado das empresas do segmento de jogos no período de 2010 a 2017.

O presente estudo consiste em aprofundar a pesquisa nas metodologias de contabilidade financeira, buscando a formação de novos profissionais aptos a participar deste novo mercado. Conhecer, desenvolver e aplicar ferramentas de contabilidade financeira permite contribuir com os profissionais que atuam nesta área, com as empresas e a sociedade interessada na temática.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a intenção de alcançar os objetivos deste estudo, se faz necessário à criação de uma base teórica, para a estruturação da pesquisa, sendo abordados a hipótese de mercados eficientes, na sequência foi discutida a influência da informação contábil no mercado acionário, por fim, o estudo abordou a metodologia de estudos de eventos, bem com, o setor de jogos eletrônicos.

2.1 Hipótese de mercados eficientes

A Hipótese de Mercado Eficiente (HEM) é derivada das finanças das empresas, auxiliando na eficiência em relação à informação. A sua origem remonta aos estudos realizados na década de 1960, quando a ideia do comportamento aleatório dos preços passou a ser desenvolvida e a sua evolução empírica e teórica ocorreu neste século. Nos anos 1960, foi formalizada e traduzida matematicamente em modelos econômicos. A partir daí, os economistas desenvolveram o pensamento de que não havia nenhum padrão nos preços históricos, ou seja, estes não eram úteis para prever mudanças futuras. A HEM teve o seu desenvolvimento atrelado ao modelo Martingale e, de forma mais específica, ao seu parente próximo, o modelo do *Random Walk* (CERETTA, 2001).

Segundo Jensen (1978), a HEM tornou-se utilizável quando o interesse por ela foi revivido no final dos anos 1950 e início dos anos 1960, aparecendo sob o nome de *Random Walk Theory*, na literatura de Finanças, e de “Teoria das Expectativas Racionais”, no *mainstream* da literatura de Economia. Segundo Kaene (1985), a HEM é denominada como um subconjunto de um amplo conceito da teoria econômica, a Hipótese das Expectativas Racionais.

Hipótese de Mercado Eficiente é muito estudada na área da Moderna Teoria de Finanças. Nesta hipótese acredita-se que os preços das ações estão sempre refletindo todas as

informações que estão disponíveis aos investidores, logo, não há a possibilidade de traçar uma estratégia vencedora para superar o mercado, quaisquer ganhos ou perdas são meramente aleatórios.

De acordo com Fama (1991), os investidores não poderiam comprar ações, esperando que dentro de um determinado tempo pudessem obter estratégias que lhes proporcionassem um retorno extraordinário. Sousa (2011) ressalta que o mercado eficiente defende que não há como prever os retornos das ações, pois os seus preços são dados de forma eficiente por meio das expectativas racionais dos investidores.

Pode ser considerado um Mercado Eficiente (ME), aquele em que os preços mostram as informações que estão disponíveis e demonstram grande sensibilidade a novos dados, sendo ajustado rapidamente a outros ambientes (ASSAF NETO, 2000). Assaf Neto (2000) afirma que o conceito atribuído a eficiência do mercado, não deve ser relacionado a preços que são exatamente iguais aos seus valores reais, como uma regra.

A HEM, na sua forma fraca, indica que o mercado incorpora completamente as informações sobre os preços passados dos títulos. Ou seja, retornos anormais não podem ser obtidos baseados nas expectativas de que os preços passados são bons sinalizadores dos preços futuros. Segundo Fama (1970), o pressuposto fundamental dessa forma de eficiência é o de que os retornos esperados em condições de equilíbrio são formados a partir do conjunto de informações disponíveis, que estão completamente refletidos nos preços. Isso exclui a possibilidade de existirem estratégias de negociação baseadas simplesmente em informações passadas que promovam ganhos anormais ou retornos que excedam os de equilíbrio.

A HEM, na sua forma semiforte, indica que os preços refletem não apenas o histórico do comportamento de preços, como também todas as informações disponíveis publicamente. Nenhum investidor consegue obter retornos extraordinários baseado em informações públicas, pois os preços se ajustam rapidamente às novas informações divulgadas (FAMA, 1970). Segundo French e Roll (1986), informações públicas são aquelas que se tornam conhecidas ao mesmo tempo que afetam os preços, ou seja, afetam os preços antes que alguém possa negociar com elas; enquanto as informações privadas são o oposto, impactam os preços somente por meio da negociação.

A HEM, na sua forma forte, indica que os preços refletem todas as informações existentes no mercado (históricas, públicas e privadas). Assim, um *insider*, de posse de informações privadas, não conseguiria auferir retornos extraordinários, pois o ajuste dos preços no mercado é instantâneo (FAMA, 1970).

Os estudos da forma forte são feitos com investidores que têm acesso a informações privadas, tais como fundos de pensão e seus administradores. Seus testes exigem a avaliação do acesso desses investidores a informações privadas pela mensuração de retornos anormais em mais de um período de tempo (FAMA, 1991).

Segundo Carneiro e Fontes (1997), em mercados de capitais eficientes na forma forte não existem estratégias de investimento com base no conjunto de informações que produzam rentabilidade extraordinária positiva, sendo bastante plausível afirmar que essa forma de eficiência não descreve de maneira real o comportamento do mercado de capitais, dado suas dificuldades de mensuração e evidências contraditórias.

As pesquisas empíricas no mercado de capitais têm encontrado suporte somente para duas formas: fraca e semiforte, enquanto a maioria dos estudos rejeita a versão da forma forte de eficiência do mercado. Fama (1970) ao estabelecer essas formas, já alegava que não tinha a pretensão de que seu modelo fosse uma descrição exata da realidade dada às evidências em contrário, principalmente para a forma forte.

Essas formas de eficiência seguem um critério de dominância. O nível semiforte exige que os requisitos da forma fraca sejam satisfeitos, assim como o nível forte requer que sejam atingidas as condições das formas: fraca e semiforte (MALUF FILHO, 1991).

Fama (1991) propôs outras denominações para as formas de eficiência. Ao invés dos testes de eficiência da forma fraca, sugeriu testes mais abrangentes, interessados na “previsibilidade de retornos passados”, com variáveis como dividendos anuais e taxas de juros. Ao invés dos testes da forma semiforte, de ajustamento de preços a anúncios públicos, propôs um título comum de “estudos de eventos”. E ao invés dos testes da forma forte, para verificar se investidores específicos têm informações que não estão refletidas nos preços do mercado, “testes de informação privada”.

2.2 Influência da informação contábil no mercado acionário

Os mercados acionários são fundamentais para o desenvolvimento econômico de um país, a contabilidade e às informações por ela geradas tem importância fundamental no mercado acionário, uma vez que a qualidade dessas informações está diretamente relacionada aos interesses das organizações e às suas decisões. De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999) a informação é importante, pois permite aos investidores manter em suas carteiras as opções que atendam às suas preferências quanto ao risco e ao retorno. Takamatsu, Lamounier e Colauto (2008) afirmam que o conhecimento de especificidades das empresas e do mercado

torna possível a elevação da eficiência e da rentabilidade das carteiras dos investidores no mercado financeiro.

Para Lopes (2002) estudos no mercado de capitais demonstraram que tanto o preço quanto o volume de negociações reagem à divulgação das informações contábeis. Esta relação entre o mercado de capitais e as demonstrações contábeis descrita nos trabalhos de Ball e Brown (1968) e Beaver (1968) abriram uma “nova era” no campo de pesquisas em contabilidade.

Yamamoto e Salotti (2006) afirmam ainda que, a partir de então, a literatura contábil passa a adotar a premissa de que a contabilidade fornece informações para o mercado de capitais, utilizando esse paradigma para investigar as relações entre a contabilidade e o preço das ações. Fama (1970) supõe que num cenário em que o mercado é eficiente as informações geradas pela contabilidade deveriam estar refletidas nos preços das ações, neste sentido, haveria uma forte relação entre as informações contábeis e o preço dos ativos no mercado, de forma que a alteração em uma variável contábil provocaria a variação dos preços das ações.

A contabilidade então é vista como uma maneira diferente para a alteração dos mecanismos de pesquisa e o estabelecimento de hipóteses e testes empíricos para verificação do real comportamento dos agentes econômicos em face da informação contábil (LOPES, 2002). Outro aspecto que relaciona a contabilidade com o mercado de ações, segundo Assaf Neto (2000), é que esse mercado contempla as operações financeiras de médios e longos prazos e de prazo indeterminado, como as operações com ações. Assim, é necessária a total análise contábil para que seja possível obter maior controle.

De acordo com Ball e Brown (1968), os preços das ações associadas aos relatórios financeiros devem prover evidência de que a informação refletida nesses relatórios é útil. Para encontrar essas evidências, avalia-se o conteúdo informacional e a tempestividade dos números contábeis. O conteúdo informativo do resultado é largamente estudado. Brown e Kennelly (1972) verificaram que as informações melhoram a habilidade preditiva do lucro por ação em 30% a 40%. Assim, essas informações permitem melhor acompanhamento da situação presente e, conseqüentemente, melhor subsídio para formação de novas expectativas futuras.

2.3 Estudo de eventos

O estudo de eventos é a mensuração dos efeitos de um evento no valor de uma empresa. O estudo de eventos teve origem com Dolley, no ano de 1933, com a apresentação

de um estudo acerca das mudanças no preço nominal de ações, devido aos desmembramentos das ações. Assim nos anos 1930 e 1936, estudos acerca do estudo de eventos começam a surgir. Em 1968, Ball e Brown aprofundaram estudos sobre eventos, ao disporem informações sobre lucro nas empresas impactadas de forma positiva no mercado capital (SCHMIDT *et al.*, 2018).

Para Binder (1998), o estudo de evento vem sendo utilizado para duas razões principais: 1) testar a hipótese nula de que um mercado eficientemente incorpora informações e, 2) examinar o impacto de um certo evento na riqueza dos acionistas em uma determinada empresa, mantendo a hipótese de mercado referente a informação pública.

Campbell *et al.* (1998) ressaltam que o evento é um método que mede o efeito de um evento econômico no valor de uma empresa, esse método é eficaz, devido a função da hipótese, em função da racionalidade do mercado. O efeito de um evento reflete diretamente nos preços dos ativos.

2.4 Setor de jogos eletrônicos

O mercado dos jogos eletrônicos se tornou a maior indústria de entretenimento moderno, movimentando um alto faturamento para a indústria, se tornando um elemento comum na vida de jovens e adolescentes (SANTOS; VALE, 2006 *apud* BATISTA; QUINTÃO; LIMA, 2008).

Segundo Pinheiro (2006), desde os *pinballs* até os fliperamas a indústria teve grande expansão, durante as décadas de 1960 e 1970, os jogos eletrônicos estabelecem o seu formato. No ano de 1961, a *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) recebe um computador como doação da PDP-1. Esse computador tinha monitor de saída de dados, então o jovem Steve Russel resolveu produzir um jogo interativo. Assim, no ano de 1961 foi criado o primeiro jogo eletrônico *Spacewar*, que consistia em duas espaçonaves que tinham que uma destruir a outra, controlado por botões, as aeronaves lançavam foguetes.

Conforme Barboza e Silva (2014) o avanço tecnológico possibilitou mudanças na maneira de como consumimos o entretenimento. Pois desde a criação dos primeiros jogos eletrônicos, do ATARI, do *joystick* até os jogos atuais, como o Xbox e o Wii, os *games* evoluíram significativamente, recebendo constantes aperfeiçoamentos.

Os jogos originaram de uma indústria que têm alto faturamento e estão deixando de ser somente ferramentas para entretenimento, sendo inseridas também no campo educacional. No mercado mundial de *games*, o Brasil perde somente para os Estados Unidos que contam

com cerca de 157 milhões de jogadores ativos e o valor gasto pelos norte-americanos com os jogos eletrônicos é superior ao valor gasto pelos brasileiros. No ano de 2012, a indústria de *games* teve um faturamento de US\$ 21 milhões de dólares com horas em jogos eletrônicos, em console e PC, que representam 40%.

Os jogos eletrônicos são bastante populares e lucrativos, os *games* criados para consoles como Xbox, Wii e Playstation são os mais utilizados. Pinheiro (2006) afirma que a indústria dos jogos eletrônicos está ligada diretamente a indústria de entretenimento.

As características mais marcantes dos jogos é a capacidade de participação, pois nos jogos eletrônicos a interatividade proporciona a sensação de imersão pela forma com que o jogador se relaciona com o jogo eletrônico, em que a narrativa se encontra, tornando a experiência do jogo mais dinâmica e participativa (COUTO JUNIOR; FERREIRA, 2012).

Segundo Couto Junior e Ferreira (2012), nos jogos, principalmente de simulação, a sensação de pertencer ao ambiente é expressiva, visto que são utilizados recursos como sensores de movimentos, *joysticks* sem fio e outras, tornando a possibilidade de imersão, mais intensas. Assim sendo, os jogos eletrônicos são considerados uma obra dinâmica e pode ser alterada no decorrer da trama, apresentando inúmeras possibilidades criativas e de grande densidade.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada quanto aos objetivos é a pesquisa descritiva. Em relação aos procedimentos, destaca-se a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. No que se refere à abordagem a problemática de pesquisa a mesma é qualificada como quantitativa.

O processo de coleta de dados deu-se por meio das seguintes etapas:

i) inicialmente foram identificadas as empresas de jogos eletrônicos com ações negociadas em bolsas de valores, nessa etapa as empresas selecionadas foram *Electronic Arts*, *Konami* e *Capcom*;

ii) mapeou-se em *sites* especializados as notícias sobre premiações e resultados das empresas analisadas, atingindo um total de 35 notícias, conforme o Quadro 1;

iii) foram coletadas as cotações diárias das ações das empresas analisadas no período de janeiro de 2010 a maio de 2017, para a utilização da técnica de estudos de eventos.

Quadro 1 – Notícias coletadas sobre premiações e resultados

Empresas		Data de divulgação	Notícia
1	ELECTRONIC ARTS	1	FIFA Interactive World Cup to kick off on 1 November
2		2	Com FIFA 11, franquias chega à marca de 100 milhões de unidades vendidas.
3		3	FIWC hits new heights
4		4	FIFA 12 ganha data de lançamento
5		5	FIFA 13: primeiras informações sobre a mecânica e possível data de lançamento
6		6	Relive the FIWC12 Grand Final
7		7	Who Won the FIFA Interactive World Cup 2013?
8		8	Fifa 14 ganha data de lançamento e lista bônus de pré-venda
9		9	Fifa 15 será lançado no Brasil com atraso e terá mesmo preço para PS3 e PS4
10		10	Rosenmeier the best in Brazil
11		11	Resilience and resolve marked Munich moment
12		12	Pré-venda de FIFA 16 já tem data e preços definidos no Brasil
13		13	Fifa 17 é anunciado e ganha preço e data de lançamento
14		14	Al-Bacha first ever dual-console FIWC Champion
15		15	Detalhes da data de lançamento do FIFA 18 - 29 de setembro de 2017 no mundo todo
16		16	GORILLA wins England second FIWC gold
17	KONAMI	1	Konami antecipa lançamento de PES 2013 no Brasil e provoca rival Fifa
18		2	'Pro Evolution Soccer 2014' chega ao Brasil em 24 de setembro
19		3	PES 2015' virá com times brasileiros, mas sem nomes reais dos jogadores
20		4	PES 2014 World Finals
21		5	PES 2015 World Finals
22		6	'PES 2016' e 'Forza Motorsport 6' são principais lançamentos da semana
23		7	PES 2016 World Finals
24		8	'PES 2017' e 'Recore' são principais lançamentos da semana
25		9	PES 2017 World Finals
26		10	'PES 2018' é principal lançamento da semana; veja novidades
27	CAPCOM	1	Onsite qualifiers. Online events. Special invitations. Fan votes.
28		2	Ultra street fighter 4 ganhada data de lançamento no Brasil
29		3	The finale of the Capcom Pro Tour circuit is here.
30		4	Street fighter 5 ganha data de lançamento
31		5	Capcom Cup 2015 Results: Kazunoko Wins!
32		6	Capcom Cup 2016 Results: USA's Liquid NuckleDu is First Street Fighter 5 World Champion
33	7	Capcom Cup 2017 Results: RISE MenaRD from the Dominican Republic is Capcom Cup Champion	

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

As notícias foram tabuladas com o auxílio do software Microsoft Excel, evidenciando-se a data de divulgação da notícia. As citações também foram tabuladas, apresentando a data e preços diários dos títulos de cada organização. A partir dessa tabulação iniciou-se a etapa de análise, na qual, por meio das datas de divulgação das notícias contábeis foi identificada a janela do evento, com o propósito de verificar a existência de retornos anormais significativos em cada notícia.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Após a seleção da amostra, definiu-se a data zero (0), esta é definida a partir do evento anunciado no mercado e posteriormente foram determinadas as janelas dos eventos. O período antecedente ao evento é denominado de janela de estimação, cujo é utilizado para verificar a ocorrência de vazamento de informações antes do anúncio das notícias.

O período anterior e posterior ao anúncio do evento (Notícias) é chamado de janela de comparação, proporcionando verificar a reação do mercado em relação ao anúncio do evento, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 - Retornos dos eventos a partir da data (0)

Evento	ELETRONIC ARTS					KONAMI				CAPCOM			
	1	7	10	11	12	22	23	25	26	27	29	30	31
-10	-0,78	-0,24	-0,69	0,973	-3,00	0,253	1,059	-0,5	-0,9	0,698	-1,1	0,231	0,032
-9	0,42	-0,16	0,37	-1,36	-3,40	1,498	0,167	0,847	-0,16	-0,12	0,172	-0,47	0,449
-8	0,63	-4,80	0,633	0,17	-0,43	1,324	0,839	-0,06	-0,88	-0,73	-0,49	0,119	-0,66
-7	-0,92	-0,29	0,04	-0,13	3,22	-0,75	1,281	0,427	1,179	-0,44	-0,4	-0,09	-0,68
-6	0,07	-0,51	0,049	0,502	2,24	1,006	1,716	1,656	-0,96	0,253	-1,05	1,103	0,398
-5	-2,41	1,135	-1,17	0,552	0,001	0,931	0,598	0,787	-0,66	-0,56	-0,47	-0,91	-0,78
-4	0,23	-0,36	-0,53	-0,78	-0,44	-0,35	0,792	0,597	-0,03	0,908	2,61	-1,48	0,132
-3	0,12	-0,12	0,882	-0,02	-2,10	0,067	0,726	-0,87	-0,28	-0,26	1,266	0,518	0,394
-2	-0,31	0,694	-1,3	-1,52	2,04	-3,10	-0,3	0,655	-0,58	0,774	0,75	-0,45	1,451
-1	0,55	0,648	0,91	-3,00	-0,9	1,661	-0,23	0,202	0,037	-1,63	0,976	-0,42	-0,31
0	-0,04	0,517	-0,05	-3,4	-1,42	0,924	2,99	-1,2	-0,22	0,22	-0,51	0,268	-0,1
1	3,11	-0,16	-0,2	-4,33	1,98	-1,42	0,633	1,928	0,728	-0,38	1,009	-0,14	0,793
2	0,54	-0,89	-1,35	3,22	-0,98	-0,76	-1,32	1,363	-1,66	-0,07	-1,87	-1,16	1,222
3	0,32	-1,51	-0,2	2,24	0,465	-0,51	0,46	2,51	-1,11	0,289	0,246	4,34	-0,15
4	2,71	-0,23	0,747	0,001	0,485	0,049	-0,51	2,24	0,659	-0,86	0,475	0,73	-0,32
5	0,92	0,11	-0,57	-0,45	-0,17	1,169	-1,67	-1,26	-2,2	-0,16	-0,43	-1,09	0,489
6	-1,29	-0,53	-0,85	-2,1	0,76	0,466	0,993	0,326	0,111	-2,70	0,263	1,054	2,27
7	1,26	0,373	1,648	2,04	0,23	0,46	-0,79	0,369	0,891	0,847	-0,15	-0,17	-0,65
8	-0,4	-0,56	-2,00	-0,90	-0,24	0,09	0,711	0,464	-0,52	-0,36	0,252	0,136	-0,27
9	0,64	0,23	-2,10	-1,42	-1,11	0,604	0,795	0,962	-0,83	0,302	0,303	-0,62	0,869
10	0,39	-0,24	-0,53	1,98	-0,20	-1,3	0,399	-0,42	-0,16	0,226	0,062	0,213	0,803

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na Tabela 1, verificam-se os resultados apresentados dos eventos das três empresas de jogos eletrônicos analisadas. Em relação a *Electronic Arts*, pode-se observar que na data de 11/10/2010 cuja notícia era “*FIFA Interactive World Cup to kick off on 1 November*”, e no dia 04/09/2015 onde a notícia evidenciada era “Pré-venda de FIFA 16 já tem data e preços definidos no Brasil”, os retornos anormais apresentaram-se positivos e significativos de respectivamente 3,11% e 1,98% após a divulgação do evento. Indicando que os anúncios foram bem-vistos pelos acionistas repercutindo em um aumento no valor de mercado da companhia.

Nas datas de 20/05/2013, 29/09/2014 e 24/08/2015, onde as notícias foram respectivamente: “*Who Won the FIFA Interactive World Cup 2013?*”, “*Rosenmeier the best in Brazil*” e “*Resilience and resolve marked Munich moment*”, constatou-se retornos anormais negativos e significativos, em especial, nos dias 20/05/2013 e 24/08/2014, nos quais os retornos ocorreram de forma anterior a divulgação do evento, o que pode indicar indícios de vazamento de informações. Os retornos negativos sugerem que as notícias evidenciadas representaram resultados contrários aos esperados pelos investidores, convergindo em uma retração do valor de mercado da empresa.

Na empresa *Konami*, pode-se notar que os eventos significativos entre 14/09/2015 à 12/09/2017, corresponderam às notícias sobre importantes competições da empresa. Porém, observou-se a presença de retornos anormais negativos e significativos associado aos eventos; embora, pareça contraditório, uma explicação plausível estaria relacionada à expectativa dos investidores, ou seja, provavelmente os resultados apresentados pela organização foram aquém dos esperados pelos investidores, promovendo um efeito negativo no valor de mercado da instituição. Por outro lado, os eventos vinculados aos dias 27/05/2016 e 12/09/2016, apresentaram retornos anormais positivos significativos, indicando que as notícias anunciadas foram surpreendentes ao que os acionistas esperavam.

A *Capcom* registrou retornos anormais significativos positivos anteriores as datas das divulgações dos eventos, indicando possíveis indícios de ocorrência de vazamento de informações. Chama a atenção à concentração dos retornos anormais que compreendem o intervalo entre 0 dia da divulgação até +6 da divulgação. Isso faz pensar, com base, nas notícias analisadas que os acionistas percebem o comportamento do mercado e reagem de forma gradual ao momento de ocorrência do evento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo analisar a influência das notícias sobre premiações e resultados no valor de mercado das empresas do segmento de jogos, no período de 2010 a 2017. Para isso, foram coletadas, por meio de *sites* especializados, notícias acerca de premiações e resultados das empresas. A amostra do estudo é representada por trinta e três notícias divididas em três empresas do segmento de jogos eletrônicos, *Electronic Arts*, *Konami* e *Capcom*. Como técnica de análise foi empregada o estudo de eventos, por meio da constituição de uma janela de observação de dez dias.

Os resultados encontrados evidenciaram que as notícias sobre premiações e resultados influenciaram significativamente o valor de mercado das companhias, porém, tais informações provocaram retornos anormais positivos ou negativos em decorrência da expectativa do mercado frente aquela empresa.

Em alguns casos específicos notou-se que os retornos anormais significativos ocorreram de forma anterior a divulgação das notícias o que pode sugerir indícios de vazamento de informação.

Por último, destaca-se que os resultados encontrados nessa pesquisa, limitam-se empresas analisadas, bem como, a característica das notícias investigadas. Sugere-se para futuros estudos a análise de outros setores, bem como, a identificação da diferença entre as notícias para ações ordinárias e preferenciais.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico financeiro. São Paulo: Atlas, 2000.

BALL, R.; BROWN, P. An empirical evaluation of accounting income numbers. **Journal of Accounting Research**, v. 6, n. 2, p. 159-178, 1968. DOI: <https://doi.org/10.2307/2490232>.

BARBOZA, E.; SILVA, A. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame. In: 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014. **Anais ...**, Campo Grande-MS, 2014. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/eduardo.pdf>. Acesso em: 04 out 2020.

BATISTA, M. L. S.; QUINTÃO, P. L.; LIMA, S. M. B. Um estudo sobre a influência dos jogos eletrônicos sobre os usuários. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, n. 4, p. 2-11, 2008. Disponível em: <http://re.granbery.edu.br/artigos/MTM4.pdf>. Acesso em 02 dez 2020.

BINDER, J. The event study methodology since 1969. **Review of quantitative Finance and Accounting**, v. 11, n. 2, p. 111-137, 1998.

BROWN, P.; KENNELLY, J. W. The informational content of quarterly earnings: an extension and some further evidence. **The Journal of Business**, v. 45, n. 3, p. 403-415, 1972.

CAMPBELL, J. Y. *et al.* The econometrics of financial markets. **Macroeconomic Dynamics**, v. 2, n. 4, p. 559-562, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1365100598009092>.

CARNEIRO, J. B.; FONTES, N. D. Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing. **Revista Turismo em Análise**, v. 8, n. 1, p. 65-74, 1997. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v8i1p65-74>.

CORREIOBRAZILIENSE. **Esportes eletrônicos uma paixão mundial que rende milhões aos jogadores.** Distrito Federal, 13 ago. 2015. Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/08/13/interna_tecnologia_494534/esportes-eletronicos-uma-paixao-mundial-que-rende-milhoes-aos-jogador.shtml.

Acesso em: 05 dez 2020.

COUTO JUNIOR, D. R; FERREIRA, H. C. Jovens e narrativas digitais: pensando os outros da educação. **Contemporânea**, v. 10, n. 1, 2012. DOI: <https://doi.org/10.12957/contemporanea.2012.2968>.

DEL AGUILA, P. S. R. **Mercado de jogos.** Monografia: Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), 2007.

FAMA, E. F. Efficient Capital Markets: a review of theory and empirical work. **The Journal of Finance**, v. 25, n. 2, p. 383-417, 1970. DOI: <https://doi.org/10.2307/2325486>.

FAMA, E. F. Efficient capital markets: II. **The Journal of Finance**, v. 46, n. 5, p. 1575-1617, 1991. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1991.tb04636.x>.

FRENCH, K. R.; ROLL, R. S. Return variances: the arrival of information and the reaction of traders. **Journal of Financial Economics**, v. 17, n. 1, p. 5-26, 1986. DOI: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(86\)90004-8](https://doi.org/10.1016/0304-405X(86)90004-8).

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1999.

JENSEN, M. Some anomalous evidence regarding market efficiency. **Journal of Financial Economics**, v. 6, n. 2-3, p. 95-101, 1978. DOI: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(78\)90025-9](https://doi.org/10.1016/0304-405X(78)90025-9).

KAENE, S. M. Stock market efficiency. Oxford: Philip Allan Publishers Limited, 1985.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação.** 4 ed. Campinas: Papirus, 2007.

LOBO, C. Z.; VERDI, L. C. G.; ELIAS, P. C. Um estudo exploratório sobre o mercado de jogos eletrônicos no Brasil. **Revista Conteúdo**, v. 2, n. 1, 2012.

LOPES, A. B. **A informação contábil e o mercado de capitais.** São Paulo: Thomson, 2002.

MACKINLAY, A.C. Event studies in economics and finance. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n. 1, p. 13-39, 1997.

MALUF FILHO, J. A. Eficiência do mercado de opções da bolsa de valores de São Paulo. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 26, n. 3, p. 12-22, 1991.

SCHMIDT, P. *et al.* Impactos dos eventos da zelotes nos preços das ações das empresas brasileiras. *Revista de Administração FACES Journal*, v. 17, n. 2, p. 113-133, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2018V17N2ART5378>.

PERUCIA, A.; BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, C. Coordenação das atividades produtivas na indústria brasileira de jogos eletrônicos: hierarquia, mercado ou aliança? **Production**, v. 21, p. 64-75, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-65132010005000046>.

PINHEIRO, C. M. P. A história da utilização dos games como mídia. In: 4º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. **Anais ...** São Luis: Rede Alcar, 2006.

SCHIEHLL, E. **O efeito da divulgação das demonstrações financeiras no mercado de capitais brasileiro**: um estudo sobre a variação no preço das ações. 114 f. 1996. Dissertação (Mestrado em Administração), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 1996.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Estudo mostra a expansão da área de eventos no Brasil**. São Paulo, 2016.

SOUZA, J. R.. **Comportamento hipercultural associado ao hábito de jogar videogames comerciais e sua relação com os traços de personalidade sugeridos pelo sistema de facções da Série Divergente**: um estudo do impacto do engajamento em videogames sobre desempenho acadêmico e carreira de estudantes de Administração de Empresas. 2018.

TAKAMATSU, R. T.; LAMOUNIER, W. M.; COLAUTO, R. D. Impactos da divulgação de prejuízos nos retornos de ações de companhias participantes do Ibovespa. **Revista Universo Contábil**, v. 4, n. 1, p. 46-63, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.4270/ruc.20084>.

VERONESI, P. Stock market overreaction to bad news in good times: a rational expectations equilibrium model. **The Review of Financial Studies**, 1999.

VERONESI, P. Stock market overreactions to bad news in good times: a rational expectations equilibrium model. **The Review of Financial Studies**, v. 12, n. 5, p. 975-1007, 1999. DOI: <https://doi.org/10.1093/rfs/12.5.975>.

YAMAMOTO, M. M.; SALOTTI, B. M. **Informação Contábil**: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais. São Paulo: Atlas, 2006.