

JOGOS DE EMPRESAS E A GAMIFICAÇÃO DO ENSINO: POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES.

GAMES OF COMPANIES AND THE GAMING OF TEACHING: POTENTIALITIES AND LIMITATIONS.

JUEGOS DE EMPRESAS Y JUEGO DE ENSEÑANZA: POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES

LUCAS CONDE STOCÇO

Universidade Federal de Uberlândia Mestrando em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) pela Universidade Federal de Uberlândia. Graduando em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Uberlândia. Possui Graduação em Administração pela Universidade Federal de São João Del-Rei (2014). Email: lucasstocco@hotmail.com ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5139-8149>

NATHÁLIA SANTOS FRANQUEIRO

Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia - linha de pesquisa: Sociedade, Desenvolvimento e Regionalidade. Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Uberlândia (2016), com formação complementar em Ingeniería Comercial pela Universidad de Santiago de Chile. Interesses de pesquisa em: Cultura Organizacional, Crimes Corporativos (Dark Side das organizações), Gestão Internacional, Gênero, Estratégia, Marketing, Empreendedorismo. E-mail: nathaliansf@hotmail.com

EDSON CARLOS CORDEIRO JÚNIOR

Possui graduação em Direito pela Universidade de Uberaba (2010). É especialista em Direito e Processo do Trabalho pela Universidade Uberaba, Minas Gerais, Brasil e também especialista em Gestão Pública pela Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil. O foco de pesquisa é na área de Responsabilidade civil contratual e extracontratual. Possui experiência como: Técnico de Gestão em Registros Empresas, Advocacia Civil, Empresarial e Trabalhista Atualmente é professor com dedicação exclusiva no Instituto Federal do Triângulo Mineiro. Os temas de interesse são: Ética, Noções de Direito, Responsabilidade Social e Legislação Trabalhista, Ambiental e Empresária. Email: edsoncarloscjr@gmail.com

FERNANDA CRISTINA COSTA LOPES

Possui graduação em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas do Triângulo Mineiro (2005) e especialização em Controladoria e Finanças pela Faculdade de Ciências Econômicas do Triângulo Mineiro (2006). Atualmente é Tecnólogo - Formação/ Gestão do Instituto Federal do Triângulo Mineiro. Tem experiência na área de Administração. Email: fernandalopes@iftm.edu.br

RESUMO

Objetiva-se, neste trabalho, encontrar as potencialidades e limitações relacionadas a aplicação do método jogos de empresa. Para tanto, foram feitas entrevistas semiestruturadas com 11 docentes de uma Instituição de Ensino Superior Pública, do curso de Gestão Comercial situada no Triângulo Mineiro. Alguns resultados como simulação da

realidade, melhor absorção do conteúdo e ligação entre teoria e prática puderam ser observados. As limitações estão vinculadas, principalmente, a falta de tempo e recursos para sua utilização.

Palavras-chave: Estratégia de ensino, Jogos de empresas, Gamificação.

ABSTRACT

The aim of this work is therefore, to find the potentialities and limitations related to the application of method company games. For this, semi-structured interviews were conducted with 11 teachers from a Public Higher Education Institution, from the Business Management course located in the Triângulo Mineiro region. Some results related to the potentialities as simulation of reality, better absorption of the content and connection between theory and practice, could be observed. The limitations are mainly linked to the lack of time and resources for its use.

Keywords: Teaching strategy, Business game, Gamification.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es, por lo tanto, encontrar las potencialidades y limitaciones relacionadas con la aplicación de juegos de la compañía. Para esto, se realizaron entrevistas semiestructuradas con 11 maestros de una Institución de Educación Pública Superior, del curso de Administración de Empresas ubicado en la región de Triângulo Mineiro. Se pudieron observar algunos resultados relacionados con las potencialidades como la simulación de la realidad, una mejor absorción del contenido y la conexión entre la teoría y la práctica. Las limitaciones están relacionadas principalmente con la falta de tiempo y recursos para su uso.

Palabras clave: Estrategia de enseñanza, Juego de negocios, Gamificación.

1. INTRODUÇÃO

O processo de aprendizagem acompanha as modificações sociais que decorrem de avanços tecnológicos, assim o método de ensino passa a ser entendido a partir do período que se está vivenciando. A revolução do conhecimento e proliferação da internet (OLIVEIRA et al., 2010) contribuíram para mudanças das práticas de ensino. Para tanto, os educadores devem acompanhar as novas demandas que decorrem desses avanços tecnológicos e, assim, estabelecer novas estratégias de ensino. Os Jogos de Empresas decorrem dessa

evolução do aprendizado por parte dos alunos. Esses evidenciam uma estratégia de ensino importante para a construção e compartilhamento do conhecimento.

Da mesma forma, a utilização de jogos de empresa auxilia os estudantes a lidarem com um ambiente de complexidade e tomada de decisões, pois aprendem de forma interativa à medida que esses possuem a finalidade de contribuir para a formação de futuros profissionais na área de Administração (BUTZKE; ALBERTON, 2016). A produção de jogos digitais acompanhou esse avanço no desenvolvimento de novas tecnologias, tornando-os cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas (BUENO; BIZELLI, 2014).

Focalizando a pesquisa na área de aplicação de Jogos de Empresas frente à gamificação do ensino, este artigo tem como objetivo analisar as potencialidades e limitantes encontrados nesse cenário, ou seja, a possibilidade de simular um ambiente empresarial e dotar os alunos de poder de decisão. Isso significa uma ferramenta atraente, quando comparado com as tradicionais aulas expositivas (SALDANHA et al, 2018). Ao mesmo tempo, os jogos podem igualmente possuir fatores limitantes, como não simular a real pressão a qual um ambiente empresarial possui, ou ainda, os alunos podem não levar o jogo a sério e comprometer o aprendizado (MARTINELLI, 1988).

Sendo assim, o problema de pesquisa motivador do presente trabalho se alicerça neste questionamento: quais os fatores que contribuem e/ou limitam o uso de jogos de empresa a partir da gamificação do ensino? Para chegar aos possíveis resultados foi utilizado como metodologia de pesquisa a aplicação de entrevistas semiestruturadas, enviadas a 13 profissionais de uma Instituição de Ensino Superior Pública na região do Triângulo Mineiro, que ministram aulas no curso de Gestão Comercial, com posterior análise de conteúdo dessas entrevistas. O roteiro buscou coletar informações quer quanto a compreensão desses profissionais a respeito da utilização de Jogos de Empresa e *Games* Digitais pelas disciplinas que são responsáveis, quer como os motivadores e possíveis críticas a essa estratégia.

Nossa argumentação estrutura-se em 4 seções, na seção de referencial, busca-se apresentar os conceitos de Jogos de Empresas e Gamificação do ensino, que serviram como fundamentação teórica para o trabalho. A metodologia apresenta a estrutura da entrevista e a forma como foi feita sua aplicação. A análise de resultados permite compreender os achados pela pesquisa e qual sua relação com o referencial utilizado e sua aplicabilidade. Por fim, conclui-se o trabalho apontando futuras pesquisa e limitações encontradas no decorrer da pesquisa, assim como sua contribuição para o campo científico.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O avanço tecnológico permitiu que uma série de novas tecnologias passem a fazer parte do cotidiano no ensino. O posicionamento tanto de professores, quanto de alunos frente a essa nova realidade faz com que o processo de aprendizado ganhe maior dinamismo e seja constantemente influenciado por novas estratégias de ensino utilizadas.

Em um novo contexto tecnológico e social, que tem sido pautado pela revolução do conhecimento e proliferação da internet (OLIVEIRA et al., 2010, p.36), o perfil do estudante tem sido moldado para estar conectado e buscar novas informações em um volume maior e de forma mais rápida. Com isso o professor necessita buscar novas estratégias que visem à garantia de eficiência do ensino, assim como consigam chamar atenção dos estudantes (OLIVEIRA; CRUZ, 2007). Tais transformações sociais contribuem para a modificação do processo de ensino e aprendizagem, no qual o estudante já não assume uma posição passiva de receptor do conhecimento (DIAS; SAUAIA; YOSHIZAKI, 2013), mas sim de agente que contribui para a criação desse conhecimento através da interação com os professores e compartilhamento de tarefas na resolução de problemas (OLIVEIRA et al., 2010).

Com a finalidade de atingir tal objetivo, uma estratégia pertinente a esse novo contexto educacional são os Jogos de Empresas. As simulações de Jogos de Empresas (MOTTA; QUINTELLA, 2012; MOTTA; QUINTANELLA; MELO, 2012; DIAS; SAUAIA; YOSHIZAKI, 2013), podem ser utilizadas de maneira complementar ao método de ensino expositivo historicamente conhecido. Tem sido aceito que a utilização dessa estratégia proporciona aos participantes maior satisfação do que outros métodos de ensino, envolvendo-os com o processo de aprendizagem (SAUAIA, 2000). Os principais propósitos da utilização dos jogos ou simulações, estes podem ser classificados em três grandes categorias: aquisição de conhecimentos, desenvolvimento de atitudes e desenvolvimento de habilidades (SAUAIA,2000; SCHUMANN et al, 2014).

2.1 JOGOS DE EMPRESAS

Diversas são as estratégias de ensino que estão à disposição dos docentes que pretendem inovar através da adoção de novos meios para auxiliar e facilitar a compreensão de seus alunos, de maneira a relacionar teoria e prática. Assim, os jogos de empresa constituem um tipo de metodologia ativa que possibilita facilitar o processo de ensino e aprendizagem, ao dinamizar as aulas e auxiliar os estudantes. Dias et al (2013) destacam o fato de que as gerações mudaram, estão mais inseridas num mundo de tecnologias, conseqüentemente, é necessário também haver mudanças no ensino superior, uma vez que a postura passiva dos estudantes é inviável e as aulas ministradas baseadas apenas na exposição de conteúdo já não são estimulantes.

Nesse contexto, os jogos empresariais funcionam como um interessante exemplo de aula dinâmica e que podem ser considerados uma boa ferramenta para aproximar os alunos da teoria através da prática (MOTTA; QUINTELLA; MELO, 2012; SALDANHA et al, 2018), porque representam uma situação desafiadora que contribui para o processo de tomada de decisão. Além disso, os jogos representam uma situação de desafio aos alunos, já que são baseados em simulações e que requerem respostas dos alunos para a prática apresentada (BUTZKE; ALBERTON, 2016).

De acordo com Motta, Quintella e Melo (2012), as primeiras experiências com a utilização de jogos de empresa datam de 1970; no entanto, sua popularização se deu nos anos 2000. Por jogos de empresas, pode se entender como uma dinâmica em sala de aula, que faz uso ou não de algum software para simulação de tarefas pertinentes à uma organização com o intuito de que seus participantes possam vivenciar o processo de tomada de decisão (MOTTA; QUINTELLA; MELO, 2012). Martinelli (1988) destaca que o principal propósito da utilização de jogos de empresa é simular um ambiente empresarial fictício, como forma de capacitação e treinamento para que os estudantes possam melhor exercer sua atividade profissional futuramente.

Martinelli (1988, p.26) da mesma forma chama atenção quanto ao papel do professor durante a execução dos jogos de empresa, ao destacar que aquele deve levar o aluno a “descobrir e a criar, induzi-lo a pesquisar e raciocinar, a aprender por sua própria conta a se educar”. Percebe-se, então, que o estudante deve se fazer responsável e, de certa forma, ter autonomia em seu processo de aprendizado, por meio de uma postura ativa, de modo que o professor seja apenas um facilitador em determinados momentos.

Entre algumas das potencialidades da utilização dos jogos de empresa, destaca-se a possibilidade de aproximar os estudantes da prática gerencial, por exemplo, ao estimular a tomada de decisão e interação com o ambiente empresarial simulado, conseqüentemente, esse tipo de metodologia ativa promove uma melhor formação aos estudantes e futuros profissionais do curso de Administração (BUTZKE; ALBERTON, 2016). Outra potencialidade pode ser entendida como o aperfeiçoamento das habilidades de negociação e solução de conflitos, já que os alunos são estimulados a aprender a partir de uma vivência prática, o que pode agregar valor ao processo de aprendizagem (CAVALCANTI; SAUAIA, 2006). De forma complementar, Motta, Quintella e Melo (2012) chamam atenção para o fato de o campo da Administração se tratar de uma área aplicada, em razão disso torna-se difícil para compreensão dos alunos e desenvolvimento de determinadas habilidades, o uso apenas de métodos tradicionais de ensino.

Quanto às limitações relacionadas ao uso dos jogos de empresa, Martinelli (1988) destaca o fato de muitos alunos não levarem a sério a prática, já que se trata de um “jogo”, além de se preocuparem apenas com a competitividade e não com o aprendizado, ao

buscar por estratégias para alcançar a melhor posição no fim do jogo. Uma outra falha mencionada pelo autor, é a falta de instruções e objetivos claros, dificultando a execução do jogo; todavia, esse erro pode ser evitado por meio de maior cuidado na elaboração dos jogos. Pode ser entendido aqui como problema a utilização dos jogos de empresa como instrumentos didáticos e a não retomada da teoria apresentada, dificultando o entendimento dos alunos.

Complementando a ideia de Martinelli (1988), Lacruz e Américo (2018) enfatizam o uso de outras técnicas ou instrumentos, junto aos jogos de empresa, para contribuir ainda mais com o processo de aprendizagem; além disso, os autores enfatizam a importância dos docentes em reforçar a teoria após a prática do jogo, para evidenciar aos estudantes aquilo que pôde ser aprendido com a prática.

2.2 GAMIFICAÇÃO DO ENSINO

O processo de gamificação do ensino está vinculado a forma como o crescente desenvolvimento de novas plataformas de jogos e sistemas tem se consolidado devido ao avanço tecnológico. Os jogos eletrônicos ou digitais são similares aos jogos tradicionais uma vez que seguem um conjunto de regras e normas pré-estabelecidos que condicionam a atuação dos jogadores a uma determinada finalidade (BUENO; BIZELLI, 2014).

Dessa maneira, entende-se a gamificação como a aplicação de características de jogos a atividades *non-game*, como o trabalho e ensino, para envolver e motivar seus participantes (BUNCHBALL INC., 2012). Estudos como o de Borges et al. (2013) apontam a produção científica relacionada à aplicação de games no ensino, ao classificar os trabalhos levantados em categorias como o aprimoramento de habilidades, a indução de desafios para estimular os estudantes, a maximização do aprendizado e a socialização. Nesse cenário, Costa e Marchiori (2016) apontam para a contribuição da gamificação na criação de conteúdo em conjunto com os usuários e também o incentivo de desenvolvimento de produtos para aumento da visibilidade da marca. Isso nos mostra como a gamificação se faz presente na educação praticada na atualidade, apresentando novas formas de transmissão do conhecimento e desenvolvimento dos participantes do processo.

Segundo relatório da GediGames (2014), os jogos digitais, classificados como *Serious Games*, podem modificar o sistema educacional, uma vez que contribuem para o desenvolvimento de raciocínio lógico, capacidade de solução de problemas, podendo ser adaptados as necessidades do público que deles participará.

Os *Serious Games*, são desenvolvidos com base em demandas específicas, traduzindo-se em jogos encomendados por órgãos ou empresas que tem a intenção de utilizá-los como ferramenta diferenciada em suas atividades (GEDIGAMES, 2014). No

Brasil, podem ser encontradas algumas dessas aplicações como o *Beer Game* ou Jogo da Cerveja. Nestes os participantes são divididos em equipes que administram cada um dos elos da cadeia de suprimentos competindo entre si com o objetivo de alcançar o menor custo total no atendimento ao cliente final (ILOS, 2018).

Outra aplicação conhecida entre os docentes brasileiros é o Desafio Sebrae que busca estimular o desenvolvimento de futuros empreendedores, através da participação dos estudantes em sua plataforma virtual (SEBRAE, 2018). A participação dos estudantes em jogos desse tipo muitas vezes é estimulada pelos próprios docentes que também participam durante o processo. Dessa maneira, o estudo buscou através da metodologia utilizada, encontrar os fatores que contribuem para o fortalecimento desses jogos entre os estudantes, partindo-se das experiências descritas pelos docentes.

3. METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa em Administração contribui para a formulação de novas percepções pelo pesquisador com base no que está sendo estudado, assim como a grande quantidade de informações que podem ser levantadas e interpretadas pelos questionamentos levantados no processo de pesquisa. Nesse viés, a pesquisa qualitativa contribui para o entendimento da pluralidade de relações entre os atores e de padrões de interpretação na sociedade moderna (FLICK, 2009). É preciso compreender a subjetividade existente nas informações obtidas, assim como o ponto de vista do pesquisador. Oliveira e Piccinin (2009) assinalam o papel do pesquisador durante a coleta e análise de dados e de que forma suas ações no processo de coleta, análise e apresentação dos resultados de forma ética asseguram a validade do conhecimento produzido em uma pesquisa qualitativa.

Em vista disso, a entrevista aparece como uma boa alternativa para coleta de dados nesse tipo de pesquisa, pois pode ser apresentada em forma escrita. Isso possibilita a percepção de crenças, valores, sentimentos e percepções dos participantes (GIL, 1994). Neste estudo, a técnica de pesquisa utilizada consistiu em aplicação de entrevista semiestruturada com espaço para contribuições dos entrevistados quanto aos questionamentos levantados.

O formulário foi enviado por e-mail para 13 professores do curso de Gestão Comercial de uma IES do Triângulo Mineiro, tendo sido obtido o total de 11 respostas. As perguntas feitas foram direcionadas para a compreensão dos docentes do processo de aplicação dessa estratégia, como também suas percepções quanto a aceitação e desempenho dos estudantes e estímulo quanto a participação destes em Jogos de Empresas on-line. O roteiro buscou abordar questões sobre o conhecimento dos participantes quanto ao uso de Jogos de Empresas, assim como quais as formas de

aplicação utilizadas, possíveis limitantes e potencialidades quanto ao uso dessa estratégia de ensino na percepção dos docentes. Após o retorno do questionário pelos professores, as respostas foram todas transcritas e em seguida, foi feita a leitura e análise dessas respostas, tendo em vista o objetivo do trabalho.

A análise de conteúdo como técnica de pesquisa apresenta-se como uma rica fonte de interpretações e análises dos dados obtidos pelo pesquisador, o que mostra sua potencialidade para contribuição dos estudos em Administração (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Para tanto, a análise de conteúdo foi utilizada para compreensão e análise das respostas fornecidas pelo corpo docente pesquisado.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, são apresentados os resultados da pesquisa e análise das respostas coletadas pelo corpo docente da Instituição de Ensino Superior do curso de Gestão Comercial, participante. As respostas dadas pelos professores durante a entrevista são apresentadas com transcrição de alguns trechos para melhor exemplificação. Posteriormente, analisaremos esses resultados tendo em vista o objetivo deste trabalho e levando em consideração a opinião dos diversos autores apresentados no referencial teórico.

A princípio, os professores foram indagados a respeito de seu conhecimento sobre a metodologia ativa de utilização de jogos de empresa, tendo a maioria respondido que a conhecem, sendo 9 respostas positivas frente a 2 negativas. Quando questionados sobre a utilização de jogos de empresa, 8 dos 9 professores que a conhecem responderam já terem utilizado e 3 ainda não fizeram uso desse tipo de didática. Entre aqueles que foram indagados se a utilizariam novamente, a resposta obtida foi afirmativa por todos.

As perguntas iniciais - aqui expostas - servem para situar os leitores sobre a popularidade do uso de jogos de ensino entre o corpo docente, tanto em relação ao seu conhecimento, quanto em relação ao seu uso. Foi possível perceber com as respostas fornecidas, que a maior parte dos entrevistados conhece a metodologia e já fez uso dela, tendo um resultado favorável e, por esse motivo, voltariam a utilizá-la em sala de aula.

Ao serem questionados a respeito do incentivo da instituição em que trabalham sobre o uso dos jogos de empresa como metodologia de ensino, houve divergência nas respostas, pois, visto que todos os professores respondentes trabalham na mesma instituição, poderia ser pressuposto que a resposta fosse a mesma para todos eles; contudo, o que se percebeu foi que a maioria (8 pessoas) respondeu que sim, logo, a instituição incentiva o corpo docente a fazer uso dos jogos de empresa nas aulas, porém, a minoria (3 pessoas) declarou que não é incentivada pela instituição de ensino em que trabalha a fazer

uso de jogos. Por meio da divergência de respostas apresentada, depreende-se que as informações dentro da instituição não fluem da mesma forma para todos os docentes que nela trabalham.

Em relação à quais disciplinas foram utilizados os jogos de empresa, os professores citaram: Empreendedorismo, Recursos Humanos, Economia, Logística, Contabilidade, Gestão Financeira, Finanças e Orçamento. Assim, a utilização dos jogos de empresas não está restrita a determinadas disciplinas, mas sim, pode ser feito seu uso em qualquer matéria, sendo apenas necessário que o jogo se adeque à teoria dada.

Uma das potencialidades dos jogos de empresa percebidas - tendo em vista as respostas apresentadas pelo corpo docente - foi a aceitação dos alunos, o desempenho durante o jogo e o posterior envolvimento na disciplina. Alguns relatos de professores comprovam esse engajamento dos alunos e os benefícios do uso dessa metodologia ativa proposta pelo corpo docente:

O envolvimento na disciplina melhorou bastante, eu diria até que a relação entre a turma e o professor melhora bastante após a dinâmica com os jogos de empresa. Acredito ser um método essencial para o aprendizado de futuros gestores. (PROFESSOR Nº 8)

O desempenho dos alunos com os jogos de empresas foi além das minhas expectativas. Um aluno até me deu um retorno dizendo que aprendeu mais com o jogo do que em sala de aula. Avalio o método de jogos de empresas de grande importância no processo pedagógico, pois é uma metodologia ativa, colocando o aluno numa postura ativa de aprendizagem. (PROFESSOR Nº 9)

Em minha opinião, o envolvimento dos alunos na disciplina melhorou bastante e avalio essa metodologia como excelente já que possibilita a aplicação dos conceitos na prática e gera envolvimento dos alunos. (PROFESSOR Nº 11)

Avalio o desempenho dos alunos como muito bom, houve aceitação geral por parte dos alunos e acredito que o método de jogos de empresa é um instrumento de apoio que ajuda o professor e o aluno a atingirem seus objetivos e compreender a teoria na prática. (PROFESSOR Nº 7)

Pelas respostas coletadas e pelos depoimentos acima citados, comprova-se a aceitação dos alunos com os jogos de empresas aplicados, algumas vezes até mesmo excedendo as expectativas dos professores, conforme relatado pelo professor nº 9. Além disso, de acordo com os docentes acima citados, alguns dos benefícios e potencialidades dos jogos foram evidenciados, como é o caso da teoria ser comprovada na prática, principalmente como foi destacado nos dois últimos depoimentos como destacam os trabalhos de Butzke e Alberton (2016), Martinelli (1988), Motta, Quintella e Melo (2012) ao dar atenção ao fato da Administração ser uma ciência aplicada e da importância em auxiliar os alunos a compreenderem a teoria com a prática proposta pelos jogos.

Quando questionados sobre quais jogos já utilizaram, alguns professores citaram aqueles criados por eles mesmos, outros citaram jogos de tabuleiros, dinâmicas em sala de aula, competição entre grupos e, alguns poucos professores, citaram jogos online, de modo que, a maioria dos docentes destacou que nunca fez uso de jogos online (8 professores) e apenas a minoria (3 professores) já usou esse tipo de jogo. Dentre os que fazem uso de jogos online foi indicado o *Beer Game* que é disponibilizado por um dos professores aos estudantes.

Quando questionados sobre o motivo de nunca terem utilizado jogos online, algumas das respostas mais comuns foram: “Desconhecimento”; “Falta de conhecimento e oportunidade”; “Não encontrei um jogo que atendesse a minha necessidade”; “Não achei interessante na época para as disciplinas que ministrava”. Sendo assim, percebe-se que apesar de ser popular o uso dos jogos de empresas entre os docentes, os jogos online não estão dentre os mais utilizados.

Para jogos e eventos que constituem em simulação de empresas, a maioria dos professores (8 respondentes) declararam que indicam determinados eventos aos alunos, como “Desafio SEBRAE”. No entanto, apenas metade desses docentes declararam obter um retorno satisfatório por parte dos alunos participantes, já a outra metade diz não obter nenhuma resposta dos alunos.

Em relação aos fatores motivadores para a utilização de jogos de empresas em sala de aula, foi mencionado bastante pelo corpo docente, a questão da fuga do método tradicional de ensino e maior dinâmica em sala de aula, com a finalidade de despertar ainda mais o interesse dos alunos, aproximando-os da realidade empresarial. Os depoimentos abaixo corroboram tal ideia:

O grande fator motivador do uso de jogos de empresa em sala de aula foi o fato de ter a possibilidade de diferenciar a metodologia tradicional de ensino e dinamizar as aulas, para que eu pudesse ter mais interesse dos alunos. Além de ter a possibilidade de aplicar a teoria na prática. (PROFESSOR Nº 3)

O que me motivou a levar os jogos de empresa para os meus alunos, foi o fato de trazer o desafio de participar de problemas empresariais e simular a realidade e melhor assimilação de cenários. (PROFESSOR Nº 5)

Tais argumentações realçam a questão da inovação do ensino em sala de aula e busca de novas estratégias para atrair a atenção dos alunos, assim, os jogos de empresa puderam ser um método ativo, dinâmico e complementar às aulas tradicionais e expositivas e que auxiliam tanto alunos, quanto professores a colocar em prática o que foi ensinado, além de permitir que os estudantes deixem de ter uma postura passiva, comumente encontrada em aulas expositivas e passem a ter uma postura ativa e maior responsabilidade

com seu próprio aprendizado. (OLIVEIRA; CRUZ, 2007; OLIVEIRA et al, 2010; MOTTA; QUINTELLA, 2012; MOTTA; QUINTANELLA; MELO, 2012; DIAS, SAUAIA; YOSHIKAZI, 2013).

Os docentes também foram questionados em relação aos fatores limitantes que os impediam ou dificultavam a utilização dos jogos de empresas como recursos nas aulas. As respostas mais frequentes, se referiam à falta de tempo, de recursos e apesar de simular um ambiente empresarial, os alunos ainda assim não conseguem ter noção da pressão organizacional apenas se baseando em um jogo. Apenas um professor mencionou que os alunos ainda não têm maturidade suficiente para trabalhar com algo dinâmico, diferente das aulas expositivas.

Às vezes é difícil incluir os jogos de empresas nas aulas, devido à falta de tempo para apresentar toda a matéria do semestre e ainda assim fazer uma atividade lúdica, além do tempo, muitas vezes também faltam recursos disponibilizados pela instituição, dificultando a execução de uma aula mais dinâmica. (PROFESSOR Nº2)

Apesar dos alunos terem contato com a realidade empresarial por meio de um jogo e isso os ajudar a compreender a teoria com a prática, ainda assim falta a pressão da vida real, é preciso encontrar uma forma melhor de incluir isso nos jogos. (PROFESSOR Nº5)

A dificuldade que encontrei ao utilizar os jogos de empresa, foi o fato de os alunos ainda não terem maturidade para trabalhar com algo novo. O que dificulta trazer novas propostas para dinamizar as aulas. (PROFESSOR Nº10)

O fator limitante mencionado pelo último professor comprova o entendimento de Martinelli (1988) sobre a dificuldade encontrada por determinados professores em fazerem uso dos jogos de empresa, devido a determinados estudantes não levarem a prática a sério, dando maior importância à competição frente o aprendizado. Em relação aos outros pontos mencionados pela maioria dos professores, como a falta de tempo e falta da pressão organizacional, estes não foram encontrados apenas pela fala dos professores, como também pela teoria aqui mencionada.

Por fim, os professores foram indagados sobre críticas ou sugestões a serem feitas acerca do uso de jogos de empresas. Grande parte dos respondentes mencionou que o método deveria ser mais utilizado e explorado em sala de aula, principalmente, em cursos gerenciais, como o caso da Administração. Os professores acreditam que o método poderia ser ainda melhor se houvesse troca de conhecimentos e experiência entre os professores. Alguns depoimentos comprovam as sugestões apresentadas:

Acredito que essa metodologia deveria ser melhor estudada e mais utilizada, pois acredito que ela é muito válida em sala de aula. (PROFESSOR Nº5)

Devíamos formar um grupo de discussão e crescimento desse método. Vejo como uma disciplina que deve ser ministrada em todo curso gerencial para simular os conhecimentos adquiridos nos períodos anteriores. (PROFESSOR Nº 9)

Com base nas entrevistas e nas informações analisadas, os fatores que contribuem e limitam a utilização dos jogos de empresa, no processo de gamificação do ensino, podem ser aqui sintetizados, como, fatores motivadores: dinamicidade das aulas, unir teoria e prática ao simular um ambiente hipotético empresarial, maior engajamento dos alunos em sala. Já os fatores limitantes, podem ser elencados por: Falta nos jogos a pressão presente na realidade empresarial, falta de tempo dentro do semestre e de recursos nas instituições, falta de maturidade em determinados alunos para levar os jogos de empresa a sério e como um meio de aprendizado da teoria aprendida.

5. CONCLUSÃO

O artigo analisou as potencialidades e limitantes relacionados à aplicação de jogos de empresa em sala de aula, tendo em vista que essa prática dinamiza as aulas, auxilia os professores em seus objetivos didáticos e os alunos na compreensão da teoria aliada à prática. Com base na literatura disponível, pode ser observado o direcionamento as questões levantadas e informações disponibilizadas pelos docentes da Instituição de Ensino Superior Pública escolhida, do curso de Gestão Comercial.

Em função das análises, três foram os principais fatores motivadores e potencializadores encontrados para a aplicação dos jogos de empresas, quais sejam, dinamicidade das aulas, unir teoria e prática ao simular um ambiente hipotético empresarial, maior engajamento dos alunos em sala. Outros três fatores limitantes também foram reconhecidos: falta nos jogos a pressão presente na realidade empresarial, falta de tempo dentro do semestre e de recursos nas instituições, falta de maturidade em determinados alunos para levar os jogos de empresa a sério e como um meio de aprendizado da teoria aprendida.

Por fim, foi possível perceber que, ainda com os fatores limitantes mencionados, os jogos de empresa são uma boa alternativa para professores que buscam por maior engajamento de seus alunos em sala de aula valorizando uma postura mais ativa, além de obterem maior dinamicidade nas aulas e por aliar teoria e prática. Os professores sugeriram que o método fosse mais popularizado e discutido entre o corpo docente de instituições de ensino superiores com a finalidade de melhorá-lo ainda mais, assim como eliminar os pontos negativos mencionados, além de colocar os alunos mais em contato com as práticas empresariais e tomadas de decisão.

O ponto que aborda o processo de gamificação do ensino mostrou que ainda falta conhecimento por parte dos professores da instituição participante tanto na indicação quanto a aplicação dessa modalidade de jogos.

As limitações encontradas durante a execução do trabalho foram: 1- Determinados pontos mencionados pelos autores no referencial teórico não foram corroborados com a resposta dos professores. 2- A amostra correspondeu a um pequeno número de respondentes de apenas uma instituição de ensino superior, dificultando a generalização dos resultados. Sugere-se para pesquisas futuras ligadas ao tema abordado analisar se os professores retomam a teoria após o uso dos jogos e qual o nível de aprofundamento é dado por aqueles que utilizam de *Serious Games* como estratégia de ensino.

O processo de gamificação do ensino superior através de Jogos de Empresas se mostra presente, tanto pela literatura apresentada quanto pela realidade no interior das Instituições de Ensino pesquisada. Todo o processo de melhorias e desenvolvimento de novas tecnologias torna esse ambiente favorável a aplicação desses métodos uma vez que é crescente o número de jogos e novas plataformas desenvolvidas e disponibilizadas tanto no ambiente virtual quanto fora dele. Portanto, conclui-se que Jogos de Empresas a partir do conceito de gamificação do ensino são parte do processo de ensino atualmente e uma das maneiras disponibilizadas para atrair maior atenção do alunado por parte dos docentes.

REFERÊNCIAS

Beer Game, Disponível em: <http://www.ilos.com.br/web/cursos/jogos/beergame/> Acesso em: 18/07/2018.

BUTZKE, Marco Aurélio; ALBERTON, Anete. **Estilos de aprendizagem e jogos de empresa: a percepção discente sobre estratégia de ensino e ambiente de aprendizagem.** REGE-Revista de Gestão, v. 24, n. 1, p. 72-84, 2017.

CAVALCANTI, Melissa Franchini; SAUAIA, Antônio Carlos Aidar. **Análise dos conflitos e das negociações em um ambiente de jogos de empresas.** Revista Eletrônica de Administração, v. 12, n. 3, 2006.

COSTA, Amanda Cristina Santos; MARCHIORI, Patrícia Zeni. **Gamificação, elementos de jogos e estratégia: uma matriz de referência.** InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, v. 6, n. 2, p. 44-65, 2015.

DA SILVA MOTTA, Gustavo; QUINTELLA, Rogério Hermida. **A utilização de jogos e simulações de empresas nos cursos de graduação em administração no estado da Bahia.** Revista Eletrônica de Administração, v. 18, n. 2, p. 317-338, 2012.

DA SILVA MOTTA, Gustavo; QUINTELLA, Rogério H.; DE MELO, Daniel Reis Armond. **Jogos de empresas como componente curricular: análise de sua aplicação por meio de planos de ensino.** Organizações & Sociedade, v. 19, n. 62, 2014.

DE SOUZA BUENO, Clerison José; BIZELLI, José Luís. **a GaMifiCação do pRoCesso eduCativo.** Revista GEMInIS, v. 5, n. 3, p. 160-176, 2014.

Desafio Sebrae, Disponível em: <http://desafiouniversitarioempreendedor.sebrae.com.br/plataforma/index.xhtml> Acesso em: 18/07/2018.

DIAS, George Paulus Pereira; SAUAIA, Antonio Carlos Aidar; YOSHIDA, Hugo Tsugunobu. **Estilos de aprendizagem Felder-Silverman e o aprendizado com jogos de empresa.** RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 53, n. 5, p. 469-484, 2013.

FLICK, Uwe. Pesquisa qualitativa e quantitativa. **Introdução à Pesquisa Qualitativa. Tradução Costa, JE 3ed. Porto Alegre: Artmed,** p. 39-49, 2009.

GONÇALVES DE OLIVEIRA, Paulo Sergio et al. **Análise dos Fatores que Contribuem para a Formação de Administradores nas Regiões do ABC e São Paulo.** Gestão & Regionalidade, v. 26, n. 77, 2010.

Gil, António Carlos. **"Métodos e técnicas de pesquisa social."** (2008).

Lacruz, Adonai Jose; Bruno Luiz Américo. **Influência do debriefing no aprendizado em jogos de empresas: um delineamento experimental.** Brazilian Business Review. Espírito Santo, 2018.

Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais, CONTRATO BNDES – FUSP 12.2.0431.1. Fevereiro, 2014. Disponível em: https://designinggames.files.wordpress.com/2014/07/seminario_mapeamento_industria_games042014_relatorio_final.pdf Acesso em: 18/07/2018.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. **A utilização dos jogos de empresas no ensino de administração.** Revista de Administraç&cceuil; da Universidade de São Paulo 23.3 (1988).

OLIVEIRA, Fátima Bayma de; CRUZ, Francisca de Oliveira. **Revitalizando o processo ensino-aprendizagem em administração.** Cadernos EBAPE. BR, v. 5, n. SPE, p. 01-13, 2007.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha; PICCININ, Valmira Carolina. **Validade e reflexividade na pesquisa qualitativa.** *Cad. EBAPE.BR* [online]. 2009, vol.7, n.1, pp.88-98. ISSN 1679-3951. <http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512009000100007>.

SALDANHA, Cristina Camila Teles; CARMO Luana Jéssica Oliveira; LOPES, Carolina Calazans; ARAUJO, Uajará Pessoa. **A percepção dos jogos de simulação como técnica de aprendizagem.** *Revista Ciências Administrativas*. Fortaleza, v.24, n.1, p. 1-15, jan./abr. 2018.

SAUAIA, Antonio Carlos Aidar. **Satisfação e aprendizagem em jogos de empresas: contribuições para a educação gerencial.** 1995. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SCHUMANN, Paul L. et al. A framework for evaluating simulations as educational tools. In: **Developments in Business Simulation and Experiential Learning: Proceedings of the Annual ABSEL conference.** 2014.

White Paper Enterprise Gamification: the gen Y factor. Bunchball, 2012. Disponível em: <https://www.bunchball.com/resources/whitepapers>. Acesso em: 10/06/2018.