
NÚCLEO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – NCHS

NÚCLEO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – NCSA

85

R
E
V
I
S
T
A

JOGOS DE EMPRESAS: avaliação da cognição em relação ao processo de tomada de decisão e formação de estratégia.

CORPORATE GAMES: cognition assessment in relation to the decision process and strategy concept.

André Rogério Berto¹⁷

Janaina Vanzo Berto¹⁸

RESUMO

A mutabilidade e dinâmica do ambiente em que atuam as empresas possui uma resultante importante no novo ambiente empresarial. Do empresário e do executivo é exigido maior preparo para o estabelecimento de estratégias e de tomadas de decisões. A utilização de jogos de empresas computadorizados permitem a identificação das competências necessárias a essa nova ordem empresarial, sendo um instrumento efetivo no desenvolvimento de habilidades cognitivas fundamentais para a gestão de negócios. Quando bem escolhidos, estruturados adequadamente e aplicados por profissionais preparados para avaliar potencial, facilitam a observação objetiva de diversos recursos cognitivos: pensar por hipóteses, usar várias fontes de informação, exercitar planejamento, tomar decisões, criar novas formas de resolver desafios, exercer liderança no grupo, demonstrar habilidades em geral. Este trabalho pretende mostrar que é possível modelar o comportamento dos indivíduos em computador, criando um ambiente simulado (jogo de empresa) onde se praticam as principais situações do dia-a-dia empresarial em forma de desafio e problemas.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos de Empresa, Cognição, Formação de Estratégia e Tomada de Decisão.

ABSTRACT

The changeability and dynamic environment in which companies operate have an important result in the new business environment. For the entrepreneur and the executive is required greater preparation for the establishment of strategies and decision making. The use of computerized gaming companies allow the identification of the skills needed for this new business order, being an effective tool in the development of basic cognitive skills for business management. When well chosen, properly structured and applied by professionals prepared to assess potential, facilitate the objective observation of several cognitive resources: think for hypotheses, using various sources of information, exercise planning, make decisions, create new ways of solving challenges, to exercise leadership in group in general skills. This paper aims to show that it is possible to model the behavior of individuals in computer, creating a simulated environment (business game) where is possible to practice the day-to-day business in the form of challenge and problems.

KEY WORDS: Company games, Cognition, Strategy Formation and Decision Making.

87

INTRODUÇÃO

Os jogos de empresas têm sido amplamente utilizados para testar modelos e teorias de uma forma dinâmica e rápida. Eles proporcionam meios para que os participantes aprendam, na prática, a lidar com seus mais importantes problemas surgidos no decorrer do dia-a-dia. Os jogos, ao comprimir tempo e espaço, possibilitam que se realizem experiências e se aprendam ainda quando as conseqüências de nossas decisões estão no futuro e em partes distantes da organização. Os jogos criam um cenário para forjar objetivos e experimentar uma grande variedade de estratégias e diretrizes que poderiam ser usadas para alcançá-los. São um campo de treinamento para equipes administrativas, um lugar onde aprenderão em grupo enquanto tratam de resolver seus problemas mais importantes referentes à empresa.

Os jogos de empresa, como ferramenta de desenvolvimento, oferecem a oportunidade

17 DOUTOR em Administração UNAM-ARGENTINA, MESTRE em Administração de empresas com ênfase em Gestão de Negócios- UEL Universidade Estadual de Londrina, Pós Graduando em Psicopedagogia UNICID- São Paulo, Pós-Graduado em Metodologia da Ação Docente, Especialista em Comércio Exterior, Pós-Graduado em Marketing e Logística Empresarial, Pós-Graduado em Administração Industrial, MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getulio Vargas FGV, Técnico em Contabilidade e Bacharel em Administração. E-mail: andre.berto@hotmail.com.

18 Doutoranda em Administração pela Unam (Universidad Nacional de Misiones – Argentina), Mestre em Administração pela UEL (Univerisidade Estadual de Londrina), Especialista em Marketing e Logística pela Unespar, Especialista em Metodologia da ação docente pela UEL, Bacharel em Administração, docente de cursos de graduação e pós-graduação. E-mail: janainavberto@gmail.com.

