



IDENTIFICAÇÃO DAS PRÁTICAS DE GAMIFICAÇÃO NOS NEGÓCIOS

Luiz Claudio Scur da Silva (PIBIC-CNPq-Ensino Médio), Mateus Panizzon (Orientador(a))

A Gamificação tem se tornado um tema emergente e uma tendência de Futuro para as empresas, principalmente devido a sua aplicação nos negócios e relacionamento com clientes. Contudo, ainda há lacunas teóricas neste campo. Desta forma, este estudo tem por objetivo identificar práticas de gamificação nos negócios, a partir de publicações online de casos. Como método do estudo, foi realizada uma busca sistematizada a partir de casos e experiências relatadas em sites, blogs de tecnologias e páginas de empresas. A organização das práticas e análise dos dados possibilitou identificar padrões relacionados à configuração da gamificação nos negócios, em termos de definição de público-alvo e objetivos, tipo de incentivo, modelo de competição ou colaboração, dinâmica do jogo e nível de complexidade. Tais decisões são críticas para que a gamificação cumpra com seus objetivos. Com estes resultados, emerge o desenvolvimento de um Canvas para a configuração de gamificação para empresas, e um configurador que apoie verificar se as decisões de gamificação são compatíveis ou incompatíveis para o objetivo desejado.

Palavras-chave: Gamificação, Negócios, Engajamento

Apoio: UCS, CNPq