

Universidades não se ajustam ao que o mercado quer

Pesquisa mostra que empresas evitam buscar essas instituições

• Falta às universidades do país aplicar na prática a lição número um de qualquer cursinho de administração: o produto só faz sucesso se for adaptado às necessidades do cliente. No caso, é preciso adequar os currículos e a produção de pesquisas à demanda do mercado. É o que mostra uma recente pesquisa realizada por CNI, Senai e Centro Internacional de Educação, Trabalho e Transferência de Tecnologia (Ciet), que levantou o *ranking* de instituições consultadas por 1.990 empresários de todos os tamanhos e setores para buscar novas tecnologias. As universidades, que seriam o caminho mais óbvio, estão em último lugar, com apenas 3,7% da demanda das microempresas, atrás até mesmo de Governo, sindicatos e agências de financiamento.

— A pesquisa mostra que o que as universidades têm a oferecer não interessa ao mercado. É um caso típico de falta de foco no cliente — diz o diretor-executivo do Ciet, Paulo Krahe.

Falta de divulgação atrapalha pesquisa das companhias

O grau de interesse por universidades e centros de pesquisa cresce dependendo do ramo de atividade. No caso das indústrias químicas, por exemplo, a demanda chega a 16,5% do total, enquanto as indústrias madeireiras têm interesse praticamente nulo: apenas 1,9% já recorreu a universidades. De qualquer forma, elas estão sempre em último lugar na escala das instituições mais procuradas, seja qual for o porte da empresa pesquisada. Além da falta de adequação dos currículos, os empresários reclamam do excesso de burocracia e da falta de divulgação.

— Hoje, com o grau crescente de terceirização de serviços, as necessidades das indústrias são cada vez mais específicas. Mas os currículos ainda são muito genéricos e não se adequam a essa nova realidade — diz Krahe. ■