

Paralelo entre a metodologia Oficina do Empreendedor e o modelo PETRA: uma discussão sobre o ensino de empreendedorismo em universidades

Camila Soares Teodoro (UNIFEI) milast8@yahoo.com.br

Resumo

Este artigo tem como finalidade contribuir para as reflexões sobre a prática do ensino do empreendedorismo em universidades. Para isso, primeiramente será estudado o ensino de empreendedorismo em universidades. Depois, será discutido se o empreendedorismo pode ou não ser ensinado. Por último, foi feito um paralelo entre a metodologia Oficina do Empreendedor proposta por Dolabela e o modelo PETRA para concluir se a Oficina do Empreendedor desenvolve ou não características empreendedoras nos alunos. O resultado desta análise demonstrou que a Oficina do Empreendedor é um método que pode desenvolver características empreendedoras nos alunos. Isto porque as trinta e nove qualidades-chave proposta no modelo PETRA podem ser desenvolvidas através das principais atividades da Oficina do Empreendedor.

Palavras-chave: Ensino de empreendedorismo; Oficina do empreendedor; Qualidades-chave.

1. Introdução

O início deste milênio tem sido caracterizado por profundas transformações. Mudança é a palavra de ordem no cenário mundial. Nunca na história o ser humano evoluiu tão rápida e intensamente em todas as áreas do conhecimento. As empresas e, conseqüentemente, os administradores devem acompanhar essa evolução, o que obriga os cursos de formação profissional a atualizarem seu currículo.

Diante desse quadro de mudança o mercado também se alterou, deixando de ser predominantemente composto de grandes corporações, passando a ser dominado por micro e pequenos negócios. Nesse contexto, surge a necessidade de intervenção pedagógica para a formação de empreendedores (PANTZIER, 2000).

Embora seja um tema tradicionalmente da área da educação, a preocupação com a formação do empreendedor vem crescendo ao longo do tempo. Isto ocorre na medida que, diante da atual conjuntura econômica, social e política, o empreendedorismo tem sido visto como um meio de desenvolvimento econômico e social (MORAES *et al.*, 2003).

Nos últimos anos a educação empreendedora ganhou uma imagem negativa, apesar de muitos programas de ensino de empreendedorismo terem sido bem sucedidos. Da mesma forma, as pesquisas no campo do empreendedorismo têm sido criticadas. Sexton & Landstrom (*apud* Duhaime *et al.* 2000) afirmam que a pesquisa no campo do empreendedorismo tem sofrido críticas pois os pesquisadores têm usado questões erradas em suas pesquisas. Uma crítica que muitas vezes é feita é a afirmação que o empreendedorismo não pode ser ensinado. Mas, para

saber se um curso ensina ou não seus alunos a terem características empreendedoras, primeiramente é necessário definir o termo empreendedorismo. Sendo assim, o artigo adota a definição de que o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza visões. Esta é a definição defendida por Louis Jacques Filion (DOLABELA, 2004).

Espera-se, com este artigo, contribuir para o avanço das reflexões sobre a prática do ensino de empreendedorismo nas universidades, pois a pesquisa no campo do empreendedorismo ainda se encontra no estágio inicial do seu desenvolvimento (DUHAIME *et al.*, 2000). Também se espera provar que o empreendedorismo pode ser ensinado. Por último, deseja-se fazer um paralelo entre a metodologia Oficina do Empreendedor (proposta por Dolabela) e o modelo PETRA para concluir se a metodologia Oficina do Empreendedor desenvolve ou não características empreendedoras nos alunos.

2. Ensino do Empreendedorismo em Universidades

A formação de empreendedores é consequência de indutores culturais, sociais, políticos e educacionais (SHAPIRO *apud* PANTZIER, 2000). Se uma sociedade for altamente industrializada, a cultura empreendedora será provavelmente forte e seu ambiente social altamente indutor dos valores do empreendedorismo. Esses valores podem ser também induzidos na sociedade, levando ao surgimento de empreendedores através de agentes educacionais.

A adequação da universidade à realidade social é cada dia mais necessária, principalmente diante de um quadro de mudanças tão profundas experimentado nos últimos anos. Como as verdades sociais alteram-se a cada dia e os padrões tidos como absolutos não mais existem, é essencial que a universidade esteja sempre buscando ajustar-se a essas transformações (PANTZIER, 2000).

A universidade não pode se acomodar, ela deve ensinar o que é necessário pra a realidade de cada país e não o que é tradicionalmente ensinado em outras universidades. Estas instituições têm que formar pessoas adequadas para o atual mercado de trabalho, marcadamente competitivo. Além disso, a universidade é uma das instituições responsáveis pela formação de opinião das pessoas. A qualidade do seu ensino impacta profundamente na sociedade e nas organizações.

Dentro das metodologias de ensino do empreendedorismo nas universidades, destaca-se a “Oficina do Empreendedor” proposta por Dolabela e fundamentada pela teoria visionária de Louis Jacques Filion. Para Dolabela, tudo indica que o empreendedor é fruto de uma cultura, que pode ser definida como: uma programação coletiva da mente que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas de outros (HOFSTEDE *apud* DOLABELA, 1999). Dolabela acredita que, se existem dúvidas sobre a possibilidade de se ensinar alguém a ser empreendedor, pelo menos é possível que alguém aprenda a sê-lo em determinadas circunstâncias que sejam favoráveis ao auto-aprendizado. E é esta a proposta da Oficina do Empreendedor: o ambiente de sala de aula, a “Oficina do Empreendedor” deve ser:

“uma “cultura” favorável à propagação do vírus empreendedor e sua conseqüente contaminação nos alunos ainda não inoculados, e da aceleração da manifestação do vírus em estudantes previamente inoculados em outros ambientes. O veículo de contágio mais eficiente é o empreendedor que vai até a sala de aula e estabelece um contato direto com os alunos.” (DOLABELA, 1999).

Esta metáfora da “inoculação do vírus do empreendedor nos estudantes” produz a imagem da sala de aula transformada em um ambiente de alta contaminação empreendedora. Ali o aluno

pré-empresário poderá aprender dentro dos mesmos padrões em que o empresário real aprende: de forma auto-suficiente, desenvolvendo o seu próprio método de aprendizagem, fazendo e errando, definindo visões e buscando o conhecimento de forma pró-ativa. Tudo isto ocorre dentro de uma cultura favorável em que o contexto emocional é importante.

Esta metodologia já foi utilizada em mais de cento e cinquenta instituições de ensino do Brasil, e seu resultado tem comprovado que professores de diversas áreas têm alcançado grande sucesso no oferecimento do ensino do empreendedorismo (DOLABELA, 1999). Esta metodologia será analisada no item quatro deste artigo.

3. O empreendedorismo pode ser ensinado?

Faz parte do senso comum que o bom empresário ou empresário “nasce pronto”. Dessa forma, se uma pessoa não possui o “dom” do empreendedorismo, pouco pode ser feito para mudar esta realidade. Este ponto de vista é resultado da teoria inatista, a qual afirma que o conhecimento é inato. Esta teoria teve profundo impacto sobre a sociedade brasileira, fazendo com que boa parte da população acredite, ainda hoje, que as pessoas nascem com “dom” para uma dada atividade (DALFOVO & BIZZOTTO, 2002).

Contrariando o que era defendido pelos inatistas, os behavioristas demonstraram que qualquer pessoa podia aprender. Portanto, não é necessário um “dom” inato para desenvolver qualquer característica. Apesar do simplismo desta afirmação, seguindo esta linha de raciocínio pode-se afirmar que é possível ensinar empreendedorismo (DALFOVO & BIZZOTTO, 2002).

Farrel *apud* Medeiros (2001) também acredita que o empreendedorismo pode ser ensinado. Para ele, os empresários não planejam ser empresários. As circunstâncias são a razão número um que faz uma pessoa estabelecer-se por conta própria. Isso leva a crer que os empresários desenvolvem-se devido a fatores externos que os motivam e não são super-heróis como colocados muitas vezes. Uma grande motivação externa de um indivíduo é o seu estudo. Dessa forma, cabe às instituições de ensino incentivar os indivíduos a se tornarem empresários.

Outros pesquisadores que acreditam que o empreendedorismo pode ser ensinado são Oliveira e Medeiros (2001). Para eles, uma pessoa pode vir a se tornar empresária, contanto que para isto tenha influência de outros empresários. Logo, os empresários não nascem como tal, mas aprendem a desenvolver a habilidade de empreender negócios com outras pessoas dependendo das circunstâncias em que se encontram. Dessa forma, o empreendedorismo pode ser ensinado e, conseqüentemente, qualquer pessoa que tenha predisposição pelo assunto poderá aprendê-lo.

Já Silva (2005) acredita que o empreendedorismo é o novo modismo da Administração. Isto porque está assentado em bases empíricas, tomadas de forma apressada e cujos fundamentos são nebulosos e muitas vezes incompreensíveis, do ponto de vista da lógica da teoria das organizações. Silva acredita que, carente de sólida fundamentação científica, o ensino do empreendedorismo não tem parâmetros para validar aquilo que se afirma. Mas o seu artigo não segue uma metodologia científica, o que favorece a conclusão que ele não possui embasamento teórico para chegar a esta conclusão. Com estas afirmações, Silva se torna o único autor pesquisado que não acredita no ensino do empreendedorismo.

Como visto, literaturas que apóiam e acreditam no ensino do empreendedorismo são muitas. A maior limitação desta pesquisa é que existem poucas literaturas que demonstrem que o

empreendedorismo não pode ser ensinado. A proposta inicial deste artigo era analisar literaturas contra e a favor ao ensino do empreendedorismo para depois chegar à conclusão dele poder ou não ser ensinado. Mas, com a limitação de literaturas contra o ensino do empreendedorismo esta análise não pode ser feita de maneira consistente.

Com isso, através desta pesquisa, conclui-se que o empreendedorismo pode ser ensinado. O seu ensino nas universidades é uma ferramenta que motiva os alunos a se tornarem futuros empreendedores assim como constrói uma “cultura empreendedora” nos jovens universitários, o que impacta na sociedade como um todo.

4. Paralelo entre a Oficina do Empreendedor e o modelo PETRA

Como já foi dito anteriormente, Dolabela criou uma metodologia de ensino universitário de empreendedorismo que surgiu como resposta às necessidades do Brasil em disseminar a cultura empreendedora. Esta metodologia se inspira nos processos de aprendizagem utilizados pelo empreendedor na vida real (MORAES *et al.*, 2003). Os elementos integrantes da Oficina do Empreendedor (OE) são:

1- A formação do network	Desde o início da disciplina o aluno é induzido a estabelecer uma rede de relações que irá suportar a sua visão. Ele encontrará facilidades, já que a OE mantém vínculos fortes com o ambiente empresarial e demais sistemas de suportes. A <i>entrevista com um empreendedor</i> , além de fonte de aprendizado de características empreendedoras e gerenciais, é um dos primeiros passos do aluno na formação da sua rede.
2- O amadurecimento da Visão	O pressuposto é que os alunos recebidos na OE já tenham concebido uma visão, mesmo que de forma primitiva, e ali irão desenvolver o seu amadurecimento, cujo resultado é a empresa, e a exercitar a sua capacidade de projeção no futuro, através de exercícios visionários.
3- Perfil do empreendedor	As principais características comportamentais dos empreendedores, descritas em relatórios de pesquisas são apresentadas e discutidas com os alunos. Neste módulo, o aluno irá analisar e compreender as narrativas de experiências reais, tanto nos depoimentos, como na entrevista.
4- Criatividade	A criatividade compreende o ciclo cujas etapas são a descoberta, a invenção, a inovação, a melhoria e o processo de mudanças. A criatividade é fundamental para a identificação de novos paradigmas que poderão configurar uma oportunidade de negócio. Exercícios de criatividade são propostos e os alunos são convidados a expor as idéias de quebra dos bloqueios mentais que inibem a criatividade propostas por Roger von Oech em seu livro “Um Toc na Cuca”.
5- Capacidade de identificação, análise e aproveitamento de oportunidades	Com o auxílio de filmes e textos, são feitos exercícios em que os alunos são convidados a identificar quebras de paradigmas no passado e a projetar quebras de paradigmas no futuro, em seu campo de atuação. Os depoimentos e entrevistas com empreendedores são também fontes de aprendizado do processo de análise da oportunidade.
6- Plano de Negócios	O Plano de Negócios (PN) é o trabalho do curso. É a validação da idéia, a análise de sua viabilidade enquanto negócio. Na sua elaboração o aluno deverá buscar apoio nos sistemas de suporte e na rede de relações que ele inicia a tecer durante a disciplina. Neste campo, o Padrinho, um conselheiro, terá papel fundamental. Na elaboração do Plano de Negócios o aluno exerce em profundidade o auto-aprendizado, devendo buscar de maneira autônoma os conhecimentos e ferramentas necessárias.
7- Depoimentos de empreendedores	Empreendedores que são chamados a comparecer à sala de aula para falarem sobre sua experiência na área de negócios. Eles irão abordar, principalmente, os aspectos pessoais do seu envolvimento na empresa. Este se transforma no mais poderoso veículo de contaminação.
8- O Júri – Julgamento dos Planos de Negócios	Ao final do curso é criado um Júri, integrado por pessoas representativas da área empresarial, e dos sistemas de suporte para analisar as “empresas”. Os jurados avaliam os Planos de Negócios apresentados ao vivo pelos alunos. O objetivo do Júri é integrar o novo empreendedor à comunidade de negócios.
9- O “Padrinho”	É importante que a rede de relações do novo empreendedor o auxilie desde o momento em que planeja a sua empresa. Um passo nesse sentido é a escolha de um “padrinho”, um empresário experiente de quem possa extrair conselhos e orientações. O “padrinho” atuará como um conselheiro durante todo o processo de concepção e elaboração do Plano de Negócios.

Tabela I – Elementos integrantes da Oficina do Empreendedor

Portanto, dentre os elementos integrantes da oficina do empreendedor, os alunos terão que participar de várias atividades. As atividades mais importantes estão enumeradas de 1 a 12 na tabela abaixo.

Doze atividades mais importantes da Oficina do Empreendedor
A formação do network
1- Aluno estabelece vínculos fortes com o ambiente empresarial
2- Aluno entrevista um empreendedor
O amadurecimento da Visão
3- O aluno cria uma empresa
4- O aluno pratica exercícios visionários
Perfil do empreendedor
5- O aluno analisa as características comportamentais dos empreendedores nas entrevistas e depoimentos
Criatividade
6- Aluno lê e expõe as abordagens do livro “Um Toc na Cuca”
Capacidade de identificação, análise e aproveitamento de oportunidades
7- Alunos assistem filmes e lêem textos para identificar quebras de paradigmas
Plano de Negócios
8- Os alunos buscam apoio nos sistemas de suporte e na rede relações para desenvolver o Plano de Negócio
9- Os alunos elaboram um Plano de Negócio
Depoimentos de empreendedores
10- Alunos ouvem empreendedores contarem sua experiência
O Júri - Julgamento dos Planos de Negócios
11- Alunos, em uma apresentação ao vivo, são avaliados por um "júri"
O “Padrinho”
12- Aluno ouve os conselhos de um padrinho

Tabela II – Doze atividades mais importantes da Oficina do Empreendedor

O modelo PETRA (“*Project and Transference*”) surgiu em decorrência da insatisfação das empresas com as qualificações dos jovens recém-formados (FOWLER *et al.*, 1997). As empresas também identificaram que, normalmente, a qualificação necessária ao trabalhador para cumprir bem as suas funções está muita além das habilidades técnicas aprendidas nos bancos escolares. Preocupados com esse assunto, educadores, especialistas em formação profissional, representantes de empregados e empregadores da Alemanha fizeram um levantamento das qualidades pessoais necessárias ao trabalhador para o bom desempenho de sua função (FARIA e SILVA, 2004).

Essas qualidades foram traduzidas e adaptadas à realidade brasileira pelo SENAI São Paulo em 1992 (FARIA e SILVA, 2004). A tabela III apresenta as **trinta e nove qualidades-chave** levantadas por este projeto. É muito importante que o sentido de todas as qualidades seja compreendido por alunos e professores e tenha o mesmo significado para ambos.

Neste artigo foi desenvolvido um paralelo entre a metodologia Oficina do Empreendedor e o modelo PETRA. Para isso, foram contadas quantas qualidades-chave do modelo PETRA podem ser desenvolvidas pelos alunos através das doze atividades mais importantes da Oficina do Empreendedor. O resultado desta análise se encontra na tabela III.

Doze atividades mais importantes da metodologia Oficina do Empreendedor														
Trinta e nove Qualidades-chave	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Soma	%
1- Auto-suficiência		X	X	X	X	X			X		X		7	58
2- Capacidade de auto-avaliação				X		X	X		X			X	5	42
3- Capacidade de Planejamento		X	X		X	X			X	X			6	50
4- Coordenação					X				X	X			3	25
5- Determinação			X						X				2	17
6- Precisão				X					X	X	X		4	33
7- Racionalização			X			X			X	X	X		5	42
8- Zelo		X	X		X	X			X	X	X		7	58
9- Cooperação			X			X			X		X		4	33
10- Empatia		X			X		X			X		X	5	42
11- Imparcialidade		X			X		X			X		X	5	42
12- Integração	X	X				X		X	X		X	X	7	58
13- Liderança emergencial			X			X			X		X		4	33
14- Manutenção do Diálogo	X	X	X		X	X		X	X		X	X	9	75
15- Objetividade na argumentação	X	X	X		X	X		X	X	X	X	X	10	83
16- Participação	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	10	83
17- Receptividade			X		X			X	X	X	X	X	7	58
18- Capacidade de pesquisa			X	X					X				3	25
19- Capacidade de resolução de problemas			X			X			X		X		4	33
20- Capacidade de transferência						X			X		X		3	25
21- Expressão oral e escrita	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12	100
22- Generalização				X	X		X		X	X		X	6	50
23- Leitura e interpretação de desenhos e circuitos						X			X				2	17
24- Leitura e interpretação de textos				X		X	X		X				4	33
25- Prontidão para aprender	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12	100
26- Utilização de técnicas de aprendizagem				X	X	X			X		X		5	42
27- Consciência de qualidade			X			X			X				3	25
28- Consciência de segurança			X						X				2	17
29- Disciplina			X			X	X		X	X	X	X	7	58
30- Envolvimento			X		X	X	X	X	X		X	X	8	67
31- Iniciativa			X		X	X		X	X		X	X	7	58
32- Julgamento			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	10	83
33- Reconhecimento das próprias limitações			X	X	X	X	X	X	X		X	X	9	75
34- Atenção			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	10	83
35- Capacidade de concentração		X	X	X	X	X	X		X	X		X	9	75
36- Compensação de posturas físicas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12	100
37- Flexibilidade			X		X	X		X	X		X	X	7	58
38- Perseverança			X	X		X		X	X		X		6	50
39- Prontidão para ouvir	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12	100
Soma	8	14	28	16	22	30	16	16	37	19	26	21		
%	21	36	72	41	56	77	41	41	95	49	67	54		

Tabela III – Contagem de quantas qualidades-chave são desenvolvidas nas doze atividades mais importantes da Oficina do Empreendedor.

Os números de 1 a 12 na tabela III representam as doze principais atividades da Oficina do Empreendedor na ordem mostrada na tabela II. A **coluna “soma”** representa o número de atividades da Oficina do Empreendedor que podem desenvolver cada qualidade-chave. A **linha “soma”** representa o número de qualidades-chave que podem ser desenvolvidas através de cada atividade principal da Oficina do Empreendedor. A **coluna “%”** representa a porcentagem aproximada das atividades principais da Oficina do Empreendedor que podem desenvolver cada qualidade-chave. A **linha “%”** representa a porcentagem aproximada de qualidades-chave que podem ser desenvolvidas em cada uma das doze principais atividades da Oficina do Empreendedor.

Vale a pena ressaltar que o desenvolvimento das qualidades-chave depende do empenho do aluno. Por isso, a Oficina do Empreendedor pode desenvolver as qualidades-chave em alguns alunos e em outros não. Os “X” colocados na tabela acima foram marcados em todas as qualidades-chave que podem ser desenvolvidas com as principais atividades da Oficina do Empreendedor.

Através do resultado mostrado nesta tabela percebe-se que, com a Oficina do Empreendedor, o aluno poderá desenvolver todas as trinta e nove qualidades-chave propostas no modelo PETRA. Também percebe-se que as qualidades-chave que possuem a maior chance de serem desenvolvidas com a metodologia Oficina do Empreendedor são a expressão oral e escrita, a prontidão para aprender, a compensação de posturas físicas e a prontidão para ouvir. Ainda, percebe-se que a atividade da Oficina do Empreendedor que pode desenvolver um maior número de qualidades-chave do modelo PETRA é a atividade seis: aluno lê e expõe as abordagens do livro “Um Toc na Cuca”.

5. Conclusão

O mundo tem enfrentado profundas transformações econômicas, políticas e sociais nos últimos anos. O mercado está se alterando e deixando de ser predominantemente composto de grandes corporações. O número de micro e pequenas empresas está aumentando a cada ano. Para se adequar a esta nova realidade é necessário criar uma cultura empreendedora na população.

Surgindo desta necessidade, universidades têm utilizado metodologias de ensino de empreendedorismo. Uma metodologia que se destaca é a Oficina do Empreendedor, proposta por Dolabela.

Porém, há quem diga que o empreendedorismo não pode ser ensinado. Para solucionar esta questão, foi feito um levantamento da opinião de diversos autores sobre o ensino do empreendedorismo. Somente um dentre os autores pesquisados não acredita no ensino do empreendedorismo. Além disso, o artigo deste autor não segue uma metodologia científica, o que favorece a conclusão que ele não possui embasamento teórico para afirmar que o empreendedorismo não pode ser ensinado. Dessa forma, conclui-se que o empreendedorismo pode ser ensinado.

Para se analisar o ensino de empreendedorismo em universidades, foi feito um paralelo entre a metodologia Oficina do Empreendedor e o modelo PETRA. Através da análise realizada conclui-se que a metodologia Oficina do Empreendedor é uma metodologia que pode desenvolver as qualidades necessárias atribuíveis a um empreendedor. Provavelmente é por isso que ela está sendo usada em centenas de instituições de ensino e tendo ótimos resultados.

No entanto, a grande contribuição deste artigo é auxiliar na pesquisa sobre a prática do ensino do empreendedorismo em universidades, que está apenas em seu estágio inicial. Além disso, este artigo mostra que uma metodologia que está sendo amplamente utilizada no país, a Oficina do Empreendedor, realmente pode desenvolver características empreendedoras nos alunos. Sendo assim, é aconselhável que universidades que ainda não possuem o ensino do empreendedorismo em seu currículo dela utilizem para ajudarem no desenvolvimento de futuros empreendedores.

6. Referências Bibliográficas

DALFOVO, O.; BIZZOTTO, C. E. N. (2002) – *Ensino de Empreendedorismo: Uma Abordagem Vivencial*. Paraná: II EGEPE – Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas v.1, p. 142-153.

DOLABELA, F. (2004) – *Ensino de Empreendedorismo na Educação Básica como instrumento do desenvolvimento local sustentável. A metodologia Pedagogia Empreendedora*. Belo Horizonte: FUNSOFT, Universidade Federal de Minas Gerais.

DOLABELA, F. (1999) – *Uma Revolução no Ensino de Empreendedorismo no Brasil. A metodologia da Oficina do Empreendedor*. Belo Horizonte: FUNSOFT, Universidade Federal de Minas Gerais.

DUHAIME, I. M.; HITT, M. A. (2000) – *State of Doctoral Education in Entrepreneurship*. Georgia State University and Texas A&M University.

FARIA, M. H. F.; SILVA, C. E. S. (2004) – *O uso do QFD na Identificação das Técnicas Pedagógicas que Propiciam o Desenvolvimento de Características Empreendedoras conhecidas como Qualidades-chave*. CIELA, Rio de Janeiro.

FOWLER, F. R.; VERMAAS, L. L. G.; CREPALDI, P. C. *PETRA Model: An Alternative for Engineering Education*. International Conference on Engineering Education – ICEE – 1997, 14-15 August, Chicago, EUA.

MORAES, L. V. S.; HOELTGEBAUM, M. (2003) – *Um Modelo para Análise do Processo de Aprendizagem de Empreendedores – Entrepreneurship and Family Business*. Santa Catarina: Núcleo de Estudos Estratégicos, Universidade Federal de Santa Catarina e Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Fundação Regional de Blumenau.

OLIVEIRA, J. A.; MEDEIROS, A. D. (2001) – *A Formação da Cultura Empreendedora: Uma reflexão sobre sua origem nas organizações*. Sumaré SP: Revista Administração & Sociedade v.2, n.2, p.167 – 174.

PANTZIER, R. D. (2000) – *Formação Empreendedora no Ensino de Graduação em Administração – Um Estudo de Caso*. Brusque SC: Fundação Educacional de Brusque – FEBE.

SILVA, D. N. (2005) – *O Empreendedorismo como Modismo Universitário*. <http://www.admbrasil.com.br>, capturado em 02/04/2005.