INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS
***CAMPUS* RIBEIRÃO DAS NEVES**
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Maísa das Graças dos Santos

CULTURA DE INOVAÇÃO E AMBIENTE INSTITUCIONAL NO IFMG - *CAMPUS* RIBEIRÃO DAS NEVES: PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE ACADÊMICA

Ribeirão das Neves
2026

Maísa das Graças dos Santos

CULTURA DE INOVAÇÃO E AMBIENTE INSTITUCIONAL NO IFMG - *CAMPUS* RIBEIRÃO DAS NEVES: PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE ACADÊMICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Minas Gerais - *Campus* Ribeirão das Neves para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Orientação: Paulo Aparecido Tomaz

Ribeirão das Neves
2026

S237c Santos, Maísa das Graças dos.

Cultura de inovação e ambiente institucional no IFMG - Campus Ribeirão das Neves [manuscrito] : percepções da comunidade acadêmica / Maísa das Graças dos Santos. – 2026.

34 f. : il.

Orientador: Paulo Aparecido Tomaz.
Trabalho de Conclusão de Curso (bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Minas Gerais. *Campus* Ribeirão das Neves, 2026.

1. Inovações tecnológicas. 2. Cultura organizacional. 3. Administração pública. I. Tomaz, Paulo Aparecido. II. Instituto Federal de Minas Gerais. *Campus* Ribeirão das Neves. III. Título.

CDU 005.342

Catalogação: Aline M. Sima - CRB-6/2645

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Ribeirão das Neves
Diretoria de Ensino
Docência Campus Ribeirão das Neves
R. Vera Lúcia de Oliveira Andrade, 800 - Bairro Vila Esplanada - CEP 33805488 - Ribeirão das Neves - MG
31362723003 - www.ifmg.edu.br

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) da aluna **Maísa das Graças dos Santos**, RA Nº 0073746, do Curso de Bacharelado em Administração, do Instituto Federal de Minas Gerais, Campus Ribeirão das Neves. No dia 29/10/2026 às 18:00 horas, reuniram-se em sessão remota, com a presença de público convidado, acessada pelo link https://meet.google.com/meet/kxy-fssy-wcv, os membros da Comissão Examinadora, para apreciar, avaliar e julgar o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “CULTURA DE INOVAÇÃO E AMBIENTE INSTITUCIONAL NO IFMG - CAMPUS RIBEIRÃO DAS NEVES: PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE ACADÊMICA”, requisito para a obtenção do Título de “Bacharel em Administração”. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Paulo Aparecido Tomaz, após cumprimentos iniciais e esclarecimentos quanto ao teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra a aluna que fez a apresentação de seu trabalho de conclusão de curso. Após o término da apresentação, seguiu-se as considerações e arguições dos examinadores, a Prof. David Silva Franco e o Prof. Thiago Silva. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da aluna e do público, para proceder a avaliação do TCC, que foi considerado:

(X) APROVADO.
( )APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (PRAZO MÁXIMO DE 30 (TRINTA) DIAS).
( ) NÃO APROVADO.

Obs.: Trabalhos com nota inferior a 60,00 (sessenta) pontos, serão considerados não aprovados.

Com a nota 90,00 (noventa) pontos.

O resultado final foi comunicado publicamente a aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Presidente da comissão deu por encerrado os trabalhos e lavrou a presente ATA, que será assinada pelos membros participantes da Comissão Examinadora.

Prof. Dr. Paulo Aparecido Tomaz - Orientador

Prof. Dr. David Silva Franco - Avaliador

Prof. Dr. Thiago Silva - Avaliador

Ribeirão das Neves, 29 de novembro de 2026.

Documento assinado eletronicamente por **Thiago Silva**, **Professor**, em 05/11/2026, às 08:36, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **David Silva Franco**, **Professor**, em 05/11/2026, às 17:04, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

Documento assinado eletronicamente por **Paulo Aparecido Tomaz**, **Professor**, em 09/11/2026, às 21:07, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs informando o código verificador **2943882** e o código CRC **3AC3CC5A**.

23713.001465/2025-11	2909139v1

CULTURA DE INOVAÇÃO NO IFMG - *CAMPUS* RIBEIRÃO DAS NEVES: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE ACADÊMICA

Aluno: Maísa das Graças dos Santos

Orientador: Paulo Aparecido Tomaz

RESUMO

O Manual de Oslo (2018) define as atividades de inovação como toda e qualquer atividade de desenvolvimento, financeira e comercial realizada por uma empresa que resulte em inovação. Conforme o Manual, a inovação pode e deve ser mensurada. Nesse sentido, as instituições de ensino superior devem analisar suas ações voltadas à promoção e ao incentivo à inovação e com base nos resultados obtidos, verificar se os objetivos estão sendo efetivamente alcançados. Caso isso não ocorra, torna-se necessário ajustar as ações e estratégias para este fim. No contexto do IFMG - Campus Ribeirão das Neves, as características de inovação apresentadas por Godoy e Peçanha (2009) podem ser percebidas em aspectos como comunicação, compartilhamento de conhecimentos, trabalho colaborativo, reconhecimento das iniciativas, incentivo à criatividade, apoio institucional e autonomia para apresentar ideias e sugestões. A presente pesquisa analisou a percepção da comunidade acadêmica sobre as ações de inovação desenvolvidas pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais (IFMG) - *Campus* Ribeirão das Neves. Para tanto, foi aplicado um questionário eletrônico à comunidade acadêmica, cujas respostas subsidiaram a análise dos dados. Os resultados indicaram percepção predominantemente intermediária a positiva quanto às ações de inovação, destacando-se o compartilhamento de conhecimentos e a infraestrutura institucional. Em contrapartida, foram identificadas oportunidades de aprimoramento relacionadas à divulgação e comunicação das iniciativas, à participação da comunidade acadêmica, integração entre os setores institucionais, aproveitamento da infraestrutura, às parcerias externas e o desenvolvimento de iniciativas voltadas a problemas institucionais e regionais.

Palavras-chave: Cultura de inovação. Instituto Federal, Ribeirão das Neves, Comunidade Acadêmica.

ABSTRACT

The Oslo Manual (2018) defines innovation activities as any development, financial, or commercial activity undertaken by a firm that results in innovation. According to the Manual, innovation can—and should—be measured. In this sense, higher education institutions must analyze their efforts to promote and encourage innovation and, based on the results obtained, verify whether their objectives are being effectively met. If they are not, it becomes necessary to adjust the actions and strategies accordingly. In the context of the IFMG – Ribeirão das Neves Campus, the characteristics of innovation outlined by Godoy and Peçanha (2009) can be observed in areas such as communication, knowledge sharing, collaborative work, recognition of initiatives, encouragement of creativity, institutional support, and the autonomy to present ideas and suggestions. This study analyzed the academic community's perception of the innovation initiatives developed by the Federal Institute of Education, Science and Technology of Minas Gerais (IFMG) – Ribeirão das Neves Campus. To this end, an electronic questionnaire was administered to the academic community, with the responses serving as the basis for data analysis.

The results indicated a predominantly intermediate to positive perception regarding innovation initiatives, with knowledge sharing and institutional infrastructure standing out as particular strengths. Conversely, opportunities for improvement were identified in areas such as the dissemination and communication of initiatives, the participation of the academic community, integration between institutional departments, the utilization of infrastructure, external partnerships, and the development of initiatives aimed at addressing institutional and regional challenges.
Keywords: Culture of innovation. Federal Institute, Ribeirão das Neves, Academic Community.

1 INTRODUÇÃO

A cultura de inovação manifesta-se nas organizações por meio de características que orientam ações e práticas voltadas à geração de inovação, envolvendo valores e comportamentos que incentivam a criatividade e a criação de novas ideias (Bravo-Ibarra; Herrera, 2009). Seu desenvolvimento pode fortalecer a capacidade organizacional de inovar e adaptar-se às mudanças.

Nesse contexto, a inovação não implica necessariamente a criação de produtos totalmente novos ou grandes avanços tecnológicos, podendo ocorrer também por meio de melhorias em métodos, processos, serviços e produtos existentes.

A partir das características da cultura de inovação descritas por Godoy e Peçanha (2009), esta pesquisa busca analisar como aspectos relacionados à comunicação, compartilhamento de conhecimentos, trabalho colaborativo, reconhecimento das iniciativas, incentivo à criatividade, apoio institucional e autonomia para apresentar ideias e sugestões são percebidos no contexto do IFMG – Campus Ribeirão das Neves.

A presente pesquisa tem como objetivo analisar como as ações de inovação são percebidas pela comunidade acadêmica do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves. Especificamente, busca identificar as principais iniciativas desenvolvidas pelo *Campus*; verificar o nível de conhecimento e participação da comunidade acadêmica; avaliar sua percepção sobre as características da cultura de inovação; e identificar aspectos positivos, desafios e oportunidades de melhoria. Assim, procura-se compreender como a comunidade acadêmica percebe as ações de inovação desenvolvidas pela Instituição.

Para a coleta de dados, utilizou-se questionário elaborado no Google Formulários (Google Forms), organizado em quatro eixos temáticos: (I) perfil dos respondentes; (II) conhecimento e participação nas ações de inovação: comunicação, compartilhamento de conhecimentos e trabalho colaborativo; (III) reconhecimento de iniciativas, incentivo à criatividade, apoio

institucional, autonomia para propor ideias e infraestrutura e (IV) sugestões e observações da comunidade acadêmica sobre a inovação.

Os resultados desta pesquisa poderão contribuir para pesquisadores, gestores e demais membros da comunidade acadêmica, fornecendo subsídios para o aprimoramento das ações de inovação desenvolvidas pela instituição. Avaliar como essas iniciativas são percebidas permite identificar oportunidades de melhoria e possíveis adequações.

Diante disso, verifica-se que a presente pesquisa poderá servir como instrumento diagnóstico da cultura de inovação no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, contribuindo para a avaliação das ações atualmente desenvolvidas e oferecendo possibilidades de aperfeiçoamento e adequação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A palavra inovação deriva do latim *innovatio.onis,* formada por in (em) e *novus* (novo), indicando a ação de realizar mudanças significativas e tornar algo novo.

Bessant e Tidd (2019) definem inovação como um processo que pode ser gerenciado e organizado, podendo ocorrer tanto em novos empreendimentos quanto em empresas já estabelecidas. Nesse contexto, a inovação configura-se como um elemento crucial para o desenvolvimento das organizações, incluindo as instituições de ensino superior.

Para Schumpeter (1982) a inovação é o motor do desenvolvimento econômico, caracterizada pela substituição de processos e tecnologias. Assim, observa-se que a inovação é um ciclo contínuo que está intimamente associado à renovação e ao aprimoramento de produtos, serviços e processos.

Segundo Drucker (2006, p. 70), a inovação proposital e sistemática requer a análise das fontes de novas oportunidades e, para ser eficaz, tende a começar de forma pequena, sendo fruto de esforço, e não apenas de inspiração. Ela requer foco, trabalho duro, persistência, compromisso, propósito e conhecimento. Esse conceito reforça que a inovação pode ser planejada e aplicada no contexto das Instituições de Ensino Superior (IES).

Segundo Lu *et al.* (2019, p. 5), a inovação refere-se ao que é novo, ao que foi melhorado, estando intimamente atrelado à ciência, tecnologia e inovação. Para o mesmo autor:

> (...) a Inovação poderia ser entendida, nesta perspectiva, como um processo contínuo de busca por uma nova oportunidade de se diferenciar, agregar valor, crescer economicamente e se ter um pensamento criativo diante das mudanças de culturas e tendências de mercados – aplicando conhecimentos dinâmicos de maneira a pensar o futuro, gerando novos produtos e serviços diferenciados (...)

Nesse sentido, a inovação constitui um processo contínuo de criação e aprimoramento, associado ao crescimento e ao desenvolvimento.

O Manual de Oslo (2018, p.25) define inovação como:

> Uma inovação é um produto ou processo novo ou aprimorado (ou uma combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade e que foi disponibilizado aos usuários potenciais (produto) ou colocado em uso pela unidade (processo).

A definição evidencia que a inovação abrange tanto a criação quanto o aprimoramento de processos ou produtos, podendo ser observada, no IFMG, em práticas administrativas e acadêmicas.

A inovação não implica necessariamente a criação de um produto totalmente novo ou em grandes avanços tecnológicos, conhecidos como inovação radical. Ela também pode ocorrer por meio de mudanças em menor escala, denominadas inovação incremental.

Além disso, pode ser classificada em quatro dimensões: produto, quando ocorre mudanças em produtos e serviços que determinada organização oferece; processo, que se refere a mudanças nas formas como são criados os serviços e/ou produtos; posição, que correspondem às mudanças ocorridas no contexto em que produtos e/ou serviços são introduzidos; e paradigma, que são as mudanças ocorridas em modelos mentais que orientam o que a empresa faz, conforme destacam Bessant e Tidd (2019). Essa classificação permite analisar diferentes dimensões que envolvem a inovação.

Sobre as adjetivações da inovação promovidas pelas organizações, segundo Lu *et al* (2019), classificam-se como:

- Inovação disruptiva: esse tipo de inovação ocorre quando há alterações na forma da tecnologia, e não requer necessariamente, a substituição por algo novo, mas a adequação de algo já existente para possibilitar a sua entrega ao mercado de uma forma mais barata;
- Inovações sustentadoras: esse tipo de inovação foca-se nas melhorias de processos de negócios, sem alterar os modelos ou padrões de processos já existentes;
- Inovação sustentável: são aquelas que considera-se a produção de novos produtos ou serviços, priorizando a questão ambiental.

A inovação não ocorre isoladamente, pelo contrário, ela considera tanto aspectos internos de uma organização quanto os alheios a ela, por isso, o conceito de inovação aberta (*open innovation*), de Henry Chesbrough (2003) tem sido cada vez mais difundido por considerar que a inovação é o resultado da colaboração entre os vários atores sociais Em contraposição a esse

modelo, a inovação fechada, caracteriza-se na utilização apenas dos conhecimentos acumulados dentro de uma determinada organização, negligenciando outras contribuições externas, como ocorre na inovação aberta (Chesbrough, 2006).

Segundo Rau *et al*. (2021), a inovação é construída a partir da interação entre diferentes setores da sociedade, especialmente empresas, governo e universidades, cuja atuação conjunta contribui para o desenvolvimento econômico e social. Essa relação é sistematizada pelo modelo da Tríplice Hélice, proposto por Etzkowitz e Leydesdorff (1995), no qual universidade, governo e indústria interagem para fomentar o empreendedorismo e a inovação.

Nesse contexto, as Instituições de Ensino Superior exercem papel relevante na formação de profissionais e na produção de conhecimento científico e tecnológico. Essa perspectiva aproxima-se da abordagem sistêmica da inovação, que a compreende como resultado de ações integradas entre diferentes organizações (Silva, 2019).

A Cultura de inovação é definida por Bravo-Ibarra e Herrera (2009), como um *"conjunto de valores, normas e comportamentos dos membros de uma organização"*. No contexto das organizações. Uma cultura que incentiva a criatividade e a geração de novas ideias favorece níveis mais elevados de inovação, orientando práticas e ações organizacionais nesse sentido.

Segundo Godoy e Peçanha (2009), a análise da cultura de inovação deve considerar as percepções das pessoas sobre o trabalho e a organização e seus reflexos sobre comportamento, motivação e identidade. Os autores apontam fatores como colaboração, comunicação, gestão estratégica, reconhecimento, incentivo à criatividade e gestão do conhecimento, conforme apresentado no Quadro 1:

Quadro 1- Características da cultura de inovação

Orientação para o mercado
Comunicação clara e aberta
Compartilhamento de lucros
Trabalho desafiante e em equipe
Liderança forte e que oferece suporte
Ênfase no comportamento empreendedor
Objetivos claros, definidos, compartilhados
Reconhecimento pelos esforços e conquistas
Tempo hábil para desenvolvimento de tarefas
Tolerância ao risco, à ambiguidade e ao conflito
Comprometimento e envolvimento dos colaboradores
Coesão e reconhecimento intrínseco entre os membros
Existência de critérios claros para julgamento de sucesso da inovação
Reconhecimento da importância estratégica da inovação por todo grupo
Encorajamento da autonomia dos indivíduos para expressar opiniões e compartilhar seus conhecimentos
Estabelecimento, em todos os níveis hierárquicos, de estratégia que valorize a aquisição, criação e acumulação, proteção e exploração de conhecimento

Fonte: Godoy e Peçanha (2009, p. 144)

Embora Godoy e Peçanha (2009) apresentem diversas características relacionadas à cultura de inovação, o presente estudo adotou, como recorte analítico, aquelas consideradas mais aderentes ao seu objetivo. Assim, foram selecionadas as dimensões relativas à comunicação, ao compartilhamento de conhecimentos, ao trabalho colaborativo, ao reconhecimento de iniciativas, ao incentivo à criatividade, ao apoio institucional e à autonomia para propor ideias. Adicionalmente, a pesquisa também avaliou aspectos relacionados à infraestrutura e sugestões e observações dos participantes quanto à inovação no Instituto.

A partir da classificação apresentada no quadro acima, foi possível estruturar o instrumento de coleta de dados de modo a contemplar diferentes dimensões da inovação no contexto institucional.

Uma efetiva cultura de inovação eficaz nas Instituições de Ensino não apenas fomenta e incentiva novos avanços e descobertas, mas também prepara os estudantes para enfrentar os desafios futuros, contribuindo dessa forma, para o progresso científico, tecnológico e social. Nesse sentido, ela é vista como fator determinante para a inovação, uma vez que possui o potencial de reforçar ou inibir práticas que podem fomentar ou desestimular a inovação. (Almeida, 2024; Machado *et al.,* 2013).

As universidades possuem grande potencial para o desenvolvimento de ações voltadas à inovação, sendo importantes agentes no desenvolvimento econômico e social.

Segundo a Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, os Institutos Federais têm entre suas finalidades o desenvolvimento de programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica, além de estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o

cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico. Dessa forma, essas instituições contribuem significativamente para o desenvolvimento regional, promovendo não apenas ganhos individuais, mas também benefícios para toda a sociedade (Serra; Rolim; Bastos, 2018).

No Brasil, a lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, conhecida como lei de inovação, estabelece medidas de incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica e tecnológica no ambiente produtivo, visando à capacitação tecnológica, ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional.

Entre os processos de inovação das universidades, Audy (2011. p. 272, 273) destaca a organização da pesquisa orientada às demandas da sociedade, com planejamento e alocação de recursos; a proteção da propriedade intelectual gerada; e a transferência de tecnologia, de modo que os resultados das pesquisas possam gerar oportunidades para a sociedade.

A inovação, portanto, não se restringe à esfera empresarial: contribui para a melhoria de processos, produtos e serviços e pode produzir efeitos econômicos, sociais e culturais.

3 METODOLOGIA

Quanto à natureza, a pesquisa classifica-se como aplicada, uma vez que utiliza dados primários coletados junto à comunidade acadêmica para compreender a percepção sobre as ações de inovação desenvolvidas pelo IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves. Assim, seus resultados podem contribuir diretamente para o aprimoramento das ações institucionais no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves.

Adotou-se abordagem quali-quantitativa e caráter descritivo, considerando o objetivo de descrever e observar o fenômeno investigado (Fontelles *et al.*, 2009). Enquanto a abordagem qualitativa favorece a análise descritiva das percepções e do contexto, a quantitativa utiliza dados numéricos para seu tratamento (Prodanov; Freitas, 2013). Sua integração permite analisar os dados e as percepções no contexto estudado.

Quanto aos procedimentos técnicos, adotou-se o estudo de caso, caracterizado pela análise aprofundada de um ou mais elementos (Prodanov; Freitas, 2013). Esse procedimento possibilita compreender um fenômeno em seu contexto específico e, neste trabalho, investigar as particularidades das ações relacionadas à cultura de inovação do IFMG – Campus Ribeirão das Neves (Marconi; Lakatos, 2003).

Em relação a técnica, foi utilizada observação direta extensiva por meio de questionário padronizado, contendo perguntas objetivas e discursivas, respondidas sem a presença do entrevistador e de forma *online*. Para a coleta de dados, foi encaminhado aos alunos regularmente

matriculados e demais membros da comunidade acadêmica do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, um formulário eletrônico elaborado na plataforma eletrônica *Google Forms*, referente ao conteúdo tratado na pesquisa. Todos os participantes tiveram o mesmo acesso e o mesmo limite temporal para o preenchimento e envio da resposta. Tal escolha é adequada ao objetivo da pesquisa, que busca compreender percepções dentro de um contexto específico.

De acordo com Mota (2019), o *Google Forms* favorece a organização dos resultados e proporciona praticidade e agilidade na coleta das respostas, facilitando sua interpretação e a identificação de padrões e tendências.

A amostra corresponde aos membros da comunidade acadêmica do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, sendo caracterizada como não probabilística por acessibilidade, baseada na participação daqueles que tiveram acesso ao questionário e optaram voluntariamente por respondê-lo (Prodanov; Freitas, 2013).

O questionário foi aplicado no período de 28/07/2026 a 14/09/2026, totalizando 143 participantes. Os dados coletados foram organizados em gráficos e tabelas para facilitar a compreensão das informações objetivas. As análises referentes aos dados coletados foram apresentadas em forma de texto, visando melhor descrever os fatos observados.

Para a organização do questionário, as questões foram agrupadas em quatro eixos temáticos: (I) perfil dos respondentes; (II) conhecimento e participação nas ações de inovação: comunicação, compartilhamento de conhecimentos e trabalho colaborativo; (III) reconhecimento de iniciativas, incentivo à criatividade, apoio institucional, autonomia para propor ideias e infraestrutura e (IV) sugestões e observações da comunidade acadêmica sobre a inovação.

4 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE ACADÊMICA SOBRE A INOVAÇÃO NO IFMG

A análise das ações de inovação permite identificar potencialidades, lacunas e oportunidades de melhoria no ambiente institucional. Considerando as características da cultura de inovação apresentadas por Godoy e Peçanha (2009), o questionário buscou analisar a comunicação, compartilhamento de conhecimentos e trabalho colaborativo; reconhecimento de iniciativas, incentivo à criatividade, apoio institucional, autonomia para propor ideias, infraestrutura e sugestões e observações da comunidade acadêmica sobre a inovação.

Considerando essas perspectivas, o instrumento de coleta de dados foi estruturado de modo a analisar a percepção da comunidade acadêmica sobre as ações de inovação empreendidas pela instituição.

Para a apresentação dos resultados, as respostas foram organizadas nos quatro eixos temáticos: (I) perfil dos respondentes; (II) conhecimento e participação nas ações de inovação: comunicação, compartilhamento de conhecimentos e trabalho colaborativo; (III) reconhecimento de iniciativas, incentivo à criatividade, apoio institucional, autonomia para propor ideias e infraestrutura e (IV) sugestões e observações da comunidade acadêmica sobre a inovação.

Foram obtidas 143 respostas, distribuídas em 25 perguntas, sendo 12 perguntas de múltipla escolha; 6 perguntas de caixa de seleção, possibilitando aos participantes a escolha de uma ou mais opção de resposta; 6 perguntas de escala linear e 1 pergunta aberta. Com exceção da última pergunta (pergunta aberta), todas as demais foram classificadas com caráter obrigatório, sendo necessário o registro da resposta para o envio do questionário.

4.1. PERFIL DOS RESPONDENTES

A maioria dos respondentes são alunos da instituição, mais especificamente 75,5% dos participantes. Os demais participantes somam, 16,10% de servidores e 8,4% são ex-alunos (egressos), correspondendo numericamente, a 108, 23 e 12, respectivamente:

Um grupo importante para a análise da pesquisa são os estudantes do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, os quais são diretamente impactados pelas ações de inovação promovidas pela instituição e, por manterem vínculo atual com a instituição, suas respostas refletem percepções relacionadas à realidade vivenciada no *Campus*.

Em relação ao tempo de vínculo que os respondentes possuem com o IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, 39,2% dos participantes possuem de 1 a 3 anos, enquanto 26,6% possuem menos de 1 ano, e outros 18,2% e 16,1% possuem entre 4 a 6 anos e acima de 6 anos, respectivamente.

Esses dados permitem caracterizar o perfil e o tempo de vínculo dos respondentes.

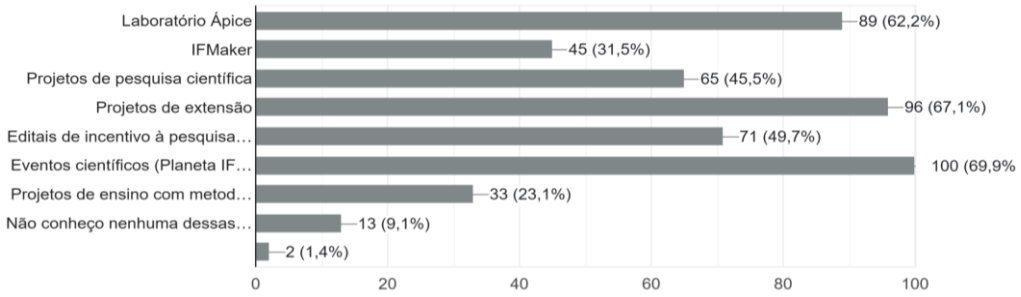
4.2. CONHECIMENTO E PARTICIPAÇÃO NAS AÇÕES DE INOVAÇÃO: COMUNICAÇÃO, COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTOS E TRABALHO COLABORATIVO

Um dos eixos de pesquisa do questionário buscou analisar o nível de conhecimento e participação dos respondentes quanto às ações de inovações do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves.

Para tanto, inicialmente foi solicitado aos participantes que indicassem, qual das opções disponíveis, em sua opinião, melhor se adequava ao conceito de inovação. 95,8% dos respondentes apontaram que a opção que melhor descreve o conceito de inovação é a *"A implementação de novas ou significativamente melhoradas soluções, processos, serviços, produtos ou métodos".* Outros 2,8% indicaram que a inovação corresponde apenas a criação de novas tecnologias, enquanto 1,4% apontaram que a realização de pesquisas acadêmicas, conforme Gráfico 3, a seguir:

Em relação às ações de inovação desenvolvidas pelo Instituto, os respondentes conhecem, em maior proporção, os eventos científicos, como Planeta IFMG, seminários, SNCT, entre outros; os projetos de extensão e o Laboratório Ápice.

Gráfico 1- Do conhecimento das ações de inovação desenvolvidas pelo IFMG



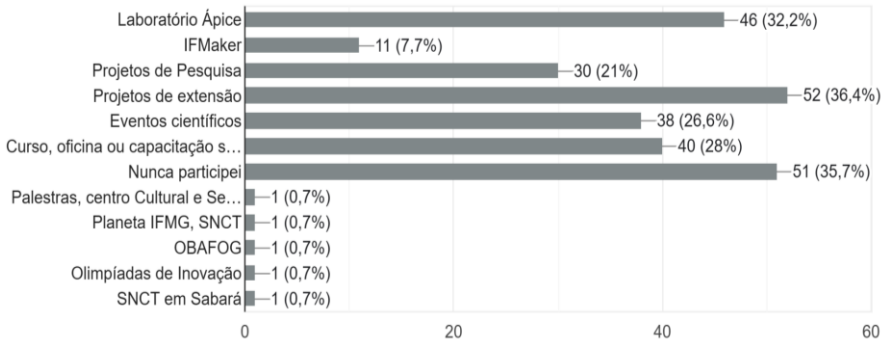
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Importante observar que as ações relacionadas aos projetos de extensão desenvolvidas pelo Campus foram apontadas por 67,1% dos respondentes, o que evidencia seu alcance entre os participantes da pesquisa. Contudo, 9,1% declararam não conhecer nenhuma das iniciativas apresentadas.

Em consonância e continuidade à questão anterior, foi questionado aos participantes quais atividades eles já haviam participado. 36,4% dos respondentes indicaram que já participaram de alguma ação extensionista, enquanto 35,7% afirmaram nunca ter participado de nenhuma das iniciativas de inovação apresentadas. Esse resultado indica que, embora determinadas ações

sejam conhecidas por parcela significativa dos respondentes, o conhecimento sobre essas iniciativas não necessariamente se converte em participação.

Gráfico 2- Da participação dos respondentes nas ações de inovação do IFMG



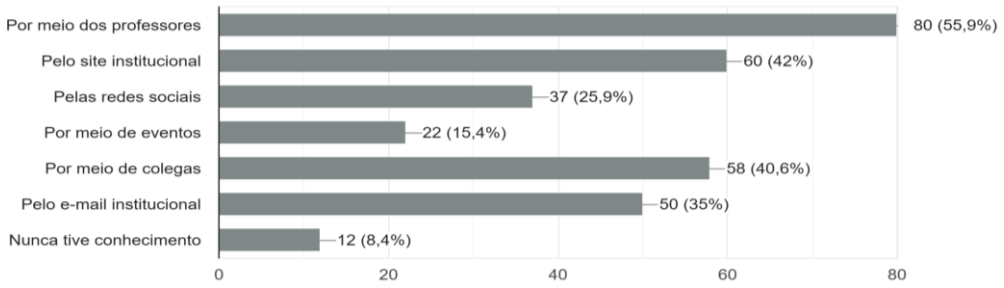
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Pouco mais de 9% dos respondentes declaram não conhecer nenhuma das iniciativas apresentadas, enquanto mais de 35% afirmaram nunca ter participado delas. Esses resultados indicam a existência de uma parcela dos respondentes que, apesar de estar vinculado ao *Campus*, não participa das iniciativas apresentadas, o que pode representar uma oportunidade de ampliação do alcance e do engajamento nessas ações.

Investigar os motivos que levam ao desconhecimento ou ao não engajamento nessas ações pode contribuir para a identificação de oportunidades de melhoria na divulgação e no acesso às iniciativas de inovação. A ampliação desse alcance pode favorecer o conhecimento pela comunidade acadêmica, das possibilidades de participação existentes no Instituto e de atividades que podem contribuir para o aprimoramento da formação acadêmica e o desenvolvimento de habilidades.

Um aspecto importante relacionado à participação nas ações de inovação é o meio pelo qual os participantes tomaram conhecimento dessas iniciativas. Ao serem questionados sobre isso, 55,9% dos respondentes apontaram que conheceram essas iniciativas por meio dos professores, enquanto 42% ficaram sabendo pelo site institucional e 40,6% por meio de colegas.

Gráfico 3- Canais de comunicação



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

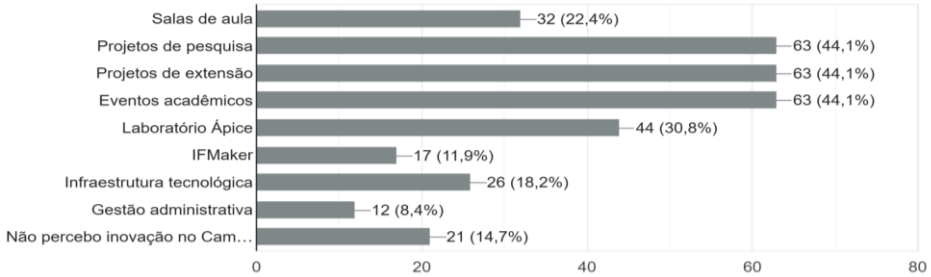
Professores, site institucional e colegas constituem os principais meios pelos quais os respondentes conheceram as iniciativas de inovação, indicando a relevância desses canais e a possibilidade de diversificar a divulgação para ampliar seu alcance.

Quanto à autoavaliação da participação “muito insuficiente” e “insuficiente” somaram 49%, enquanto “boa” e “muito boa” somaram aproximadamente 25, indicando oportunidade de ampliar o envolvimento da comunidade acadêmica.

Outro aspecto analisado na presente pesquisa foi a percepção da comunidade acadêmica quanto às ações de inovação e a forma como essas ações são divulgadas.

Para tanto, foi solicitado aos respondentes que indicassem em quais espaços ou atividades do IFMG conseguem perceber mais ações de inovação. 44,1% dos participantes indicaram igualmente os projetos de pesquisa, extensão e os eventos acadêmicos, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 4- Dos espaços e atividades do IFMG em que é possível perceber mais ações de inovação



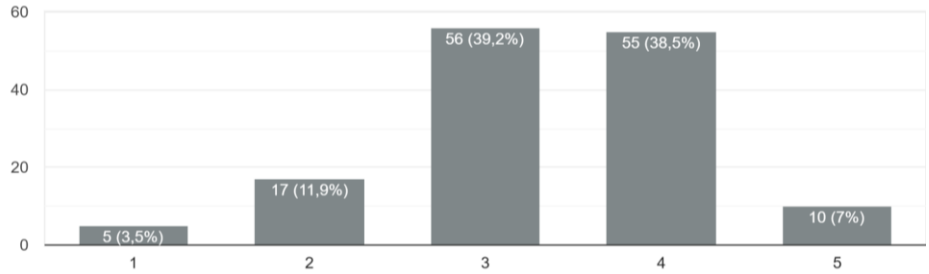
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Esses resultados demonstram uma percepção mais significativa das ações relacionadas à pesquisa, à extensão e aos eventos acadêmicos. Em contraponto, 14,7% dos respondentes apontaram que não percebem ações de inovação no *Campus* Ribeirão das Neves, o que pode

indicar uma oportunidade de ampliar a comunicação e o alcance dessas ações com a comunidade acadêmica.

Quanto à quantidade de ações de inovação, 39,2% atribuíram nota 3 e 38,5% nota 4, indicando percepção predominantemente intermediária a positiva. Apenas 7% atribuíram nota 5, o que sinaliza oportunidade para ampliação dessas atividades:

Gráfico 5- Da avaliação da quantidade de ações de inovação promovidas pelo IFMG

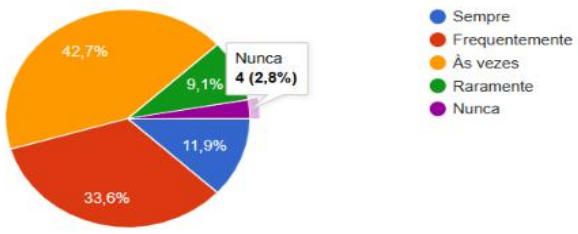


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

O resultado obtido indica uma percepção predominantemente intermediária a positiva quanto à quantidade de ações de inovação desenvolvidas pelo Instituto. Contudo, como apenas 7% atribuíram a nota 5, ainda há espaço para a ampliação dessas atividades.

Para a percepção das atividades de inovação, é importante considerar também a forma como essas ações são divulgadas. Nesse sentido, o Gráfico 6 apresenta a percepção dos respondentes sobre a adequação da divulgação dessas ações:

Gráfico 6- Da avaliação da divulgação das ações de inovação promovidas pelo IFMG



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Observa-se que 42,7% dos participantes responderam que as ações de inovação do IFMG são divulgadas adequadamente apenas às vezes, seguidos por 33,6% que responderam que são frequentemente bem divulgadas. Apenas 11,9% indicaram que as ações são sempre divulgadas adequadamente.

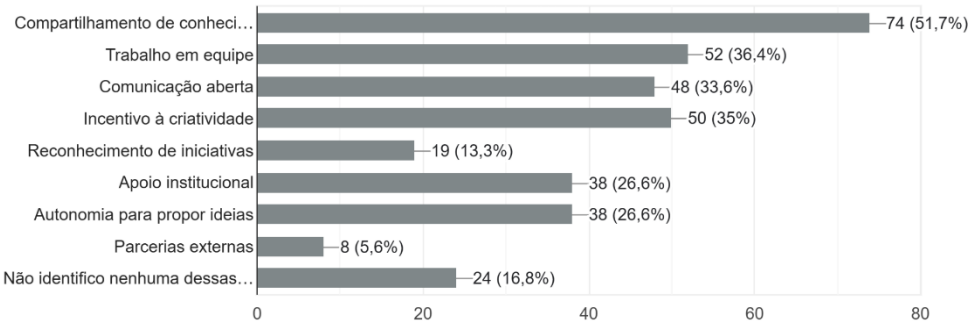
Outro aspecto analisado refere-se às características da cultura de inovação percebidas pelos participantes. Conforme apresentado no Gráfico 7, o compartilhamento de conhecimentos e o trabalho colaborativo foram os aspectos mais percebidos pelos respondentes, indicando percepções favoráveis quanto à troca de conhecimentos e ao trabalho em equipe no ambiente institucional**.**

4.3. RECONHECIMENTO DE INICIATIVAS, INCENTIVO À CRIATIVIDADE, APOIO INSTITUCIONAL, AUTONOMIA PARA PROPOR IDEIAS E INFRAESTRUTURA

Esta subseção apresenta os resultados referentes ao reconhecimento das iniciativas, ao incentivo à criatividade, ao apoio institucional, à autonomia para propor ideias e estrutura física disponibilizada, aspectos relacionados cultura de inovação no ambiente institucional.

Complementando a análise apresentada na subseção anterior, procurou-se identificar qual característica relacionada à cultura de inovação os participantes mais percebem no IFMG. 51,7% dos respondentes apontaram o compartilhamento de conhecimento e, em segundo lugar, 36,4%, indicaram o trabalho em equipe, enquanto 35% apontaram o incentivo à criatividade, conforme Gráfico 7:

Gráfico 7- Das características identificadas no ambiente do IFMG



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

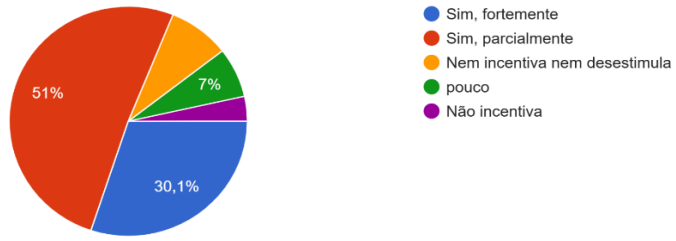
Em contrapartida, percebe-se que apenas 13,3% dos respondentes identificam o reconhecimento de iniciativas no Instituto, 5,6% identificam parcerias externas e 16,8%, representando 24 participantes, apontaram que não reconhecem nenhuma das iniciativas descritas.

Os resultados dialogam com Godoy e Peçanha (2009), que relacionam comunicação, colaboração, reconhecimento e criatividade à cultura de inovação. No contexto investigado, o

compartilhamento de conhecimentos foi a característica mais assinalada, enquanto reconhecimento de iniciativas e parcerias externas apresentaram menores percentuais. Este último aspecto também se relaciona à Tríplice Hélice, proposto por Etzkowitz e Leydesdorff (1995), que destaca a interação entre universidade, governo e empresas para o desenvolvimento da inovação.

Em continuidade à pergunta anterior, foi questionado aos respondentes se eles acreditam que o IFMG incentiva a criação de novas ideias. 51% dos respondentes concordaram parcialmente, enquanto 30,1% indicaram que o Instituto incentiva fortemente essas ações:

Gráfico 8- incentivo do IFMG na criação de novas ideias

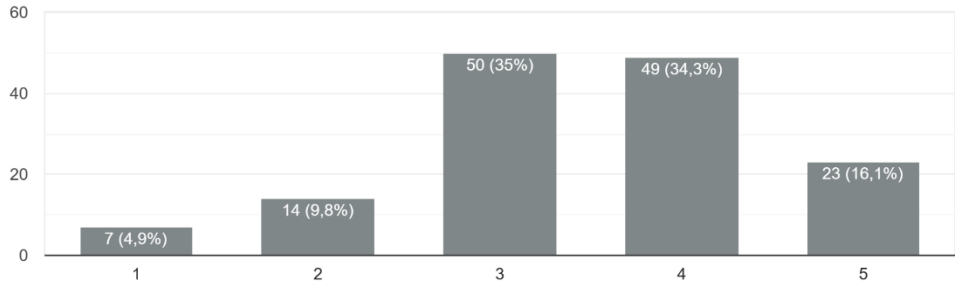


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

*Dados - Nem incentiva e nem desestimula: 8,4%. Não incentiva: 3,5%

Para o item compartilhamento de ideias, foi solicitado aos participantes que avaliassem, de 1 a 5, sendo 1 muito baixa e 5 muito alta, a abertura para o compartilhamento de ideias e conhecimentos. Os respondentes, em sua maioria, atribuíram notas 3 e 4, correspondendo a 35% e 34,3% respectivamente, enquanto 16,1% atribuíram nota 5, considerada muito alta.

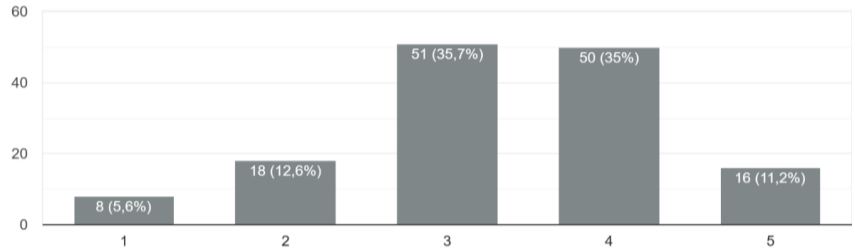
Gráfico 9- abertura para compartilhamento de ideias e conhecimentos no



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Em referência ao item de comunicação sobre projetos, ações e oportunidades relacionadas à inovação, em similaridade às respostas anteriores, 35,7% e 35% dos respondentes atribuíram notas 3 e 4 respectivamente, ao IFMG.

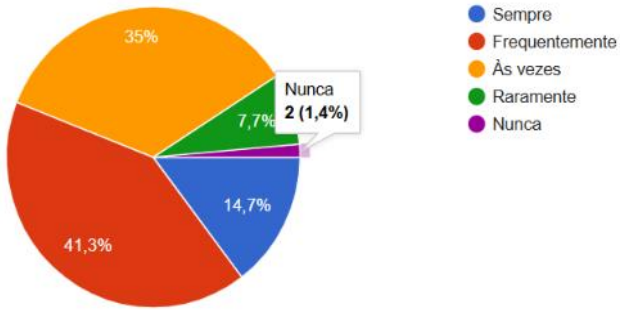
Gráfico 10- Comunicação institucional sobre projetos, ações e oportunidades



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Questionou-se ainda, os respondentes se consideram que o IFMG estimula a busca por soluções para problemas e desafios. Estes indicaram:

Gráfico 11- Do estímulo a busca por soluções para problemas e desafios, no IFMG



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Dos 143 respondentes, 41,3% responderam que o IFMG ‘frequentemente’ estimula a busca por soluções para problemas e desafios, e outros 35% apontaram que isso ocorre ‘às vezes’.

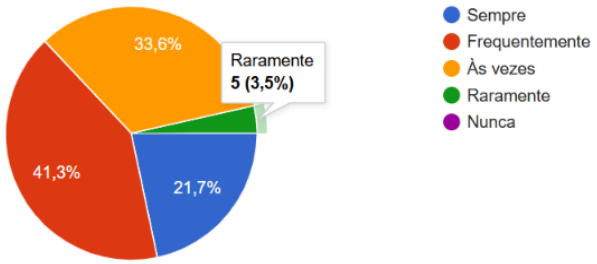
De modo geral, as respostas concentram-se em níveis intermediários, indicando possibilidades de aprimoramento do ambiente institucional para o fortalecimento da cultura de inovação.

Outro aspecto importante para a inovação e o fomento da cultura de inovação, além dos aspectos intangíveis da instituição, é a avaliação do seu ambiente físico.

Com relação ao ambiente físico, a maioria dos respondentes indicou que a infraestrutura do IFMG “sempre” e “frequentemente" favorece a criação, desenvolvimento e a aplicação de

novas ideias ou projetos, somando mais que 60%, enquanto “raramente” ficou em torno de 5% e “nunca” não foi assinalada.

Gráfico 12- Da infraestrutura para a criação, desenvolvimento e aplicação de novas ideias e projetos, no IFMG

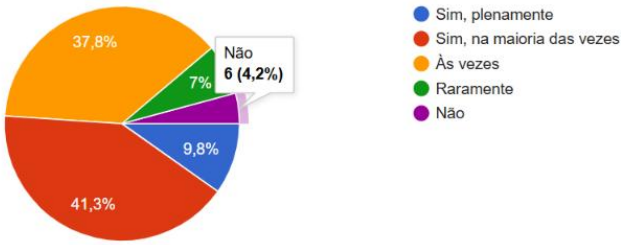


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Observa-se, no gráfico acima, que, apesar de a opção “nunca” também estar disponível, nenhum dos 143 respondentes a indicou. Esse resultado indica uma percepção de que a infraestrutura do Campus, em alguma medida, favorece o desenvolvimento de ideias e projetos inovadores.

Quanto à abertura para apresentar novas ideias, 41,3% afirmaram sentir-se à vontade na maioria das vezes e 37,8% somente às vezes, enquanto 11,2% responderam “raramente” ou “nunca”, conforme Gráfico a seguir:

Gráfico 13 - abertura para novas ideias

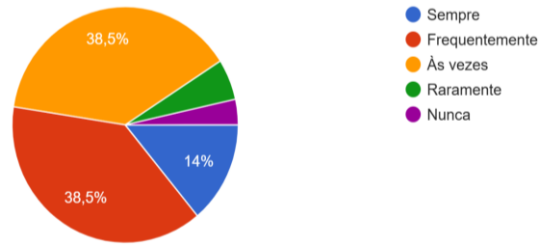


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Assim, os resultados indicam, portanto, que a maior parte dos respondentes demonstra algum nível de abertura para propor novas ideias.

Complementarmente, foi perguntado aos participantes se o IFMG reconhece iniciativas inovadoras que são propostas por alunos e servidores. 77% dos participantes apontaram que isso ocorre frequentemente ou às vezes.

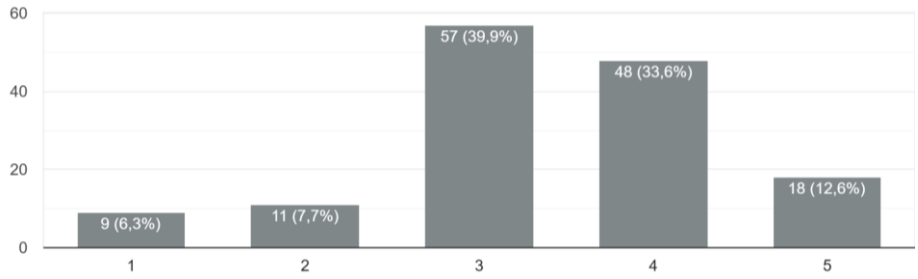
Gráfico 14- Do reconhecimento das iniciativas inovadoras desenvolvidas



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Em complementação ao Gráfico 14, foi solicitado que os participantes respondessem como avaliaram, em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito baixa e 5 muito alta, o apoio institucional para transformar as ideias em projetos ou em ações.

Gráfico 15- Percepção sobre o apoio institucional à inovação



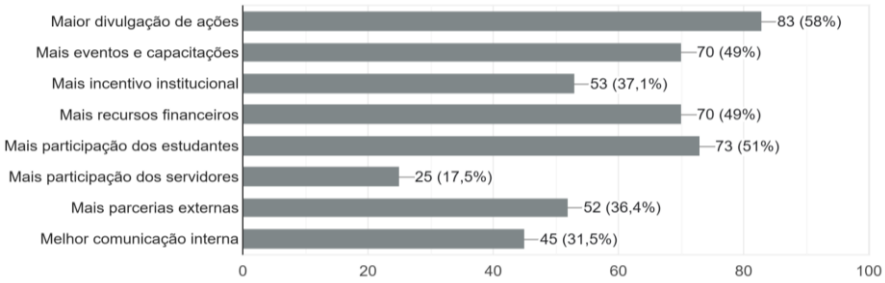
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

O IFMG manteve a resposta mediana observada nos itens anteriores, com nota 3 atribuída por 39,9% dos respondentes, enquanto 33,6% atribuíram nota 4.

Nesse aspecto, observa-se novamente uma concentração das respostas nas avaliações intermediária e positiva, indicando que há percepção de apoio institucional, embora ainda exista espaço para melhorias.

Em continuidade, entre os fatores que os participantes consideram mais necessários para fortalecer a inovação na instituição, 58% dos respondentes indicaram maior divulgação das ações promovidas, enquanto 51%, indicaram maior participação dos estudantes. Empatados com 49% cada, foram indicados mais eventos e capacitações e mais recursos financeiros.

Gráfico 16-Fatores críticos para o fortalecimento da inovação no IFMG



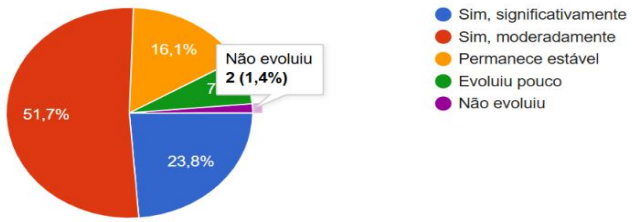
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Os itens mais assinalados foram a divulgação e participação dos estudantes. A relevância da comunicação encontra amparo em Silva *et al* (2013), que descreve a comunicação como um fator crucial para o sucesso da organização e atua de forma a contribuir para os resultados dos negócios desenvolvidos pela organização, como um agente humanizador das relações de trabalho e fortalece a identidade da organização junto ao seu público.

Os resultados reforçam, assim, a importância atribuída pelos próprios respondentes à ampliação da divulgação e da participação da comunidade acadêmica e atores externos, nas ações de inovação.

Relativo à evolução da inovação no IFMG percebida pela comunidade acadêmica, 51% dos respondentes apontaram que isto está ocorrendo moderadamente, enquanto 23,8% indicaram que está ocorrendo significativamente.

Gráfico 17- Percepção sobre a evolução da inovação no IFMG

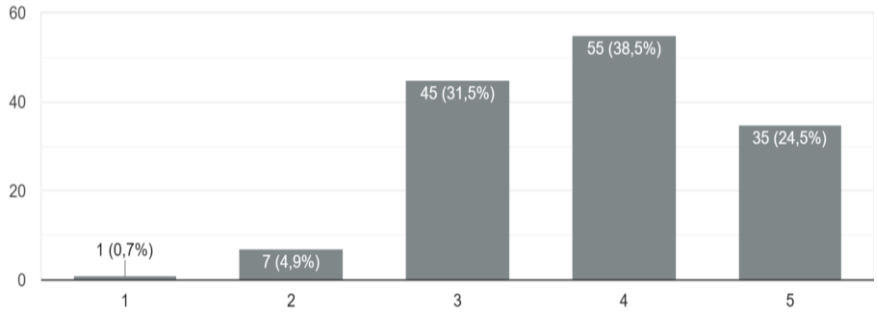


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Uma observação positiva é que apenas 1,4% indicaram que o Instituto não evoluiu em relação à inovação. De modo geral, portanto a percepção dos respondentes aponta para uma evolução da instituição em relação à inovação, ainda que predominantemente considerada moderada

Quanto à infraestrutura física, considerando os laboratórios, equipamentos, espaços para aprendizagem e outros recursos tecnológicos para o desenvolvimento das atividades que envolvem ações inovadoras, 38,5% dos respondentes atribuíram nota 4, em uma escala de 1 a 5, sendo 5 muito boa, e 31,5% atribuíram nota 3.

Gráfico 18-Percepção sobre a avaliação da infraestrutura do IFMG

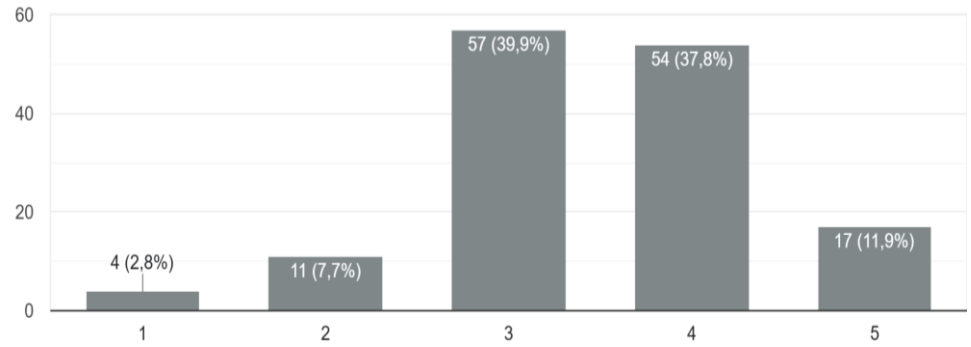


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

Importante observar que este foi, até o momento, o único aspecto em que a nota 4 foi a mais atribuída pelos respondentes. Em perguntas similares, o padrão observado foi a maior concentração na nota 3, seguido da nota 4. Esse resultado evidencia uma percepção relativamente positiva quanto à infraestrutura física disponível para o desenvolvimento de ações inovadoras.

Fechando as questões de múltiplas escolhas, escala linear e caixa de seleção, foi perguntado aos respondentes se eles consideram o IFMG um ambiente de incentivo e favorável à inovação. 39,9% atribuíram nota 3 para ao Instituto nesse quesito, enquanto outros 37,8% atribuíram nota 4.

Gráfico 19- Incentivo e ambiente favorável à inovação do IFMG



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

4.4. SUGESTÕES E OBSERVAÇÕES DA COMUNIDADE ACADÊMICA SOBRE A INOVAÇÃO

Para o eixo de sugestões e observações, foi perguntado aos participantes se tinham alguma sugestão de melhoria, crítica construtiva ou observação que considerassem relevante sobre as ações e a cultura de inovação no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, 44 dos 143 participantes registraram respostas. As manifestações de caráter similar forma agrupadas para facilitar a análise.

No que se refere à divulgação e comunicação, um dos pontos que mais recebeu observações dos participantes foi relacionado à divulgação e comunicação realizada pelo IFMG. Alguns participantes relataram que determinadas atividades desenvolvidas no Instituto não chegam ao seu conhecimento, enquanto outros sugeriram a utilização de diferentes canais para a divulgação das ações.

Um dos respondentes sugeriu a utilização de cartazes e uma maior divulgação em sala de aula, enquanto outro apontou a necessidade de que a divulgação seja realizada de forma a alcançar também aqueles que possuem pouco contato com redes sociais, conforme apresentado no quadro abaixo:

Quadro 2 - Exemplos de respostas dos participantes sobre comunicação

	Há alguma sugestão de melhoria, crítica construtiva ou observação que considere relevante sobre as ações e a cultura de inovação no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves?
1	*"Comunicação, fomento e abertura para todos os servidores e alunos proporem projetos nos três pilares institucionais bem como serem reconhecidos como responsáveis pelos mesmos."*
2	*"Tem que melhorar na comunicação, ocorre muita coisa no if mas geralmente não chega aos ouvidos dos alunos. Um maior incentivo no marketing eu enxergo como primordial"*
3	*"Como minhas aulas são online, precisávamos de uma divulgação mais interessante e inovadora, capaz de atrair cliques e despertar a curiosidade sobre o que está acontecendo."*
4	*"Maior divulgação de modo em geral(...)"*
5	*"Sobre os projetos de pesquisa que descobrem novas invenções, deve-se ter uma maior divulgação."*
6	*"Realizar mais divulgações pois muitas vezes é enviado uma única mensagem em grupo de whatsapp sendo que passar nas salas ou pregar cartazes seria muito mais eficiente para divulgar projetos."*
7	*"Maior divulgação e engajamento comunitário e do poder público."*
8	*"Melhorar a comunicação de eventos e ações para os entudantes e servidores, criando um canal de acesso mais simples e eficaz."*
9	*"O ifmg vem cada vez mais se destacando em suas propostas, acredito que a divulgação deve acontecer de forma mais intensa para além das redes sociais, a fim de que toda a comunidade tenha acesso, até mesmo aqueles menos conectados."*

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2026).

As manifestações dos participantes não limitaram-se à necessidade de ampliar a divulgação, mas também abordaram a forma como essa comunicação é realizada. Um dos respondentes, que informou estudar na modalidade EaD, destacou que a comunicação deveria, além de ser realizada, ser capaz de atrair a atenção e despertar o interesse daqueles que a recebem.

Esses resultados encontram-se em consonância com pesquisa anterior realizada no contexto do IFMG. Conforme apresentado por Tomaz e Santos (2025), no estudo "Colaboração entre IFMG e os atores sociais: Possibilidades e desafios", publicado no livro IFMG extramuros, Educação, Tecnologias e Gestão, Volume 5, nas páginas 68-69, durante workshop realizado com atores locais, servidores do IFMG, alunos do curso de Bacharelado em Administração e do curso de Tecnologia em Processos Gerenciais, em que foram apresentadas demandas relacionadas à maior divulgação de vagas, à ampliação da publicidade dos cursos ofertados à população e à infraestrutura do *Campus*, incluindo a necessidade de espaços para colaboração e troca de ideias.

Outro aspecto indicado pelos respondentes, no que tange ao incentivo, trabalho em equipe e melhor aproveitamento dos recursos, foi a necessidade de incentivo à realização de atividades de inovação, trabalho em equipe e interação entre os participantes, além do melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves.

Um dos respondentes destacou:

> Integram o acesso da Infraestrutura a oportunidades e incentivo aos estudantes. Melhorar a divulgação em sala de aula, espaços coletivos e priorizar as relações humanas estimulando os discentes, os servidores, o NAE, os docentes a trabalhar melhor as capacidades comportamentais - obtenção de softskills. Há [sic] estrutura é subaproveitada por falta de interação humana. [Participante da pesquisa (2026)]

A manifestação apresentada relaciona a infraestrutura disponível no Instituto às oportunidades e aos incentivos destinados aos estudantes. O respondente também destaca a importância de espaços coletivos para favorecer as relações humanas e estimular estudantes, servidores, docentes e setores da instituição a trabalharem em equipe, contribuindo para o desenvolvimento de habilidades sociais e comportamentais. Nesse sentido, a resposta também aponta para a percepção de que a estrutura física disponível poderia ser mais bem aproveitada.

Outro participante complementa, *"Estrutura muito boa do IFMG que precisa ser mais bem aproveitada com eventos e mini cursos e interatividade dos alunos"*, esse apontamento também se apresenta na manifestação de outro participante, *"A infraestrutura permite desenvolvimento mas a logística do ensino superior não permite possibilidade de utilização"*. as

respostas apresentadas indicam que alguns participantes reconhecem o potencial da infraestrutura disponível no Instituto, mas também percebem possibilidades de ampliar sua utilização.

Por outro lado, alguns respondentes apresentaram apontamentos relacionados a aspectos que, em sua percepção, poderiam ser objeto de adequações, ajustes e melhorias. Um deles relatou:

> Que os responsável por cada projeto estejam realmente presentes em cada etapa e dando assistência aos estudantes pois ao participar do planeta eu não tive uma experiência muito boa o que fez eu desanimar de participar. [Participante da pesquisa (2026)]

Outro participante destaca:

> O Campus constantemente tende a ignorar o discentes da graduação, tem poucos ou nenhum incentivo de inovação. Incentivos a projetos de extensão que nada tem a haver [sic] com o que é estudado, priorizando quase unicamente as inovações e implementações aos alunos do ensino médio e técnico, que possuem mais opções de projetos. [Participante da pesquisa (2026)]

Como pode ser observado, os apontamentos apresentados estão relacionados à assistência aos participantes durante os projetos, ao incentivo às ações de inovação voltadas aos estudantes da graduação e à percepção de possível dissociação entre alguns projetos de extensão e os conteúdos estudados pelos estudantes.

Entre as respostas ao questionário, um dos pontos levantados pelos participantes foram sugestões de projetos, atividades e ações que poderiam contribuir para o fortalecimento da cultura de inovação do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves.

Entre as sugestões apresentadas, foi indicada a identificação de problemas do arranjo produtivo local e envolver as equipes de alunos e servidores para a elaboração de propostas de solução. Em consonância com essa sugestão, outro participante apontou *"(...) a busca por maiores investimentos, parcerias externas e participação de todos os servidores nos projetos e oportunidades"*.

Essa sugestão apresenta relação com os resultados da pesquisa citada no 4.5.1, "Colaboração entre IFMG e os atores sociais: Possibilidades e desafios", publicada no livro IFMG extramuros, Educação, Tecnologias e Gestão, Volume 5, páginas 68-69 (Tomaz; Santos, 2025). Entre as demandas apresentadas pelos participantes do Workshop realizado no âmbito do estudo, destacaram-se:

> (...) mentorias que possibilitem a criação de ideias e insights para propor soluções para problemas regionais; alinhamento dos problemas da região com as suas necessidades; definir diretrizes e foco para melhorar os resultados e envolver a comunidade; parcerias

> de capacitação para servidores e colaboradores dos setores e empresas da região(...). [Participante da pesquisa (2026)]

Nesse sentido, observa-se uma aproximação entre as sugestões apresentadas pelos membros da comunidade acadêmica na presente pesquisa e as demandas identificadas anteriormente junto aos atores locais.

Enquanto os respondentes desta pesquisa sugerem a identificação de problemas do arranjo produtivo local e a formação de equipes de alunos e servidores para a elaboração das soluções, o estudo anterior também apontou a necessidade de aproximar as demandas da região nas ações desenvolvidas no Instituto, bem como de estabelecer parcerias e envolver a comunidade. Essa aproximação indica que a interação do IFMG com a sua circunvizinhança, o desenvolvimento de ações voltadas à identificação e à solução de problemas regionais, constitui uma possibilidade de fortalecimento das suas ações de inovação.

Outras sugestões apresentadas pelos respondentes, referem-se à realização de pesquisas mais amplas no campo de estudo da administração; à implantação de novos cursos de graduação; à criação de plataforma para registro e repositório de ações de capacitação de inovação, com o envolvimento de toda a comunidade acadêmica; a melhorias na intuitividade do site institucional; à realização de mais visitas técnicas e à criação de programas de incentivo social com bolsa financeira aos estudantes.

De modo geral, as sugestões apresentadas abrangem diferentes dimensões da atuação institucional, como o ensino, pesquisa, extensão, articulação com atores externos e comunicação. Dessa forma, as sugestões dos participantes não somente apontam ações que poderiam ser desenvolvidas, mas também evidenciam aspectos que, na percepção dos respondentes, apresentam oportunidade de aprimoramento e adequação da cultura de inovação no *Campus*.

Entre os entraves para o fortalecimento da cultura de inovação identificados pelos participantes, foram apontadas questões relacionadas ao desenvolvimento de métodos capazes de despertar o interesse dos estudantes e estimular sua participação nas ações de inovação; às limitações financeiras; à necessidade de promover atividades que envolvam os alunos de forma mais abrangente; e à identificação dos problemas antes da elaboração de soluções, de modo que as propostas desenvolvidas estejam relacionadas às necessidades identificadas.

Além dos pontos citados, um dos respondentes indicou que uma ação importante para estimular a prática de inovação no *Campus* seria:

> Acredito que uma ação importante para o incentivo de prática inovadoras no campus seja a equalização do número aulas/professor com foco para que a divisão do tempo entre 1. atividades de ensino, 2 atividades administrativas e 3. atividades de pesquisa e extensão possam ter realmente uma dedicação de 1/3 do tempo do trabalho do servidor para cada uma delas. [Participante da pesquisa (2026)]

A manifestação relaciona o desenvolvimento de ações de inovação e a organização e à distribuição do tempo destinado às diferentes atividades desempenhadas pelos servidores, destacando a necessidade de conciliar as atividades de ensino, administrativas, pesquisa e extensão.

Outro participante considera importante:

> Considero importante fortalecer cada vez mais a cultura de inovação no Campus Ribeirão das Neves, ampliando a divulgação das ações existentes e criando oportunidades para maior participação de servidores e estudantes. Também seria interessante incentivar a aproximação entre ensino, pesquisa, extensão e os setores administrativos, reconhecendo que a inovação não se limita ao desenvolvimento tecnológico, mas também envolve a melhoria de processos, a busca por soluções para problemas institucionais e a criação de novas formas de atender às demandas da comunidade. [Participante da pesquisa (2026)]

Nesse caso, o respondente destaca como os aspectos relacionados ao fortalecimento da inovação a ampliação da participação de servidores, estudantes, a aproximação entre ensino, pesquisa e extensão e setores administrativos e uma compreensão mais abrangente da inovação, que também contemple a melhoria de processos e a busca por soluções para as demandas da Instituição e da comunidade.

Outro participante destacou:

> Apesar de ser importante a participação dos alunos na inovação, acredito que é necessário tomar medidas em relação a questões como disciplina e organização, pois adolescentes, são adolescentes, mesmo em um ambiente propenso a inovações. Além disso, uma forma mais clara de ver quais são todos os projetos e coletivos que existem aqui ajudaria na comunicação em relação a esses elementos importantes. [Participante da pesquisa (2026)]

A resposta aponta para questões relacionadas à organização e à participação dos estudantes, além de retomar a necessidade de comunicação mais efetiva sobre os projetos e coletivos existentes no *Campus*.

De modo geral, os entraves apontados concentram-se no engajamento da comunidade acadêmica, integração entre setores, comunicação das ações de inovação e organização das atividades. Esses aspectos também apareceram nas questões anteriores, reforçando a percepção de que ainda podem ser aprimorados para fortalecer a cultura de inovação no IFMG.

Por fim, um dos participantes apontou que a inovação não avançará *"(...) enquanto confinar enraizada a morosidade institucional e individualidade de cada setor acadêmico."* A manifestação introduz ainda uma percepção relacionada à morosidade institucional e à atuação individualizada dos setores como possíveis fatores que dificultariam o avanço das ações de inovação. Nesse sentido, a resposta reforça a importância da articulação e da atuação integrada entre os diferentes setores da instituição para o desenvolvimento de iniciativas de inovação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou compreender como a comunidade acadêmica do IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves percebe as ações de inovação desenvolvidas pela instituição. Por meio de um questionário com 25 questões, analisou-se o conhecimento e a participação nessas ações, aspectos da cultura de inovação e os principais pontos positivos, desafios e oportunidades de melhoria.

Quanto à comunicação e ao compartilhamento de conhecimentos, os resultados indicaram que o compartilhamento se destaca entre as características percebidas no ambiente institucional. Em contrapartida, a comunicação e a divulgação das ações de inovação aparecem recorrentemente como passíveis de aprimoramento, tanto nas questões fechadas quanto nas respostas discursivas.

No que se refere ao trabalho colaborativo, as respostas dos participantes demonstraram sua presença na percepção da comunidade acadêmica, embora entre as manifestações apresentadas também apontem oportunidades relacionadas ao fortalecimento da integração entre setores e membros da comunidade acadêmica.

Em relação ao reconhecimento de iniciativas, os resultados indicaram que os servidores e alunos o percebem frequentemente ou às vezes.

Quanto ao incentivo à criatividade, as respostas apresentadas apontaram sua presença no ambiente institucional. Entretanto, os resultados também indicaram possibilidades de aprimoramento das condições que favorecem a criação e desenvolvimento de novas ideias.

No que diz respeito ao apoio institucional, as avaliações concentram-se principalmente em níveis intermediários e positivos, indicando uma percepção favorável, mas também espaço para melhorias no suporte para a transformação de ideias em projetos ou ações de inovação.

Em relação à autonomia para propor ideias, entre as respostas apresentadas predominou algum nível de abertura entre os participantes, embora parte dos respondentes indicou que se sentem à vontade na maioria das vezes e outros somente às vezes. Os resultados sugerem,

portanto, a existência de abertura institucional, acompanhada de oportunidades para seu aprimoramento.

Quanto às sugestões da comunidade acadêmica, as manifestações concentram-se em aspectos relacionados à comunicação e divulgação, integração entre os setores, participação de estudantes e servidores, formação de parcerias externas, melhor aproveitamento da infraestrutura e desenvolvimento de iniciativas voltadas às demandas do IFMG e de sua circunvizinhança.

De modo geral, os resultados demonstram a presença de aspectos relacionados à cultura de inovação no IFMG - *Campus* Ribeirão das Neves, ao mesmo tempo em que evidenciam oportunidades de aprimoramento das ações desenvolvidas. Nesse sentido, os resultados podem contribuir para o estudo sobre as práticas institucionais e para o fortalecimento de iniciativas voltadas à inovação no Campus.

Ressalta-se que os resultados refletem as percepções dos participantes da pesquisa, considerando a composição da amostra e a adesão voluntária ao questionário, não sendo possível afirmar que representam integralmente a percepção de toda a comunidade acadêmica.

Por fim, recomenda-se que a pesquisa seja reaplicada futuramente, preferencialmente após um intervalo de dois a três anos, a fim de verificar possíveis mudanças na percepção da comunidade acadêmica e identificar avanços e aspectos que ainda demandam aprimoramento. Dessa forma, o estudo poderá contribuir para o acompanhamento das ações de inovação e para a identificação contínua de oportunidades de fortalecimento da cultura de inovação no IFMG - Campus Ribeirão das Neves.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Wemilly Marcia Pereira de et al. **Cultura de inovação: estudo dos fatores que promovem a inovação na unidade acadêmica Facap da UFR**. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v. 15, n. 3, p. 208–228, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2024.003.0001, Acesso em 18/05/2026.

AUDY, Jorge Luis Nicolas. **Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora.** In: MOROSINI, Marilia (org.). A universidade no Brasil: concepções e modelos. 2. ed. Brasília, DF: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2011. p. 265–274.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. **Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências.** Brasília, DF: Presidência da República, 2008.

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm. Acesso em 21/05/2026.

BRASIL. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. **Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências**. Brasília, DF: Presidência da República, 2004. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm. Acesso em: 29/05/2026.

BRAVO-IBARRA, Edna R.; HERRERA, Liliana. **Capacidad de innovación y configuración de recursos organizativos.** *Intangible Capital*, v. 5, n. 3, p. 301–320, 2009. Disponível em: https://doi.org/10.3926/ic.2009.v5n3.p301-320. Acesso em: 06/06/2026.

CHESBROUGH, Henry. **Open innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation.** In: CHESBROUGH, Henry; VANHAVERBEKE, Wim; WEST, Joel (ed.). Open innovation: researching a new paradigm. Oxford: Oxford University Press, 2006. p. 1–12. Disponível em: https://doi.org/10.1093/oso/9780199290727.003.0001. Acesso em: 10/06/2026.

CHESBROUGH, Henry et al. **Open innovation**. Boston: Harvard business school press, 2003.

DA SILVA MOTA, Janine. **Utilização do Google Forms na pesquisa acadêmica.** *Humanidades & Inovação*, v. 6, n. 12, p. 371–373, 2019.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Drucker: o homem que inventou a administração.** Tradução de Alessandra Mussi Araújo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet. **The triple helix: university-industry-government relations: a laboratory for knowledge-based economic development.** EASST Review, v. 14, n. 1, p. 14–19, 1995. Disponível em: https://www.leydesdorff.net/th1/index.htm. Acesso em: 12 out. 2026.

FONTELLES, Mauro José et al. **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa**. *Revista Paraense de Medicina*, Belém, v. 23, n. 3, p. 1–8, 2009. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3049277/mod_resource/content/1/DIRETRIZES%20PARA%20A%20ELABORA%C3%87%C3%83O%20DE%20UM%20PROJ%20PESQUISA.pdf. Acesso em: 25/06/2026

GODOY, Renata Semensato Pereira de; PEÇANHA, Dóris Lieth Nunes. **Cultura organizacional e processos de inovação: um estudo psicossociológico em uma empresa de base tecnológica.** *Boletim Academia Paulista de Psicologia*, São Paulo, v. 29, n. 1, p. 142–163, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LU, Yi Chieh; MATUI, Natália; GRACIOSO, Luciana. **Definição da inovação no âmbito da pesquisa brasileira: uma análise semântica.** *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, Campinas, v. 17, e019023, 2019. Disponível em:

https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8654703. Acesso em: 04/07/2026.

MACHADO, Denise Del Prá Netto; GOMES, Giancarlo; TRENTIN, Graziele Ninbla Scussiato; SILVA, Aletéia. **Cultura de inovação: elementos da cultura que facilitam a criação de um ambiente inovador.** *RAI – Revista de Administração e Inovação*, v. 10, n. 4, p. 164–182, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.5773/rai.v10i4.978. Acesso em: 07/06/2026.

OECD; EUROSTAT. **Oslo manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation.** 4. ed. Paris: OECD Publishing, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1787/9789264304604-en. Acesso em: 08/08/2026

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. ISBN 978-85-7717-158-3.

RAU, Renata Maria Oliveira Bezerra; DO VALLE ,Rafaella Simonetti do; CAMARA, Maria Amália Arruda. O papel da universidade empreendedora na tríplice hélice. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 31., 2021. *Anais [...]*. Evento on-line, 17–18 maio 2021. Disponível em: https://anpad.com.br/uploads/articles/112/approved/e836d813fd184325132fca8edcdfb40e.pdf. Acesso em: 25/06/2026.

SERRA, M.; Rolim, C.; BASTOS, A. P. **Universidades e desenvolvimento regional: as bases para a inovação competitiva.** Rio de Janeiro: Ideia D, 2018.

SILVA, Elaine da. **Análise de políticas públicas brasileiras em ciência, tecnologia e inovação com foco na cultura de inovação e atuação integrada de agentes do sistema de inovação.** *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, v. 17, e019019, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.20396/rdbci.v17i0.8654693. Acesso em 12/07/2026

SILVA, Anna F. F. da et al. **Comunicação interna em instituição de ensino superior: desafios e propostas para o século XXI.** In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 16., 2012. *Anais [...]*. [S. l.: s. n.], 2012.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Os Economistas).

TOMAZ, Paulo Aparecido; SANTOS, Maísa das Graças dos. **Colaboração entre IFMG e os atores sociais: possibilidades e desafios.** In: RODRIGUES, Ana Paula da Silva; ANANIAS, Sandro Patrício de; FURLETTI, Saulo (org.). *IFMG extramuros: educação, tecnologias e gestão*. Belo Horizonte: Editora IFMG, 2025. v. 5, p. 51–79.