

## GAMIFICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA ALAVANCAGEM DE PROCESSOS FINANCEIROS EM BANCOS DIGITAIS NO BRASIL

Heloisa Dalmolin, Aluna do quarto período do curso de Administração Integral da FAE Centro Universitário. Voluntária do Programa de Apoio a Iniciação Científica (PAIC 2024-2025). Deise Christine Salomao Sace Bautzer, Professora orientadora. Especialista em Administração e Marketing (CDE/FAE). Especialista em Comunicação Audiovisual (PUC/PR). Mestre em Gestão Empresarial (FGV). Articulista do CRIE Centro de Referência em Inteligência Empresarial da UFRJ. Doutora Honoris Causa pela Academia Mundial de Educação e Instituto Iberoamericano de Educação 2010. Professora na FAE Centro Universitário.

Contatos: dalmolin.heloisa@mail.fae.edu

deise.christine@fae.edu

### RESUMO

Em uma empresa podem existir áreas nas quais não se obtém tanta eficiência nas atividades realizadas, seja na área operacional, administrativa ou comercial. Com isso, a estratégia de gamificação é uma opção muito utilizada dentro das organizações para se obter um melhor resultado na área desejada. Entre as possibilidades, o setor financeiro oferece um grande espaço no qual a gamificação pode ser aplicada, seja internamente ou no contato com a clientela. No Brasil essa estratégia é popular entre as empresas, e neste artigo será abordado de maneira quantitativa e qualitativa como os bancos digitais nacionais aplicam e qual resultado eles possuem gamificando seus negócios. Para isso, foi selecionado três instituições financeiras que fazem o uso desta estratégia no Brasil para serem estudos de caso do artigo, sendo elas C6 Bank, Nubank e Banco Inter. Ao final da pesquisa foi constatado que gamificar as plataformas trouxeram resultados positivos para todos os bancos, mesmo que existiram mudanças nas estratégias, principalmente na fidelização de clientes e na educação financeira com foco na didática.

Palavras-chave: Processos financeiros. Gamificação. Bancos digitais.