

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS**

THIAGO DE SOUZA BARRETO

GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA GESTÃO DE RESULTADOS

NATAL/RN

2017

THIAGO DE SOUZA BARRETO

GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA A GESTÃO DE RESULTADOS

Projeto de Pesquisa apresentado ao Centro Universitário do Rio Grande do Norte como requisito para obtenção de nota na disciplina de TCC.

Orientador: Prof^a Ana Rosa Gouveia Sobral da Câmara Msc

NATAL/RN

2017

1 INTRODUÇÃO

No mercado atual, diversas empresas buscam diuturnamente formas distintas e inovadoras de incentivar e motivar seus colaboradores a oferecerem o máximo de seu potencial e o máximo possível de desempenho por parte deles dentro das instituições. Existem diversos modelos de gestão constituídos e implementados por uma infinidade de estudiosos que prometem atender requisitos específicos das instituições que buscaram atender às demandas exigidas em seus momentos históricos e aquilo que foi relevante para a sistematização daquele modelo.

A gamificação é uma estrutura que, de forma institucionalizada, busca encontrar o ponto de equilíbrio perfeito entre qualidade de vida no trabalho, melhoria do clima organizacional, política motivacional dentro do ambiente de trabalho e resultados consistentes e precisos e envolvimento do colaborador com os objetivos propostos pela sua instituição.

Conforme a NBR ISO 9000:2000 o Sistema de Gestão da Qualidade serve para conduzir e controlar uma organização baseada na qualidade, na busca da política e dos objetivos da organização estabelecendo metas e buscando meios favoráveis de alcançá-los (KRAVCHYCHYN et al., 2006)

A empresa é um escritório de advocacia de pequeno porte que desempenha a atividade de assistência jurídica de seus clientes, localizado em Natal/RN possuindo apenas 2 funcionários sendo, portanto, uma empresa de características familiares. Iniciou suas atividades em Agosto de 2016, com o intuito de realizar consultoria, assessoria e finalmente a defesa jurídica a profissionais (Pessoas Físicas) e pequenos empresários em assuntos relativos à legislação trabalhista e consumerista.

Diante do contexto apresentado o trabalho tem como problema de pesquisa: Implantação de um sistema institucionalizado de gamificação das atividades desempenhadas efetivamente no escritório pelos seus colaboradores e premiar tais atividades com recompensas específicas determinadas pelos próprios colaboradores.

O trabalho apresenta ainda a seguinte estrutura, uma revisão da literatura, uma definição dos procedimentos metodológicos, cronograma de execução e referências.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Implantar o Sistema de Gamificação das Atividades desempenhadas pelo escritório, denominado dentro do escritório como “Projeto JEDI”, na busca da integração do sistema de acompanhamento das atividades jurídicas realizadas pelo escritório e o sistema que origina os pontos a serem visualizados no Extrato de Pontos de cada colaborador que por sua vez é alimentado pelas atividades realizadas, visando gerar um clima de desafio constante e de recompensas constantes pelos trabalhos realizados com base na importância e na complexidade de cada atividade proposta estimulando, assim, os colaboradores a usufruírem cada vez mais das recompensas a serem conquistadas pelos pontos ganhos pelas atividades.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar as etapas de implantação do Sistema de Gamificação;
- Descrever as pontuações definidas para cada uma das atividades a serem implementadas no escritório através do Projeto JEDI;
- Definir as recompensas a serem conquistadas pelos colaboradores, bem como a pontuação necessária para cada recompensa de forma justa e honesta através do Projeto JEDI.

3 JUSTIFICATIVA

Enquanto estudante de Gestão de Pessoas e integrante do escritório, este trabalho se justifica pela demonstração das melhorias geradas pela implantação do Sistema de Gamificação e, através dele, criar um modelo de referência para outros escritórios que desejem a implantação do mesmo sistema, proporcionando soluções às necessidades propostas em cada empresa e demonstrando quais recompensas podem ser utilizadas como objetivos a serem perseguidos pelos colaboradores destas instituições. Com os resultados obtidos pela implementação, realizar uma ferramenta

de controle contínua de gestão de resultados daquelas empresas.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Conceitos de Gamificação

Segundo Carvalho et al (apud Deterding et al. 2011, p. 3), a palavra “gamificação” surge em artigos pela primeira vez em 2008, mas só em 2010 passa a apresentar maior frequência. É, por isso, um conceito recente que necessita de ser esclarecido antes de aprofundado. A essência dos jogos está na capacidade de transformar um desafio em uma experiência prazerosa, divertida e de auto realização.

Carvalho et al (apud Koster 2015, p. 3) define que um jogo dá prazer porque aprendemos com ele, pois “learning is a drug” natural para o nosso cérebro. O nosso organismo, por uma questão de sobrevivência, necessita de aprender o mais possível e sempre que ultrapassamos desafios é porque aprendemos algo, logo somos compensados com a sensação de euforia ou achievement características de quando se ganha um jogo.

Ademais destaca-se ainda em Carvalho et al (apud Werbach & Hunter 2012, p. 29), que gamificação pode ser definida por “The use of game elements and game design techniques in non-game contexts”. ou seja, a utilização de pontos, níveis, avatares, missões, e técnicas de design que tornam envolventes e divertidos contextos que não são naturalmente de um jogo, e cujo o objetivo não é apenas a diversão pelo prazer de jogar mas uma mudança de ação ou no quotidiano dos jogadores.

4.1 Outras Definições para Gamificação

De acordo com Navarro (2013), a aplicação de elementos, mecanismos, dinâmicas e técnicas de jogos no contexto fora do jogo, ou seja, na realidade do dia a dia profissional, escolar e social do indivíduo, como foi visto nas situações reais citadas acima, é compreendida como gamificação.

Carvalho et al (2015) por sua vez define que Gamification é o uso de elementos de design de jogos em um contexto para aumentar o envolvimento, a

participação, motivação e diversão das pessoas que a utilizam a fim de obter melhores benefícios em matéria de educação, aprendizagem, e para fazer crescer o uso de ferramentas e sistemas específicos.

Por fim, Celano (2015) determina que o que se entende por gamificação é a aplicação das dinâmicas de jogos a situações cotidianas. O termo gamificação está relacionado ao uso de jogos para aperfeiçoar a experiência de seus usuários. O termo está interligado a descrição e utilização da diversão para engajar usuários. A gamificação pode estar presente em diversos ambientes, tais como: empresa, na educação, em aplicativos de exercícios físicos, em carros ecológicos, entre outros.

4.2 Razões para a Gamificação

Gabe Zichermann e Christopher Cunningham declararam em 2011 que existem 4 razões específicas para as pessoas jogarem. São elas: adquirir maestria, para relaxar, para se divertir e finalmente para socializar. A pesquisadora de jogos Nicolle Lazzaro dividiu diversão ainda em mais 4 modalidades, quais sejam “hard fun” que é determinada pela competição entre pessoas em busca de uma premiação, easy fun que é simplesmente o ato de jogar sem qualquer objetivo competitivo, altered state fun que é basicamente alterar o estado emocional do jogador e finalmente social fun que são os jogos que objetivam o engajamento entre os jogadores em torno de um objetivo comum.

4.3 Benefícios da Gamificação

As pesquisas indicam que a utilização de um sistema de gamificação de forma institucionalizada pelas empresas oferecem aos seus colaboradores, entre outros benefícios, uma visão clara de quais são os objetivos a serem atingidos pela instituição de forma clara inclusive conseguindo determinar o que é mais relevante e mais importante de ser definido em pouco tempo, gera engajamento das pessoas que podem buscar formas de elas próprias desenvolverem as estratégias necessárias à busca daqueles objetivos, melhora o senso de propósito do empregado que se

encontra, através da premiação oferecida pela atividade, motivado a atingir aquele objetivo e finalmente torna a atividade comumente enxergada pelos envolvidos como “meras obrigações provenientes de sua função” em um verdadeiro trabalho em equipe com o objetivo de conquistar aqueles objetivos propostos.

A verdade é que a remuneração proposta pelas atividades tão comumente abordadas pelos teóricos como forma de motivação passa a estar em segundo plano, pois torna-se mera consequência da conquista daqueles resultados. O senso de “busca pelo atingimento dos resultados” toma o lugar das enfadonhas reuniões realizadas pelas instituições demonstrando os “objetivos propostos”.

5 METODOLOGIA

Este trabalho será caracterizado pela descrição minuciosa de um sistema de gestão e conquista de resultados através da gamificação. Tal descrição visa vislumbrar quais são as atividades importantes, definindo critérios para estabelecimentos dos objetivos levando-se em consideração aquilo que é relevante para os objetivos do escritório, bem como aquilo que efetivamente é desejado pelos colaboradores que trabalham naquele ambiente. A pontuação necessária para cada objetivo proposto, bem como o custo efetivo de cada recompensa será determinado pelos atores envolvidos naquele ambiente levando-se em consideração as necessidades de todos os envolvidos.

A definição de recompensas “relevantes” para os colaboradores daquele escritório é fator fundamental para a busca real da motivação desejada pelo jogo, pois tais recompensas devem ser propostas levando-se em consideração exatamente aquilo que é possível de ser realizado pela instituição e aquilo que se busca por aqueles que a compõem.

O procedimento para conquista dessa metodologia pode envolver levantamento da planilha de acompanhamento dos processos, prazos previstos em lei para a conclusão das atividades, prazos prescricionais, necessidades urgentes dos clientes, prioridades processuais previstas em lei para cada atividade, além de

entrevistas específicas com a gestão e com os colaboradores do escritório.

Este sistema leva em consideração também experiências bem sucedidas já realizadas em outras implantações de sistemas semelhantes ou mesmo de ações já implementadas naquele escritório que tenha sido bem sucedida no passado levando-se em consideração aquilo que foi relevante e depoimentos pessoais de pessoas envolvidas naquela situação.

6 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO 2017/2018

ETAPAS/MESES	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
Escolha dotema	X										
Elaboração da problemática	X										
Confecção dos objetivos	X										
Elaboração da justificativa		X									
Pesquisa Bibliográfica			X								
Formulação da metodologia e cronograma			X								
Redação do projeto de pesquisa				X							
Revisão Bibliográfica					X						
Revisão e redação final						X					
Adequação as normas ABNT							X				
Entrega do Projeto de pesquisa								X			

REFERÊNCIAS

CARVALHO, A. et al. **Benefício Mútuo entre empresa e cliente através da Gamificação.** (2015).

CELANO, J. et al. **A Gamificação e a necessidade constante de mudanças nas organizações.** (2015).

NAVARRO, Gabrielle. **Gamificação: a transformação do conceito do termo jogo no contexto pós-modernidade.** (2013)

ARAUJO I. et al. **Gamificação: uma oportunidade para envolver alunos na aprendizagem** (2014).

MATTAR, J. et al. **Gamificação como um componente da Industria Cultural**