



UNIVERSIDADE / EMPRESA – UMA RELAÇÃO DE PARCEIRO, CLIENTE E FORNECEDOR

Prof. Eurico P. A. Jr. – eurico@cp.cefetpr.br

Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná / Unidade de Cornélio Procópio
Av. Alberto Carazzai, 1640 – Centro
CEP: 86300-000 – Cornélio Procópio - Paraná

Prof. Dr. Antonio C. F. - acfrancisco@pg.cefetpr.br

Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná / Unidade de Ponta Grossa
Av. Monteiro Lobato, Km 04
CEP: 84016-210 – Ponta Grossa - Paraná

Prof. Dra. Magda L. G. L. – magda@pg.cefetpr.br

Prof. Dr. Luiz M. M. R. – mauricioresende@pg.cefetpr.br

Resumo: Esse trabalho pretende, através de um levantamento bibliográfico e experiências vividas numa IFE – Instituição de Ensino Superior, mostrar como a Universidade e a Empresa podem contribuir para o desenvolvimento da sociedade, mantendo um relacionamento de parceiro, cliente e fornecedor. Uma das soluções que se apresenta para a melhoria destes setores é que instituições de ensino e empresas devem se preparar ainda mais para poder dar o retorno necessário à comunidade. A maneira mais correta de desenvolver essa parceria é através de programas e projetos como os apresentados e sugeridos para serem analisados neste trabalho, criando mecanismos para o desenvolvimento de toda a sociedade sem, contudo, perderem suas finalidades e obrigações para com o indivíduo.

Palavras Chaves: Relacionamento escola/empresa – Parceria – Cliente - Fornecedor

1. INTRODUÇÃO

As transformações sócios-econômicas que abalaram toda a sociedade mundial nos últimos anos e que levaram as nações a se organizar em blocos para continuarem a se desenvolver ou se proteger dos atrasos tecnológicos causados por tantas alterações em um período muito curto de tempo, fizeram com que todos os setores desta mesma sociedade repensassem suas ações e, principalmente, reestudassem a sua nova participação neste novo mundo.

Dentre as alterações, a que mais tem levado o indivíduo a refletir é a mudança profunda no mundo do trabalho, e é nesse cenário que dois setores têm grande importância para a compreensão e solução dos desafios provocados pelos avanços tecnológicos a que estão sendo submetidos os trabalhadores dos diversos setores produtivos. Nesse contexto podemos citar FIORI (2001).

“A tendência das indústrias é selecionar funcionários com habilidades sólidas, que demonstrem a capacidade de aprender e manter-se aprendendo, ou seja, buscam profissionais que tenham conhecimentos técnicos, mas com facilidade de absorver novas tecnologias e mudanças organizacionais.”



Se de um lado as empresas estão sendo mais exigentes na busca por profissionais que detenham além do conhecimento técnico que se exigia no sistema capitalista Fordismo e Taylorismo; de outro, tem-se as nossas Instituições de Ensino, que percebendo estas mudanças no setor produtivo, terão que se reestruturar tanto nos conceitos pedagógico como na definição de seus objetivos e, principalmente, nos seus mecanismos de pesquisa e extensão.

Por isso, se as novas tecnologias passaram a exigir trabalhadores que possuam um grande conhecimento técnico, que terá que advir de treinamento, também se está exigindo, deste trabalhador, uma educação correlata que o permita ir além de suas habilidades técnicas podendo repensar o setor produtivo e dominar uma série de outras habilidades.

Para que isso possa ocorrer de maneira sensata e correta deve-se juntar a força desses dois grandes setores da sociedade, ou seja, ter a empresa e a escola como parceiros, clientes e fornecedores. Sobre esse ponto MATOS e KOVALESKI (2000) escrevem:

“Outro aspecto que se evidencia nessa relação à necessidade de intensificação da gestão de negociação uma vez que as dimensões da cooperação perpassam a linguagem da negociação: cliente – Fornecedor, ora a universidade é o cliente, ora é fornecedor, assim devem ser levantados – Há limites para cooperação? Como trabalhar juntos? Como garantir o sucesso da parceria? Além disso, é preciso aliar a competência acadêmica com a capacidade de negociar projetos e contratos.”

Neste trabalho pretendeu-se levantar como pode ser concretizada essa relação de parceria, cliente e fornecedor, sem, contudo cada setor perder suas raízes e finalidades dentro da sociedade.

2. MUDANÇAS NA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

Com a promulgação da Lei Federal 9394/96 – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e as demais legislações complementares, houve uma mudança radical principalmente no que tange a Educação Profissional que, pela primeira vez dedica o Capítulo III (Art. 39 -42) à Educação Profissional, enfatizando a importância da integração deste nível educacional com o trabalho, ciência e tecnologia, buscando o desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva. Esta lei descreve também sobre o reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos.

Na prática, o que se pode dizer é que houve um rompimento com o que vinha sendo realizado dentro das IFEs – Instituições de Ensino Superior, Cefets – Centro Federal de Educação Tecnológica e ETFs - Escolas Técnicas Federais. Principalmente em se tratando dos Cefets, que ao se depararem com essas mudanças, vislumbraram uma oportunidade de buscarem novas formas de educação profissional mais adaptadas as nova mudanças mundiais. Como exemplo dessa nova atuação, pode-se citar o Cefet-PR, que abrindo caminho e servindo de modelo aos demais Cefet do Brasil, passou a ofertar a partir de 1997, somente cursos de graduação, os Cursos Superiores de Tecnologia.

Essa mudança de níveis dentro da Educação Profissional com certeza mexeu também com o setor produtivo, principalmente nas regiões em que a grande massa profissional utilizada pela indústria advém desses Centros Federais de Educação Tecnológica.

Mas mesmo assim alguns Cefets saíram à frente dos demais, principalmente por conterem dentro de suas estruturas setores com grande facilidade de relacionamento com o



setor produtivo, o que facilitou a adequação do novo profissional ao mercado de trabalho. Mais uma vez, destaca-se o Cefet-Pr, que já vem formando esses novos profissionais e inserindo-os no setor produtivo, seja como empregado ou como empregador.

3. CLIENTE OU FORNECEDOR

Com certeza, a melhor estratégia de qualquer negociação é manter sempre os clientes satisfeitos, e numa economia globalizada faz-se necessário um relacionamento de confiança com os fornecedores. Mas por que tratar a relação escola/empresa, com uma relação entre cliente e fornecedor? Para melhor entender essa relação, é necessário definir esse mercado fornecedor como o conjunto de pessoas ou instituições que abastecem nossas necessidades com equipamentos, matéria-prima e outros materiais necessários ao funcionamento da instituição. Nesse sentido a relação é recíproca, pois é essa relação de fornecedores confiáveis que vai permitir o crescimento, tanto das instituições de ensino como das empresas na geração de novas tecnologias e melhorias das tecnologias já existentes. Mas isso exige muita disposição e por que não dizer conhecimento. Sobre esse ponto de vista BUENO (2003) descreve quatro estratégias para manter a fidelização desses clientes:

- **Cultura de serviços:** é uma filosofia de trabalho pertencente a um contexto social, que influencia o modo pelo qual as pessoas se comportam e se relacionam. Ela também dá o foco e direção para o cliente, ou seja: o que somos – o que fazemos – em que acreditamos;
- **Estratégia de serviços:** é uma fórmula clara e definida para atender ao cliente; é um conjunto de táticas baseadas numa premissa bem escolhida de benefícios que valham a pena para o cliente e que crie uma forte vantagem competitiva;
- **Instrumental de serviço:** é simbolizado pela mala de ferramentas que sua instituição possui, como: logística, áreas de apoio, áreas de implantação, etc.
- **Profissionais preparados:** inclui todos os funcionários de sua instituição, espírito de equipe, mentalidade para oferecer o melhor serviço, qualificados e comprometidos.

Analisando as estratégias acima, pode-se observar que tanto as empresas diante da nova exigência mundial de implantação de programas de qualidade, quanto as instituições de ensino com docentes e técnicos administrativos altamente qualificados possuem condições de implantar essas estratégias desde que bem direcionadas e motivadas com objetivos e metas bem definidos.

Manter tanto a escola quanto a empresa satisfeitas dentro de um processo de negociação, já que ambas desempenham papel diferenciado dentro do contexto social, o qual exige esforço e planejamento de todos. Sobre o Assunto MATOS e KOVALESKI (2002) comentam:

“A negociação é o processo de comunicação cujo objetivo é chegar a um acordo mútuo sobre as necessidades e opiniões divergentes. Negociar significa persuadir. Além do mais, negociar quer dizer que o outro lado sentir-se-á satisfeito com o resultado. A negociação é um repertório de comportamentos que inclui comunicação, marketing, psicologia, sociologia, firmeza e administração de conflitos. Sobretudo significa ter nítida compreensão das nossas próprias motivações e das do outro lado, enquanto tentamos persuadi-los.”



E a melhor maneira de persuadir um cliente ou fornecedor, respeitando suas individualidades e necessidades, é nos tornarmos seus parceiros.

4. PARCERIA

As nossas Instituições de Ensino podem-se dizer parceiras do setor produtivo no momento em que conseguirem expandir um relacionamento com as empresas que permita aos egressos não só exercer atividades técnicas e práticas dentro do setor produtivo, mas também fazer com que esses egressos tenham conhecimento necessário que os permitam poder antes de tudo se relacionarem com as pessoas com o objetivo de melhor desempenharem suas funções e assimilarem outras que não lhe cabem.

Ser parceiro então é buscar em conjunto com a empresa mecanismos que permitam às instituições de ensino obterem esses conhecimentos e principalmente uma metodologia que possa ser passada aos alunos e assimiladas por eles, sem deixar de respeitar os princípios que norteiam essas instituições, e nunca perder o caráter de formar indivíduos independentes e capazes de transpor as injustiças que permeiam toda a sociedade.

Como escrevem MATOS e KOVALESKI (2000). Essa parceria não ocorre de maneira fácil, pois é necessário um conhecimento prévio das características (operacionais e até filosóficas) de seus parceiros para poder estabelecer um relacionamento de ganho mútuo e uma boa linguagem de negociação. Como exemplo podemos citar alguns mecanismos utilizados pelo Cefet-PR / Unidade de Cornélio Procópio, a fim de obter-se êxito nesse relacionamento.

- Um intenso programa de estágio obrigatório em todos os níveis de educação profissional, com programas de acompanhamento pelos docentes com reuniões com recrutadores de estágio e responsáveis pelos setores produtivos das empresas;
- Capacitação de seus docentes através de estágios nas indústrias, para uma melhor visão das necessidades do setor produtivo e marketing dos mecanismos utilizados na instituição;
- Realização de Encontros Tecnológicos, nos quais são realizadas palestras, minicursos e disponibilizados stands para as empresas apresentarem seus produtos dentro da instituição;
- Prestação de Serviços de Consultoria, que visa ao atendimento de demanda por serviço de consultoria a empresas e pessoas físicas, nas áreas em que existem profissionais capacitados;
- PATME – Programa de Apoio Tecnológico às Micros e Pequenas Empresas em parceria com SEBRAE/FINEP para subsidiar serviços prestados, visando à melhoria de qualidade, de produtividade e desenvolvimento tecnológico em produtos e processos produtivos;
- Café da manhã empresarial, em que se procura trazer não só o gerente de produção, mas o Diretor máximo da empresa, a fim de que esses possam conhecer a instituição e tornar outros relacionamentos mais simplificados;
- Projetos de pesquisa e desenvolvimento, realizados em parceria, objetivando a melhoria, aprimoramento e/ou desenvolvimento de produtos, sistemas ou processos e seus componentes.

A contra partida é tentar fazer com que a empresa enxergue essa parceria, para isso é necessário, como dito antes que ela tenha clareza da finalidade dessas instituições de ensino. Sobre o assunto VIERA e KUNZ (2000,p.69) colocam:



“Desse ponto de vista, torna-se mais rápida a percepção de que a função desenvolvimentista da universidade passa, necessariamente pela integração de seu corpo científico com os empregadores e pesquisadores das empresas. Essa modalidade de integração pode ser realizada por meio de vários mecanismos. As feiras e workshops podem ser utilizados para aproximar profissionais altamente especializados de empresas e universidades, em áreas afins, para discutir avanços a partir de diferentes visões institucionais.”

Outro ponto que deve ser desenvolvido na busca de uma melhor parceria entre a escola/empresa é no sentido dos custos financeiros que envolvem esse relacionamento. Embora saibamos que o financiamento das instituições de ensino deve ser dever do estado, não há dúvida de que a sobrevivência das empresas quanto à necessidade de novas tecnologias, num ambiente cada vez mais competitivo esta intimamente ligado à melhoria de condições de pesquisa das IFEs. Para que isso ocorra é necessário criar um vínculo de confiança, mas é imprescindível mesmo é criar programas que permitam às empresas conhecerem o potencial das IFEs e as vantagens práticas que os dois setores terão no desenvolvimento conjunto de projetos. Também não se deve acreditar que basta apenas à empresa investir financeiramente, cabe a elas, principalmente, criarem setores de desenvolvimento com profissionais que tenham a visão e percepção do que está acontecendo no meio acadêmico. VIEIRA e SUAREZ (1982) citado por NATIVIDADE (2001,p.50) apontam que

“As estratégias empresarias merecem tratamento exclusivo. São os departamentos de gestão e planejamento que irão definir e direcionar estratégias de desenvolvimento tecnológico e a capacitação das empresas. A interatividade entre o setor de desenvolvimento tecnológico e a área de gestão das empresas é lógica. De nada adiantam as oportunidades de desenvolvimento de projetos promovidas pelas universidades em parceria com o governo, se o setor administrativo da empresa não estiver atento a esses incentivos e orientado para o melhoramento da capacitação tecnológica. Um papel fundamental cabe aos empresários nesse processo. A gestão administrativa é responsável pela ação da empresa e por seus efeitos multiplicadores, ao perceber e desenvolver oportunidades para inovar processos.”

Como vimos, esse relacionamento escola/empresa necessita de muitos passos de ambos os lados. Mas pela experiência vivida numa instituição de ensino de educação profissional e, sem a intenção de afirmar uma verdade, já que as idéias colocadas abaixo não foram testadas em nossa instituição, relacionamos alguns mecanismos de parcerias que poderiam ser desenvolvidas em conjunto escola/empresa com o apoio do governo;

- O funcionário que fosse demitido de uma empresa, para receber o seguro desemprego, teria que passar por uma requalificação dentro das instituições de ensino, o que facilitaria o seu retorno ao mercado produtivo;
- Utilizar o funcionário da empresa (Engenheiro, Tecnólogo, Chefe de Produção, Gerente de Recursos Humanos e outros cargos com qualificação) para através de módulos disciplinares, atuarem em conjunto com os docentes das IFEs, com o objetivo de tornar a informação pedagógica mais próxima das tecnologias e mecanismos utilizados pelo setor produtivo;



- Formar grupos de estudos envolvendo docentes das IFEs e profissionais qualificados dos diversos setores da empresa, como citado acima, para que, em conjunto, construam atividades extracurriculares que melhor qualifiquem os discentes, oportunizando a esses uma melhor qualificação e inserção no setor produtivo.

Há que se citar também que o governo federal tem incentivado esta aproximação através de vários programas de fundo de fomentos do MCT que são administrados pelo FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos, que quase na sua totalidade exigem para aprovação dos projetos a parceria entre as IFEs e as empresas. Mas para que esse instrumento de financiamento atinja a maioria das empresas e IFEs de todo Brasil, é necessário primeiro a qualificação dos docentes dessas instituições, principalmente das mais recentes IFEs e Cefet criados em todo território nacional, pois só agora com o incentivo de gratificações salariais e também a maior divulgação desses fundos está se planejando a qualificação de todo o quadro docente. Em contrapartida que as empresas possam realmente criar departamentos de P&D, que tenham um conhecimento e relacionamento com as instituições de ensino que permitam uma real parceria na busca de desenvolvimento de programas e projetos que visem tanto a melhora de seus produtos e processos como uma melhor qualificação de seus futuros funcionários ou prestadores de serviços.

5. CONCLUSÃO

A parceira escola/empresa vem se fortalecendo dentro deste novo cenário brasileiro. A busca por novas tecnologias e melhoramento dos processos existentes, com certeza, tornará esse relacionamento ainda mais efetivo e necessário, por isso, todos, instituições de ensino e empresas devem se preparar ainda mais para poder dar o retorno necessário à comunidade para que tanto o lado acadêmico quanto o não acadêmico possa lucrar com essa parceira.

E a maneira mais correta de desenvolver essa parceira é através de programas e projetos como os sugeridos para serem testados neste trabalho e que façam essas duas forças produtivas juntamente com o governo trabalharem unidas, criando mecanismos para o desenvolvimento de toda a sociedade, sem contudo perderem suas finalidades e obrigações para com o indivíduo.

6. BIBLIOGRAFIA

MATOS, E.A.S.A; KOVALESKI, J.L. **Transferência de tecnologia e gestão de negociação.** In: XXI Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. 7 a 10 de Novembro de 2000 – São Paulo – SP.

MATOS, E.A.S.A; KOVALESKI, J.L. **Mecanismos de transferência de tecnologia ênfase na gestão da negociação entre Universidade-Industria-Governo.** In: Congresso Abipti 2002. 22 a 24 de maio. Curitiba – PR.

FIORI, J.A.. **Gestão do conhecimento empreendedor.** In: Monografia premiadas no 2º Concurso de Monografias sobre a Relação Universidade/Empresa – Curitiba: IPARDES: IEL-PR.2001.163p.



NATIVIDADE, C.D. **Acertos e erros da política de inovação tecnológica envolvendo universidade empresa e governo.** In: Monografia premiadas no 2º Concurso de Monografias sobre a Relação Universidade/Empresa – Curitiba: IPARDES: IEL-PR.2001.163p.

VIERA, F.M; KUNZ,I. **ENSINANDO E APRENDENDO A INOVAR:** mecanismos de interação universidade/empresa visando à inovação tecnológica e ao desenvolvimento regional.In: Monografia premiadas no 2º Concurso de Monografias sobre a Relação Universidade/Empresa – Curitiba: IPARDES: IEL-PR.2001.163p.

SENAI. DN. **Classificação das ações do SENAI.** termos e conceitos da educação profissional. Brasília, 2002. 28p.

UNIVERSITY / ENTERPRISE – A PARTNER RELATIONSHIP, CLIENT AND SUPPLIER

Abstract: Through a bibliographical study and lived experiences at public teaching institution this work has the purpose of showing the way both sectors may contribute for the society development, by keeping a partner and providing relationship. One of the solutions shown for those improving sectors is that Teaching Institutions and enterprises should be prepared to provide the necessary feedback to their communities. The best and most correct form to develop that partnership is through programs and projects like the ones presented and suggested in this paper, by creating mechanisms for the development of the whole society without, however, lose their goals and compromises to the human being.

Keywords: School/Enterprise relationship - Partnership - Customer - Provider