

TRATAMENTO DE INFORMAÇÕES PARA O PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO NAS PEQUENAS EMPRESAS DE XANXERÊ

Gabriel Ronconi¹

Jacir Favretto²

RONCONI, G.; FAVRETTO, J. Tratamento de informações para o processo de tomada de decisão nas pequenas empresas de Xanxerê. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 19, n. 2, p. 213-223, jul./dez. 2018.

RESUMO: Devido às constantes e atuais mudanças das Tecnologias da Informação, o processo de tomada de decisão recebe informações em uma quantidade jamais visto. Mas nem todas as informações são consideradas no processo de tomada de decisão, seja pela qualidade da informação ou pela postura do gestor. O estudo, que tem sua abordagem de pesquisa qualitativa, com análise de conteúdo, identificou, com base em nove pequenas empresas do município de Xanxerê, como ocorre o processo de tomada de decisão com base nos sistemas de informações das empresas. Fica evidente que os empresários pesquisados ainda utilizar quase que na maioria, o conhecimento oriundo da experiência de mercado, que na maioria das vezes não tem base nas informações dos sistemas, mas no conhecimento do mercado pela experiência e vivência. Esse conhecimento e experiência pode ser usado, porém, é necessário e fundamental que tenha base em estudos científicos e em relatórios que comprovem números e indicadores, para que a decisão não seja frágil e sem sustentação. O estudo, inicial, trouxe questionamentos importantes, que surgem como possibilidade de estudos futuros em uma região de abrangência maior, se possível.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia da Informação; Processo de Tomada de Decisão; Micro e Pequena Empresa.

TREATMENT OF INFORMATION FOR A DECISION-MAKING PROCESS IN SMALL ENTERPRISES IN XANXERÊ

ABSTRACT: Due to the constant and current changes in Information Technology, the decision-making process receives information in amounts never seen before. However, not all information is considered during the decision-making process, whether by its quality or by the decision of the manager. Using a qua-

DOI: 10.25110/receu.v19i2.6726

¹Aluno de Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina. gabri-1@hotmail.com

²Doutor em Engenharia da Produção da Universidade do Oeste de Santa Catarina. jacirfa@gmail.com

litative research approach with content analysis, the study identified how the decision-making process takes place, based on the information systems from nine small companies in the city of Xanxerê. It is evident that the entrepreneurs surveyed still use most of the knowledge obtained from the market experience, which most of the time is not based on the information from the system, but from market knowledge through experience. This knowledge and experience can be used, but it is necessary and fundamental that it be based on scientific studies and reports that verify the figures and indexes, resulting in a more robust and supported decision. The initial study has brought important questions, which results in the possibility of further studies being developed in a greater region, if possible. **KEY WORDS:** Information Technology; Decision-Making Process; Micro and Small Businesses.

TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA EL PROCEDIMIENTO DE TOMA DE DECISIÓN EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE XANXERÉ

RESUMEN: Debido a los constantes y actuales cambios de las Tecnologías de la Información, el proceso de toma de decisión recibe informaciones en una cantidad jamás visto. Pero no todas las informaciones se consideran en el proceso de toma de decisiones, ya sea por la calidad de la información o por la postura del gestor. El estudio, que tiene su enfoque de investigación cualitativa, con análisis de contenido, identificó, con base en nueve pequeñas empresas del municipio de Xanxerê, como ocurre el proceso de toma de decisión basado en los sistemas de información de las empresas. Es evidente que los empresarios encuestados todavía utilizan casi en la mayoría, el conocimiento proveniente de la experiencia de mercado, que en la mayoría de las veces no tiene base en la información de los sistemas, sino en el conocimiento del mercado por la experiencia y la vivencia. Este conocimiento y experiencia puede ser usado, pero es necesario y fundamental que tenga base en estudios científicos y en informes que comprueban números e indicadores, para que la decisión no sea frágil y sin sustento. El estudio, inicial, planteó cuestionamientos importantes, que surgen como posibilidad de estudios futuros en una región de amplitud mayor, si es posible.

PALABRAS CLAVE: Tecnología de la Información; Procedimiento de toma de decisión; Micro y Pequeña Empresa.

1 INTRODUÇÃO

Toda a organização ou empresa, de maneira geral, precisa gerir conhecimento, pois, não terá uma visão, missão e seus valores certamente se perderão com o passar do tempo. Gerir informações ou coletar informações possibilitará que a empresa, como organização use o máximo de suas atividades com o mínimo de desperdícios, pois, em sua sabedoria, conseguirá alocar cada processo adequadamente para cada atividade da empresa.

Não existe, quando a questão é gestão do conhecimento, um padrão a ser seguido, as informações vêm de toda parte, principalmente, pela rede mundial de informações, a internet, onde surgem novidades a todo o momento, vinte e quatro horas por dia. Assim, gerir toda essa informação é o grande desafio do gestor, que necessita de uma equipe altamente qualificada e instruída que o auxiliará trazer as melhores informações que se tornaram produtos ou melhorias nos processos, propiciando qualidade e estabelecendo novos padrões de mercados, que poderão ser ultrapassados ou transformados em pouco tempo, dependendo do processo de gestão de seus concorrentes.

O presente trabalho tem como objetivo pesquisar e analisar como as pequenas empresas de Xanxerê buscam o aperfeiçoamento na gestão das informações que o ambiente externo traz; verificar como está à organização da empresa, a capacitação de seus colaboradores e quais são os processos que a organização faz para conseguir identificar, filtrar as informações relevantes para o ramo de atuação. A gestão de informações dentro das empresas de pequeno porte do município de Xanxerê tem como objetivo manter estas atuantes e competitivas no mercado da região.

As organizações necessitam, nos dias de hoje, ser flexíveis para aumentar sua competitividade. Para isso, precisam ter uma estrutura que atenda suas necessidades e que suas decisões fluam numa velocidade para mantê-las competitivas. A flexibilidade das organizações possibilita contínuas readaptações dos seus recursos, sejam eles tecnológicos e financeiros.

A possibilidade de instruir e de identificar gargalos e problemas na gestão de conhecimento nas pequenas empresas do município de Xanxerê justifica o interesse em elaborar tal trabalho. A grande maioria das pequenas empresas da região deixa de lado ou não entendem a importância de gerir conhecimento dentro da organização. Por isso, este trabalho mostra o quanto é importante gerir para poder se posicionar bem e estar atualizado nas novidades de mercado. Empresas são como seres humanos, precisam evoluir constantemente para sobreviver.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Gestão de conhecimento

Pode-se interpretar o mundo corporativo como um ambiente altamente competitivo e acirrado, com grandes conglomerados industriais, buscando constantemente diferenciais em seus produtos ou processos para se posicionar a frente de seus concorrentes. Essas empresas estão inseridas em um mundo que está em transformação. O principal desafio de um administrador é buscar coletar e filtrar as informações que serão relevantes para sua empresa em um ambiente repleto de informações as quais podem não ser de fontes seguras, acarretando erros de decisão frente à organização. Esses profissionais devem construir uma cultura a qual a empresa aprenda a aprender, que não haja paradigmas que não possam ser quebrados e barreiras de conhecimento que não possam ser ultrapassadas.

O posicionamento que a organização tem no mercado é muito importante quanto ao processo de decisão. Saber e compreender o ambiente externo auxilia a empresa entender aonde quer chegar. Contudo, organizações de nossa região ainda sofrem com esses processos, pois, a forma cultural é diferente quando a organizações que estão em ambientes modernizados e atualizados. Essas pequenas empresas sofrem para processar e decifrar as informações de mercado tornando mais lento a sua evolução, enquanto seus concorrentes podem estar já se posicionando de forma diferente e competitivamente melhor.

2.1.1 O desafio em gerir conhecimento

Uma forma pela qual as organizações podem buscar eficiência enquanto gestão do conhecimento é construir uma rede de conhecimento, conforme Cannongia et al. (2004) como suporte para um monitoramento contínuo das forças competitivas, visando a imprimir maior agilidade, atualidade e valor agregado as informações. Iniciando com um processo de planejamento de busca dessas informações, na coleta dessas informações de fontes confiáveis e com boas referências; na análise dessas informações, discutindo quais são de valia estratégica para a empresa e; na disseminação dessas informações, o processo mais importante para as organizações, direcionando a quem, quando, por quem e para que a informação deva ser repassada.

Muitas organizações não evoluem pela dificuldade em quebrar paradigmas em sua gestão. Gestores do futuro não devem estar ligados aos paradigmas ou aos conhecimentos empíricos em sua forma de administrar, devem buscar cada vez mais conhecimento para si e para sua empresa, qualificando seus colaboradores, tornando-os altamente competentes para prestar o melhor serviço aos seus clientes, fidelizando assim, com boas práticas de pós-vendas. Organizações que querem crescer e se manter no mercado devem buscar a quebra dessas bar-

reiras e sempre empreender conhecimento, de nada adiantarão boas práticas de gestão financeira se não houver criatividade e aperfeiçoamento em buscar novos nichos de mercado com soluções inovadoras e diferenciadas.

2.1.2 Conhecimento compartilhado

Algumas empresas acharam um modo de processar informações de modo cooperativo, trabalhando junto para desenvolver conhecimento por meio de *networks branding* frente a outras empresas do mesmo setor, o que acarreta em desenvolvimento de processos inovadores e de fácil disseminação dentro desta. Essa ideia traz benefícios não só para as empresas, mas sim para os consumidores que usufruirão de produtos com maior qualidade tendo a satisfação em consumir e sempre buscando o mesmo havendo necessidade. A tecnologia proporciona essa cooperação entre essas empresas, interligando-as de modo a qual podem estar inseridas em diferentes ambientes ou culturas, podendo assim trocar informações e experiências.

Para obter a eficiência como gestão do conhecimento as empresas devem buscar ferramentas de gestão que possam auxiliar no grande desafio que é filtrar e disseminar conhecimento corporativo.

Saber interagir com o ambiente externo também é de conhecimento estratégico para as organizações, principalmente as de pequeno porte cujo poder de nicho é muito menor do que redes de varejo de grande porte que podem barganhar preços de produtos similares com os clientes do mesmo mercado.

2.2 Tecnologias de informação e comunicação emergentes

Com a globalização mundial crescente as recentes mudanças entre os séculos XX e XXI, oportuniza privilégios de assistir a mais fantástica revolução histórica da humanidade, e que não se trata de uma revolução política, social ou econômica, mas de uma revolução centrada no desenvolvimento da tecnologia e da ciência (MURARO, 2009).

Na percepção de Teixeira (2001) e Bucci (2009) a má disseminação do mundo sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) resultou em uma agravante divisão digital, fazendo a criação de uma nova classe social: incluídos e os excluídos digitais, baseados nos aspectos de fácil acesso e familiaridade com os recursos.

Segundo Cubillos e Silva (2009) isto ocorre por falta de acesso a uma grande parte da população, por não poderem pagar por isso. Já a questão da familiaridade sobre as TICs segundo Silveira (2005) e Madon et. al. (2009) ocorrem em virtude da capacidade de incorporação dos benefícios tecnológicos, resultantes de questões sociais, políticas, institucionais e culturais. Tendo como objetivo suavizar a questão de incluídos e excluídos, foram criadas as políticas públicas

de inclusão digital, nas quais o principal objetivo é informatizar cada vez mais a população sobre as TICs, obtendo assim cidadãos conscientes de seus deveres e benefícios, tanto individuais como coletivos.

O uso dessas novas tecnologias como: telefones inteligentes, computadores portáteis, *netbooks* e *tablets*, criou uma nova forma de comunicação, tanto pessoal como profissional, rompendo as fronteiras desses dois universos (CAVAZOTTE; LEMOS; BROLLO, 2014; CIPRIANO; NICOLACI-DA-COSTA, 2009). Segundo dados do IDC Brasil, 2016, o uso de telefones inteligentes e smartphones são os que mais crescem em todo o mundo. No Brasil, foram vendidos 10.779 milhões desses dispositivos somente no segundo trimestre de 2016, sendo 23,1% de aumento em relação ao primeiro trimestre de 2016, e de 1,7% do ano de 2015.

Na visão de Griebler, Rokoski e Dalri (2010), os acessos a essas tecnologias estimulam o conhecimento e aprendizagem, tanto individuais como coletivas, pois interferem de forma positiva no cotidiano desses usuários da informação, potencializando com o foco de inclusão digital. Os autores ainda ressaltam a importância desse tema, inclusão digital, pois possibilita a transformação dos indivíduos em relação à sociedade, bem como no acesso aos bens e serviços disponibilizados por ela.

Já Xavier (2007) salienta sobre a relação entre participantes de um curso no ambiente digital, em que destaca a responsabilidade que é compartilhada tanto pelos alunos como também pelos professores em seu ambiente de aprendizagem. Ainda de acordo com este mesmo autor, além do ensino das técnicas de utilização das TICs, são construídos mecanismos de superação frente à utilização das tecnologias.

Altoé (2005) e Valente (2008) defendem a utilização de computadores e acesso à internet em escolas, faculdades/universidades. Segundo esses autores devem ser uma ferramenta de complementação, de aperfeiçoamento e de possível mudança no ensino, não para simplesmente tornar mais eficiente a transmissão do conhecimento do professor, mas também para criar mudanças na abordagem pedagógica.

Na visão de Elia (2008) as TICs têm como função principal promover a inclusão digital em conjunto, com professores, alunos e pesquisadores. Fu (2013) destaca a tecnologia como uma ponte de acesso eficiente de informações aos alunos. A autora cita também a tecnologia como um suporte na abordagem no ensino para os estudantes, criando assim pensamentos críticos e melhoria do ensino e da aprendizagem, ou seja, uma melhor disseminação do conteúdo.

Fu (2013) ainda destaca que para um bom uso da tecnologia dentro da educação é importante a participação e esforço dos professores, alunos, coordenação e direção, tendo em vista um retorno mais rápido e eficiente.

Neste contexto de cooperação, Valente (2008) ressalta a necessidade de os professores estarem preparados para as novas tecnologias e também para a formação ampla do educador, pois não se trata somente de como manipular um computador, mas sim lançar mão deste recurso para o desenvolvimento de seu conteúdo proposto em sala e para a melhor compreensão por parte dos alunos.

Valente (2008) ressalta também a importância de fazer com que os alunos compreendam a importância dessas ferramentas para a sua aprendizagem, seus benefícios como: Criatividade, Potencialidade e Inventividade.

Mas, tudo isso necessita de planejamento na hora da implantação dessas novas tecnologias por parte do diretor, em que se deve criar condições para a melhor utilização na educação (ALMEIDA, 2005).

3 METODOLOGIA

A pesquisa realizada teve a abordagem qualitativa, com o objetivo de identificar o processo de tratamento de informações e o uso dos sistemas de informação para sustentação nas decisões do dia a dia por parte do empresário.

Os entrevistados consistem nos empresários de pequenas e médias empresas do município de Xanxerê, situado no Oeste Catarinense. Não houve preocupação com os segmentos das empresas, visto que, independentemente do segmento, a tomada de decisão precisa ser considerada com base em informações que a sustentem. Todos os entrevistados (9) possuem graduação concluída e respondem pelas empresas pesquisadas.

Os resultados da pesquisa, obtidos com o instrumento de coleta, composto por quatro blocos de perguntas que totalizam 28 perguntas, são apresentados na sequência, identificando pontos que precisam ser trabalhados e aprofundados em novas pesquisas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na presente seção serão apresentados os resultados obtidos com a pesquisa em forma textual, enxuta e que possibilite extrair a ideia de estudos futuros a serem desenvolvidos.

No bloco I do foram identificadas informações que caracterizam os empresários e entrevistados do estudo. Todos os sujeitos entrevistados na pesquisa possuem graduação completa. Uma das empresas possui acima de 20 funcionários, sendo que sete empresas possuem abaixo de 5 funcionários; uma empresa com 10 funcionários e; outra com 9 funcionários.

Os produtos e serviços desenvolvidos pelas empresas são variados, sendo uma com venda de motocicleta, uma empresa de confecção de uniformes,

uma de venda de ferragens, uma de artigos diversos, uma de serviços e as demais (cinco), outros produtos, totalizando 8 empresas do ramo de comércio, enquanto apenas uma do ramo de serviço.

Considerando o bloco II do instrumento de coleta de dados, que busca a caracterização das informações geradas pelos sistemas de informação, pôde-se constatar que das informações geradas pelos sistemas de informação, sete empresas indicam que o sistema permite a extração de informações para gestão, enquanto apenas duas empresas o sistema não permite ou permite informações internas.

Na questão de qualidade das informações geradas pelo sistema de informações, todas as empresas afirmaram que o sistema proporciona informações de qualidade. Independentemente que o sistema não atenda plenamente em quantidade de informações, como destacado no parágrafo anterior, das que atende, atende com qualidade.

Dos entrevistados, cinco empresas disseram que não há necessidade de informações adicionais, ou seja, o sistema atende, e apenas quatro respondentes entendem que precisam de informações adicionais, ou seja, além do sistema. Ainda, neste quesito, sete entrevistados comentam que possuem a informação para o processo de gestão, enquanto apenas duas dizem que falta algo na informação para gestão.

Todos os entrevistados manifestaram que das informações extraídas, são organizadas e compreendidas de forma satisfatória. Dessas informações, seis entrevistados dizem ter confiança total nas informações extraídas, enquanto três entrevistados não possuem confiança nas informações extraídas e organizadas no sistema.

Os entrevistados, na sua totalidade, disseram ser possível fazer comparações com as informações proporcionadas pelo sistema, ou seja, o sistema é flexível nesse ponto.

As principais fontes de informação, além do sistema, segundo os entrevistados, são: Demonstrativo de Resultados do Exercício, citado por três entrevistados e os próprios clientes, citados por dois clientes. Em outros, quatro entrevistados que responderam. As informações citadas pelos entrevistados são geradas pelo próprio sistema.

Apenas um entrevistado disse ter dúvidas na hora de interpretar as informações geradas pelo sistema, enquanto os demais, oito entrevistados, dizem não ter dúvida de interpretação. Todos os entrevistados dizem realizar o planejamento da empresa e também usar as informações do sistema no processo de planejamento.

Dos entrevistados, oito indicam o uso de informações para o processo de decisão diária, além de basearem-se na própria experiência. Com exceção

de um entrevistado, todos os demais (8) usam as informações do sistema para decisões estratégicas.

As informações priorizadas e entendidas como sendo as mais importantes para gestão, são o Demonstrativo de Resultado de Exercício, sendo que cinco entrevistados afirmam a DRE como a informação mais importantes.

No bloco III, sobre tecnologias, segundo os entrevistados, em 5 empresas, os sistemas são totalmente integrados, enquanto em quatro empresas, os sistemas são parcialmente integrados. Em todas as empresas, segundo os entrevistados, a atualização do parque de máquinas é feita constantemente.

A empresa permite o uso de software colaborativos e redes sociais em oito casos; sendo que apenas uma empresa não permite o uso de softwares colaborativos e redes sociais. Observando o treinamento nas novas tecnologias, em oito empresas ocorre constantemente, e, em apenas uma empresa, não acontece constantemente.

Os entrevistados comentaram que buscam eficiência e suprir a necessidade da empresa, em quatro casos, sendo dos casos em que buscam eficiência e dois em suprir a necessidade da empresa. Outros citaram que buscam com a adoção de tecnologias, um caso busca retorno, outro, análise, outro, benefício, outro, inovação, e, outro, utilidade.

Considerando o processo de tomada de decisão, todas as empresas afirmaram tomar as decisões com base em conhecimento e experiências. Das empresas pesquisadas, nenhuma delas contrata consultoria ou assessoria para que auxiliem nas decisões.

Dos entrevistados, seis entrevistados contam com o auxílio dos escritórios contábeis para interpretação das informações obtidas pelos sistemas, enquanto em três casos, não contam com o auxílio dos escritórios contábeis para decidir.

Segundo os entrevistados, é prática de todas as empresas utilizar as informações dos sistemas de informação para decisão do dia a dia, porém, também ocorre de usar a experiência do dia-a-dia para subsidiar as decisões.

Os fatores externos considerados para tomada de decisões, são os mais variados, entre eles, podem ser citados as informações de mercado, citado por seis entrevistados, economia, citado por quatro entrevistados, seguido de inovação com uma citação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo avaliar a importância atribuída às informações geradas pelo Sistemas de Informação das pequenas empresas de Xanxerê, para o processo de tomada de decisões. É possível dizer que o objetivo

foi alcançado uma vez que relatou diversos achados que podem ser analisados e aprimorados na gestão de empresas.

Os gestores, na maioria, buscam nos sistemas de informação a sustentação para suas decisões. Evidentemente que em alguns casos, a tomada de decisão baseada em informação, dá lugar a tomada de decisão com base em experiência e conhecimento do mercado e segmento em que a empresa atua.

É bom destacar que não é objetivo dos sistemas de informação substituir o contato do gestor no processo de decisão, nem de robotizar a decisão, mas sim, subsidiar o gestor com informações específicas da decisão em questão. A tomada de decisões baseada em sistemas de informações robustos e confiáveis, oportuniza um maior tempo ao gestor, para que se dedique ao pensar a empresa, principalmente com constantes mudanças econômicas e inovação do mercado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. E. B. **Tecnologias para gestão democrática**: Gestão de tecnologias na escola: Possibilidades de uma prática democrática. Boletim do Salto para o Futuro, 2005.

ALTOÉ, A. O desenvolvimento histórico das novas tecnologias e seu emprego na educação. **Educação e Novas Tecnologias**. Maringá: EDUEM, 2005, p. 13-25.

BUCCI, E. Cultura digital.br. In: SAVAZONI, R.; COHN, S. **Cultura Digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

CANONGIA, C. et al. Foresight, inteligência competitiva e gestão do conhecimento: instrumentos para a gestão da inovação. **Gestão & Produção**, [online] 2004, vol. 11, n. 2, p. 231-238.

CAVAZOTTE, F. S. C. N.; LEMOS, A. H. C.; BROLLO, M. S. Trabalhando Melhor ou Trabalhando Mais? Um estudo sobre usuários de smartphones corporativos. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 21, n. 68, jan./mar. 2014.

CIPRIANO, L.; NICOLACI-DA-COSTA, A. M. Celulares Pagos por Empregadores: “benefício” ou “malefício”? **Psicologia Ciência e Profissão** [online], v. 29, n. 1, 2009.

CUBILLOS, D. A. C. V.; SILVA, A. S. C. Inclusão digital: sistemas de engrenagens. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 32-44, 2009.

ELIA, M. F. O papel do professor diante das Inovações Tecnológicas. XXVIII

Congresso da Sociedade Brasileira de Computação. 23, 2008, Belém do Pará. **Anais eletrônicos...** Belém do Pará: Hangar, 2008.

FU, J. S. TIC na educação: uma revisão crítica da literatura e suas implicações. **Revista Internacional de Educação e Desenvolvimento usando Tecnologia da Informação e Comunicação**, v. 9, p. 112-125, 2013.

GRIEBLER, C. N. ; ROKOSKI, M. C. ; DALRI, M. T. Experiência de inclusão digital com deficientes visuais. **Revista de Novas Tecnologias na Educação**, Rio Grande do Sul, v. 8, n. 2, 2010.

MADON, S. et al. **Projetos de inclusão digital em países em desenvolvimento: processos de institucionalização.** Tecnologia da Informação para o Desenvolvimento, v. 15, n. 2, p. 95-107, 2009.

MURARO, R. M. **Os avanços tecnológicos e o futuro da humanidade: querendo ser Deus?** Petrópolis: Vozes, 2009. 360 p.

SILVEIRA, S. A. **Exclusão digital: a miséria na era da informação.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005. 48 p.

TEIXEIRA, A. C. **Internet e democratização do conhecimento: repensando o processo de exclusão social.** 2001. 132 p. Dissertação (Mestrado em Tecnologia de Informação) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2001.

VALENTE, J. A. Informática na Educação no Brasil: análise e contextualização histórica. In: Valente, J. A. (org.). **O computador na sociedade do conhecimento**, 2008.

XAVIER, S. L. C. Afetividade e inclusão digital: um estudo de caso em uma universidade particular. **Revista Digital**, Rio Grande do Sul, v. 4, n. 3, p. 1-14, 2007.