



Vol 6, Nº 15 (diciembre/desembro 2013)

JOGOS DE EMPRESAS E A FORMAÇÃO DO TURISMÓLOGO

Adriano Sérgio da Cunha

Mestrando em Administração na Unisul

adrianosergiodacunha@hotmail.com

Thiago Coelho Soares

Professor da Unisul

Thiago.soares@unisul.br

Maurício Lima

Professor da Unisul

Mauricio.lima@unisul.br

Resumo: Este artigo tem por objetivo verificar a percepção dos discentes dos cursos de Administração e Turismo de uma Universidade acerca da disciplina de jogos de empresa. Quanto à estratégia de pesquisa se utilizou o estudo de caso. Quanto aos meios de investigação, este trabalho foi dividido em duas etapas, uma inicial que foi a pesquisa bibliográfica, e outra final que foi a aplicação de questionários. A população a ser estudada correspondia a 29 (vinte e nove) alunos. Este valor corresponde a 100% (cem por cento) do total de alunos da disciplina. Quanto aos resultados da pesquisa pode-se observar que os jogos de empresas é um método que possibilita a simulação de uma empresa. Entre as mais valiosas lições dentro do jogo, está o aprendizado do teamwork (trabalho em grupo) efetivo entre os sócios de sua empresa. Além de uma tendência de

utilização dos jogos pela razão de atender à solicitação do MEC, o avanço tecnológico também influi nesse crescimento, em virtude do desenvolvimento de softwares mais práticos, interativos, envolvendo mais variáveis e a disponibilidade de hardwares mais difundida, com capacidades de processamento maiores e acesso à internet mais amplo.

Palavras-chave: jogos de empresa, ensino, gestão de turismo.

GAMES OF COMPANIES AND THE FORMATION OF TOURISM SPECIALIST

Abstract: This paper aims to verify students' perceptions of the course of tourism management about the discipline of business games. The approach to the problem, this study was quantitative character. The research on the purposes can be considered descriptive. On the strategy of research has used the case study. The means of research, this study was divided into two stages, an initial literature search was, and another was the final questionnaires. The population studied corresponded to 29 (twenty nine) students enrolled. This corresponds to 100% (hundred percent) of all students. The survey results can be observed that the games business is a method that enables the simulation of a company. Among the most valuable lessons in the game, teamwork is learning (group work) effective among the members of your company. Apart from a tendency to use the games for the reason to meet the request of the MEC, technological advances also influences this growth because of software development more practical, interactive, involving more variables and more widespread availability of hardware, with processing capabilities larger and broader Internet access.

Keywords: games company, teaching, tourism management.

1 INTRODUÇÃO

Os primeiros usos de jogos para desenvolvimento e educação de que se têm notícias surgiram por volta de 3.000 a.C. na China como estratégia de guerra. Após o período das Grandes Guerras, os jogos de guerra passaram a ser utilizados em competição no campo de batalha dos negócios, originando os jogos empresariais.

No meio acadêmico, a simulação gerencial foi introduzida em 1957. Segundo pesquisas, em 1994 existiam cerca de 200 simuladores sendo usados por 900 professores em mais de 1.700 faculdades dos Estados Unidos.

No Brasil, a simulação gerencial chegou na década de 1970, mas, até recentemente, seu uso esteve restrito a poucas instituições, como a USP, a UFRGS, a UFRJ e a PUC. A intensificação do uso da simulação gerencial ocorreu a partir da metade da década de 1990, principalmente depois que o MEC sugeriu a introdução de metodologias alternativas ao ensino/aprendizagem nos cursos de nível superior (NESIG, 2008).

A utilização dos jogos de empresa não é simplesmente um à tomada de decisão, os jogos de empresas são muito mais abrangentes do que desenvolver a capacidade de administradores para tomada de decisão. Assim, destaca-se que as capacitações a serem treinadas pelos jogos de empresas são: capacidade de liderar, de administrar conflitos, de organizar, de planejar, de controlar, de criar soluções, de socializar, de comunicar, de informar-se e obter informações, de analisar, de sintetizar, de aplicar e de extrapolar. Utilizando os jogos de empresas é possível trazer ganho no aprendizado dos alunos. Na área comportamental as mudanças pessoais podem abranger diferentes níveis de aprendizagem, tais como cognitivo (informações, conhecimentos, compreensão intelectual); nível emocional (emoções e sentimentos, gostos, preferências); nível atitudinal (percepções, conhecimentos, emoções, e predisposição para ação integrada); e nível comportamental (atuação, e competência).

Desta forma este artigo pretende verificar a percepção dos discentes dos cursos de Administração e Turismo de uma universidade acerca da disciplina de jogos de empresa.

2 JOGOS EMPRESARIAIS

O uso de jogos de empresas na graduação dos cursos de Gestão atende a uma exigência do Ministério da Educação (MEC), que por meio do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Ensino Superior editou uma resolução em 04/03/2004 que dá orientações sobre o projeto pedagógico deste curso. Esta Resolução, de número CNE/CES nº. 1/2004, determina que o projeto pedagógico deva fazer uma integração entre a teoria e a prática.

"Art. 2º - A organização do curso de que trata essa Resolução se expressa por meio do seu projeto pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, a monografia, o projeto de iniciação científica ou o projeto de atividade, como trabalho de conclusão de curso TCC, componente opcional da instituição, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos que tornem consistente o referido projeto pedagógico.

§ 1º - O projeto pedagógico do curso, além da clara concepção do curso de graduação em Administração, com suas peculiaridades, seu currículo pleno e sua operacionalização, abrangerá, sem prejuízo de outros, os seguintes elementos estruturais:

[...]

V - modos de integração entre teoria e prática;"

Para Vicente (2001, p. 2), "os jogos de empresas não são um modismo, mas sim uma tendência secular que vem ganhando ímpeto em nossos dias pelo maturamento de várias tecnologias".

Os primeiros usos de jogos para desenvolvimento e educação de que se têm notícias surgiram por volta de 3.000 a.C. na China como estratégia de guerra. Após o período das Grandes Guerras, os jogos de guerra passaram a ser utilizados em competição no campo de batalha dos negócios, originando os jogos empresariais. (ROSAS; AZUAYA, 2006)

Os primeiros jogos de empresas consistiam em uma adaptação, para o ambiente empresarial, dos simuladores existentes na área militar. Mas foi com a evolução e a popularização dos computadores que os jogos de empresas tiveram um grande impulso. As novas máquinas permitiram elaborar modelos de jogos mais complexos e com alto nível de precisão. A introdução dos computadores permitiu, ainda, que os dados fossem processados com maior rapidez, tornando a técnica mais dinâmica.

Conforme Tanabe (1977) os jogos de empresas correspondem se destinam ao treinamento de executivos. A origem dos jogos empresariais está nos jogos de guerra, que iniciaram depois da primeira grande guerra e foram até o final da segunda grande guerra.

Segundo o próprio Tanabe (1977), os jogos de empresa se desenvolveram a partir da década de 1950. Dez anos depois, com o surgimento e aplicação dos computadores (*main frames*), foi possível maior grau de complexidade e amplitude de treinamento.

Outro fator que também ajudou a alavancar a utilização da técnica no país foi o desenvolvimento de simuladores comerciais no mercado brasileiro, facilitando a aquisição por parte das instituições de ensino. Atualmente, as simulações empresariais são um importante instrumento de treinamento e desenvolvimento de habilidades gerenciais (SAUAI, 1995, p. 8).

Tanabe (1977) apresenta os objetivos gerais de jogos de empresas, são três: de treinamento; didáticos; e de pesquisa. Os objetivos de treinamento dizem respeito ao desenvolvimento das habilidade para tomadas de decisão. Os objetivos didáticos referem-se à metodologia prática e experimental de transmitir conhecimentos específicos. Finalmente, os objetivos de pesquisa visam a tornar os jogos de empresas num laboratório para descobrir soluções, esclarecer e testar aspectos teóricos e investigar o comportamento individual e grupal em ambientes específicos de pressão.

Em uma discussão mais pedagógica, Pessoa, Filho (2001) apresentam os modelos de aprendizado, quais os recursos predominantemente utilizados, as orientações metodológicas e a aplicação dos métodos de ensino nas empresas. É interessante ressaltar que os jogos de empresa se enquadram no modo de aprendizado pela simulação, ou seja, o recurso predominante é a imitação da realizada de trabalho.

Modos de aprendizado	Recurso predominante	Orientação metodológica	Aplicação dos métodos de ensino nas empresas
Pela experiência	A própria situação de trabalho	Método prático ou aprender fazendo	aprendizagem metódica do trabalho, rodízio, estágio, delegação, comissões, comitês ou grupos de trabalho
Pela teoria	Conceitos e palavras	Método conceitual, ou aprender pela teoria	explicação oral, debate cruzado, estudo dirigido, instrução programada, painel, simpósio, universidade aberta
Pela simulação	A imitação da realidade de trabalho	Método simulado ou aprender imitando a realidade	dramatizações, jogos de empresa, role-play, estudos de caso, jogos e exercícios diversos, projetos (elaborar cenários)
Pelo desenvolvimento do espírito	Comportamento humano / sua modificação	Método comportamental ou aprender por desenvolvimento psicológico	aconselhamento psicológico, training group, psicodrama, socioanálise, dinâmica de grupo

Quadro 1: Modos de aprendizado

Fonte: Pessôa, Filho (2001)

Rodrigues; Riscarolli (2005) afirmam que a utilização dos jogos de empresa com atribuição exclusiva do treinamento à tomada de decisão, restringe a função e aplicações do método. Assim, os jogos de empresas são muito mais abrangentes do que desenvolver a capacidade de administradores para tomada de decisão. Os autores destacam que as capacitações passíveis de serem treinadas pelos jogos de empresas são: capacidade de liderar, de administrar conflitos, de organizar, de planejar, de controlar, de criar soluções, de socializar, de comunicar, de informar-se e obter informações, de analisar, de sintetizar, de aplicar e de extrapolar.

Para Pessôa, Filho (2001) os jogos de empresas é estratégia didática, com características andragógicas e que possibilita a melhoria do ensino da gestão de empresas, demonstrando a importância do ensino de conceitos e a sua aplicação na prática, o aprender simulando a realidade.

3 METODOLOGIA

Quanto à abordagem do problema, esta pesquisa teve caráter quantitativo. A pesquisa quantitativa, de acordo com Richardson (1989), caracteriza-se por utilizar quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc. Desta forma, a abordagem quantitativa se tornou essencial para este tipo de estudo, já que o objetivo era conhecer a percepção dos discentes acerca dos ganhos que possuem com a disciplina de jogos de empresas.

A pesquisa quanto aos fins pode ser considerada descritiva. É descritiva, pois descreve as informações obtidas por meio da aplicação de questionários. Para Churchill (1987), pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la. A pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, mas não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. O método descritivo delinea o que se pesquisa, abordando quatro aspectos: investigação, registro, análise e interpretação dos fatos ocorridos no

passado, para, através de generalizações, compreender o presente e o compromisso com o futuro.

Quanto à estratégia de pesquisa se utilizou o estudo de caso, o dos cursos de Administração e Turismo de uma universidade. Por se ter estudado um único fenômeno, este estudo focou-se no entendimento da dinâmica presente dentro de um único ambiente (YIN, 2001).

Quanto aos meios de investigação, este trabalho foi dividido em duas etapas, uma inicial que foi a pesquisa bibliográfica, e outra final que foi a aplicação de questionários.

Conforme Vergara (1998), a pesquisa bibliográfica é um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, meios eletrônicos e jornais. Fornece instrumental analítico para a pesquisa.

A aplicação dos questionários aconteceu em sala de aula. A população a ser estudada eram os alunos matriculados no primeiro semestre de 2013, na disciplina de jogos de empresas.

De acordo com a sua dimensão no plano de tempo de pesquisa, caracteriza-se pelo corte transversal. O período estudado corresponde ao primeiro semestre de 2013. Richardson (1989) explica que este tipo de plano, os dados são coletados em um ponto no tempo, com base em uma amostra selecionada para descrever uma população nesse determinado tempo.

A população a ser estudada correspondia a 29 (vinte e nove) alunos matriculados. Este valor corresponde a 100% (cem por cento) do total de alunos.

As características desta amostra estão descritas na seqüência.

	Masculino	Feminino
Sexo	18	11
Idade Média dos respondentes	29,41	24,77

Quadro 2: Perfil da população

Fonte: Elaborado pelos autores

De todos os alunos matriculados, 28 trabalham no momento e apenas um está sem atividade laboral, porém já exerceu tal atividade.

Uma vez compreendida a metodologia adotada, passam-se a analisar os dados da pesquisa.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Através da análise dos dados, este artigo visa apresentar um conjunto de informações que permitam identificar a percepção dos discentes dos cursos de administração e turismo da disciplina de jogos de empresa. A seguir serão apresentados os resultados provenientes do questionário. São apresentados 11 itens sobre a simulação.

A primeira pergunta da pesquisa diz respeito às regras do jogo e segundo os resultados, que estão transcritos na figura 1, 72,41% dos entrevistados consideraram as regras do jogo totalmente claras ou muito claras. Isto facilita aos alunos saberem como se desenvolve a simulação e quais os procedimentos devem ser respeitados.

Pergunta	Respostas			Percentuais
As regras do jogo são claras?	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	-	-
		Pouco	1	3,45
	Concordo	Totalmente	12	41,38
		Muito	9	31,03
		Pouco	7	24,14
Totais		29	100	

Figura 1: Regras do jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

Na segunda pergunta, a intenção foi de verificar a qualidade da disciplina, cujos resultados são apresentados na figura 2. Apesar de terem sido encontrados resultados mais dispersos nas respostas, 82,76% dos entrevistados concordam que a disciplina foi uma das melhores já realizadas na Universidade. Nas respostas posteriores teremos condições de avaliar o porque deste resultado.

Pergunta	Respostas			Percentuais
Foi uma das melhores disciplinas que fiz?	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	2	6,90
		Pouco	3	10,34
	Concordo	Totalmente	3	10,34
		Muito	14	48,28
		Pouco	7	24,14
Totais		29	100	

Figura 2: Qualidade da disciplina

Fonte: Elaborado pelos autores

Na seqüência do questionário, perguntou-se sobre a clareza em relação a participação de cada aluno no jogo. 34,48% dos alunos responderam que sua tarefa ficou totalmente clara, 24,14% responderam que a sua tarefa ficou muito clara e 27,59% responderam que a tarefa a ser desenvolvida no jogo ficou pouco clara, conforme apresentado na figura 3. Cada equipe é composta por 4 ou 5 participantes e cada um apresenta uma função no simulador. As funções a serem desempenhadas são de presidente, gestor

de produção, gestor de finanças, gestor de marketing e gestor de recursos humanos.

Pergunta	Respostas			Percentuais	
Desde o início ficou claro para mim qual era o meu papel no jogo.	Discordo	Totalmente	1	3,45	
		Muito	-	-	
		Pouco	3	10,34	
	Concordo	Totalmente	10	34,48	
		Muito	7	24,14	
		Pouco	8	27,59	
Totais				29	100

Figura 3: Quanto à participação de cada aluno no jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

Apesar dos resultados encontrados na figura 3 que trata da clareza em relação às atividades a serem desenvolvidas pelos alunos no jogo, 75,87% dos respondentes afirmaram, segundo os dados da figura 4, que recomendariam a participação de colegas de curso na disciplina e conseqüentemente na utilização do jogo como forma de ensino aprendizagem.

Pergunta	Respostas			Percentuais	
Recomendaria o jogo aos demais colegas de curso.	Discordo	Totalmente	-	-	
		Muito	2	6,90	
		Pouco	1	3,45	
	Concordo	Totalmente	14	48,28	
		Muito	8	27,59	
		Pouco	4	13,78	
Totais				29	100

Figura 4: Recomendação do jogo aos colegas

Fonte: Elaborado pelos autores

A pergunta seguinte, diz respeito à efetividade do jogo no processo de ensino aprendizagem. Nos dados apresentados na figura 5, observou-se que 79,31% dos respondentes afirmaram que a participação no jogo agrega conhecimento. Isto ocorre porque os alunos aplicam ferramentas que tomaram conhecimento ao longo do curso.

Pergunta	Respostas			Percentuais
	Discordo	Totalmente	19	65,53
		Muito	4	13,78

O jogo diverte, mas não ensina.	Concordo	Pouco	5	17,24
		Totalmente	-	-
		Muito	1	3,45
		Pouco	-	-
Totais			29	100

Figura 5: Efetividade do jogo no processo de ensino

Fonte: Elaborado pelos autores

Na figura 6, são apresentados os dados em relação à pergunta sobre a competitividade do jogo. Segundo os resultados da pesquisa, 75,86% dos respondentes consideraram um grau elevado de competitividade no jogo. Isto demonstra o interesse dos alunos em ter bons resultados. Para a obtenção de bons resultados é necessário aplicar ferramentas de planejamento, finanças, marketing, produção e recursos humanos conhecidas durante o curso.

Pergunta	Respostas			Percentuais
O jogo é competitivo demais.	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	-	-
		Pouco	3	10,34
	Concordo	Totalmente	12	41,38
		Muito	10	34,48
		Pouco	4	13,78
Totais		29	99,98	

Figura 6: Competitividade do jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

A próxima pergunta diz respeito à complexidade do jogo com o nível do curso. Trata-se de uma informação bastante relevante, pois as respostas apontaram, de acordo com a figura 7, que o jogo não apresenta uma complexidade que venha a comprometer o aprendizado.

Pergunta	Respostas			Percentuais
O jogo é complexo demais para o nível do curso.	Discordo	Totalmente	12	41,38
		Muito	6	20,69
		Pouco	10	34,48
	Concordo	Totalmente	-	-
		Muito	1	3,45
		Pouco	-	-

Totais		29	100
--------	--	----	-----

Figura 7: Nível de complexidade do jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto à interdisciplinaridade, foi possível perceber, segundo às respostas contidas na figura 8, que 65,51% dos respondentes concordam totalmente e muito que é possível utilizar conhecimentos adquiridos em outras disciplinas para a realização do certame.

Pergunta	Respostas			Percentuais
O jogo permitiu aplicar toda a teoria que aprendi ao longo do curso.	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	1	3,45
		Pouco	5	17,24
	Concordo	Totalmente	10	34,48
		Muito	9	31,03
		Pouco	4	13,78
Totais		29	99,98	

Figura 8: Interdisciplinaridade do jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

Na figura 9, temos os dados em relação à utilidade do jogo na vida real. A quantidade de respondentes que acredita que se podem utilizar os ensinamentos do jogo na vida real é 65,52%. Isto demonstra que o simulador pode refletir a realidade empresarial e trazer benefícios de aprendizagem aos alunos.

Pergunta	Respostas			Percentuais
A experiência ganha com o jogo ajuda o(a) aluno(a) para a vida profissional.	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	-	-
		Pouco	1	3,45
	Concordo	Totalmente	14	48,28
		Muito	5	17,24
		Pouco	9	31,03
Totais		29	100	

Figura 9: Utilidade na vida profissional

Fonte: Elaborado pelos autores

Houve quase uma unanimidade quando os alunos foram questionados se jogos deveriam ser utilizados desde o início do curso. 82,76% dos

respondentes concordaram totalmente com esta proposta e 17,24% concordaram muito.

Pergunta	Respostas			Percentuais
Jogos deste tipo deveriam ser usados desde o início do curso.	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	-	-
		Pouco	-	-
	Concordo	Totalmente	24	82,76
		Muito	5	17,24
		Pouco	-	-
Totais		29	100	

Figura 10: Recomendação do jogo

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme dados apresentados na figura 11, 65,53% dos alunos afirmaram que se aprende muito com jogos de simulação. Isto porque os jogos de empresas são uma alternativa didática para levar o estudante a desempenhar, em representações de situações administrativas, vários papéis comparáveis aos do sistema real, privilegiando o aprender fazendo num ambiente simulado

Pergunta	Respostas			Percentuais
Acredito que se aprende muito com jogos.	Discordo	Totalmente	-	-
		Muito	-	-
		Pouco	1	3,45
	Concordo	Totalmente	19	65,53
		Muito	4	13,78
		Pouco	5	17,24
Totais		29	100	

Figura 11: Aprendizado com a utilização de jogos

Fonte: Elaborado pelos autores

Em suma, a disciplina de jogos de empresas possui uma estratégia de aprender a aprender, porque estimula o aluno a desenvolver capacidades que aumentarão sua potencialidade de obter novos conhecimentos e adquirir novas habilidades.

CONCLUSÕES

Os jogos de empresas é um método que possibilita a simulação de uma empresa. As empresas são um sistema complexo com recursos físicos, processos, pessoas, produtos, clientes e que opera num ambiente

competitivo. Assim, os alunos do curso terão a possibilidade de desenvolver habilidades que aliadas a base conceitual gerará uma gestão por competência.

Entre as mais valiosas lições dentro do jogo, está o aprendizado do *teamwork* (trabalho em grupo) efetivo entre os sócios de sua empresa. Ao término do jogo, se analisar com espírito crítico como foi sua atuação, poderá obter valiosos *insights* (descobrimientos) de natureza pessoal, principalmente no que se refere à forma como você interage com um grupo, e isto ajudará a entender como se tornar um melhor ouvinte, membro de um grupo, mentor e vencedor de idéias.

Além de uma tendência de utilização dos jogos pela razão de atender à solicitação do MEC, o avanço tecnológico também influi nesse crescimento, em virtude do desenvolvimento de softwares mais práticos, interativos, envolvendo mais variáveis e a disponibilidade de hardwares mais difundida, com capacidades de processamento maiores e acesso à internet mais amplo.

Além das possibilidades de *teamwork*, *insights* e dos possíveis avanços tecnológicos, também foi representativo o aspecto interdisciplinaridade, que sob a égide da educação, é um tema bastante relevante, atual e indispensável ao processo de ensino aprendizagem de qualidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL (1996). Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que dispõe sobre as Diretrizes e Bases da Educação. Disponível em <www.mec.gov.br> Acesso em 20 Jul 2011.

CHURCHILL, G.A (2987). **Marketing research: methodological foundations**. Chicago: The Dryden Press.

NESIG (2011). **Núcleo de Estudos em Simulação Gerencial da Universidade Federal de Santa Catarina**. Disponível em: <<http://www.nesig.ufsc.br/simulacao/origem.php>>. Acesso em: 15 jul. 2011.

PESSÔA, Marcelo S. de Paula; FILHO, Paulo A. Marques Filho (2001). Jogos de empresas: uma metodologia para o ensino de engenharia ou administração. **Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia (Cobenge)**, Uberlândia. Disponível em: <<http://www.pp.ufu.br/Cobenge2001/trabalhos/NTM029.pdf>> Acesso em: 12/08/2011.

RICHARDSON, N. R (1989). **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas.

RODRIGUES, Leonel Cezar , RISCAROLLI, Valéria (2005). **O Valor Pedagógico de Jogos de Empresas**. FEA – USP. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/eadonline/grupodepesquisa/publica%C3%A7%C3%B5es/valeria/1.pdf>> Acesso em: 12/08/2011

ROSA, André R.; AZUAYA, Antônio Carlos A (2006). Jogos de Empresa na Educação Superior no Brasil: Perspectiva para 2010. In: **Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-graduação em Administração**, Salvador.

SAUAIA, A. C. A (2006). Gestão Empreendedora em IES's: Acultramento do Corpo Docente com Jogos de Empresas. In: **Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul. VI**, Blumenau.

TANABE, M (1977). **Jogos de Empresas**. Dissertação de Mestrado. FEA-USP. Universidade de São Paulo, 129 p.

VERGARA, S. C (1998). **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas.

VICENTE, Paulo (2001). **Jogos de Empresa**. São Paulo: Makron.

YIN, R (2001). **Estudo De Caso: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman.