

CROWDFUNDING: O CASO DA CLOUD IMPERIUM GAMES CORPORATION

Luciane Ribeiro Dias Pinheiro, Matheus Ferreira Cardoso

Faculdade de Tecnologia da Zona Leste, Av. Águia de Haia, 2983 - Cidade Antônio Estêvão de Carvalho, São Paulo - SP, Brasil, matheus.card46@gmail.com.

RESUMO. O presente artigo tem como objetivo identificar os possíveis riscos que uma campanha de crowdfunding pode apresentar a seus criadores, bem como a investidores. Nesse sentido, foi realizado um estudo de caso sobre uma campanha de crowdfunding criada pela Cloud Imperium Games Corporation, empresa do setor de jogos digitais, que para conseguir fundos de apoio com a finalidade de financiar seu projeto, Star Citizen, escolheu esta modalidade como solução. O estudo, feito através de pesquisa bibliográfica e pesquisa descritiva qualitativa, se utilizou de um breve referencial teórico, focado em riscos, para expôr e relacionar os problemas que a campanha teve de enfrentar ao longo do tempo, bem como os caminhos que foram tomados e as consequências destes para o projeto e a companhia. O trabalho identificou que problemas de gestão, expectativas exageradas e dificuldades em execução podem se apresentar como fatores desafiadores em um projeto de crowdfunding, criando incertezas para investidores e colocando em perigo a confiabilidade da modalidade como ferramenta viável para a arrecadação de fundos.

Palavras-chave. *Crowdfunding, Risco, Star Citizen.*

ABSTRACT. This article aims to identify the possible risks that a crowdfunding campaign may present to its creators as well as its investors. In this sense, a case study was carried out on a crowdfunding campaign created by Cloud Imperium Games Corporation, a digital games company, which to obtain support funds for the purpose of financing its project, Star Citizen, chose this modality as a solution. The study, conducted through bibliographic research and qualitative descriptive research, used a brief theoretical framework, focused on risks, to expose and relate the problems that the campaign had to face over time, as well as the paths that were taken and their consequences for the project and the company. The work identified that management problems, exaggerated expectations and difficulties in execution may present as challenging factors in a crowdfunding project, creating uncertainty for investors and endangering the reliability of the modality as a viable fundraising tool.

Keywords. *Crowdfunding, Risk, Star Citizen.*

1. INTRODUÇÃO

Ter o próprio negócio, ser patrão de si mesmo, realizar o sonho de trabalhar com aquilo que ama sem estar subordinado a alguém, este é um sentimento que já surgiu no coração de muitas pessoas, ao menos em algum momento de suas vidas mesmo que por um instante; infelizmente, empreender envolve riscos e nem todos estão dispostos a assumi-los, já aos que aceitam o desafio, devem verificar todas as condições fundamentais para que seu negócio vingue, e diante disso muitos acabam desistindo antes mesmo de começar, o motivo: falta de capital. Enquanto uns desistem e mudam de planos, outros decidem postergar seus projetos até o momento certo em que tenham captado todo o montante necessário. Para isso existem vários caminhos, podem acumular riqueza com o trabalho, fazer empréstimos bancários, até mesmo vender patrimônios, ou buscar algum patrocínio, muitas vezes através de investidores interessados no negócio (NOVOA, 2014).

Mas existe uma nova modalidade de financiamento de projetos, o Crowdfunding, que tem surgido como alternativa promissora para captação de recursos. Ele funciona através do investimento coletivo de pessoas interessadas em dar vida a proposta; o empreendedor expõe a sua ideia, geralmente através de plataforma online, e o quanto de arrecadação tem que alcançar para que ela se torne viável, por sua vez, o público interessado faz doações para que o projeto alcance a meta estipulada e assim possa se concretizar (BELLEFLAMME; LAMBERT; SCHWIENBACHER, 2010, p. 8). Foi por este caminho que muitas ideias saíram do papel e o Crowdfunding demonstrou ser um meio viável para realizar sonhos a quem outrora não teria condições (PAINTER, 2014). Ele é importante, pois proporciona acesso a recursos, serve como uma ferramenta de marketing através de mecanismos de mídia que suas plataformas oferecem, cobre riscos, pela exposição e aceitação prévia do mercado, é de fácil uso e o melhor, livre de taxas de aplicação (PRIVE, 2012).

Todavia, não há garantias de que uma campanha terá êxito em sua proposta, visto que mesmo quando a meta é atingida, há casos de sucesso e de fracasso (BRADFORD, 2018); diante disso, quais os riscos que a modalidade expõe a empresas e investidores? O objetivo deste artigo é identificar se o uso do crowdfunding como modalidade viabilizadora de projetos possui vulnerabilidades, e para isso, será feito um estudo de caso sobre a Cloud Imperium Games Corporation, companhia independente de desenvolvimento de jogos que fez uma campanha de crowdfunding.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo “empreendedorismo” deriva da palavra francesa “entreprendre” cuja raiz tem mais de 800 anos; a palavra, porém, com seu significado atual é creditada a Richard Cantilon, empresário e investidor do século 18, que em 1730 usou-a para designar um trabalhador independente com alta tolerância ao risco, que ele acreditava ser inerente ao provimento do próprio bem-estar econômico (HÉBERT; LINK, 2006; LONG, 1983). Outras definições conceitualizam empreendedorismo como a capacidade de se estabelecer uma atividade empresarial gradativa onde antes não existia; o caminho que leva ao lucro através de recursos novos e únicos, que tenham valor em um ambiente de incertezas e ambiguidades (BRERETON, 1974; DRUCKER, 1985). Muitas pesquisas ao longo da história confirmam a importância do empreendedorismo para o desempenho econômico agregado. Ele tem sido visto como um meio de combater o desemprego e a pobreza (OECD, 1998).

Já o termo empreendedor se refere a indivíduos que exploram as oportunidades de mercado através de inovação técnica e / ou organizacional; empreendedores são frequentemente descritos como visionários apaixonados por seu trabalho e sentem uma conexão inata com os produtos e serviços que criam, muitos deles aspirando deixar uma marca no mundo. Como tal, a natureza do trabalho empreendedor incorpora o próprio processo de autorrealização do potencial humano por meio de atividades propositadas, autênticas e organizadas que podem levar a uma vida plena e funcional (SCHUMPETER, 1965; SHIR; NIKOLAEV; WINCENT, 2018). O comportamento empreendedor pode estar vinculado a padrões culturais e sugerir que valores e crenças são fatores que estimulam o mesmo (WEBER, 1956). O economista e cientista político austríaco Joseph Schumpeter (1883-1950), via o empreendedor como o principal motor do desenvolvimento econômico, com o papel de perturbar o status quo do mercado por meio de inovações ou pela realização de novas combinações de

fatores de produção (WINATA, 2008).

2.2 CROWDFUNDING

O crowdfunding é definido como "os esforços de indivíduos e grupos empresariais, culturais, sociais e com fins lucrativos em financiar seus empreendimentos recorrendo a contribuições relativamente pequenas de um número relativamente grande de pessoas que usam a Internet, sem intermediários financeiros usuais" (MOLLICK, 2014, p. 2). Inspirado nas ideias de microfinanças e crowdsourcing, essa modalidade é especialmente adequada para startups que tentam transformar um projeto em um negócio viável e para empresas com o objetivo de manter ou aumentar seu empreendimento (MORDUCH, 1999; STEMLER, 2013). Este modal oferece uma promessa real para empreendedores em setores empresariais mal atendidos e pode permitir que as organizações que atuam nessas áreas tenham a capacidade de se aprofundar ainda mais na comunidade empreendedora (RAND, 2012). No entanto, o crowdfunding não é direcionado apenas ao empreendedorismo, mas permite uma abertura potencial a financiamentos de massa para o empreendedor em geral, e a pobres em particular (ATTUEL-MENDES, 2016).

2.2.1 RISCOS DO CROWDFUNDING

As plataformas de crowdfunding oferecem aos seus usuários a possibilidade de coletar fundos para a viabilização de projetos, porém, com o advento dessas plataformas, o risco de fraude aumentou (SIERING; KOCH; DEOKAR, 2016, p. 421). Os investidores já têm as suas chances de perda reduzidas por conta dos limites de investimento impostos neste modal, mas se eles perderem dinheiro de forma consistente em iniciativas de crowdfunding, estes simplesmente se afastam de projetos futuros relacionados a modalidade (FINK, 2012). A seguir é retratado um quadro compilando os principais riscos que este modelo de financiamento coletivo apresenta:

QUADRO 1: RISCOS DO CROWDFUNDING (CONTINUA)

Riscos	Citação	Autores	Ano
Custo da campanha	Taxas da plataforma de crowdfunding; custo de projeto, administração e execução da campanha.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
Desafios de execução	Capacidade logística e / ou de produção insuficiente.	World Bank	2013
	Falta de planejamento em elementos essenciais do modelo de negócios como produção, remessa, questões tributárias, entre outros.	World Bank	2013
	Risco de falha técnica, geralmente envolvendo a pré-venda do produto.	World Bank	2013
Excluir investidores profissionais	Investidores anjos e investidores de risco, que agregam valor adicional à empresa, podem ser excluídos do negócio.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
Falha na Plataforma	Ciberataques, falha tecnológica ou fechamento da plataforma causando perda de dados e de fundos financeiros.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
	Risco a transações internacionais como: direito de propriedade intelectual, direito tributário e direito contratual.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
Falta de leis	Falta de licenciamento e requisitos regulatórios em andamento, a não ser quando fornece algum serviço adicional que tenha regulamentação.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
“Fracasso pelo sucesso”	Uma campanha de sucesso pode ter suas metas esticadas e sofrer mudanças estratégicas, resultando em atrasos ou falhas.	Stack et al.	2017

QUADRO 1: RISCOS DO CROWDFUNDING (CONCLUSÃO)

Fraude	Plataformas de crowdfunding e empresas falsas criadas por criminosos.	World Bank	2013
	A dificuldade em diferenciar uma fraude e um projeto sério cujos criadores não cumpriram sua promessa, pode atrair pessoas mal-intencionadas.	World Bank	2013
	Campanhas com objetivos escusos, falta de transparência da plataforma, ciberataques.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
	Projeto falso, onde o criador da campanha de crowdfunding tenta lucrar com investidores bem-intencionados.	Stack et al.	2017
Insucesso Empresarial	Más decisões de gestão, falta de fundos ou erros de cálculo sobre a demanda de mercado.	World Bank	2013
	Retorno potencial baixo, sem segurança adquirida, nem mecanismos de responsabilização.	World Bank	2013
	Qualquer investimento em uma empresa, pela modalidade de crowdfunding, pode ser perdido por causa de um projeto fracassado.	World Bank	2013
Lavagem de dinheiro	Usuários mal-intencionados podem usar o site da campanha como uma cobertura para mover capital adquirido ilegalmente.	Stack et al.	2017
Risco de Mídia	Notícias sobre possíveis fraudes ou perdas sofridas por outros investidores no crowdfunding, podem desestimular futuros investidores.	World Bank	2013
Risco na relação com investidores	Expectativas irreais entre empresas ou investidores; falta de diálogo e falha na comunicação de mídia.	World Bank	2013
Riscos de setor	Projetos de natureza complexa e difíceis de explicar podem afastar investidores.	World Bank	2013
Roubo de Propriedade Intelectual	Risco de imitação e concorrência desleal, que leva a repercussões na proteção da propriedade intelectual.	Jenik, I.; Lyman, T.; Nava, A.	2017
	Risco aumentado de roubo ou abuso de propriedade intelectual	Stack et al.	2017

FONTE: DO AUTOR (2019)

2.2.2 TIPOS DE CROWDFUNDING

Aos interessados em utilizar uma plataforma de crowdfunding, seja para doar, ou para estabelecer um projeto, estes deverão identificar a plataforma adequada para a sua necessidade, pois assim como as necessidades de financiamento variam de projeto a projeto, existem vários tipos de crowdfunding (PASCHEN, 2017). Eles são:

QUADRO 2: TIPOS DE CROWDFUNDING

Tipos	Citação
Crowdfunding de Doações	As primeiras plataformas surgiram neste modelo, onde contribuidores investem em projetos que usam esse dinheiro para criar empreendimentos e financiamentos. Os doadores geralmente recebem algo tangível em troca, como serem os primeiros a receber o produto.
Crowdfunding de Empréstimos	Startups em busca de financiamento de dívidas podem usar esta categoria, isso inclui empréstimos para carros, empréstimos para empresas iniciantes, consolidação de dívidas e muito mais. Os investidores são reembolsados com pagamentos mensais. As taxas padrão podem ser altas, mas os rendimentos também.
Crowdfunding Financeiro	Este tipo de plataforma oferece financiamento coletivo e oportunidades de investimento inicial para investidores. Essa forma de crowdfunding é mais semelhante à captação de recursos tradicional para startups, onde você negocia ações por capital recebido.

FONTE: ADAPTADO DE CREMADES (2019)

O quadro 2 apresenta os três principais, o sucesso de uma campanha de crowdfunding dependerá em grande parte da plataforma que ela apresenta. Este estudo de caso dará ênfase ao crowdfunding de doações.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

O artigo será desenvolvido através de pesquisa bibliográfica, que pode ser definida como qualquer pesquisa que demande a coleta de informações de materiais publicados, como livros, jornais, revistas, artigos, periódicos e relatórios, bem como materiais de mídia eletrônica como filmes, gravações de áudio e vídeo e recursos on-line como sites, blogs e bancos de dados bibliográficos (ALLEN, 2017). Bem como, por pesquisa descritiva, pois será apresentado um fenômeno e suas particularidades. Este tipo de estudo está mais focado no “o que” aconteceu, do que no “por que” ou “como” tal situação transcorreu. Neste gênero investigativo, a coleta de dados pode ser feita quantitativamente ou qualitativamente (NASSAJI, 2015). Neste artigo será feita a pesquisa descritiva qualitativa, que é o estudo que se baseia em materiais empíricos, como estudos de caso, experiências pessoais, histórias de vida, entrevistas, textos visuais etc, que descrevem rotinas e momentos problemáticos ou significativos na vida das pessoas (DENZIN; LINCOLN, 2011).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 BREVE HISTÓRICO SOBRE CHRIS ROBERTS

Christopher Roberts (nascido em 1968) é um desenvolvedor de jogos e diretor de filmes mais conhecido por criar a série Wing Commander (1990), uma série de jogos de combate espacial que arrecadou mais de \$400 milhões de dólares e tinha estrelas de hollywood como Mark Hamill e Malcolm McDowell. Roberts saiu da empresa em que trabalhava, a ORIGIN Systems, e fundou a Digital Anvil (1996), onde criou jogos em parceria com a Microsoft, como Freelancer em 1999 (PEREZ; VARDI, 2019). Em 2001, a Microsoft adquiriu controle total da Digital Anvil, e Roberts deixou a companhia, após isso, ele teve um período em que trabalhou como produtor executivo no desenvolvimento de filmes, como The Punisher (2004) e Outlander (2008), tendo pouco sucesso (MONROE, 2016). Em 2012, fundou a Cloud Imperium Games Corporation, onde iniciou o desenvolvimento do jogo de simulação espacial Star Citizen (CIG, 201-a; RSI, 2012).

4.2 CROWDFUNDING: STAR CITIZEN

No outono de 2012, Chris Roberts subiu ao palco de um auditório em Austin e proclamou: "Estou voltando". Com um vídeo elegante mostrando naves espaciais voadoras e uma breve demonstração de um jogo, Roberts anunciou a sua primeira campanha de crowdfunding (PEREZ; VARDI, 2019). O nome do jogo da campanha era “Star Citizen”, um jogo de simulação espacial que prometia oferecer um universo de ficção científica de alta imersão. Ele era dividido entre o modo multijogador online, que incluiria 40 sistemas estelares a serem explorados, e uma campanha offline chamada Squadron 43, que conteria 30 missões (MONROE, 2016). A promessa era de que o jogador teria “possibilidades ilimitadas”, criando a própria aventura em meio a um universo de ficção que respira vida, habitado por amigos, inimigos e o desconhecido (RSI, 201-a).

Quando a campanha começou, em 31 de agosto de 2012, antes mesmo de Roberts subir ao auditório de Austin, o plano era usar o site do jogo, <https://robertspaceindustries.com/>, como plataforma de vitrine para receber os fundos, evitando as plataformas de crowdfunding tradicionais que recebem uma parcela dos ganhos dos projetos quando estes alcançam as metas de fundo propostas (MONROE, 2016). Mas o site atraiu muitos usuários e ficou sobrecarregado, derrubando o servidor; diante da situação, Roberts se virou para o Kickstarter, uma das maiores plataformas de crowdfunding do mundo, com o objetivo de manter a campanha ativa (ROBERTS, 2012). Nesta situação, a empresa se expôs ao risco de “Desafios de execução”, pois seu servidor não estava preparado para comportar um número de usuários suficientes; além do risco de “Falha na plataforma”, visto que a sobrecarga causou a queda do site, prejudicando a campanha e forçando a empresa a procurar uma alternativa não planejada e, até então, vista com maus olhos, o Kickstarter (JENIK; LYMAN; NAVA, 2017; WORLD BANK, 2013).

A campanha na nova plataforma durou apenas 32 dias e arrecadou mais de \$2 milhões de dólares, superando a meta de \$500 mil; durante este período, o site do jogo foi restaurado e o crowdfunding foi feito simultaneamente nas duas plataformas, o que resultou em fundos de apoio de mais de \$6 milhões de dólares, somando-se as campanhas (CIGC, 2012; NEHKARA et al, 2019). A partir daí, a Cloud Imperium Games encerrou o projeto no Kickstarter, e voltou a seguir uma campanha solo com seu site, e desta vez, de forma definitiva (PARKER, 2017). O ano de 2012 tinha sido um sucesso, o projeto havia alcançado e até superado suas metas, mas acabou que \$6 milhões não eram o suficiente para Roberts. Em entrevista ao site Eurogamer, ainda em 2012, ele disse que pretendia criar o jogo sem a ajuda de uma desenvolvedora famosa, através do financiamento privado de investidores; ele afirmou ainda que se utilizaria do crowdfunding para arrecadar de dois a quatro milhões de dólares e assim ganhar o apoio destes investidores no projeto. À época, Roberts afirmava que Star Citizen custaria entre doze a quatorze milhões de dólares ao todo (YIN-POOLE, 2012).

No entanto, após a campanha do Kickstarter, Roberts foi convencido por sua esposa, Sandi Gardiner, de que não teriam que se preocupar em buscar investidores privados, pois com o crowdfunding, eles chegariam a valores próximos a \$20 milhões e, para isso, a estratégia que eles seguiram foi a de vender naves espaciais dentro do jogo, centenas de milhares delas (PARKER, 2017; PEREZ; VARDI, 2019). Este cenário expôs a empresa ao risco “Fracasso pelo sucesso” (STACK et al, 2017). Observa-se que a Cloud Imperium Games, de acordo com seu líder Chris Roberts, tinha objetivos bem mais modestos no início da campanha, mas ao ver o tremendo sucesso desta em um curto espaço de tempo, decidiu ampliar a arrecadação através de uma nova estratégia que foi a venda de naves espaciais no jogo ainda durante seu desenvolvimento.

4.2 METAS AMBICIOSAS EM UM JOGO INCOMPLETO

Durante a campanha no Kickstarter, para convencer investidores interessados no jogo, foram estabelecidas “metas ambiciosas” de fundos onde, quando determinada quantia de doações era atingida, um novo atributo era adicionado ao jogo, como um hangar particular para a nave do jogador, novos sistemas estelares para explorar, novas naves para usar, objetos de decoração exclusivos, entre outros, que seriam usados para premiar os primeiros doadores do projeto, ainda que muitas das adições seriam feitas posteriormente e eram, portanto, uma promessa (RSI, 201-b). A primeira meta era de \$2 milhões e foi quebrada dia 25 de outubro de 2012, apenas sete dias após o início da campanha no Kickstarter, e a última meta feita com as duas plataformas, o site do jogo e o Kickstarter,

era de \$6 milhões e foi quebrada dia 18 de novembro de 2012, quando foi encerrada a campanha na outra plataforma, seguindo apenas com o site do jogo (CIGC, 2012).

Após isso, com a nova política feita por Roberts através da venda de naves para arrecadar mais na campanha, novas “metas ambiciosas” foram adicionadas prometendo novos recursos e outras exclusividades a quem investir no jogo; vale ressaltar que o comércio de venda de naves passou a ser incluído como fundo de apoio de crowdfunding, ou seja, todo o dinheiro arrecadado era incluído como investimento na campanha, e quem aplicava era um apoiador (RSI, 201-b). A estratégia de vender naves foi um sucesso, e cada vez mais, novos recursos eram adquiridos; ao fim de 2013, Star Citizen havia levantado mais de \$35 milhões de dólares, e conforme a arrecadação crescia, novas metas eram estipuladas, e a data de lançamento do jogo acabou por ser repetidamente adiada (PARKER, 2017). Mas isso gerou um problema, cada meta era acompanhada da promessa de adicionar alguma nova ferramenta ou atributo ao jogo, e tantas metas foram batidas que as pessoas começaram a questionar se a empresa seria capaz de entregar tudo o que prometeu.

Parte da comunidade gamer passou a acusar a empresa de praticar o “*feature creep*” que segundo Rouse (2005) é a tendência dos requisitos de um produto ou projeto aumentarem durante seu desenvolvimento, além do inicialmente planejado, o que pode ser motivado pela crescente “lista de desejos” dos clientes ou dos próprios desenvolvedores; e toda esta situação levou ao recorrente, neste estudo de caso, risco de “Desafios de execução”, visto que a empresa assumiu mais responsabilidades do que havia planejado, e nisso o projeto atrasou e foi postergado mais de uma vez, o que pode indicar falta de preparo e capacidade técnica da companhia em atender as crescentes necessidades demandadas pelo seu público. Este contexto também leva ao risco do “Custo da campanha”, que envolve todo o gasto financeiro para projetar e executar o empreendimento, sendo que neste caso, a Cloud Imperium Games alterou a proposta inicial, tornando-a mais ambiciosa, porém mais custosa (JENIK; LYMAN; NAVA, 2017; WORLD BANK, 2013).

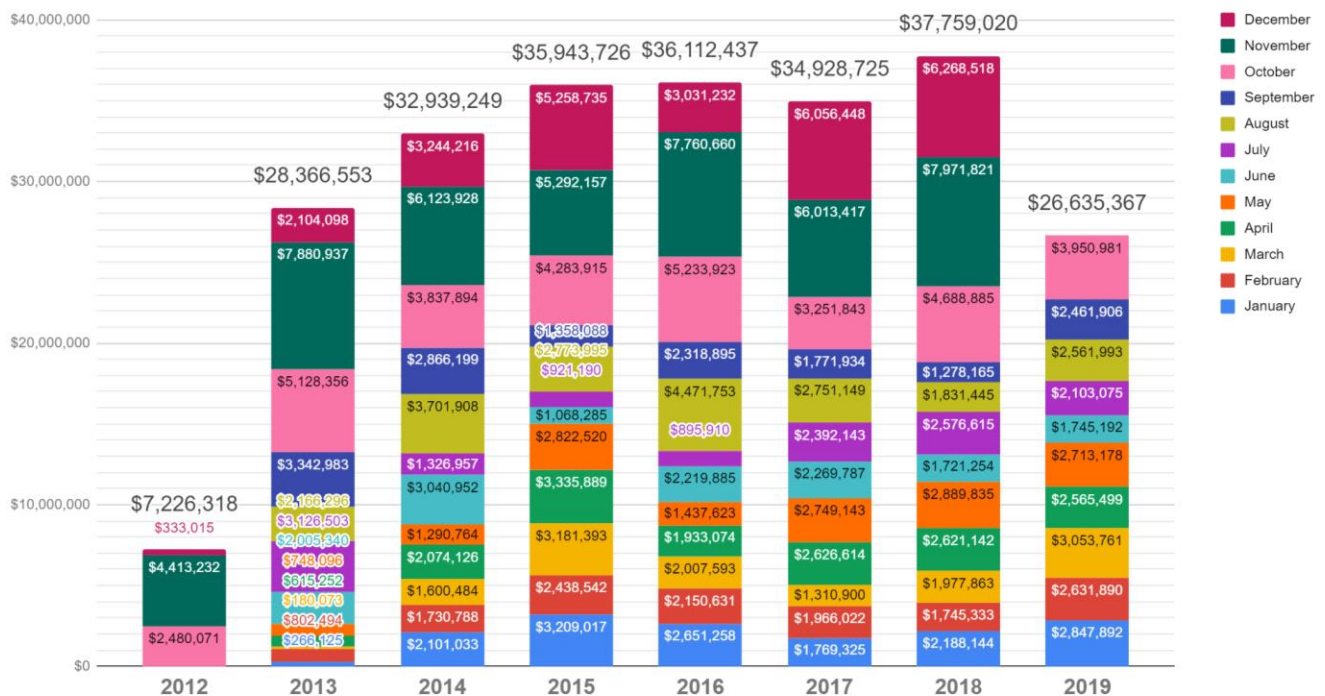
Ao final de 2014, tendo alcançado a meta de \$65 milhões de dólares (NEHKARA et al, 2019), Roberts decidiu encerrar as chamadas “metas ambiciosas”, ele fala sobre isso e sobre o “*feature creep*” em uma publicação no site do jogo. Nela ele diz que pessoas o estão acusando da prática e que o jogo deveria ser menor e menos impressionante para ser finalizado logo, ele defende o projeto, dizendo que Star Citizen importa justamente porque é grande, um sonho a se realizar, algo que todos os outros têm medo de tentar e que é exatamente por isso que a comunidade investiu, admitindo que o projeto se tornou maior do que o imaginado em 2012, mas que isso não é ruim, ainda que o projeto leve mais tempo, pois é necessário para balancear os desejos mutualmente conflitantes da comunidade em relação a proposta final. Ele então afirma que eles desenvolveram o projeto em cima das “metas ambiciosas”, tomando a decisão de encerrá-las no fim de 2014, tudo pelo bem do futuro do jogo (ROBERTS, 2015).

4.3 FUNDOS DE APOIO AO CROWDFUNDING

Agora, a arrecadação era feita majormente pela comercialização de produtos e funcionalidades dentro do jogo. Enquanto a doação mínima ao projeto era de \$5 dólares, doadores só conseguiriam jogar as versões de desenvolvimento do jogo, se adquirissem uma nave, o que não saia por menos de \$30 dólares, e eram comercializados pacotes no valor de até \$10 mil dólares (PARKER, 2017). A arrecadação foi crescente e em 2014, quando a campanha havia levantado \$55 milhões, Star Citizen

entrou para o livro dos records como a maior campanha de crowdfunding da história (ROBERTS, 2014). Após isso a arrecadação decolou.

GRÁFICO 1: FUNDOS DE APOIO DE STAR CITIZEN



FONTE: NEHKARA ET AL (2019)

O Gráfico 1 mostra os fundos de apoio que foram arrecadados desde o início da campanha em 2012, até o fim de outubro de 2019, totalizando em todo o período quase \$240 milhões de dólares. O sucesso do crowdfunding permitiu que Roberts contrata-se desenvolvedores a nível mundial. A empresa agora tem 4 estúdios: em Los Angeles (EUA); Austin (EUA); Wilmslow (Inglaterra); e Frankfurt (Alemanha) (CIG, 201-b). Foram contratados mais de 400 funcionários (PARKER, 2017). A revista Forbes falou com 20 pessoas que trabalharam lá, eles descreveram o ambiente de trabalho como caótico. Mark Day, que trabalhou com Star Citizen em 2013 e 2014, afirmou que conforme o dinheiro chegava, alguns dos maus hábitos de Roberts ficavam aparentes, e continuou, dizendo que as coisas ficaram fora de controle (PEREZ; VARDI, 2019).

Apesar disso, a arrecadação crescente, mesmo depois de anos, demonstra a força e a confiança que os apoiadores têm no projeto. O jornal The New York Times entrevistou alguns investidores questionando suas motivações. Para Matthew Slattery (Austrália), a ideia de ser capaz de jogar o jogo ainda durante seu desenvolvimento foi um grande atrativo; já Clifford Zernicek (EUA) disse que ele gostava do fato de o desenvolvimento do jogo não ser feito “em portas fechadas” como em outras produtoras. Ele doou mais de \$15 mil dólares para Star Citizen; enquanto Mark Kearns (EUA), diz que tem ressalvas sobre se a Cloud Imperium Games realmente conseguirá atingir seus objetivos, acrescentando que depois de algumas atualizações e correções, considerou o dinheiro dele bem gasto e que qualquer outra coisa que viesse do jogo era um bônus (PARKER, 2017).

Mas nem tudo são flores, investidores arrependidos têm surgido cada vez mais, a Comissão Federal de Comércio dos EUA já recebeu mais de 129 reclamações de consumidores, envolvendo pedidos de reembolso de até \$24 mil dólares. Um morador da Flórida (EUA), que afirmou ter gastado mais de \$1000 dólares, reclamou dizendo: "O jogo que eles nos prometeram mal funciona, o desempenho é terrível e (o desenvolvimento) ainda está na fase Alfa", e dentre os arrependidos existem vítimas reais; Ken Lord é um cientista de dados de 39 anos de Denver (USA) que sofre de esclerose múltipla. Ele apoiou Star Citizen pela primeira vez em 2013 e já gastou mais de \$4500 dólares em naves espaciais. Em 2018, processou a Cloud Imperium Games para conseguir o reembolso, sem sucesso (PEREZ; VARDI, 2019). Esta situação expõe o risco de "Falta de Leis" do crowdfunding, visto que o mesmo ainda não é regulamentado, e em uma situação em que o doador se arrependa e peça o reembolso, como no caso Ken Lord, ele estará desprotegido e sem garantias; bem como o "Risco na relação com os investidores", demonstrado pelas diferentes expectativas apresentadas pelos doadores e a empresa, e as crescentes críticas que ela vem sofrendo destes, o que pode levar a companhia a não ser capaz de administrar o negócio no nível exigido e falhar em entregar tudo que foi prometido (JENIK; LYMAN; NAVA, 2017; WORLD BANK, 2013).

Em algum ponto, Roberts definiu a data de lançamento de Squadron 42 para o outono de 2015 e a versão final de Star Citizen para 2016. Agora, entretanto, ele diz que uma versão beta de Squadron 42 vai sair em 2020, mas desistiu de tentar adivinhar quando Star Citizen vai terminar. Novos vídeos promocionais continuam a ser lançados e mais recursos são gastos no projeto. Já os sistemas estelares prometidos? Nenhum se quer foi completado, apenas dois planetas, nove luas e um asteroide. Isso não constitui fraude, dado que Roberts realmente está trabalhando no jogo, mas demonstra falhas graves no seu desenvolvimento, já que muito dinheiro entra, porém pouco é criado (PEREZ; VARDI, 2019). Finalizando, podemos destacar o "Risco de Mídia" (WORLD BANK, 2013), pois diante de tudo o que foi apresentado, a imagem da empresa e do projeto acabam sofrendo uma exposição negativa e criando dúvida sobre a conclusão deste, desestimulando novos investidores em Star Citizen.

5. CONCLUSÃO

Este artigo buscou identificar as vulnerabilidades que uma campanha de crowdfunding apresenta tanto a seus criadores, como a apoiadores; verificou-se que a Cloud Imperium Games, depois de vários anos de campanha, teve altos e baixos. A empresa enfrentou dificuldades de execução no projeto, desconfiança e críticas dos investidores, bem como problemas internos de gestão. Não há dúvidas de que do ponto de vista financeiro, Star Citizen é um tremendo sucesso de campanha, contudo mesmo após anos, o jogo ainda não é uma realidade, o que evidencia um aspecto delicado sobre o sucesso do crowdfunding: o fato de ele não estar relacionado especificamente aos fundos de apoio alcançados, mas sim a finalização do objetivo proposto na campanha.

Esta afirmação pode ser corroborada pelo fato de a data de lançamento do jogo ter sido constantemente adiada e agora se quer existir (PARKER, 2017; PEREZ, VARDI, 2019). Também observa-se que alterações no plano original da campanha criam vulnerabilidades e o fator humano é determinante para isso, pois Roberts afirmava que Star Citizen custaria até \$14 milhões, mas mudou o discurso em busca de "um jogo maior e mais desafiador, um sonho a se realizar", o que após arrecadar quase \$240 milhões, continua sendo apenas um sonho (NEHKARA et al, 2019; ROBERTS, 2015; YIN-POOLE, 2012).

O caso Ken Lord (PEREZ; VARDI, 2019) trouxe a tona algumas vulnerabilidades dos investidores, visto que em situação de perda, não há garantias jurídicas para estes, comprovando também a afirmação do Word Bank (2013) sobre o risco “Insucesso Empresarial” de que qualquer investimento na modalidade pode ser perdido, ainda que Star Citizen esteja em desenvolvimento, já que o mesmo não tem mais data prevista, suas especificidades variam conforme a vontade da Cloud Imperium Games, que pode alterar as regras do jogo quando quiser, e não há contrato para proteger quem doa. Em virtude disso, fica claro que esta ferramenta, o crowdfunding, precisa de diretrizes claras, necessitando de regulamentação para agir como salvaguarda a investidores, bem como de exigências, a quem quiser usar o modal, de comprovação da viabilidade do projeto conforme especificado e nos valores apresentados. Destaque-se, no entanto, o fato de esta pesquisa ser limitada a apenas uma empresa, que aplicou em um tipo de crowdfunding, o de doações. Para resultados mais precisos, novos estudos envolvendo outras empresas ou iniciativas individuais em outros tipo de crowdfunding podem ser feitas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela força, inspiração e paciência dadas. Agradeço a professora Luciane, pela orientação e por acreditar neste trabalho. Agradeço ao professor Abel por não desistir de mim e pela ajuda em diversos momentos. Agradeço a Instituição Fatec por todo o conhecimento adquirido que culminou na elaboração deste artigo.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, Mike. **The sage encyclopedia of communication research methods**. 1st ed. Thousand Oaks, USA: Sage Publications, 2017. 2120 p.
- ATTUEL-MENDES, Laurence. Crowdfunding and Crowdfinancing, an Evolution of Models for Entrepreneurship of the Poor. **Open Access Library Journal**, Dijon, France, 2016. DOI 10.4236/oalib.1103251. Disponível em: <<https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=72713>>. Acesso em: 29 set. 2019.
- BELLEFLAMME, P.; LAMBERT, T.; SCHWIENBACHER, A. Crowdfunding: An industrial organization perspective. **Digital Business Models: Understanding Strategies**, Paris, p. 1-30, 2010.
- BRADFORD, C. Steven. Online Arbitration as a Remedy for Crowdfunding Fraud. **45 Fla. St. U. L. Rev.** **1169**, [s. l.], 2018. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3014148>>. Acesso em: 21 set. 2019.
- BRERETON, P. R. The qualification for entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, [s. l.], ed. 4, 1978.
- CIG – Cloud Imperium Games. Core. **Cloud Imperium Games**, [201-a]. Disponível em: <<https://cloudimperiumgames.com/core>>. Acesso em: 26 set. 2019.
- CIG – Cloud Imperium Games. Legal. **Cloud Imperium Games**, [201-b]. Disponível em: <<https://cloudimperiumgames.com/pages/legal>>. Acesso em: 18 out. 2019.
- CIGC – Cloud Imperium Games Corporation. Star Citizen. **Kickstarter**, 18 Oct. 2012. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/projects/cig/star-citizen>>. Acesso em: 21 set. 2019.

- CREMADES, Alejandro. How Crowdfunding Works For Entrepreneurs. **Forbes Online**, 12 Jan. 2019. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2019/01/12/how-crowdfunding-works-for-entrepreneurs/>>. Acesso em: 6 out. 2019.
- DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **The Sage Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks, USA: SAGE Publications, 2011. p. 1-32.
- DRUCKER, Peter F. **Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles**. 1st ed. New York: Harper & Row, 1985. 277 p.
- FINK, Andrew. Protecting the Crowd and Raising Capital Through the JOBS Act. **SSRN Electronic Journal**, [s. l.], 2012. DOI 10.2139/ssrn.2046051. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2046051>>. Acesso em: 4 out. 2019.
- HÉBERT, R. F.; LINK, A. Historical Perspectives on the Entrepreneur. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, [s. l.], p. 261-408, 2006. DOI 10.1561/0300000008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/228314882_Historical_Perspectives_on_the_Entrepreneur>. Acesso em: 26 set. 2019.
- JENIK, I.; LYMAN, T.; NAVA, A. Crowdfunding and Financial Inclusion. **CGAP**, 2017. Disponível em: <<https://www.cgap.org/sites/default/files/Working-Paper-Crowdfunding-and-Financial-Inclusion-Mar-2017.pdf>>. Acesso em: 4 out. 2019.
- LONG, Wayne. The Meaning of Entrepreneurship: Practice and Principles. **American Journal of Small Business**, [S. l.], p. 47-59, 1983. DOI 10.1177/104225878300800209. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104225878300800209>>. Acesso em: 26 set. 2019.
- MOLLICK, E. The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. **Journal of Business Venturing**, [S. l.], p. 1-16, 2014. DOI 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390261300058X>>. Acesso em: 29 set. 2019.
- MONROE, Nick. A Look at Star Citizen Stretch Goals and Features. **Gameranx**, 10 Aug. 2016. Disponível em: <<https://gameranx.com/features/id/67537/article/the-star-citizen-stretch-goals/>>. Acesso em: 12 out. 2019.
- MONROE, Nick. The Chris Roberts Theory of Everything. **Gameranx**, [s. l.], 31 Aug. 2016. Disponível em: <<https://gameranx.com/updates/id/70033/article/the-chris-roberts-theory-of-everything/>>. Acesso em: 12 out. 2019.
- MORDUCH, J. The microfinance promise. **Journal of Economic Literature**, [s. l.], p. 1569-1614, 1999. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/6a58/4f3fbc4c5333825ce0a8e8a30776097c81c5.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.
- NASSAJI, Hossein. Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. **Language Teaching Research**, [S. l.], p. 129-132, 2015. DOI 10.1177/1362168815572747. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1362168815572747>>. Acesso em: 6 out. 2019.
- NEHKARA *et al.* Crowdfunding Development Spreadsheet Version 2.0. **Google Docs**, 2019. Disponível em: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tMAP0fg-AKScI3S3VjrDW3OaLO4zgBA1RSYoQOQoNSI/edit#gid=510405882>>. Acesso em: 13 out. 2019.
- NOVOA, Jaime. Understanding differences in startup financing stages. **Startupxplore**, 9 Oct. 2014. Disponível em: <<http://startupxplore.com/blog/types-startup-investing/>>. Acesso em: 21 set. 2019.
- OECD. **Fostering entrepreneurship**. Paris: OECD, 1998.

PAINTER, K. L. Crowdfunding businesses turn out to be viable ongoing entities. **The Denver Post**, 31 Jan. 2014. Disponível em: <<https://www.denverpost.com/2014/01/31/crowdfunding-businesses-turn-out-to-be-viable-ongoing-entities/>>. Acesso em: 21 set. 2019.

PARKER, Laura. Video Game Raised \$148 Million From Fans. Now It's Raising Concerns. **The New York Times**, 10 May 2017. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/05/10/technology/personaltech/video-game-raised-148-million-from-fans-now-its-raising-issues.html>>. Acesso em: 12 out. 2019.

PASCHEN, J. Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. **Business Horizons**, [S. l.], p. 179-188, 2017. DOI 10.1016/j.bushor.2016.11.003. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681316301252>>. Acesso em: 6 out. 2019.

PEREZ, Matt; VARDI, Nathan. Exclusive: The Saga Of 'Star Citizen' A Video Game That Raised \$300 Million — But May Never Be Ready To Play. **Forbes Online**, 01 May 2019. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/mattperez/2019/05/01/exclusive-the-saga-of-star-citizen-a-video-game-that-raised-300-million-but-may-never-be-ready-to-play/>>. Acesso em: 12 out. 2019.

PRIVE, Tanya. Top 10 Benefits Of Crowdfunding. **Forbes Online**, 12 Oct. 2012. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2012/10/12/top-10-benefits-of-crowdfunding-2/>>. Acesso em: 21 set. 2019.

RAND, Doug. The Promise of Crowdfunding for Social Enterprise. **Obama White House**, 28 June 2012. Disponível em: <<https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2012/06/28/promise-crowdfunding-social-enterprise>>. Acesso em: 29 set. 2019.

ROBERTS, Chris. Star Citizen adds Kickstarter!. **Star Citizen**, 18 Oct. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-zN5q7sBKmc>>. Acesso em: 13 out. 2019.

ROBERTS, Chris. Letter from the Chairman. **Roberts Space Industries**, 30 Sept. 2014. Disponível em: <<https://robertsspaceindustries.com/comm-link/transmission/14184-Letter-From-The-Chairman#>>. Acesso em: 18 out. 2019.

ROBERTS, Chris. Letter from the Chairman: Back home!. **Roberts Space Industries**, 20 July 2015. Disponível em: <<https://robertsspaceindustries.com/comm-link/transmission/14839-Letter-From-The-Chairman>>. Acesso em: 18 out. 2019.

ROUSE, Margaret. Feature Creep. **WhatIs.com**, Sept. 2005. Disponível em: <<https://searchcio.techtarget.com/definition/feature-creep>>. Acesso em: 18 out. 2019.

RSI – Roberts Space Industries. About the game. **Roberts Space Industries**, [201-a]. Disponível em: <<https://robertsspaceindustries.com/about-the-game>>. Acesso em: 21 set. 2019.

RSI – Roberts Space Industries. Funding Goals. **Roberts Space Industries**, [201-b]. Disponível em: <<https://robertsspaceindustries.com/funding-goals>>. Acesso em: 21 set. 2019.

RSI – Roberts Space Industries. Meet Chris Roberts. **Roberts Space Industries**, 09 Sept. 2012. Disponível em: <<https://robertsspaceindustries.com/comm-link/transmission/12665-Meet-Chris-Roberts>>. Acesso em: 21 set. 2019.

SCHUMPETER, J. A. Economic Theory and Entrepreneurial History. In: AITKEN, Hugh. **Explorations in enterprise**. Cambridge: Harvard University Press, 1965.

SHIR, N.; NIKOLAEV, B.; WINCENT, J. 2018. Entrepreneurship and Well-being: The Role of Psychological Autonomy, Competence, and Relatedness. **Journal of Business Venturing**, [S. l.], 2018. DOI 10.1016/j.jbusvent.2018.05.002. Disponível em:

<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902617301672>>. Acesso em: 26 set. 2019.

SIERING, Michael; KOCH, Jascha-Alexander; DEOKAR, Amit V. Detecting Fraudulent Behavior on Crowdfunding Platforms: The Role of Linguistic and Content-Based Cues in Static and Dynamic Contexts. **Journal of Management Information Systems**, [S. l.], p. 421-455, 2016. DOI: 10.1080/07421222.2016.1205930. Disponível em:

<<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07421222.2016.1205930>>. Acesso em: 4 out. 2019.

STACK, P. *et al.* Managing Risk in Business Centric Crowdfunding Platforms. **Proceedings of the 13th International Symposium on Open Collaboration - OpenSym '17**, Galway, Ireland, 2017. DOI 10.1145/3125433.3125460. Disponível em: <https://www.opensym.org/wp-content/uploads/2017/08/B5_stack_poster.pdf>. Acesso em: 4 out. 2019.

STEMLER, A. R. The JOBS Act and crowdfunding: Harnessing the power—and money—of the masses. **Business Horizons**, [S. l.], p. 271-275, 2013. DOI 10.1016/j.bushor.2013.01.007. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681313000086>>. Acesso em: 29 set. 2019.

WEBER, Max. **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**. London: Allen & Unwin, 1956.

WINATA, Sherly. **The Economic Determinants of Entrepreneurial Activity: Evidence from a Bayesian Approach**. 2008. 116 p. Master Thesis (Master of Business Studies in Financial Economics) - Massey University, Palmerston North, 2008.

WORLD BANK. Crowdfunding's Potential for the Developing World. **World Bank**, Washington DC, 2013. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/17626>>. Acesso em: 4 out. 2019.

YIN-POOLE, Wesley. Wing Commander creator returns to melt your PC with new space sim Star Citizen. **Eurogamer**, 10 Oct. 2012. Disponível em: <<https://www.eurogamer.net/articles/2012-10-10-wing-commander-creator-returns-to-melt-your-pc-with-new-space-sim-star-citizen>>. Acesso em: 15 out. 2019.