

## **JOGOS DE MERCADO COMO FERRAMENTA DE APRENDIZAGEM NA ADMINISTRAÇÃO**

Antônia Kalliane Soares Moura<sup>1</sup>

Camille Vitoria Moura Soares<sup>2</sup>

Karina Ferreira Maia Gomes<sup>3</sup>

Rodrigo Gonçalves de Melo<sup>4</sup>

Átila de Freitas<sup>5</sup>

### **RESUMO**

Este trabalho apresenta uma análise sobre o uso dos jogos de empresas como ferramenta de ensino-aprendizagem no curso de Administração. Com o objetivo de proporcionar aos estudantes a vivência de situações reais do ambiente empresarial por meio de simulações, os jogos de empresas vêm ganhando espaço nas instituições de ensino por promoverem uma experiência prática, lúdica e estratégica. Este estudo consiste em uma pesquisa bibliográfica, do tipo descritiva com abordagem qualitativa. Tem como objetivo analisar a relevância dos jogos de empresas na formação de estudantes de Administração, destacando seus benefícios, métodos de aplicação e impacto no processo de aprendizagem. A pesquisa foi construída no âmbito da disciplina Jogos de Empresas, do curso de Bacharelado em Administração, entre os meses agosto e outubro do ano 2024. Como resultados, destacam-se as contribuições dos jogos na formação dos discentes, sobretudo no desenvolvimento de habilidades de tomada de decisão, trabalho em equipe, liderança e gestão de recursos. Os jogos de mercado, como subcategoria, também são abordados por sua importância na simulação de estratégias de competitividade e negociação. Conclui-se que os jogos de empresas são eficazes no processo de ensino, tornando a aprendizagem mais dinâmica e conectada à realidade do mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jogos de empresas; Simulação; Administração; Ensino-aprendizagem.

### **INTRODUÇÃO**

Os desafios enfrentados por gestores no mundo corporativo exigem habilidades que muitas vezes não são desenvolvidas na Faculdade apenas com aulas teóricas. Neste contexto, os jogos de empresas surgem como metodologia ativa de ensino, permitindo a simulação de situações reais de gestão, onde o aluno é instigado a tomar decisões estratégicas em um

---

<sup>1</sup>FACULDADE VIDAL: e-mail: kallianesoares24@gmail.com

<sup>2</sup>FACULDADE VIDAL: e-mail: camillev217@gmail.com

<sup>3</sup>FACULDADE VIDAL: e-mail: karinagmaia35@gmail.com

<sup>4</sup>FACULDADE VIDAL: e-mail: rodrigomelo@tutanota.com

<sup>5</sup>FACULDADE VIDAL: e-mail: atilah20@hotmail.com

ambiente controlado. Segundo Ramos (2001), os jogos permitem ao estudante vivenciar a realidade empresarial de forma dinâmica, divertida e envolvente. De acordo com Goldschmidt (1977), eles representam uma simulação ampla de comportamento organizacional.

[...] o jogo de empresa nada mais é que um exercício sequencial de tomada de decisão, estruturado dentro de um modelo de conhecimento empresarial, em que os participantes assumem o papel de administradores de empresas. Representa, na realidade uma simulação no seu ponto mais amplo, pois as pessoas simulam o comportamento de dirigente ou tomadores de decisões de determinada empresa. (Goldschmidt, 1977, p. 1)

A aplicação dessa ferramenta tem crescido no meio acadêmico por sua capacidade de conectar teoria e prática no processo de ensino-aprendizagem. Este trabalho tem como objetivo analisar a relevância dos jogos de empresas na formação de estudantes de Administração, destacando seus benefícios, métodos de aplicação e impacto no processo de aprendizagem.

## **METODOLOGIA**

Este estudo consiste em uma pesquisa bibliográfica, do tipo descritiva com abordagem qualitativa. Conforme Köche (2006, p. 122, *apud* Cruz, 2009, p. 69) a pesquisa bibliográfica objetiva conhecer e analisar as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou problema, tornando-se instrumento indispensável a qualquer tipo de pesquisa.

Este trabalho tem como objetivo analisar a relevância dos jogos de empresas na formação de estudantes de Administração, destacando seus benefícios, métodos de aplicação e impacto no processo de aprendizagem.

A pesquisa foi construída no âmbito da disciplina Jogos de Empresas, do curso de Bacharelado em Administração, entre os meses agosto e outubro do ano 2024. Inicialmente foi feito um levantamento bibliográfico nas bases Google Acadêmico e Minha Biblioteca e selecionados alguns estudos para posterior análise. O principal critério utilizado para a escolha foi obras e artigos científicos que abordassem a aplicação dos jogos empresariais como estratégia de ensino.

A análise permitiu compreender os fundamentos teóricos, os benefícios pedagógicos e os exemplos práticos da aplicação dos jogos em ambientes acadêmicos e organizacionais.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os estudos analisados evidenciam que os jogos de empresas proporcionam uma aprendizagem significativa, pois estimulam a aplicação prática dos conteúdos teóricos discutidos em sala de aula.

A simulação de cenários empresariais permite que os alunos desenvolvam competências essenciais, como a capacidade de liderança, resolução de problemas, trabalho em equipe, gestão do tempo e análise crítica. Segundo Marques (2001), os jogos também contribuem para o aumento do conhecimento específico, treinamento prático e desenvolvimento de habilidades decisórias.

Os jogos de empresas apresenta o seguintes objetivos, de acordo com Marques (2001): aumento do conhecimento, pois os jogos conseguem trazer de maneira eficiente um aumento de conhecimento, por meio da atividade lúdica; treinamento, pois trazem uma melhora nos participantes com a habilidade de tomar decisões por meio das práticas e experiências em um ambiente simulado, o mais parecido possível ao ambiente onde as mesmas terão que ser na realidade desempenhadas; didático, pois podem propagar conhecimentos específicos (conhecimentos, técnicas e instrumentos) da área da Administração de maneira prática e experimental; desenvolvimento de habilidades por meio da prática obtida em sala e, por fim, podem ajudar a identificar possíveis soluções mediante um problema.

Os jogos de mercados representam uma área específica em relação aos jogos empresariais, na qual eles são voltados especificamente ao mercado. Eles são uma ferramenta em jogos empresarias que visam simular situações do dia-dia no cenário mercadológico, como por exemplo: a relação entre empresas e fornecedores, como também as estratégias utilizadas para superar seus concorrentes. Esses jogos objetivam abordar o aumento da competitividade do negócio, como também dos próprios colaboradores no mercado de trabalho. Ou seja, a utilização deles pode desenvolver habilidades que possibilitem ao aluno/profissional se relacionar melhor com os clientes, fornecedores e parceiros do negócio, para tornar ainda mais eficiente a execução dos processos organizacionais (Marques, 2001).

A literatura reforça que o uso de jogos é eficaz tanto na formação acadêmica quanto na capacitação profissional, pois aproxima o estudante da realidade organizacional de forma lúdica e motivadora.

## **CONCLUSÃO**

Conclui-se que os jogos de empresas representam uma metodologia eficiente para o ensino de Administração. Ao simular situações reais do ambiente corporativo, eles promovem

uma aprendizagem mais ativa, reflexiva e engajada. Através da prática, os alunos desenvolvem habilidades fundamentais para a atuação no mundo do trabalho.

Como uma subcategoria dos jogos empresariais, os jogos de mercado também ajudam as pessoas a entenderem melhor os processos de negociação, a competitividade e as estratégias de posicionamento no mercado simulando as dinâmicas do mercado e as relações comerciais. Ao jogar esse tipo de jogo, os jogadores podem explorar diferentes cenários de mercado e pensar em estratégias para atingir seus objetivos comerciais.

O incentivo ao uso de jogos no meio acadêmico deve ser contínuo, pois eles complementam a formação tradicional e proporcionam um diferencial importante na preparação de profissionais mais capacitados e inovadores.

## **REFERÊNCIAS**

CRUZ, Vilma Aparecida Gimenes da. **Metodologia da pesquisa científica**. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

GOLDSCHMIDT, P. C. **Simulação e jogo de empresas**. Rio de Janeiro, 1977.

MARQUES Fº, P. A. **Jogos de Empresas**: uma estratégia para o ensino de gestão e tomada de decisão. 2001. 175 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Paulista, Campus Bacelar.

RAMOS, Cosete. **Simulações e Jogos para Formação e Treinamento de Administradores**. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2001.