



GAMIFICAÇÃO EM AMBIENTES CORPORATIVOS E SEUS BENEFÍCIOS

Resumo

SOUZA, Gessica Favile de
MORÃES, Martin José Fagonde (Orientador)

O contexto corporativo ao longo dos anos vem alterando diretrizes e visando o foco não apenas no cliente externo, mas em seus principais insumos de produção, o cliente interno. Manter-se focado e engajado no trabalho, em um mundo corporativo cada vez mais audacioso, vem se tornando complexo. Muitas empresas possuem alta rotatividade de funcionários por não buscarem ou manterem um padrão de recompensa por excelência no trabalho. E muitos funcionários acabam perdendo facilmente o interesse pelas dificuldades e falta de comprometimento com os objetivos da empresa. Para solucionar estes problemas, algumas empresas investem fortemente em jogos interativos que tem por objetivo aproximar o cliente interno das missões da empresa e de seus colegas internos. Observando três estudos de caso para duas empresas X e Y que adotaram a intermediação de uma gamificação e uma empresa Z ao qual não houve intervenção por meio de nenhuma interatividade associativa. A empresa X adotou o método de bonificação por resultado ao longo de períodos, após a equipe corajosamente ser incentivada a bater o recorde de uma determinada métrica, como por exemplo, atendimento de qualidade. A empresa Y adotou para com seus funcionários um treinamento para entrosamento da equipe utilizando uma empresa terceirizada especialista em gestão de equipes. No terceiro caso, empresa Z, não foram realizadas nenhuma gamificação ou forma de bonificação e procura de melhoria para com os funcionários. Conforme resultados esperados durante o processo de fechamento trimestral da empresa X muitos funcionários foram destacados pelo alto rendimento, e verificou-se que muitos daqueles que se encontravam desanimados mudaram suas perspectivas da companhia. O resultado esperado pela empresa Y foi concluído com sucesso, devido a muitas mudanças a equipe não estava comprometida com o objetivo geral e após o processo de gamificação 98% dos funcionários foram contemplados com sucesso. Entretanto a empresa Z não obteve sucesso e funcionários consideradas chaves solicitaram desligamento por descontentamento com o atual cenário da empresa. Comprovamos através deste estudo de caso que a gamificação é uma grande auxiliar de gestores e coordenadores, aumentando ou engajando equipes a estarem envolvidas 100% com o objetivo principal de suas missões. Visando não apenas o cumprimento dos objetivos, mas também criando um elo para com seus funcionários.

Palavras-chave: gamificação, ambientes corporativos.