

**A Intersetorialidade Entre Universidade e Empresa: Um Diferencial
Para o “Saber Fazer” no Curso de Turismo e Lazer**

Marialva Tomio Dreher¹

Rachel Aparecida de Oliveira Rueckert²

Resumo

Desde a idade média, as universidades têm sido responsáveis pela geração e transmissão do conhecimento. Com a Revolução Industrial, tornou-se evidente a necessidade de aproximação entre a ciência e a indústria para que se possa suprir as demandas de ambas. Neste estudo, objetiva-se analisar o processo de intersectorialidade entre universidade e empresa, com base na parceria entre o Curso de Turismo e Lazer da Universidade Regional de Blumenau e a Bunge Alimentos SA. Para tanto, desenvolveu-se um Estudo de Caso, tendo como objeto de análise, o projeto de extensão que contempla a cooperação técnico-científica na área de gestão de eventos e espaços, visando à formação acadêmica e a interação entre universidade, empresa e comunidade. Os resultados evidenciam o sucesso da prática acadêmica no planejamento e organização de eventos da empresa. Esta relação confirma a intersectorialidade como uma nova lógica na superação de desafios conjuntos, com ênfase na profissionalização dos acadêmicos e das atividades da empresa. É um resultado do “saber fazer” com êxito.

Palavras-chave: Intersetorialidade. Universidade. Empresa. Curso de Turismo e Lazer.

¹ Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí e Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora titular dos Programa de Mestrado em Administração e do Doutorado em Contabilidade e Administração da Universidade Regional de Blumenau (FURB).

² Mestre em Turismo e Hotelaria, Economista e Professora titular do curso de Turismo e Lazer da Universidade Regional de Blumenau (FURB).

1 Introdução

Historicamente, a sociedade tem deparado com o desafio de articular conhecimentos técnicos e teóricos científicos. A distância entre as universidades e as empresas faz com que uma não reconheça as necessidades da outra e, assim, discursos desgastados tentam validar ações de ambas de maneira isolada.

Possivelmente, esta distância é fruto do despreparo dessas instituições para resolver suas demandas, pois ao invés trabalharem juntas para sintonizar suas ações e gerar oportunidades para estudantes, ora as universidades investem para inserção de estudantes no mercado, ora o mercado busca profissionais mais críticos e capacitados.

Nesse sentido, as parcerias intersetoriais se apresentam como uma estratégia eficiente para superar desafios e alcançar melhores resultados. Segundo Inojosa (2001), a intersectorialidade é a articulação de saberes e experiências para obter efeito sinérgico em situações complexas.

Devido à distância arraigada, o caminho de aproximação é longo e muito esforço será necessário. Assim, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: *Como conciliar as propostas de atuação da universidade com as demandas do mercado, vislumbrando ações de intersectorialidade?* Pressupõe-se que ambas poderiam minimizar suas demandas ampliar seu escopo se buscassem compreender o papel uma da outra e trabalhassem em conjunto.

Assim sendo, neste estudo, objetiva-se analisar o processo de intersectorialidade entre universidade-empresa com base na experiência de cooperação entre o Curso de Turismo e Lazer da Universidade Regional de Blumenau (FURB) e a Bunge Alimentos SA. Para tanto, desenvolveu-se um estudo de caso, tendo como objeto de análise, o projeto de extensão que contempla a cooperação técnico-científica na área de gestão de eventos e espaços, visando à formação acadêmica e a interação entre universidade, empresa e comunidade. Os resultados evidenciam o sucesso da prática acadêmica no planejamento e organização de eventos da empresa. No estudo de caso, Segundo Yin (2009), o pesquisador não interfere na situação, mas a descreve, analisa, questiona e, muitas vezes, contribui para criação de novas teorias e questões para futuras investigações.

A população desta pesquisa é composta por dois professores, cinco alunos bolsistas e dois representantes da empresa Bunge SA. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas informais, observação *in loco* e análise dos relatórios e resultados alcançados na execução do projeto. Na análise e interpretação dos dados, empregou-se as abordagens qualitativa e descritiva com a finalidade de ampliar o conhecimento do objeto e elucidar a realidade em que este se encontra.

A importância deste estudo está relacionada à necessidade de evolução no processo de ensino e aprendizagem. Salas de aula e laboratórios já não bastam, é preciso colocar o acadêmico em contato situações reais e trabalhar aspectos comportamentais para que, no futuro, o egresso tenha condições de competir no mercado.

2 Intersetorialidade: Cooperação como Estratégia.

A intersetorialidade é uma estratégia de aproximação e cooperação entre setores da sociedade e/ou organizações com objetivos comuns. Essa forma de parceria pode tanto ocorrer entre os setores público, privado e terceiro setor, quanto entre instituições de natureza diversa como, por exemplo, universidades e empresas.

A intersetorialidade envolve a articulação de saberes e experiências no planejamento, realização e avaliação de ações, a fim de que se possa obter sinergia em situações complexas. Essa articulação pode contribuir para o desenvolvimento social e combater a exclusão, principalmente, no que tange a distribuição e otimização dos recursos destinados a dirimir problemas sociais (JUNQUEIRA, 2004).

Dessa forma, ao invés persistir em políticas isoladas e, por isso, pouco eficazes, os envolvidos em parcerias intersetoriais integram seus saberes e experiências para identificar problemas sociais e desenvolver programas ou projetos que, na maioria das vezes, não poderiam conceber ou implantar sozinhos. Nesse sentido, a intersetorialidade entre organizações representa um importante fator de inovação, podendo, inclusive, converter-se em uma estratégia para o desenvolvimento de ações de responsabilidade social (JUNQUEIRA, 2004).

Além disso, a cooperação entre universidade e empresa pode gerar a simbiose entre o saber e o fazer, o que representa uma importante evolução no processo de

socialização dos saberes, pois permite integração entre a teoria e a prática (FIORI, 2003).

Cooperação é um termo inspirado na descrição feita por Piaget do processo de evolução mental das crianças. Evoluindo das fases introspectivas a um estágio superior, a criança aprende a perceber como operam mentalmente outros seres com os quais quer se relacionar, bem como a ajustar o seu processo mental correspondente. Assim, os seres distintos passam a co-operar (PLONSKI, 1998, p.22).

A intersectorialidade ganhou destaque no Brasil a partir da década de 90, quando a globalização e a queda de barreiras protecionistas fizeram com que os empresários e pesquisadores percebessem o benefício mútuo que poderia advir da interação entre empresas e universidades (IBICT, 1998). Através dela, as universidades obtêm melhores condições para rever conteúdos, atualizar disciplinas, orientar atividades de pesquisa, e ofertar cursos de atualização condizentes com as necessidades do mercado. As empresas, por sua vez, aumentam suas possibilidades de inovar e de contratar profissionais qualificados (ALVIN, 1998).

Para Maculan e Merino (1998), a interação entre universidade e indústria permite diversificar as formas de valorização dos conhecimentos e competências, ampliando-os e assumindo um novo papel no crescimento econômico. Afinal a universidade pode gerar soluções demandadas pelas empresas em sua contínua busca de competitividade. (IBICT, 1998).

Estabelecer parcerias, entretanto, não é tarefa fácil, pois requer significativas mudanças nas práticas administrativas, especialmente no que concerne ao processo de tomada de decisão (JUNQUEIRA, 2004).

Quando se trata de empresa e universidade, essa interação se torna ainda mais complexa em função das essências distintas dessas instituições: a primeira visa o lucro, a segunda o conhecimento. Além disso, o desconhecimento de ambas sobre os interesses da outra podem gerar falhas de comunicação (MELO NETO, 2002). Para amenizar problemas dessa natureza, Carvalho (1998) recomenda o estímulo a mudança de comportamento e postura, principalmente por parte do professor, que precisa de apoio da instituição para romper com o ensino tradicional, confinado em quatro paredes, e buscar novas alternativas.

Na área turística, conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), a cooperação entre universidades e empresas tem produzido bons resultados a partir da integração entre teoria e prática. Esse processo beneficia a empresa, a universidade e o acadêmico, pois aumenta o intercâmbio de informações sobre as necessidades das empresas e da universidade, melhora os programas de estudo, amplia as possibilidades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e facilita a inserção de pessoal qualificado no mercado. As novas tendências apontam para uma formação em alternância entre escolas e empresas, ou seja, os processos formação teórica e prática precisam ser interligados para que o futuro profissional tenha condições de atender as demandas do setor e de se adaptar as constantes mudanças do mercado.

Se bem conduzido, o processo de cooperação torna-se mutuamente enriquecedor, levando cada ator envolvido a aumentar sua excelência. Vale destacar, no entanto, que é preciso prestar atenção aos termos que regem a parceria. Há casos em que “a universidade, progressivamente, subordina-se ao mercado, e dedica-se majoritariamente a conformar especialistas (INOJOSA e JUNQUEIRA, 2008, p.172)”. Cabe a ela, a universidade, preservar a intelectualidade, o saber holístico, a reflexão sobre as diferentes formas de olhar o mundo, sobre as relações sociais, injustiças, contradições e a qualidade do conhecimento construído (MORAES e DE LA TORRE, 2004).

3 Saber Fazer: a prática do profissional de turismo e lazer

Para compreender as bases necessárias ao processo de formação do acadêmico de turismo e lazer, é preciso refletir sobre os saberes e práticas inerentes ao exercício da profissão. Conforme Inojosa e Junqueira (2008, p.162), “práticas são saberes em movimento e em construção. Essa é a natureza, mas não seu objetivo: o propósito das práticas é a mudança, a interferência na realidade e a relação com o outro.” O futuro profissional do turismo irá interferir na realidade social, provocando transformações, por isso, necessitará de conhecimentos complexos para ampliar suas possibilidades de atuação - o fazer.

É inegável que cabe aos responsáveis pela formação de bacharéis em turismo contribuir para a plena qualificação dos profissionais, capacitando-os para inserção

no mercado de trabalho. Mas isso só será possível por meio a integração entre as dimensões teóricas e práticas. A prática requer laboratórios ou experiências vivenciadas em situações reais como, por exemplo, em atividades de hotelaria, eventos, agenciamento ou gestão pública ou privada do Turismo. Buarque (2003, p.39) destaca que “os alunos não encontram emprego porque a universidade não foi capaz de se sintonizar com as novas demandas do mercado de trabalho, baseado no rápido avanço técnico.”

Convênios com empresas do setor ou que desenvolvem atividades afins têm se mostrado uma ótima alternativa para minimização dessa problemática, pois, instituições de ensino conseguem proporcionar oportunidades de estágio aos acadêmicos; estes ampliam seu aprendizado por estar lidando com questões reais sob supervisão docente; e as empresas contam com equipes de professores e alunos para auxiliá-la na busca pela melhoria na qualidade dos serviços (OLIVEIRA et al, 2008). Na maioria das vezes, as empresas representam o mercado de trabalho dos egressos, portanto, é de suma importância que os acadêmicos tomem conhecimento cotidiano destas para alcançar uma adequada formação profissional.

4 Intersetorialidade no Curso de Turismo e Lazer: A Cooperação Empresarial.

Desde 2006, o curso de Turismo e Lazer da Universidade Regional de Blumenau e a Bunge Alimentos S.A. de Gaspar (SC) mantêm um projeto de extensão que envolve ações intersetoriais. O objetivo é a gestão dos eventos e ordenação dos espaços do Centro de Divulgação Ambiental e Lazer (CDAL) da Bunge. Os eventos são organizados pelos acadêmicos na sede da empresa e acontecem em diferentes temáticas, dentre as quais, empresarial, comunitária, lazer, datas festivas e de responsabilidade social. Os recursos para a viabilização do Projeto são financiados pela Bunge.

A formalização desta ação intersetorial deu-se por meio de um contrato firmado entre a Universidade e a Bunge para institucionalizar a relação de parceria. A equipe que operacionaliza o projeto é composta por duas professoras e duas estagiárias, as quais são responsáveis pela gestão do espaço e dos diversos eventos da empresa. Em alguns eventos a equipe participa como apoiadora, em outros é a responsável por todas as etapas, do planejamento à execução. Há muitos eventos que requerem mais pessoas

para serem operacionalizados, neste caso, outros acadêmicos são envolvidos no processo.

Nas entrevistas realizadas com os colaboradores da empresa, observou-se que o projeto transformou o CDAL num laboratório, viabilizando novas experiências em planejamento e organização de eventos. Conforme as professoras coordenadoras do projeto, no início, os trâmites internos da Universidade dificultaram um pouco a efetivação da parceria, principalmente, por tratar-se de uma inovação. Hoje, o projeto oferece oportunidades para que professores e alunos agreguem teoria e prática, e para que bolsistas validem estágios curriculares.

A formação de acadêmicos de turismo requer o desenvolvimento de atributos pessoais como motivação, atitude positiva, dinamismo, energia, comprometimento, criatividade e iniciativa; e o conhecimento de normas, leis e regulamentos municipais, estaduais e nacionais; legislação trabalhista; pesquisa de mercado; obtenção de patrocínio; marketing; gestão de recursos humanos; relacionamento com a mídia; gestão do tempo; orçamentos; gestão de projetos entre outros.

Considerando que organizar um evento é uma atividade complexa, que requer planejamento, organização, implantação e avaliação do processo, os acadêmicos que participam do Projeto FURB-BUNG têm a oportunidade de exercitar esse conjunto de conhecimentos e posturas. Alguns resultados alcançados neste processo foram identificados pelos envolvidos, a saber:

- ✓ formação de habilidades para a gestão de eventos e espaços, favorecendo a interação entre teoria/prática;
- ✓ desenvolvimento de projetos de eventos; do planejamento à execução, com supervisão e apoio da coordenadora, e autonomia para que os acadêmicos bolsistas processem os ajustes necessários;
- ✓ aprimoramento do poder de tomada de decisão, fundamentais para o profissional da área de eventos;
- ✓ a equipe de professores e acadêmicos conquistou autonomia, credibilidade e confiança por parte dos superiores do setor no qual o CDAL está inserido, consolidando a relação de parceria;

- ✓ aprendizagem de elaboração e pratica de cerimonial de eventos;
- ✓ implantação do *check-list* em todos os eventos, no controle, responsabilidades e cumprimento de prazos das atividades;
- ✓ práticas de manutenção geral, designação de tarefas aos prestadores de serviço; solicitação de orçamentos; sugestão e/ou aprimoramento das ações para melhoria do ambiente;
- ✓ gestão da agenda por meio da elaboração de um calendário anual de eventos institucionais, e sugestões de novos eventos para integração com a sociedade;
- ✓ intercâmbio de conhecimentos e experiências com profissionais de outras áreas, prestadores de serviço;
- ✓ contato com diferentes públicos, de crianças a grupos da melhor idade, através de eventos de cunho sócio-ambiental;
- ✓ desenvolvimento de habilidades fundamentais para um profissional de sucesso como flexibilidade, criatividade, bom senso, liderança, tomada de decisão e receptividade;
- ✓ participação em eventos que agregam valores pessoais e profissionais, como a ampliação de conhecimentos, o desenvolvimento de habilidades e a formação de novas atitudes;
- ✓ geração de recursos financeiros reinvestidos no curso de turismo e lazer.
- ✓ profissionalização dos eventos da empresa e capacitação conjunta dos colaboradores e estudantes.
- ✓ o apoio concedido à Universidade e alguns eventos organizados pelo projeto consolidam-se como ações de Responsabilidade social por parte da Bunge Alimentos S/A.

Outra característica importante desta ação intersetorial é a heterogeneidade, pois o CDAL envolve a gestão de espaços e eventos de diversas naturezas, com públicos e objetivos amplamente diversificados. Conforme demonstra o quadro 1, muitos desses eventos focalizaram a responsabilidade social e/ou ambiental.

ANO 2006	ANO 2007	ANO 2008
----------	----------	----------

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Festa Junina com a melhor idade ✓ Férias na Bunge ✓ Gincana ADCB ✓ Projeto Cultural Bunge ✓ Semana da Água ✓ Projeto Merendeiras – <i>Food Service</i> ✓ Troque Lixo por Livro ✓ Educação Ambiental ✓ Exposição Natalina. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Festa Julina ✓ Dia da Água ✓ Semana da Água ✓ Semana do Meio Ambiente ✓ Semana da Saúde ✓ Mini Curso de Páscoa ✓ Páscoa Solidária ✓ Jantar Italiano ✓ Recital de Verão ✓ Festa do final de ano 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jogos de Verão ✓ Jogos de Inverno ✓ Jantar de Frutos do Mar ✓ Festa Julina ✓ Stammtisch 2008 ✓ Dia da água ✓ Semana da Água ✓ Semana do Meio Ambiente, ✓ Vereadores Mirins ✓ Protetor Ambiental ✓ Seja Jornalista por um Dia ✓ Festa Final de Ano
---	---	--

Quadro 1: Relação de eventos decorrentes da intersetorialidade FURB-Bunge SA.

No decorrer desses três anos de parceria, vários trabalhos científicos foram realizados com o intuito de socializar os saberes e experiências adquiridos no desenvolvimento do projeto, dentre os quais, quatro trabalhos de conclusão de curso; o concurso cultural “Eu cuido do meio ambiente assim...”, que envolveu aproximadamente 1200 crianças da rede pública de Gaspar e duas pesquisas. Na primeira, analisou-se os dados de cada reserva realizada no CDAL entre janeiro e abril de 2007 para traçar o perfil do usuário, identificar características dos eventos e verificar se os espaços oferecidos estavam sendo utilizados adequadamente. Na segunda, examinou-se a frequência e satisfação dos colaboradores da empresa com os eventos realizados na ADCB. Dentre os artigos científicos produzidos estão:

- ✓ *Empresa-universidade: uma parceria em prol da responsabilidade social*, artigo escrito pelas professoras coordenadoras do projeto; que obteve o 1º prêmio no VII Seminário Internacional de Turismo, realizado em Curitiba (PR);
- ✓ *A importância do estágio curricular na formação profissional do turismólogo: uma experiência prática na área de gestão de eventos*, artigo apresentado no IX Seminário Internacional de Turismo, realizado em Curitiba (PR);
- ✓ *Gestão de eventos em empresas privadas: perspectivas para o turismólogo*, apresentado no V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, em Caxias do Sul/RG.

- ✓ *Gestão de espaços para eventos: um estudo do CDAL da Empresa Bunge Alimentos S/A, e Gestão de espaços recreativos em Empresas Privadas.* Ambos apresentados na II Mostra Integrada de Pesquisa e Extensão da Universidade Regional de Blumenau.

Os dirigentes da Bunge afirmam que estes estudos validam os resultados alcançados, fortalecem o projeto e fornecem subsídios para continuidade e ampliação da parceria. Para eles, compartilhar a responsabilidade pela organização dos eventos significa, antes de tudo, a profissionalização e inovação do setor.

5 Conclusão

As distancias entre o ensino universitário e as necessidades do mercado é uma realidade também no setor turístico. Segundo a OMT (2001), o intenso ritmo das mudanças no setor turístico faz com que os conhecimentos adquiridos de maneira rígida, na fase educativa, logo fiquem obsoletos. Neste trabalho, verificou-se que a intersetorialidade universidade-empresa apresenta-se como uma solução para este impasse ao permitir que o estudante experimente na prática, em tempo e situação real, as teorias que aprendem na sala de aula.

As intersetorialidade entre empresas e universidades consubstanciam-se na ampliação da capacidade do “saber fazer”. Isso pôde ser constatado na parceria bem sucedida entre o Curso de Turismo e Lazer da Universidade Regional de Blumenau e a Bunge Alimentos S.A que, além de gerar mais e melhores serviços na área de promoção de eventos – oferece ao acadêmico a oportunidade de desenvolver e exercitar suas competências. Para Rapini (2007), no contexto atual, as universidades não são responsáveis apenas pelo treinamento, mas também pela produção dos conhecimentos essenciais a evolução. Por isso, precisam se adaptar e acompanhar as transformações do mercado, o que exige, no mínimo, uma maior aproximação com o setor produtivo.

Dentre os benefícios alcançados até o momento pela parceria intersetorial entre FURB e a Bunge Alimentos, destaca-se o aprimoramento da gestão do CDAL; a melhoria na quantidade e qualidade dos eventos promovidos pela empresa; e excelentes

oportunidades para que os acadêmicos e professores do curso pratiquem o planejamento e a organização de eventos.

Três anos consecutivos de renovação de contrato, comprovam o sucesso da parceria FURB-Bung. Para mantê-lo, no entanto, é preciso que ambas cumpram seus papéis: a universidade informando os acadêmicos sobre a importância da ética e do comprometimento na gestão dos eventos; a empresa cumprindo suas atribuições e socializando internamente a importância desta ação para a melhoria da formação dos estudantes e para a profissionalização dos eventos.

Embora haja diferenças entre universidades e empresas, o processo de intersetorialidade pode ocorrer em diversas disciplinas e/ou áreas, basta articular parcerias e estabelecer procedimentos e métodos que visem benefícios. Assim foi que o processo de intersetorialidade entre a FURB e a Bung criou mecanismos para que o acadêmico possa desenvolver suas habilidades profissionais em contato com a realidade empresarial.

Este estudo apresenta somente um recorte da realidade pesquisada. Para ampliar os conhecimentos sobre o assunto, recomenda-se o estudo de outros aspectos da parceria FURB-Bunge como, por exemplo, a percepção dos envolvidos nos eventos; a análise financeira dos resultados e a opinião dos colaboradores e fornecedores.

Referências

ALVIM, Paulo César Rezende de Carvalho. Cooperação universidade-empresa: da intenção à realidade. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Interação universidade empresa**. Brasília: IBICT, 1998.

BARRAL NETTO. Universidade brasileira: setor produtivo não reconhecido. In: MORHY, Lauro (org.). **Universidade em questão**. Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

BUARQUE, Cristovam. Universidade ligada. In: MORHY, Lauro (org.). **Universidade em questão**. Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

CARVALHO, Hélio Gomes. Cooperação com empresas: benefícios para o ensino. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Interação universidade empresa**. Brasília: IBICT, 1998.

FIORI, José Aparecido. O caminho das pedras. In: **Terceiro concurso de monografias sobre a relação universidade/empresa**. Curitiba: IPARDES IEL - PR, 2003.

INOJOSA, Rose M.; JUNQUEIRA, Luciano A. P. **Práticas e saberes: desafios e inovações em gestão social.** O&S. v.15, n. 45. São Paulo. abr/jun, 2008.

INOJOSA, Rose Marie. Sinergia em políticas e serviços públicos: desenvolvimento social com intersetorialidade. **Cadernos FUNDAP**, n. 22, 2001, p. 102-110. Disponível em: <http://www.fundap.sp.gov.br/publicacoes/cadernos/cad22/dados/Inojosa>. Acesso em: 08.04.2008.

IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. **Interação Universidade Empresa.** Brasília: IBICT, 1998.

JUNQUEIRA, Luciano A. P. **A gestão intersetorial das políticas sociais e o terceiro setor.** Saúde e Sociedade. v. 13, n.1, São Paulo jan./abr. 2004.

MACULAN A. M, MERINO, J. C. **Como avaliar a transferência do conhecimento na interação universidade-empresa?** In: XX SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, **Anais**, São Paulo: 1998.

MELO NETO, Francisco. **Marketing de Eventos.** São Paulo: Spirit, 1999.

MORAES, Maria Cândida; LA TORRE, Saturnino de. **Sentirpensar: fundamentos e estratégias para reencantar a educação.** Petrópolis: Vozes, 2004.

OLIVEIRA, Rachel Aparecida de; PEDREIRA, Ivana Maria Schmitt; PASSOS, T.C.B. Empresa-Universidade: Uma parceria em prol da responsabilidade social. In IX SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO: ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA. **Anais**, Curitiba: UNICEMP.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao Turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

YIN, Robert K. **Case Study Research: design and methods.** Disponível em <http://www.eac.fea.usp.br/metodologia/estudo_caso.asp>. Acesso em 30/04/2009.