



OS DETERMINANTES DA RELAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

Érica Aparecida Ribeiro (PIBIC/CNPq/FA/UEM), Alexandre Florindo Alves (Orientador), e-mail: ra76716@uem.br.

Universidade Estadual de Maringá/Centro de Ciências Sociais Aplicadas/Maringá, PR.

Área e subárea do conhecimento conforme tabela do CNPq/CAPES: Ciências Sociais Aplicadas/Economia

Palavras-chave: inovação, interação universidade-empresa, indissociabilidade ensino-pesquisa-extensão.

Resumo:

O estudo de caso da Universidade Estadual de Maringá, com o objetivo de estabelecer os fatores que afetam o nível de interação entre as IES e as empresas, do ponto de vista das IES, foi realizado por meio da aplicação de um questionário aos docentes dessa instituição. Através desse instrumento foi possível confirmar as motivações e benefícios que surgem através da interação Universidade-Empresa, e que são apontadas pela literatura existente. Verificou-se também que, a maior parte da amostra não realizou atividade que envolvesse prestação de serviços nos períodos de 2006 a 2010 e/ou 2011 a 2015, e que aqueles que o fizeram, utilizaram principalmente conhecimento já existente, ou seja, não houve a geração de conhecimento novo (inovação).

Introdução

Dada a perspectiva de gerar crescimento econômico a partir da inovação, conclui-se que há a necessidade de desenvolver um conhecimento amplo acerca dos determinantes da interação entre as IES e as empresas, uma vez que essa interação facilita a transformação de conhecimento científico em bens e serviços que aumentam o lucro capitalista. Portanto, espera-se evidenciar os determinantes dessa interação a fim de facilitar a formulação





de políticas econômicas que induzam a uma maior interação Universidade-Empresa, maximizando assim, a utilidade do produto das IES, conhecimento e especialização da mão-de obra.

Dado o baixo nível de interação entre o setor privado e as instituições públicas, o objetivo do trabalho é estabelecer os fatores que afetam o nível de interação entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e as empresas, do ponto de vista das IES, a partir de um estudo de caso sobre a Universidade Estadual de Maringá. Entre os fatores que serão analisados, focou-se principalmente nas motivações à interação Universidade-Empresa que podem estimular o desenvolvimento de atividades cooperativas ao otimizar os meios pelos quais os agentes podem inovar.

Materiais e métodos

Para atingir os objetivos propostos, elaborou-se um questionário que foi dividido em três partes. A primeira parte possui 21 questões que visam caracterizar o indivíduo que responde ao questionário; a segunda parte do questionário aborda as barreiras à interação e a terceira analisa as motivações que levam ao estabelecimento de uma relação de interação entre as duas instituições. Para garantir que as questões abrangeriam de forma clara o assunto, de fevereiro a março de 2016, o questionário foi submetido a validação por 7 pesquisadores da UEM e que ao final, avaliaram as questões e deram sugestões acerca da abordagem adotada. Após algumas correções passou-se para a fase de aplicação real do questionário que ocorreu de 20 de maio a 12 de junho de 2016. O questionário foi enviado a todas as secretarias de departamentos da UEM e, foi solicitado a estas que encaminhassem o link a todos os docentes pertencentes à UEM. Foram coletadas ao todo 133 respostas.

Resultados e Discussão

Para garantir que as respostas fossem adequadamente analisadas, realizou-se a divisão da amostra nas seguintes categorias: (1) realizou atividade que envolvesse prestação de serviço a uma empresa, pessoa física ou produtor rural no período de 2006 a 2010 e/ou 2011 a 2015; (2) não realizou atividade que envolvesse prestação de serviço a uma empresa, pessoa física ou produtor rural no período de 2006 a 2010 e/ou 2011 a 2015. Do total da amostra 40,6% afirmou ter prestado serviço no período de 2006 a 2010 e/ou





2011 a 2015, sendo que 6,8% o fizeram no primeiro período, 11,3% no segundo período e 22,6% dos docentes que realizaram atividades que envolvessem prestação de serviços a uma empresa, pessoa física ou produtor rural em ambos os períodos. Além disso, 59,4% afirmaram não ter prestado serviço em nenhum dos períodos analisados.

Dos que disseram ter prestado serviço, 44,4% são doutores e 27,8% possuem além disso, o pós doutorado; 24,1% são graduados mestres e apenas 3,7% possuem somente o curso superior. Dessa categoria 61,1% fizeram uso de conhecimento já existente no decorrer da atividade, enquanto que apenas 18,5%, afirmaram ter produzido um conhecimento novo. Dentre esses indivíduos, 94,4% afirmaram que gostariam de colocar seu conhecimento e sua estrutura de trabalho à disposição de empresas que eventualmente poderiam estar dispostas a realizar um projeto em cooperação com a Universidade, ou solicitar a realização de uma prestação de serviços. Com esse dado, pode-se presumir que a grande maioria dos docentes que já realizaram essa atividade estariam dispostos a fazê-lo novamente, ou seja, a experiência resultou favorável para esses indivíduos. Na segunda categoria, dos que não realizaram atividade que envolvesse prestação de serviço no período de 2006 a 2010 e/ou 2011 a 2015, verificou-se que a grande maioria dos indivíduos possuem doutorado (58,2%), sendo que 22,8% possuem ainda o pós-doutorado. Além disso, 92,4% afirmaram que gostariam de colocar seu conhecimento e sua estrutura de trabalho à disposição de empresas para eventuais colaborações.

Para todas as afirmativas da parte do questionário que analisa os fatores que podem motivar a universidade a se relacionar com as empresas, e que considera os possíveis benefícios que tal interação pode proporcionar, a maior parte da amostra indicou que concorda com as afirmações, sendo que a questão A, que afirma que a participação dos alunos em projetos de extensão facilita a entrada desses no mercado de trabalho, tal como é citado por Rapini, Oliveira e Silva Neto (2014), foi a que alcançou o maior grau de concordância (92,48%). Já a questão que obteve o menor grau de aceitação (87,79%) foi a questão F que afirma que a interação entre Universidade-Empresa serve de vitrine para os discentes que podem ser recrutados pelas empresas que fazem parcerias com as universidades.

A comparação das médias ponderadas, advindas das respostas fornecidas pelos docentes divididos entre os dois grupos, permite confrontar o





posicionamento das duas categorias. Com tal comparação percebe-se que há uma grande similaridade entre as respostas dos dois grupos. As barras de cada uma das categorias são elevadas e possuem valores próximos, o que indica que todas as afirmações são consideradas, pela maioria dos entrevistados, como motivadores e/ou benefícios ocasionados pela interação Universidade-Empresa.

Conclusões

Verificou-se que dos indivíduos que fazem parte da amostra, 77,4% possuem doutorado, no entanto, 62,1% desses docentes afirmaram não ter participado de uma atividade que envolvesse prestação de serviço em nenhum dos períodos analisados. Esse dado nos fornece uma ideia do quanto a universidade está distanciada do setor produtivo. Esses profissionais, altamente qualificados, seriam de grande ajuda para as empresas da região que, se soubessem como aproveitar de maneira eficiente o conhecimento desses pesquisadores, poderiam aumentar sua produtividade e reduzir custos através do aperfeiçoamento e criação de novos processos, produtos e equipamentos. Essa possível melhora na produtividade e redução nos custos, elevaria a competitividade das empresas da região, o que traria mais empregos e impostos que refletiriam em uma melhora na qualidade de vida de toda a população. Além disso, todos os fatores listados como possíveis motivações para a interação Universidade-Empresa, no questionário enviado aos docentes da Universidade Estadual de Maringá, receberam altos índices de concordância por parte dos respondentes o que confirma a teoria existente sobre o assunto.

Agradecimentos

Ao meu orientador, Alexandre Florindo Alves por me auxiliar no processo de iniciação científica e pela paciência; a Universidade Estadual de Maringá, por proporcionar um ambiente favorável ao desenvolvimento de pesquisas.

Referências

RAPINI, M. S.; OLIVEIRA, V. P.; SILVA NETO, F. C. C. A natureza do financiamento influencia na interação universidade-empresa no Brasil? **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas, v. 13, p. 77-108, jan./jun. 2014.

