



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM JOGOS DIGITAIS: ANÁLISE DO CASO POKÉMON GO

Autores: CAIO CARVALHO VARGAS, SIMONE TIÊSSA DE JESUS ALVES, RENÊ RODRIGUES VELOSO

Introdução

O ambiente de atuação das empresas tem se tornado cada vez mais complexo, fazendo com que as mesmas tenham que acompanhar e responder às mudanças relativas a ele, no que se refere principalmente: ao desenvolvimento de novas e mais eficientes metodologias de gerenciamento; ao surgimento de novos mercados, através da criação de produtos e serviços inovadores; ao comportamento e preferências dos consumidores; aos ambientes econômico, político, legal e cultural (BARBOSA, 2009; SOMMERVILLE, 2011).

Nota-se maior preocupação, por parte das empresas, com o *feedback* gerado pelos seus clientes a respeito dos seus produtos e serviços. Esse *feedback* também é útil no aprimoramento do produto após o seu lançamento, principalmente no caso de *softwares* e aplicativos, que são constantemente atualizados para versões posteriores. A empresa que detiver o conhecimento a respeito das impressões dos seus clientes sobre seus produtos ou serviços, conseguirá melhor adequá-los às necessidades do seu público, promovendo maior satisfação para o cliente. As avaliações de clientes na internet, sobretudo as que são feitas nas próprias páginas das empresas, são uma forma de se obter esse *feedback*, já que constituem um canal direto de comunicação entre produtor e seus consumidores, e ainda podem influenciar outras pessoas na sua decisão de compra (SAMPSON, 1998; FU; et al., 2013).

Dada a relevância e transparência cada vez mais intensas nas relações cliente-empresa, por meio dos canais de comunicação virtuais, seguido do consequente poder de influência dos clientes por esses meios, seja positiva ou negativamente, bem como a importância do gerenciamento do *feedback* do consumidor para a avaliação dos jogos nas plataformas *mobile* e o alcance de novos jogadores, indaga-se: qual a relação entre o *feedback* dos usuários do jogo Pokémon GO e o processo de aprimoramento do produto?

Para discutir tal questão, visa-se, por meio deste estudo, compreender a relação entre as demandas dos usuários brasileiros do jogo *Pokémon GO*, expressas na forma de comentários por meio da plataforma *Play Store*, e o processo de atualização do aplicativo para novas versões. Especificamente, visa-se mapear as principais demandas relatadas pelos jogadores e as suas expectativas quanto ao futuro do jogo e identificar a percepção dos usuários quanto a evolução no desempenho do jogo ao longo do tempo.

As pesquisas de satisfação dos consumidores são talvez o tipo mais comum de pesquisas realizadas pelo *Marketing* das companhias. É frequente que se peça para que compradores avaliem a qualidade dos serviços ou produtos que consomem. Essa prática corrobora com o reconhecimento de que estar próximo dos clientes e garantir a sua satisfação é crucial para o sucesso em um mercado cada vez mais competitivo (OFIR; SIMONSON, 2001). Por satisfação, pode-se entender o sentimento do consumidor, de encanto ou desapontamento, resultante da comparação do desempenho percebido de um produto ou serviço com as expectativas criadas a respeito dele. Assim, se o desempenho do produto for inferior às expectativas do comprador, ele se sentirá insatisfeito. Da mesma forma, um desempenho percebido igual ou superior às expectativas, gera a satisfação (KOTLER; KELLER, 2012).

Os consumidores atuais de determinado produto têm sentimentos, impressões e desapontamentos sobre ele. Quando um consumidor está insatisfeito, as informações sobre a sua reivindicação podem chegar até a organização de diversas maneiras, algumas mais tradicionais (reclamações de clientes no local ou por meio do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e por meio de cartões de comentários disponibilizados pela empresa) e outras formas que surgiram com o advento da internet. É importante, portanto, que a empresa busque meios de coletar essas informações, uma vez que elas podem revelar aspectos ocultos das necessidades dos seus clientes que, quando identificadas, podem gerar vantagens competitivas para a empresa que terá condições de conhecer as preferências do consumidor e adequar o produto ao seu gosto (SAMPSON, 1998; FUNDIN; BERGMAN, 2003).

Jogos, aplicativos diversos, músicas e e-books podem ser adquiridos por meio das *app stores*, lojas de aplicativos, que servem de meio para que usuários baixem e/ou comprem tais mídias digitais. As mais conhecidas delas são a *Apple App Store* e a *Google Play Store*. Cada aplicativo contém página própria nas *app stores* em que são comercializados, onde é possível disponibilizar informações sobre seu conteúdo, nota média de avaliações dos usuários, conteúdo de atualizações, fotos e vídeos de divulgação, aplicativos semelhantes e comentários recentes de usuários. Este último, serve de importante fonte de *feedback* para que desenvolvedores conheçam as experiências dos usuários (FU; et al., 2013; MCILROY; et al., 2016).

Material e métodos

O presente trabalho tem caráter de estudo de caso explicativo-descritivo, pois visa compreender a relação entre as demandas dos usuários brasileiros do jogo Pokémon GO e o processo de atualização do aplicativo para novas versões. Para tanto, realizou-se a coleta de dados por meio do levantamento das avaliações e comentários de usuários brasileiros expressos página do jogo na *Play Store*, no período de 21 de dezembro de 2017 a 15 de março de 2018. O período e a plataforma *app store* escolhidos para análise, bem como a nacionalidade dos usuários, foram escolhidos por motivos de conveniência e facilidade de obtenção das informações.

Do total de 3062 comentários, apenas aqueles que continham reclamações e/ou solicitavam atualizações no jogo foram mantidos, restando 1613 para análise. A análise desses dados deu-se por meio de análise de conteúdo, de modo que cada comentário foi analisado e classificado de acordo com o seu valor informacional, ou seja, aquela reclamação ou solicitação que expressava, podendo ocorrer de um mesmo comentário expressar mais de uma reclamação/solicitação.

Os conteúdos extraídos das avaliações dos usuários foram comparados com os conteúdos especificados nas notas de atualizações imediatamente posteriores, divulgadas pela Niantic (desenvolvedora do jogo) em seu *site* oficial, possibilitando analisar se as reclamações e sugestões da comunidade brasileira, deixadas de forma espontânea na página do jogo na *Play Store*, são levadas em conta pela desenvolvedora do jogo no processo de aprimoramento do seu produto. O período de análise compreendeu três atualizações do jogo, abrangendo as versões 0.87.5, 0.89.1 e 0.91.1, no entanto, atualizações posteriores também foram analisadas, com o intuito de verificar se as mesmas ainda consideram a resolução de reclamações e/ou atendimento de sugestões anteriores.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Resultados e discussão

A versão 0.87.5 ficou disponível para o público por 27 dias antes de ser atualizada para a sua versão posterior, e recebeu 136 comentários no total, sendo 109 deles referentes a reclamações ou sugestões. A versão 0.89.1, por sua vez, teve uma duração de 19 dias, recebendo ao todo 854 comentários (446 representando reclamações ou sugestões), até ser substituída pela versão 0.91.1, com respectiva duração de 39 dias, com 2072 comentários, dos quais 1058 se tratavam de reclamações ou sugestões. Nesse sentido, o fato de um aplicativo atualizar com mais frequência pode indicar maior preocupação dos desenvolvedores em trazer novidades para os usuários e corrigir problemas, entretanto, um tempo muito curto entre uma versão e outra pode indicar que a versão anterior foi lançada com uma quantidade muito grande de problemas e, portanto, teve que ser substituída rapidamente.

No que diz respeito à percepção dos usuários quanto aos problemas do jogo, o problema que mais se destacou, considerando todo o período analisado, foi a dificuldade encontrada pelos jogadores para entrar no jogo, que representou 14,84% do total de citações. Em segundo lugar, destacou-se a reclamação referente ao baixo número de *pokestops* em algumas cidades brasileiras, representando 14,18% do total de citações. Um *pokestop*, no jogo Pokémon GO, se refere a um local onde os jogadores precisam ir para recarregar o seu estoque de itens (principalmente de pokébolas, essenciais para capturar Pokémon e continuar jogando).

Muitos comentários relatavam a presença de *bugs* específicos no jogo. A soma de todas as citações referentes a notificação de *bugs* ocupou o terceiro lugar da lista, representando 10,33% do total de citações. Apesar das notas de atualizações do jogo relatarem, de modo geral, a resolução de vários *bugs*, observou-se um aumento na quantidade de *bugs* específicos percebidos em cada uma das versões: foram identificados 10 *bugs* diferentes na versão 0.87.5, desse total, apenas um deles foi completamente resolvido com a atualização para a versão imediatamente posterior; na versão 0.89.1, seis novos tipos de *bugs* foram identificados, fora os referentes à versão anterior que continuaram sendo denunciados pelos usuários; da mesma forma, sete novos tipos de *bugs* foram identificados na versão 0.91.1, além dos já relatados anteriormente. Quanto ao único caso relatado de um *bug* que foi resolvido com a atualização posterior temos o “*bug* da lista”, que representou 5,30% do total de citações da versão 0.87.5 e não voltou a ser citado nas versões seguintes. Inclusive, no conteúdo da atualização para a versão 0.89.1, consta que o mesmo foi resolvido, quando é dito “solução de um *bug* que fazia a tela da coleção rolar para cima após evoluir, transferir ou renomear um Pokémon”.

Já em relação às sugestões dos usuários para a adição de novos recursos no jogo, destacaram-se: a possibilidade de batalhar contra outros jogadores, com 5,26% do total de citações; a possibilidade de trocas entre jogadores, representando 2,21% do total de citações; e a premiação diária dos jogadores com itens do jogo, também com 2,21%. Percebe-se uma grande cobrança por parte dos jogadores para que o jogo permita uma maior interação entre os usuários e traga recursos dos jogos clássicos da franquia Pokémon, como as batalhas e as trocas entre jogadores.

Das sugestões feitas, duas foram atendidas em atualizações posteriores: a possibilidade dos jogadores realizarem trocas entre si e a adição de novas gerações de Pokémon. A partir de 18 de junho de 2018, foi liberado para os jogadores o recurso de Amizades, que dentre outras funções, permitiu trocar Pokémon entre eles. Quanto à adição de novas gerações de Pokémon, o jogo já faz isso periodicamente. Tal fato é perceptível uma vez que, quando lançado, o jogo contava apenas com a primeira geração de Pokémon (cerca de 150 criaturas disponíveis). Até a data de realização deste trabalho, já contava com a terceira geração, disponibilizando, no total, cerca de 380 Pokémon para serem capturados (POKÉMON GO; 2018).

Outro aspecto utilizado para medir o desempenho de um produto é o valor médio das avaliações feitas pelos consumidores, expressa na forma de nota. A nota de um aplicativo na *Play Store* é determinada pela média total das notas atribuídas pelos usuários, e pode variar de uma a cinco estrelas. Nesse sentido, a média aritmética da nota atribuída ao jogo pelos usuários aumentou conforme novas versões foram lançadas, sendo sempre superior a nota da versão anterior, o que indica um aumento na satisfação dos jogadores quanto ao desempenho do Pokémon GO. O jogo obteve nota média de 3,72 estrelas, considerando todo o período analisado (três versões), que compreendeu 3062 comentários de usuários. Considerando apenas a nota dos 1613 comentários que representaram reclamações e/ou solicitações, a média de estrelas obtida foi de 3,21. A pouca diferença entre essas duas médias indica um bom desempenho do jogo.

Considerações Finais

Neste trabalho buscou-se compreender a relação entre as demandas dos usuários brasileiros do jogo Pokémon GO, expressas na forma de comentários por meio da plataforma *Play Store*, e o processo de atualização do aplicativo para novas versões. Nesse sentido, observou-se que a Niantic utiliza as informações obtidas por meio do *feedback* dos usuários no processo de aprimoramento do seu produto, mesmo que demore um tempo para realizar tais modificações. O resultado em questão foi comprovado por meio do atendimento de três demandas dos jogadores, sendo elas, a resolução de um *bug* específico relatado nos comentários referente a versão 0.87.5 do jogo e a adição de dois recursos no jogo, também solicitados pelos jogadores: a possibilidade dos jogadores realizarem trocas entre si e novas gerações de Pokémon.

O levantamento e análise das avaliações e comentários também permitiu mapear as principais demandas e expectativas dos usuários em relação ao jogo e medir a evolução da percepção deles em relação ao desempenho do jogo. A grande maioria dos comentários foi classificada como reclamação, dentre eles, maior destaque foi dado aos problemas para entrar no jogo e a pouca quantidade de *pokestops* em algumas cidades do país. A outra parcela desses comentários se referiu a sugestões, destacando-se a possibilidade de batalhar e realizar trocas entre os jogadores. Apesar da discrepância entre reclamação e sugestão, o jogo teve um desempenho percebido pelos usuários sempre superior conforme novas versões foram lançadas, indicando que os jogadores estão satisfeitos e são leais a marca.

Agradecimentos

Agradecemos o apoio da CAPES e da FAPEMIG.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Referências bibliográficas

- BARBOSA, R. R. Inteligência empresarial: uma avaliação de fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo. DataGramaZero, v. 3, n. 6, p. A03-0, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/1274>>. Acesso em: 15 Jul 2018.
- FU, Bin et al.. Why people hate your app: Making sense of user feedback in a mobile app store. In: Proceedings of the 19th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining. ACM, 2013. p. 1276-1284.
- FUNDIN, Anders P.; BERGMAN, Bo LS. Exploring the customer feedback process. Measuring Business Excellence, v. 7, n. 2, p. 55-65, 2003.
- KOTLER, Philip; KELLER, L. Kevin. Administração de Marketing. 14.ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- MCILROY, Stuart; ALI, Nasir; HASSAN, Ahmed E. Fresh apps: an empirical study of frequently-updated mobile apps in the Google play store. Empirical Software Engineering, v. 21, n. 3, p. 1346-1370, 2016.
- OFIR, Chezy; SIMONSON, Itamar. In search of negative customer feedback: The effect of expecting to evaluate on satisfaction evaluations. Journal of Marketing Research, v. 38, n. 2, p. 170-182, 2001.
- POKÉMON GO. Atualizações. 2018. Disponível em: <https://pokemongolive.com/pt_br/post/>. Acesso em: 01 ago. 2018
- SAMPSON, Scott E. Gathering customer feedback via the Internet: instruments and prospects. Industrial Management & Data Systems, v. 98, n. 2, p. 71-82, 1998.
- SOMMERVILLE, Ian. Engenharia de software. Tradução Ivan Bosnic e Kalinka G. de O. Gonçalves; revisão técnica Kechi Hirama. 2011.