

**PESQUISA-AÇÃO APLICADA NA CRIAÇÃO DE UM JOGO DE TABULEIRO
PARA DESENVOLVER AS COMPETÊNCIAS DOS EMPREENDEDORES**

***ACTION RESEARCH ENFORCED ON CREATING A BOARD GAME TO DEVELOP
COMPETENCES OF ENTREPRENEURS***

***Recebido: 30/06/2018 – Aprovado: 23/06/2019 – Publicado: 01/07/2019
Processo de Avaliação: Double Blind Review***

Patricia Mari Matsuda¹

Doutorado em Engenharia de Produção

Professora da Fundação Educacional Inaciana Padre Sabóia de Medeiros

patricia.ufscar@hotmail.com

RESUMO: Essa pesquisa tem por objetivo analisar o desenvolvimento de um jogo que estimule a evolução de competências e características empreendedoras em estudantes e empreendedores que tenham vontade de buscar um novo meio de desenvolvimento cognitivo. O jogo foi construído como um tabuleiro físico, ao jogar com um dado, para cada passo há um desafio diferente. Conforme o jogador passa de casa em casa no tabuleiro, o nível de dificuldade aumenta. A metodologia utilizada é de pesquisa exploratória com delineamento de pesquisa-ação. Esse tipo de pesquisa, de acordo com Gil (2002), foi reconhecido como algo extremamente útil, sobretudo por pesquisadores identificados por ideologias “reformistas” e “participativas”. Diferente das demais metodologias, ele se destaca pelo seu modo de ação que envolve o empreendedor e os diferentes grupos interessados. Com a parceria da empresa Empreendi na Rede e do Centro Universitário FEI, esta proposta de pesquisa foi desenvolvida por alunos e professores. Esta pesquisa se relaciona com as disciplinas que estudam métodos inovadores de gestão, competitividade e teorias inovadoras na Administração. Praticando as teorias apresentadas em aula, vivenciadas por meio da pesquisa-ação, desenvolveu-se uma ferramenta para empreendedores por meio de jogos lúdicos. Esta pesquisa traz inovações por desenvolver um jogo no formato de tabuleiro com o símbolo do infinito e peças em vez de cartas. A associação de cores e a representação das peças foram extremamente importantes para a construção deste estudo que possui em sua essência a inovação. Podendo continuar em uma nova linha de pesquisa com novas adaptações ao jogo e inserção no meio virtual.

Palavras-chave: empreendedorismo; jogo de tabuleiro; competências.

ABSTRACT: *This research aims to analyze the development of a game that encourages the evolution of skills and entrepreneurial characteristics in students and entrepreneurs who want to seek new means of cognitive development. The game was built as a physical board, when playing with a dice, for each step there is a different challenge. As the player goes from house to house on the board, the difficulty level increases. The methodology used is exploratory*

¹ Autor para correspondência: Rua Tamandaré, 662 - Liberdade, São Paulo - SP, 01525-000 - Brasil

research with research-action outlines. This type of research, according to Gil (2002), was recognized as something extremely useful, especially by researchers identified as "reformist" and "participatory" ideologies. Unlike the other methodology, it stands out for its mode of action involving the entrepreneur and the different interested groups. With the partnership of the company Empreendi na Rede and the University Center FEI, this research proposal was developed by students and teachers. This research is related to the disciplines that study innovative methods of management, competitiveness and innovative theories in the administration field. Practicing the theories presented in class, experienced through the research-action, it was possible to develop a tool for entrepreneurs through playful games. This research brings innovations by developing a game in the board format with the infinity symbol and pieces instead of cards. The Association of Colors and the representation of the pieces were extremely important for the construction of this study, which has in its essence the innovation. This one might continue in a new line of research with new adaptations to the game and insertion in the virtual environment.

Keywords: *entrepreneurship; board game; skills.*

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Dornelas (2001, p.17), o empreendedor é “aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Conforme a preocupação com a criação de empresas pequenas e a necessidade de diminuir as taxas de mortalidade que são altas, confirma-se por meio do estudo de caso brasileiro, de frente ao cenário econômico repleto de instabilidades, que as empresas tiveram que criar meios para superar a crise. Um meio é procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e buscar a perpetuidade da empresa no mercado.

Diante desse cenário empreendedor e sua importância, é relevante o estudo do empreendedorismo. Verificou-se, de acordo com Perpétuo (2016), que o modo lúdico de aprendizado é atrativo, e que vem ganhando espaço aos poucos. O autor ressalta que “quanto mais variadas são as formas como você usa o cérebro, mais completo é o exercício para ele” (PERPÉTUO, 2016).

O mundo atual é efêmero, as pessoas são multitarefas e, às vezes, não conseguem encontrar um meio para desenvolver competências que poderiam ser trabalhadas. Na literatura, o empreendedorismo é algo prático e, dedicar-se durante um tempo para participar de atividades que possam desenvolver competências, pode ser crucial para não se adentrar nessas atividades. O jogo é algo lúdico e prático, que traz a ideia de “brincadeira” ao trabalhar o lado da ludicidade e desenvolvimento de modo disfarçado.

O empreendedorismo ainda é muito recente e, diante disso, há uma dificuldade para a educação. O tema reúne diversos assuntos e possui uma complexidade, por ter ligação mútua que é afetada pela aptidão de quem busca desafios e encara o empreendedorismo como uma opção de vida (KRAKAUER; SANTOS; ALMEIDA, 2017).

Para isso, foi criado um jogo que desenvolve as competências e as características empreendedoras por meio de uma pesquisa-ação. O jogo utilizou um tabuleiro físico e é esperado, posteriormente, um jogo virtual. Por meio de pesquisas qualitativas e quantitativas com estudantes do Centro Universitário FEI e empreendedores, que tinham a vontade de buscar um novo meio de desenvolvimento, foram levantadas as necessidades e dores dos participantes.

Propõe-se ao empreendedor, que ao jogar, possa utilizar um dado para saber quantas casas andar, pois cada casa tem um desafio, como por exemplo, inicialmente a resolução de um Sudoku simples ou de um jogo de Paciência ou, ainda, uma tomada de decisão rápida para a administração de um negócio. O grau de dificuldade vai aumentando quando o empreendedor consegue realizar as atividades. Caso a pessoa queira fazer de modo inverso, não conseguiria ou teria um alto grau de complexidade para a sua realização.

Neste artigo, aplicou-se a metodologia de pesquisa exploratória com delineamento de pesquisa-ação. A pesquisa-ação, de acordo com Gil (2002), foi reconhecida como muito útil, sobretudo por pesquisadores identificados por ideologias “reformistas” e “participativas”. Essa metodologia é diferente das demais, pois tem a ação que envolve o pesquisador e os grupos interessados, nesse caso, a empresa Empreendi na Rede, que é uma consultoria de desenvolvimento de negócios focada em projetos e empreendimentos inovadores, em parceria com o Centro Universitário FEI, com seus alunos e professores.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A pesquisa contempla um estudo sobre o empreendedorismo, observando algumas características e fatores que levam a empreender e o papel de agente socializante. Em seguida, há a abordagem sobre competências, desde sua conceituação, classificação, fator emocional e a aquelas voltadas ao empreendedor. Juntamente com a revisão, há uma visão geral sobre os jogos existentes, os tipos de jogos, a estruturação, a estratégia que é encontrada e a teoria de jogos.

“As atividades lúdicas são ótimas para o desenvolvimento de várias características essenciais ao empreendedorismo” (ENTERPRISING UP, 2016). Assim como a linguagem, são desenvolvidas a memória, a atenção, a percepção e a criatividade.

A Teoria de David McClelland (1917-1998) é conhecida como a Teoria das Necessidades Adquiridas, Teoria de Realização, Associação e Poder-RAP ou Teoria da Necessidade Aprendida, ou ainda Teoria da Motivação pelo Êxito e/ou Medo. (BOTTION, 2014). Segundo o Psicólogo McClelland, de acordo com sua teoria, uma pessoa empreendedora é a que utiliza com determinada frequência e certa intensidade Características Comportamentais Empreendedoras – CCEs, na qual são compostas por dez CCEs que são divididas em três grupos (BOTTION, 2014).

O indivíduo empreendedor tem uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante de uma necessidade específica: a de realização. Buscar objetivos, atividades que sejam desafios, “pessoas movidas pela necessidade de realização canalizam muita energia para o aperfeiçoamento e progresso constantes em seus desempenhos e realizações” (ALLEMANDI, 2011, p.4).

2.1. O estudo sobre o empreendedorismo

O empreendedorismo, segundo Dornelas (2001, p.37), é “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar e sobre ela, assumindo riscos calculados”. Ele afirma que o estudo de caso brasileiro, surgiu conforme a preocupação com a criação de empresas pequenas e a necessidade de diminuir as taxas de mortalidades que são altas. De frente ao cenário econômico repleto de instabilidades, as empresas tiveram que criar meios para superar a crise, procurando alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

Quando se observa esses fatores, nota-se que esses novos empreendedores nem sempre eram prontos para iniciar, de fato, um negócio, pois estavam vivendo em meio a uma instabilidade que necessitavam de maiores capacitações e acesso às informações. Os empreendedores estavam começando a conhecer novas áreas, a se arriscar em novos mercados e produtos inovadores (DORNELAS, 2001).

A origem da palavra “empreendedor” é originária da França e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo” (DORNELAS, 2001, p.27). O empreendedor é aquele que tem atitudes diferenciadas, vai além do que um administrador faz. Dornelas (2001) compara

um empreendedor a um administrador, afirmando que eles compartilham três características principais:

1. Demandas;
2. Restrições;
3. Alternativas.

O empreendedor reúne uma série de características, geralmente voltadas à iniciativa para criar um negócio e “paixão pelo que faz”. Ele também utiliza os recursos que tem a sua disposição de forma “criativa” com o objetivo de trazer mudanças ao ambiente. Dornelas (2001) ainda completa que ao assumir os riscos calculados, assumem também a possibilidade de fracassar.

2.2. Competências e o empreendedor

Para estimular pessoas a quererem se desenvolver profissionalmente, Dutra (2001, p.28) define competência como um “conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para que a pessoa desenvolva suas atribuições e responsabilidades”. O autor ainda observa o fato de os indivíduos não serem mais avaliados pelos cargos e sim pela trajetória, pela visão de longo prazo, com isso, busca-se o desenvolvimento de carreira e crescimento individual.

Existem pessoas potencialmente competentes e outras que são efetivamente competentes. O ponto comum à elas é que estão dentro de uma categoria de competência, entretanto, pode estar em mais de uma categoria. Sendo elas: técnicas, intelectuais, cognitivas, relacionais, sociais e políticas, didático-pedagógicas, metodológicas, de lideranças, empresariais e organizacionais (RESENDE, 2000).

As competências emocionais afetam diretamente as ações das pessoas. Na citação a seguir é nítida a visão do autor: “Quando as pessoas se sentem intelectualmente desafiadas e emocionalmente seguras, são muito mais criativas e inovadoras.” (LEE apud RESENDE, 2000, p.74).

Dentre as competências, há algumas que não podem ser deixadas de lado, pois elas servem para o desenvolvimento pessoal, mas também profissional. Essas competências são essenciais na vida das pessoas, além de serem requisitadas em uma atividade profissional, (RESENDE, 2000). São elas: autocontrole emocional, empatia, comunicação, flexibilidade e foco em resultados.

Para um empreendedor, é preciso ter, pelo menos, algumas características que ressaltam essa configuração de estilo que possui. Essas competências podem também ser descritas de forma que são intrínsecas às pessoas, confirmando o que Allemand (2011) citou como características: busca de oportunidade e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, planejamento e monitoramento sistemático, comprometimento, persistência, correr riscos calculados, busca de informações, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança, além do estabelecimento de metas.

2.3. Visão geral: jogos mais conhecidos

Dentre os jogos mais conhecidos, está o xadrez. O Sudoku é conhecido como aquele jogo de revista, como um passatempo. “O Caça-Palavras é um passatempo que treina a sua habilidade de percepção” (SERAFIM, 2006). Aprimorar a percepção pode ampliar as competências como o raciocínio lógico, concentração e memória. Já o jogo Paciência, realmente faz jus ao seu nome.

A definição de jogo para Gramigna se dá como (2007, p.3):

O jogo é uma atividade espontânea, realizada por mais de uma pessoa, regida por regras que determinam quem vencerá. Estas regras incluem o tempo de duração, o que é permitido e proibido, valores das jogadas e indicadores sobre como terminar a partida. (GRAMIGNA, 2007, p.3).

O autor ainda afirma que o jogo é um complemento similar a um exercício de preparação para a vida.

Para a estruturação do jogo há uma entrega parcial que pode ser desenvolvida pelo método *design thinking*, para uma visualização do que está acontecendo. Se houver a necessidade de ajustes, as alterações serão mais práticas. Organiza-se o ciclo de aprendizagem vivencial e, por fim, realiza-se um teste, que pode ser um produto mínimo viável – MVP (GRAMIGNA, 2007).

Bello (2014, p.15) questiona: “Sucesso é a meta. Vencer é o objetivo. Mas como começar a jogar?”. Para jogar, indica-se que é preciso aprender quais são as regras que ditam o

jogo, isto é, o importante é a preparação para as mudanças. Por isso, o autor diz que se deve estar pronto para as transformações.

“Ganhar não é tudo, mas o esforço para ganhar é”. (ZIGLAR, 2014, p.197 apud BELLO, 2014). O autor complementa que para ganhar é ideal estudar os outros vencedores e suas técnicas, manter o otimismo, mostrar humildade e não abusar do poder quando o detiver. Além de não ter medo de admitir que errou ou que teve falhas. Bello (2014, p.207) afirma que “Você é aquilo que procura ser e fazer”.

3. METODOLOGIA

Neste artigo, aplicou-se a metodologia de pesquisa exploratória com delineamento de pesquisa-ação. A pesquisa-ação é reconhecida como muito útil, sobretudo por pesquisadores identificados por ideologias “reformistas” e “participativas” (GIL, 2002).

Essa metodologia é diferente das demais, pois tem a ação que envolve o pesquisador e dos grupos interessados, nesse caso, a empresa Empreendi na Rede em parceria com o Dante Lopes, cofundador da mesma e o Centro Universitário da FEI, com alunos e professores.

No delineamento de pesquisa-ação se envolve a busca por dados e informações primárias e secundárias. Há, também, o levantamento sobre o que já existe no mercado, para obter a real necessidade não atendida.

A pesquisa-ação é a qual tem participação do pesquisador na realização da investigação. Está dividida nas seguintes fases: i. Fase exploratória: consiste em fazer um levantamento sobre o que já existe no mercado e o contexto, isto é, jogos para empreendedores/ similares e o empreendedorismo;

ii. Formulação do problema: segundo Gil (2002), procura-se garantir com maior precisão o problema que será abordado e ir direto ao foco. Aqui, o problema é: Como desenvolver jogos para empreendedores ou interessados na área de negócios?

iii. Construção de hipóteses: devem ser expressas de forma clara e concisa, de caráter qualitativo (Gil, 2002). A hipótese é desenvolver/criar um jogo que contribui para as competências e as características empreendedoras;

iv. Realização de seminário: reunião das partes envolvidas com finalidade de recolher contribuições e ter discussão sobre o tema. A partir desse momento, são dadas as

diretrizes para a pesquisa e a ação (Gil, 2002). Há sempre encontros entre as partes envolvidas, via videoconferência e presencialmente, buscando alinhar tudo que um possa auxiliar o outro;

v. Seleção da amostra: delimitar o universo de pesquisa, uma amostra intencional é mais adequada para a pesquisa-ação. Para esta pesquisa, serão selecionadas pessoas que tenham interesse em empreender ou que já sejam empreendedores, com faixa etária de 20 a 35 anos e, que queiram ter uma ferramenta para se desenvolver como um jogo;

vi. Coleta de dados: A mais usual é a entrevista, por meio de questionário, outras técnicas são observação participante e análise de conteúdo. Neste trabalho será utilizado questionário com, aproximadamente, 100 pessoas e entrevista com 10 pessoas. Se possível, também a observação participante, quando houver um protótipo do produto;

vii. Análise e interpretação dos dados: discussão sobre o que foi apurado, com contribuições teóricas. A partir do que foi apurado será feito uma relação com teorias da administração, de empreendedorismo e de psicologia/ recursos humanos;

viii. Elaboração do plano de ação: planejamento de ação destinada a enfrentar o problema que foi objeto de investigação. O plano de ação desta pesquisa conterà o objetivo que o jogo quer proporcionar às pessoas. A população a ser beneficiada será composta de pessoas entre 20 e 35 anos, que tenham vínculo com empreendedorismo. Essas pessoas têm relação de consumidores dos produtos. A Empreendi na Rede ofertará o produto a outras empresas e o Centro Universitário FEI dará suporte ao desenvolvimento do jogo. Haverá a formulação de como o jogo contribuirá na vida dessas pessoas: visão sistêmica, agilidade e persistência para com os resultados, por exemplo. Também serão disponibilizados meios de retorno para que haja feedback do que foi proporcionado. Será utilizado o *Execution*, que é uma ferramenta da empresa para determinar e dar parâmetros dos resultados;

ix. Divulgação dos resultados: divulgação externa aos setores interessados. Este trabalho será apresentado em parceria com a empresa Empreendi na Rede, sempre que for possível, para melhor comunicação do que foi pesquisado. Também será apresentado em um Simpósio quando for aprovado. Quando o jogo for lançado, será divulgado nos meios de comunicação mais utilizados pelo público-alvo estudado.

3.1. Produto mínimo viável

Desenvolver um produto requer testes para identificar se ocorrerá aceitação no mercado. Desse modo, o ideal é testar conforme cada etapa do processo. O nome que se dá a esses testes é Produto Mínimo Viável – MVP. O MVP é uma versão mais simples do que se deseja lançar (RIES, 2012).

O MVP, nesta pesquisa, serve como uma forma de testar um produto final: o jogo de tabuleiro. Ter um produto-teste é essencial para depois serem feitos ajustes conforme necessários. Desse modo, o protótipo que será gerado, por meio do mínimo viável, ajudará na interação de algumas pessoas na Oficina de *Design Thinking* programada.

4. PESQUISA AÇÃO

A elaboração do jogo se divide em duas etapas. A primeira etapa é a reunião de ideias de como pode ser o jogo e a vivência em um workshop da Empreendi na Rede, nomeado de *Validation Rocket Woman*, exclusivo para o público feminino. A Empreendi possui uma metodologia que auxilia com contribuições de mentores para a evolução da ideia do trabalho, essa metodologia é a *Execution*. Uma ferramenta importante da metodologia é o foguete, fundamental para começar a rascunhar a ideia do projeto de um jogo.

A segunda etapa é a prototipação, que é a realização com base no estabelecido no planejamento da etapa anterior. Esse tipo de participação no processo de criação e idealização é a pesquisa-ação. Este capítulo permeia a metodologia *Execution* da Empreendi na Rede e sua ferramenta principal, a participação no workshop e o relatório de criação do jogo.

Este capítulo contempla uma análise sobre uma abordagem de reconhecimento das pessoas empreendedoras e não empreendedoras para com os temas: empreendedorismo, competências e jogos. Após essa primeira sondagem, aconteceu uma Oficina de *Design Thinking* com o objetivo de agregar mais ideias ao jogo. Posteriormente, houve uma segunda análise para entender alguns pontos que são importantes para que o jogo pudesse trabalhar.

Por último, há o “Como jogar?”. Se existe um jogo, ele requer regras que foram escritas conforme ideias surgidas na Oficina de *Design Thinking*. Desse modo, este capítulo conta com a organização de ideias do modelo de jogo de tabuleiro até a construção do MVP, apresentado ao final desta pesquisa.

Os elementos que compõem os dados da primeira etapa da pesquisa são as explicações acerca do método. A referência principal sobre o conteúdo abordado foi fornecida pelo fundador da empresa que contribuiu para a evolução e realização do jogo.

4.1. Metodologia *execution*

A *Execution* é uma “metodologia ágil criada com apoio da Fundação Dom Cabral. Há influência de escolas de aprendizado, como as consagradas: indústria, ágil, projeto e design, além das contemporâneas: andragogia e aprendizagem acelerada. Pode ser aplicada em seleção de startups, aceleração de projetos, modelagem de negócios, design de testes e MVPs, gerenciamento de riscos e *due diligence*.

4.2. A ferramenta foguete

O foguete é uma ferramenta que ajuda na modelagem do projeto, assim como de negócios. É composto por 13 peças que constroem um foguete e cada peça tem seu significado (LOPES, 2017): solução, atributos, benefícios, diferenciais, exclusividade, efeitos colaterais, clientes, gatilho, regulação, mercado, entradas, saídas e *approach*.

4.3. Participação no *validation rocket woman*

No dia 29 de julho de 2017, aconteceu no Espaço do Empreendedor, na cidade de São Paulo, o evento *Validation Rocket Woman* (VRW) realizado pela Empreendi na Rede. Durante o evento, ocorreu a participação no projeto de desenvolvimento do jogo desta pesquisa. Essa participação também pode ser descrita como pesquisa-ação, uma vez que os envolvidos da pesquisa participam diretamente de seu desenvolvimento. No evento, foi elaborada a pergunta da morte: Será que os estudantes reconhecem que precisam desenvolver algumas competências?

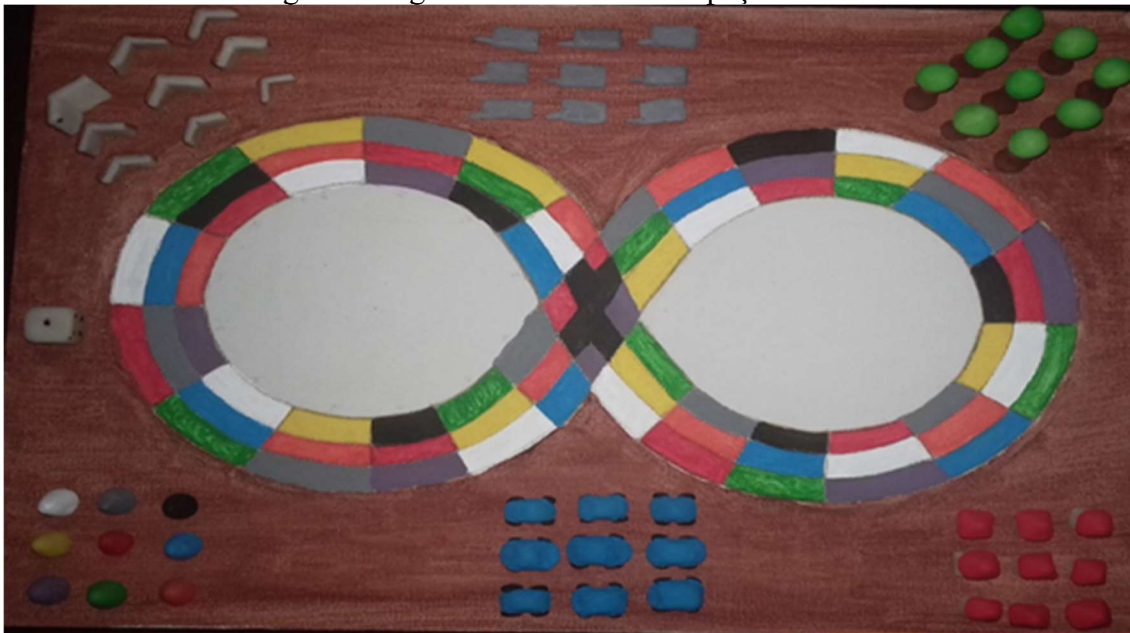
4.4. Processo de prototipagem do jogo

A segunda etapa consistiu na construção do jogo. O jogo foi pensado em um modelo que não fosse puramente tradicional. O seu formato é em tabuleiro, porém os desenhos no

tabuleiro não são como no xadrez, dama ou jogos desse estilo. A ideia do desenho partiu de símbolos e cores, pois cada cor possui um significado e associação.

Para compor o jogo, foram produzidos com massa para biscoito peças como: árvores, casas, carros, livros e celulares, que representam, respectivamente, sustentabilidade, bem material de liquidez baixa, bem material de liquidez alta, educação e tecnologia. Também foi elaborado um dado, conforme Figura 1:

Figura 1: Jogo de tabuleiro com as peças e dado:



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

5. ANÁLISE DOS DADOS

5.1. Análise de reconhecimento sobre os temas: empreendedorismo, competências e jogos

O levantamento de informações sobre o reconhecimento dos assuntos abordados nesta pesquisa aconteceu entre os dias 20 a 30 de outubro. O meio de recolhimento de questionários foi por meio de mídias sociais: e-mail, Facebook e WhatsApp. Presencialmente, os dados foram coletados em três turmas de Administração: dos 5º, 7º e 8º semestres, no campus São Bernardo, do Centro Universitário FEI.

O alvo da pesquisa era 100 pesquisas respondidas. A divulgação atingiu 140 pessoas, porém, somente 79 se dispuseram a responder. Sendo assim, esse foi um risco assumido desde o início, e se concretizou. Os motivos podem ter sido: não ser atrativo, o tempo escasso das pessoas e não terem entendido o que estava sendo proposto.

5.2. Oficina de *design thinking*

No dia 06 de novembro de 2017, aconteceu uma Oficina de *Design Thinking* no campus do Centro Universitário FEI. A Oficina teve o objetivo de por meio da metodologia de *Design Thinking*, os participantes contribuir para a construção das regras do jogo, uma vez que o tabuleiro e as peças já estavam prontos.

5.3. Análise da percepção dos participantes da oficina de *design thinking*

Quando o empreendedor está em uma posição de liderança e possui atividades que exigem um alto grau de complexidade para análise, ele deve tornar as atividades menos cansativas. Se o líder mostrar a importância para o negócio, as pessoas estarão mais engajadas, além de pulverizar as atividades, já diminui o estresse causado. Outra ferramenta que pode ser aliada, é a utilização do *Design Thinking*, por trazer todos para a construção do negócio, dando a oportunidade de mostrar suas ideias.

Um ponto diferenciado identificado na pesquisa é que somente 20% dos entrevistados acham atrativo um jogo como meio de desenvolvimento. Os demais ainda apostam em ferramentas e atividades. Eles não veem o jogo como uma ferramenta que pode estar inserida numa atividade. Quando pensam em jogos para desenvolver algo em si, esperam que seja intuitivo, dinâmico, reflexivo e que tenha erros para alcançar soluções. Ou seja, exatamente como um ambiente paralelo ao do âmbito profissional que tem todas essas características.

5.4. Como jogar?

a) Primeiro: jogadores escolhem os pinos que os representam e recebem o valor de 1500 (para fazer as transações) e são informados que quando passar pelo ponto de partida

receberão parte do valor do produto, sendo: uma volta, recebem valor do carro; duas voltas, recebem do celular e do livro; três voltas, recebem da árvore e casa;

b) Segundo: joga-se o dado para saber quem começa. Quem tirar o maior número começa, em caso de empate, joga-se o dado de novo;

c) Terceiro: o jogo se inicia no meio do tabuleiro e o jogador já escolhe uma cor que deseja começar e recebe uma ficha correspondente. Joga-se o dado e o número que indicar será percorrido e chegará numa casa;

d) Quarto: chegando à casa, o jogador escolherá uma cor e recebe a ficha correspondente. Com isso, será direcionado a escolher uma carta de três possibilidades existentes;

e) Quinto: sabendo que tem a opção de comprar, melhorar ou investir, em cada uma há um leque de produtos - comprar: casa, carro ou celular; melhorar: livro, casa ou árvore; investir: árvore, livro, celular ou carro - que deverá escolher. Assim, escolhe-se e paga-se por isso;

f) Sexto: os outros jogadores também realizarão as jogadas. No caso de “cair” na mesma casa, haverá uma negociação entre as partes, respeitando o limite de dobro do valor do produto;

g) Sétimo: acabam-se as peças, chega-se ao fim do jogo e inicia-se a contabilização individual dos produtos e fichas cor;

h) Oitavo: lê-se a carta que indica os bônus e distribuem-se os bônus, diante disso, quem tiver mais pontos ganha o jogo. Lê-se, também, a associação das cores aos perfis: empreendedor, empreendedor em transição e conservador.

Desse modo, essas são as regras do jogo. O ideal para este jogo é que se tenha um mediador, pois ele terá acesso às regras que não são conhecidas pelos jogadores. Além de fazer a função de empresa, que tem todos os produtos e que vende e precisa receber, mas que sabe que tem que devolver aos compradores em certos momentos determinada quantidade de valor.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento e fechamento desta pesquisa contaram com a assistência do Centro Universitário FEI e da orientadora Patrícia, além da Empreendi na Rede, por meio do seu

fundador, Dante Lopes. Essa parceria tornou possível alcançar os dados para conceber essa pesquisa de cunho científico, no qual possibilitou a criação de um jogo de tabuleiro.

Nesta pesquisa, foram apresentados referenciais bibliográficos sobre três temas macro: empreendedorismo, competência e jogos. O objetivo da pesquisa foi criar um jogo que desenvolvesse competências empreendedoras em alunos do Ensino Superior. A limitação do trabalho se deu em reunir ideias para a construção das regras. Já a criação do tabuleiro e suas peças em si, foram de fácil elaboração.

Confirmando a justificativa desta pesquisa: que os temas são recentes e plausíveis de mudanças e adaptações. A complexidade e expansão dos temas ainda é algo a ser aprofundado, não somente por empreendedores, mas por administradores, engenheiros, psicólogos e gestores de pessoas.

Pelas pesquisas efetuadas, notou-se que há pouca literatura aos temas, no sentido que tratem de forma alinhada. Cada autor usa e cria novas nomenclaturas, siglas para determinar os mesmos assuntos. Assim, seria ideal utilizar uma linguagem mais padronizada, isso se justifica em tratarem como metodologias ou padrões criados por cada um, mas que expressem as mesmas ideias.

Um exemplo é a metodologia de participação do indivíduo (GRAMIGNA, 2007), que trata como método operacional e inovador algo que é similar ao ciclo construir-medir-aprender (RIES, 2012). Se houvesse uma unificação de modos de tratativas, a literatura seria encontrada de forma mais assertiva.

As competências do público-alvo estudado foram comuns, na maioria dos autores, o que confirma que o empreendedor está listado por meio de 10 competências importantes.

O tema de jogos ainda não é tratado como uma ferramenta às academias e, também, às empresas. O jogo traz a ideia de diversão e, às vezes, até perda de tempo. Porém, o jogo treina a pessoa em muitas categorias sem ela perceber, como: pontos de persistência, foco em metas, controle de riscos e independência nas ações. A estratégia é aliada e criada simultaneamente, ou seja, o indivíduo desenvolve o raciocínio lógico e analítico diante de situações de tomada de decisão.

A metodologia aplicada a esta pesquisa trouxe proximidade e interação com o processo de criação do jogo, para que assim, entendesse e participasse de ações que requerem contato, como a Oficina de *Design Thinking* e aplicação da metodologia *Execution*, no *Validation Rocket Woman*, com mentoria de pessoas de diversas áreas da sociedade.

O evento *Validation Rocket Woman* trouxe grandes direcionamentos para a pesquisa, como a definição de público-alvo e modelos de jogos existentes que ajudariam no processo de criação. A participação como empreendedora deixou mais evidente a ideia de pesquisa-ação, com o envolvimento no projeto e aproximação com pessoas que conhecem o tema.

A pesquisa quantitativa de reconhecimento das pessoas pelos temas abordados nesta pesquisa indicou que, se houvesse uma ferramenta que ajudasse a desenvolver competências, grande parte das pessoas gostariam de ter. Além de admitirem que suas dificuldades e competências que desejam desenvolver estão relacionadas à criatividade e inovação. Este é um ponto a ser aprofundado nas salas de aula e, o jogo de tabuleiro pode ser utilizado nas aulas como ferramenta.

A Oficina de *Design Thinking* não atingiu o número de pessoas desejadas, assim como a pesquisa quantitativa. Entretanto, essas pessoas trouxeram diferentes visões sobre como fazer, novas ideias e reflexões acerca do jogo, agregando à pesquisa. A oportunidade de conduzir, em parceria com a professora Patrícia, agregou para o desenvolvimento pessoal e acadêmico.

A pesquisa qualitativa revelou que, embora dentre uma amostra pequena, o grupo de competências que mais elencam como importante faz parte de competências de realização. Além encararem recompensas e punições como forma de aprendizado e motivação para continuar. O jogo foi entendido como uma ferramenta diferenciada e que deve ser acrescentada às salas de aula, pelo motivo de estar dentro de um contexto.

Esta pesquisa traz inovações por desenvolver um jogo no formato de tabuleiro com o símbolo do infinito e peças em vez de cartas. Saiu da ideia digital para o mundo real. A associação de cores e a representação das peças foram extremamente importantes para a construção deste estudo, que possui em sua essência a inovação.

Acredita-se que nesta pesquisa é possível aproximar os alunos aos temas abordados e deixá-los mais envolvidos com as aulas, se utilizado como uma ferramenta de aula. Ao analisar os resultados quantitativos, observou-se que as peças não têm controle sobre seu tempo e admitem que possuam dificuldades. Embora coloquem a culpa no tempo, desejam ter mais tempo. É nítido que se tiver mais tempo, assim terá mais afazeres.

O fator criatividade foi um ponto de relevância na pesquisa e, também, surpresa. Devido ao fato de que não se imaginava que esse fator fosse tão importante na vida dos respondentes, assim como a discussão ao redor da criação das regras do jogo na Oficina de *Design Thinking*.

Ao final, o estudo forneceu elementos para o desenvolvimento do tabuleiro. A pesquisa deve ser valorizada para posteriores estudos que derivam de ensino e empreendedorismo, toda a geração de valor que traz consigo é importante para aprimorar essa área que possui uma lacuna.

Recomenda-se que os temas que permeiam o empreendedorismo, competências e jogos, tenham uma atualização constante desde meios digitais a acadêmicos, focando em aprofundar os conhecimentos e modelar novas possibilidades de jogos.

Apesar do material empregado na construção do referencial teórico desta pesquisa, é importante continuar estudando os conceitos e teorias. No entanto, as próximas etapas para esta pesquisa é continuar aprimorando o tabuleiro e suas regras, além das jogadas e tentativas de prever possíveis situações.

Devido à Empreendi na Rede expandir os negócios para a entrada nas faculdades, torna-se plausível continuar a pesquisa não somente no Centro Universitário FEI, mas em outras academias também.

Portanto, o jogo de tabuleiro foi desenvolvido, porém ainda não foi testado em sala de aula. É de fácil manipulação e entendimento, sendo assim, entende-se que será atrativo e tido como uma ferramenta.

REFERÊNCIAS

BELLO, Leo. **Dando as cartas nos negócios: o sucesso com os ensinamentos do Poker**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2014. 207 p.

BOTTION, Ivan. **Teoria das necessidades adquiridas: Teoria de McClelland – Motivação; Esoterikha**. Disponível em: <<http://www.esoterikha.com/coaching-pnl/teoria-das-necessidades-adquiridas-teoria-de-maccllland-motivacao.php>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2.ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299 p.

DUTRA, Joel Souza et al (Org.). **Gestão por competências: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas**. São Paulo: Gente, 2001. 130 p.

ENTERPRISING UP: **Academia de ideias. Academia de ideias**. Disponível em: <<http://www.eup.net.br/post/como-o-ambiente-ludico-propicia-melhor-aprendizado/9>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAMIGNA, Maria Rita Miranda. **Jogos de empresa**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice-hall, 2007. 180 p.

LOPES, Dante (Org.). **Empreendi na Rede**. 2017. Disponível em: <www.empreendinarede.com.br>. Acesso em: 01 mar. 2017.

PERPÉTUO, Antônio Carlos Guarini. **SUPERA, Método. Curso Método Supera: ginástica para o cérebro**. Disponível em: <<http://treino.metodosupera.com.br/curso-supera-ginastica-para-o-cerebro/adultos/?desafio=dW0&id;=>>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta: Como Os Empreendedores Atuais Utilizam a Inovação**. [s.l.]: Casa da Palavra, 2012. 224 p.

RESENDE, Ênio J.; BOTELHO, Luis Ricardo F. **O livro das competências: desenvolvimento das competências: a melhor auto-ajuda para pessoas, organizações e sociedade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000. 224 p.

SERAFIM, Tiago. **Sudoku; Racha Cuca**. Disponível em: <<https://rachacuca.com.br/logica/sudoku/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.