

CONCEITO DE INOVAÇÃO - UMA PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DA FEI

FRANCISCA IEDA DE OLIVEIRA MEDEIROS

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL INACIANA PE SABÓIA DE MEDEIROS (FEI)

EDSON COUTINHO DA SILVA

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL INACIANA PE SABÓIA DE MEDEIROS (FEI)

CONCEITO DE INOVAÇÃO – UMA PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DA FEI

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a inovação vem sendo vista como essencial para a sobrevivência das empresas em um cenário permeado pela competitividade e focado em métodos ágeis que gerem maior produtividade. Em pesquisa recente a Agência de Desenvolvimento Paulista – Desenvolve SP (2019), publicou que 61,4% dos empreendedores e startups tem como principal investimento a inovação, isso demonstra o quanto o assunto vem ganhando espaço e o quão importante este conceito se tornou para o mercado.

A inovação trata-se de visualizar soluções para os clientes e otimizar os processos das organizações, como forma de melhorar a reputação da empresa, aumentar sua vantagem competitiva, ou mesmo seu lucro e retorno sobre investimentos (FRY, 2012). Neste cenário surge então, o papel das instituições de ensino que ficam incumbidas de fornecer o material necessário para a formação de profissionais, que devem estar alinhados a necessidade dos mercados e prontos para as mudanças que acontecem cada vez com mais frequência.

Deste modo o presente estudo se justifica pela busca de uma melhor compreensão do conceito de inovação, dado o constante estímulo realizado pelo mercado de trabalho e pelas instituições de ensino na busca por demonstrar a importância do conceito e as diversas formas de empregá-lo no dia a dia. Assim buscou-se explorar como os demais estudantes de graduação do Centro Universitário FEI – diversos cursos – compreendem a inovação e quais competências eles consideram como primordiais para sua formação enquanto profissionais inovadores. Criando-se a seguinte problemática: Qual a percepção dos estudantes da FEI acerca do conceito de inovação? Por meio da qual será possível expor a visão dos estudantes em relação à inovação, de modo revelar *gaps* e pontos de atenção no que diz respeito a formação e busca por capacitação em relação a este tema, além de elencar as características consideradas necessárias para um profissional inovador.

A estrutura do trabalho apresenta inicialmente uma breve introdução da concepção de inovação e algumas estratégias adotadas pelas organizações neste processo, seguido do perfil dos profissionais almejados pelo mercado atual e alguns planos de ação adotados pelas instituições de ensino superior tidos como ideais pelos autores referenciados no que diz respeito a geração de profissionais inovadores.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Conceito de Inovação

A palavra inovação normalmente atribuída a processos tecnológicos, e metodologias ágeis, é bem mais do que apenas a criação de robôs e brainstormings barulhentos. De forma bastante objetiva a ABGI – *accelerating Innovation* define inovação como a exploração com sucesso de novas ideias. Pinheiro (2010) atribui valor a esta definição ao afirmar que inovação é tudo aquilo que de alguma forma gera um impacto significativo na vida das pessoas.

Peter Drucker (2014), considerado o pai da administração, classifica inovação como sendo a busca por novas formas de se produzir riqueza. Assim é possível perceber como ponto de intersecção que inovação é toda ideia nova ou complementar a determinado item (processo ou produto) que agrega valor, facilita processos cotidianos e que gera resultados financeiros. Definição essa bem mais simples e completa do que a que comumente disseminada. Vale destacar que inovação é diferente de invenção. Uma vez que a invenção é algo que pode ser gerado, mas permanecer desconhecido a potenciais clientes (INNOSKILLS,

2015). Com isso pode-se entender que inovação está diretamente ligada a possibilidade de comercialização.

2.1.1 Estratégias de inovação

Não há como colocar a inovação em moldes pré-definidos, uma vez que cada organização possui suas particularidades. Tais como cultura, segmento, *budget* destinado ao processo, dentre outros. Sendo assim a inovação pode ser entendida como um sistema flexível e adaptável as demandas da empresa, variando de acordo com o objetivo pretendido. (POPA; PREDA; BOLDEA, 2010). No entanto pode-se apontar quatro estratégias básicas, citadas pela consultoria Booz Allen & Hamilton (2008) - pioneirismo no mercado, MVP (*Minimum Viable Product*), iniciar a inovação a partir de solicitações do cliente e seguir a tendência das empresas líderes – a pesquisa buscou compreender as melhores práticas de inovação comumente utilizadas pelas organizações para nortearem seu foco. E possibilita perceber que o processo de inovação se trata de uma contínua busca pela resolução de problemas, sejam eles uma demanda do cliente ou mesmo do mercado. Trata-se de tanger a geração de novas ideias para que de algum modo possam impactar e alterar velhos hábitos (FRY, 2012).

2.1.2 Tipos de Inovação

Após definir a melhor estratégia ao qual a organização se encaixa, é importante ter clareza sobre qual o tipo de inovação será implementado. Com base no Manual de Oslo (2008), pode-se explorar quatro grupos de inovação, que estão divididos de acordo com o aspecto do negócio ao qual geram impacto – inovação de produtos (bens ou serviços), inovação em processos, inovação organizacional e inovação em marketing - esses grupos estão diretamente relacionados ao cliente, a proposta de valor da organização e aos processos realizados por ela.

Determinado em qual campo do negócio será realizada, faz-se necessário identificar a intensidade dessa inovação. Ou seja, esse processo será iniciado do zero? (Inovação radical) Ou será complementar a um produto/serviço já existente? (Inovação incremental) É fundamental entender a abrangência dessa inovação como forma de planejar os próximos passos.

É preciso ainda definir se a inovação terá participação externa ou será realizada apenas internamente. Neste ponto existe uma grande dúvida quanto ao melhor método a ser utilizado, uma vez que a inovação aberta pode propiciar uma visão mais completa e alinhada as demandas do mercado. Entretanto, tal processo impõe mais risco, dado que está sendo realizado de forma colaborativa, o que pode resultar no vazamento de informações confidenciais. Já a inovação fechada é vista de forma mais segura, contudo pode gerar uma visão falha ou incompleta de mercado, convertendo-se em um produto ou serviço não tão alinhado as necessidades do consumidor (HARGER; JUNIOR; ROSSI 2017). Cabe a cada organização compreender seu apetite ao risco e escolher a melhor opção que atenda a sua necessidade.

2.2 Profissionais da área

O perfil de um bom profissional hoje é muito diferente do valorizado a dez anos atrás. Constantemente as empresas buscam por novas formas de pensar e profissionais cada vez mais inovadores. Selecionar o candidato perfeito se torna um desafio. Uma escolha errada pode desencadear um aumento nos custos, atraso nas entregas, dentre outros. Por isso a procura por ferramentas e inteligências artificiais que tornem o processo mais seguro e assertivo é cada vez

maior (ARGUE, 2015). Mas então que perfil é esse? Quem é esse profissional ao qual as empresas tanto depositam suas expectativas?

Para traçar o perfil desses profissionais tomou-se como exemplo a fala de Fabio Coelho, CEO da Google no Brasil – segunda empresa mais inovadora do mundo de acordo com a Boston Consulting Group (2018) – em sua entrevista para a Revista Veja (2017).

Qual a característica mais importante que você procura em um profissional? Mais importante do que ter um ótimo currículo é ter curiosidade, saber trabalhar em equipe e entender que nosso papel aqui é um eterno aprender. Aqui queremos pessoas alinhadas com a nossa visão de mudar o mundo, que significa entender que nós estamos aqui para servir à sociedade e criar um ambiente colaborativo, onde o Google ganha, as empresas ganham e quem trabalha aqui ganha também. Não é uma equação fácil de ser mantida de pé. Exige que as pessoas todos os dias se revigorem, se renovem, aprendam e desaprendam um monte de coisas. Porque o que funcionava bem anteontem pode não funcionar amanhã. (COELHO, 2017)

Na fala de Fabio Coelho (2017), podem-se perceber algumas características básicas encontradas em profissionais considerados inovadores. Um dos principais aspectos que se sobrepõe até mesmo a conhecimentos técnicos é a curiosidade, pois a competência de fazer boas perguntas estimulam novas maneiras de pensar ampliando a capacidade de associação entre diferentes disciplinas, o que consequentemente gera melhores resultados. (DYER; GREGERSEN; CHRISTENSE, 2018).

Trabalho em equipe é outro importante traço, pois se trata de uma forma de explorar novas visões. Ouvir a percepção de profissionais com o *background* diferente pode ser uma interessante ferramenta para a produção de *insights* de novas ideias. (FAY et al., 2014)

Um ponto também citado na fala de Fabio (2017) é a necessidade de observar e compreender o momento presente. A sociedade encontra-se em constante mudança, o que faz com que as demandas de clientes, produtos, serviços e tecnologias se renovem diariamente. Por isso é de extrema importância que o profissional esteja “antenado” aos acontecimentos dentro e fora da organização, assim como a criação de novas tecnologias. (CASEY, 2017)

Por fim mais não menos importante a capacidade de experimentação e a criatividade também são fatores considerados primordiais. É necessário estar em uma constante busca por desafios, e não ter medo de testar hipóteses ou pôr a prova velhos hábitos. Pois conforme mencionado por Fabio Coelho (2017) o que funcionava bem anteontem pode não funcionar amanhã.

2.3 Instituições de Ensino Superior

2.3.1 Processo Seletivo - Vestibular

Como referência tomou-se o processo seletivo da Universidade de Stanford que está em primeiro lugar no ranking anual das Universidades mais inovadoras do Mundo (REUTERS, 2018). Para ingressar na instituição de ensino são considerados diversos aspectos além da nota do vestibular, como trabalhos voluntários, desenvolvimento de projetos e até mesmo a prática de esportes. A universidade busca entender como aquele candidato a aluno está inserido no mundo em que vive. (MOTA, 2017). Essa é uma prática que indiretamente estimula os jovens a busca pela inovação é uma forma de encorajar o pensamento associativo (característica presente em profissionais inovadores): Como poderei me preparar e me desenvolver para ingressar na faculdade que desejo? Quais projetos preciso realizar de forma que agreguem valor a esse processo seletivo? Diferentemente das universidades brasileiras que de modo geral consideram apenas a nota do vestibular. O que estimula os futuros calouros a seguirem um mesmo padrão de pensamentos e ações em busca do objeto pretendido. Trata-se de um estímulo a capacidade de decorar e não ao raciocínio de busca pela invenção. (MOTA, 2017).

2.3.2 Infraestrutura

Na busca pela inovação as instituições de ensino superior devem ter como foco o acolhimento, propondo um universo comum a estudantes, gestores e comunidade. A infraestrutura deve ser aberta e multifuncional, saindo do ambiente fechado das salas de aula tradicionais, na tentativa de incentivar a criatividade e experimentação. (MORAN, 2007). Uma relação mais próxima com o “mundo real” é fundamental, como forma de fazer com que os estudantes conheçam as verdadeiras necessidades encontradas na sociedade, e a partir daí possam ter novas ideias. Por isso a importância da interação em novos lugares, como - museus, praças, centros culturais etc., a fim de demonstrar que existem formas diferentes de realizar as mesmas coisas. Essa é uma maneira de provar que os caminhos para educação e inovação estão muito além dos muros das universidades (BREMER, 2015).

2.3.3 Grade curricular

Na busca pela inovação a grade curricular deve ter como principal objetivo a interação entre diversas áreas, como forma de possibilitar ao estudante uma visão mais holística. Dando-lhe a oportunidade de realizar diferentes conexões entre disciplinas distintas. É importante que haja um certo grau de flexibilidade na escolha das disciplinas. De modo a permitir que o estudante personalize sua grade curricular e adéque-a a suas expectativas e estilo de aprendizagem. Além disso faz-se necessário uma movimentação entre conteúdo online e presenciais de forma que o estudante possa entender o que melhor se adapta a ele, além de facilitar o aprendizado, tornando-disponível a qualquer hora e em qualquer lugar. (MORAN, 2007)

No que diz respeito ao conteúdo programático é importante que o currículo escolar dê ênfase a competências mais cognitivas. Explorando e desenvolvendo o modo do estudante pensar, trabalhar, aprender e o modo como ele se enxerga no mundo atual. Essas competências possibilitam uma melhor leitura de cenário, e fazem com que o estudante desenvolva uma visão mais crítica e analítica dos ambientes que frequenta, passando a examinar e questionar os padrões que lhe são impostos, conseqüentemente propondo novas ideias. (INNOVEEDU,2015)

2.3.4 Professores e Métodos de Ensino

Os professores possuem o papel de mediadores e não mais de detentores do conhecimento. São eles os responsáveis por orientar e auxiliar aos estudantes a traçarem o caminho que melhor se encaixa a seu dia a dia e ao seu perfil na busca pelo aprendizado. Todos estão em uma mesma hierarquia, cada indivíduo a seu modo, possui uma experiência que pode ser compartilhada e que de alguma forma contribuirá para o desenvolvimento e aprimoramento dos demais. (MORAN, 2007)

As instituições de ensino inovadoras possuem ênfase no aprender fazendo (cultura “*maker*”). O ensino deve partir da curiosidade dos estudantes, para que possa mantê-los motivados e protagonistas na busca pelo aprendizado. A partir de então são realizados diversos projetos e atividades que possibilitem os alunos a colocarem a “mão na massa” e entenderem na prática a melhor forma de tomarem suas decisões. Essa metodologia de ensino intitulada ativa, é 90% mais efetiva do que a utilizada comumente utilizada pelas instituições, uma vez que o conteúdo parte da vivência do estudante, o que faz com que ele se aproprie do assunto. (ARAUJO; SASTRE, 2009).

A análise do estudante não deve ser reduzida a apenas um instrumento de avaliação. Toma-se as provas como exemplo. Esse tipo de exame desconsidera os fatores particulares de cada estudante, e assim como o atual método de ingresso nas faculdades (vestibular) que avalia igualmente a todos, as provas tornam-se um estímulo a decorar, e não propriamente a aprender e repensar o conteúdo aprendido. Na avaliação do estudante é necessário compreender seu perfil, e ter conhecimento de

toda sua participação no processo de aprendizado, e como isso fez com que ele alcançasse tais resultados. Além disso, é indispensável ter uma visão clara da necessidade da avaliação como forma de mensurar o aprendizado, e não como ferramenta de punição para os estudantes. (MENDES, 2017).

3 METODOLOGIA

Este projeto pode ser classificado como exploratório já que proporcionará maior familiaridade e conhecimento a pesquisadora a respeito do assunto abordado, o que possibilitará a construção de hipóteses e argumentos acerca do mesmo. (VERGARA, 2007).

O caminho utilizado para coleta de dados se deu em dois momentos: primeiro a pesquisa bibliográfica (GIL, 2008), sendo as fontes primárias consultadas: *papers*, artigos científicos e periódicos corporativos. Segundo análise estatística das respostas mediante a um questionário *survey* com 17 afirmativas em Escala Likert, aplicado em fevereiro de 2019 no Centro Universitário FEI de São Bernardo do Campo, na região do grande ABC Paulista o que caracteriza a pesquisa como estudo de campo (GIL, 2008). Na coleta dos dados os estudantes eram abordados e indagados a participar da pesquisa, e aqueles que possuíam interesse respondiam ao *survey*.

A amostra de 264 alunos – diversos cursos – foi gerada a partir do método de amostragem por acessibilidade e conveniência (MASSUKADO-NAKATANI, 2009). Não havendo deste modo, proporcionalidade entre a quantidade de respondentes e a quantidade total de alunos por curso. O critério utilizado para seleção - ser estudante de graduação dos cursos de Administração, Ciências da Computação ou Engenharia do Centro Universitário FEI.

Ao todo 247 questionários foram respondidos corretamente (o que corresponde a aproximadamente 94% do total). 18 questionários foram excluídos da análise pois apresentavam algum tipo de erro – afirmativas sem resposta, ou duplicadas e/ou informações pessoais incompletas. As tabelas que seguem mostram a demografia de respostas por curso e o perfil dos estudantes.

Tabela 1 – Quantidade e perfil dos respondentes

Curso	Respondentes	SEXO		FAIXA ETÁRIA				OCUPAÇÃO			
		Masc.	Fem.	17 a 25	26 a 30	31 a 35	36 a 40	CLT	Estagiário	Outros	NT*
Administração	62	53%	47%	71%	21%	3%	5%	42%	32%	13%	13%
C. Computação	19	74%	25%	95%			5%	16%	63%		21%
Eng. Automação	7	86%	12%	86%	14%				29%		71%
Eng. Civil	11	36%	64%	82%	18%				45%	9%	45%
Eng. Elétrica	19	95%	5%	95%	5%			37%	32%		32%
Eng. Mecânica	66	80%	20%	97%	20%	2%		14%	47%	6%	33%
Eng. Produção	35	60%	40%	83%	17%			26%	34%		34%
Eng. Química	28	36%	64%	93%	7%			7%	21%	4%	68%

Fonte: Elaboração própria – Dados da pesquisa

*NT = Não trabalha

4 ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

Os dados foram tratados por meio de análise estatística descritiva, ou seja, estudo e interpretação de dados previamente coletados que resultaram em quadros, gráficos e indicadores (ROESCH, 2005).

4.1 Concepção de Inovação

O conceito de inovação é bastante amplo, e por vezes distorcido. No que diz respeito ao verdadeiro significado de inovação, vale destacar que além de modificar costumes e hábitos e estar diretamente ligado a tecnologia é preciso que a novidade seja passível de comercialização, de modo a diferenciar-se de apenas uma invenção (INNOSKILLS, 2015).

Para verificar a concepção de inovação dos estudantes, apresentaram-se no início do questionário três afirmativas. A primeira possui maior aderência no que diz respeito ao significado de inovação, de acordo com os autores considerados na revisão bibliográfica e as duas últimas tratam-se de explicações parciais.

Tabela 2 - Afirmativas – Conceito de inovação

AFIRMATIVAS	CONCORDO PLENAMENTE	CONCORDO PARCIALMENTE
Inovação trata-se de uma nova ideia que possa ser comercializada e ajude ou melhore o dia a dia das pessoas	45%	36%
Inovação passa necessariamente por tecnologia	10%	36%
Inovação é sinônimo de invenção	11%	26%

Fonte: Elaboração própria – Dados da pesquisa

Pode-se observar que a primeira afirmativa foi a que mais recebeu respostas de concordo plenamente. As outras duas asserções, no entanto teve seu maior percentual de respostas em concordo parcialmente, o que confere a elas o seu real significado – verdadeiras, porém incompletas.

Os dados permitem visualizar o quanto os estudantes possuem clareza do conceito de inovação. Essa situação decorre provavelmente da influência da universidade, uma vez que a grade curricular dos primeiros ciclos – todos os cursos – contém aulas de introdução a inovação, o que pode conferir aos estudantes vantagem competitiva e um melhor desempenho acadêmico, visto que logo nos primeiros contatos com o ensino superior já são convidados a conhecer os conceitos e as ferramentas de inovação.

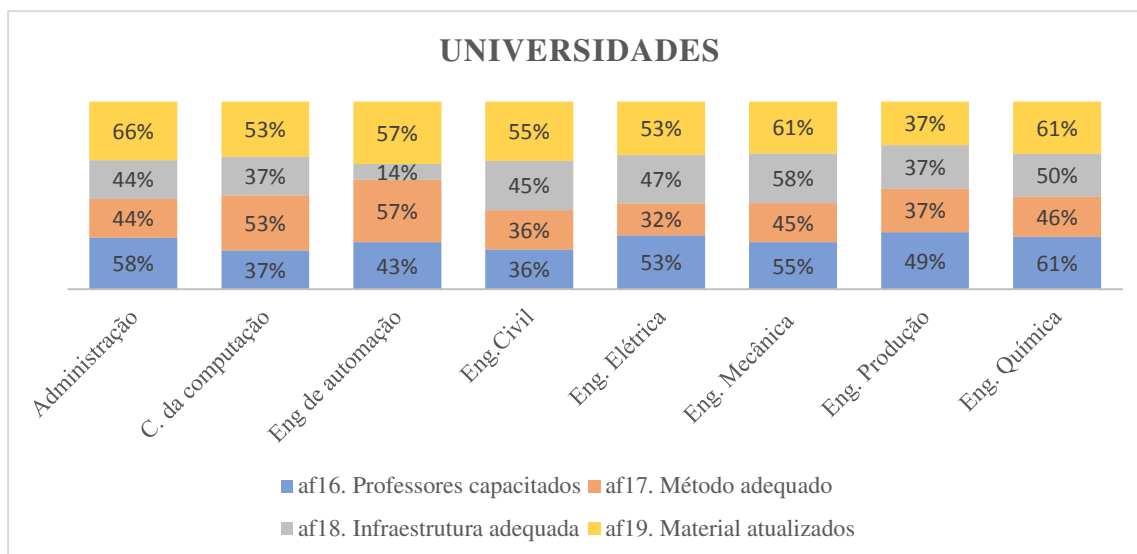
4.2 Instituições de Ensino Superior

O papel das universidades vai muito além da formação de jovens profissionais para o mercado. São elas as responsáveis na maioria das vezes por introduzir o pensamento crítico e causar reflexão nos estudantes, que até então conviviam com outra metodologia de ensino. Deste modo, no que tange o campo da inovação as universidades possuem o papel fundamental de auxiliar na construção de novas ideias, do “pensar fora da caixa” e por isso a importância de as instituições de ensino enxergarem a verdadeira importância do tema e contempla-lo em seu dia a dia acadêmico. (ERIQSON, 2019).

Dos estudantes respondentes 58% enxergam que inovação é uma prioridade para a instituição de ensino considerando-se as respostas concordo plenamente e concordo parcialmente. Isso pode ser decorrente ao fato de ocorrerem eventos voltados para tema, assim como um departamento específico de incentivo à programa e projetos que tenham um viés inovador.

As afirmativas 16 a 19 abordam respectivamente capacitação dos professores, os métodos de ensino utilizados em sala de aula, a infraestrutura da intuição de ensino e quanto a matéria dada está atualizada perante o mercado de trabalho. Como se pode perceber no gráfico abaixo, em sua maioria os estudantes têm uma visão positiva quanto a esses fatores.

Figura 1 - Instituições de Ensino Superior



Fonte: Elaboração própria – Dados da pesquisa

No entanto, vale ressaltar pontos de divergência entre cursos. A tabela abaixo demonstra os cursos que tiveram respostas discordo plenamente somadas a discordo parcialmente superiores a 25%, ou seja, $\frac{1}{4}$ dos respondentes discordam das afirmativas mencionadas acima.

Tabela 3 - Afirmativa Instituições de Ensino Superior

	DISCORDO PLENAMENTE + DISCORDO PARCIALMENTE						
	Adm	C. Comp.	Automação	Civil	Elétrica	Mecânica	Produção
Professores capacitados para o tema inovação	-	-	29%	-	-	-	-
Método de ensino inovador e estimulante	26%	42%	29%	36%	42%	29%	40%
Infraestrutura adequada	-	37%	-	-	-	-	40%
Informações sobre o tema estão atualizadas	-	26%	-	-	37%	-	40%

Fonte: Elaboração própria – Dados da pesquisa

Deste modo é possível perceber que ainda há pontos que merecem ser observados na instituição, principalmente no que diz respeito aos métodos de ensino utilizados, tendo em vista que esta afirmativa teve um percentual superior a 25% em todos os cursos, exceto engenharia química.

4.3 Profissionais

O mercado de trabalho mudou, e só o acompanha quem conhece suas exigências e conseguem adaptar-se a ela. A busca por profissionais considerados inovadores que possuem a capacidade de oxigenar os serviços e/ou produtos das organizações tornou-se uma constante. Diante disso é importante conhecer o perfil desses profissionais, assim, foi solicitado aos estudantes que demonstrassem o grau de concordância no que diz respeito às características tidas como fundamentais para profissionais inovadores, de acordo com os autores considerados na revisão bibliográfica. Para tanto foram utilizadas as afirmativas 21 a 28. Obtendo-se os seguintes resultados:

Tabela 4 - Características dos profissionais inovadores

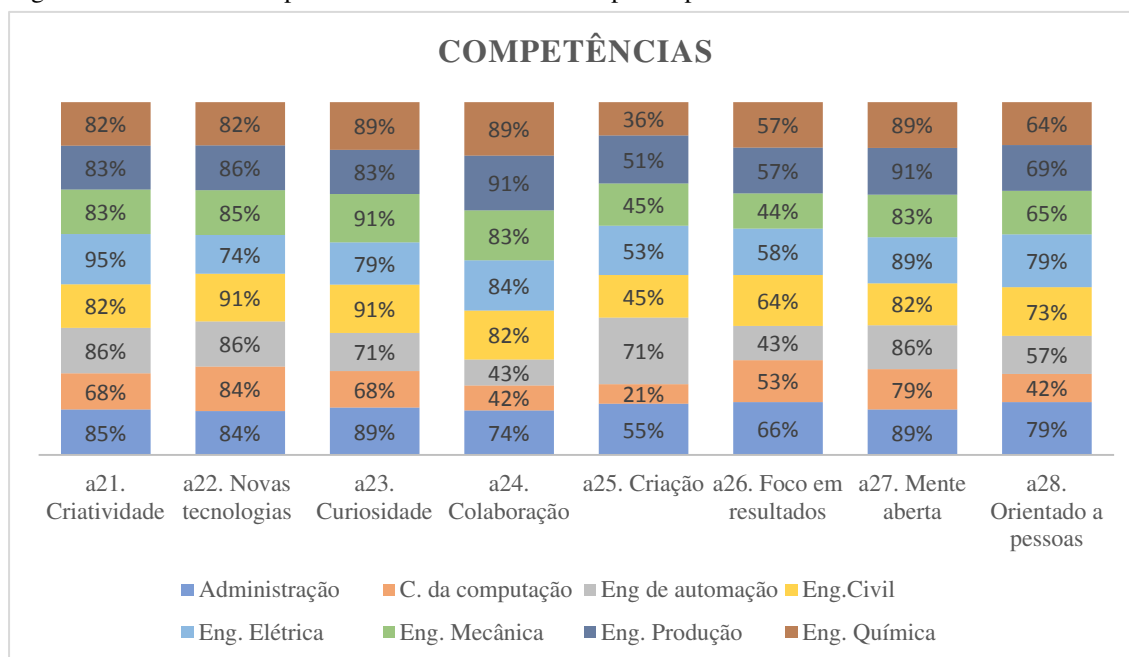
AFIRMATIVAS	
%	Acredito que um profissional inovador é...
86%	"Mente aberta" e livre de pré conceitos
86%	Curioso e antenado
84%	Conectado a novas tecnologias
83%	Criativo
78%	Trabalha de forma colaborativa
68%	Orientado a pessoas
55%	Tem foco em resultados
47%	Aquele que cria algo

Fonte: Elaboração própria – Dados da pesquisa

De modo geral as três características mais importantes para os estudantes são “mente aberta”, curiosidade e foco em novas tecnologias. De fato, esses três aspectos são fundamentais para compor um profissional inovador (FRY, 2012). Uma vez que é necessário possuir um pensamento livre de pré-conceitos e padrões para que se possa ter uma visão além do está exposto. A curiosidade e vontade de aprender, formam a combinação perfeita para que profissional possa estar sempre antenado as transformações contínuas do mercado e as novas tecnologias, o que o possibilita antecipar tendências ou mesmo cria-las.

Figura 2 - Características profissionais inovadores – Respostas por curso

Fon



te: Elaboração própria – Dados da pesquisa

Ao observar os dados abertos por curso é possível enxergar algumas tendências próprias dos profissionais de cada área. Os estudantes de automação e ciências da computação não valorizam tanto a característica colaboração (43% e 42% respectivamente, delta de aproximadamente 35% se comparado aos outros cursos) isso se dá devido ao profissional em maior parte do tempo necessitar de muita concentração para realização de suas demandas, o que pode ser melhor obtido quando trabalhado de forma individual. Já na característica

criação os estudantes de Ciências da computação e Engenharia química não enxergam a mesma importância como os demais (21% e 36% respectivamente, delta de aproximadamente 25% em relação aos demais cursos), isso ocorre devido ao grande número de inovações incrementais presentes na profissão.

Deste modo pode-se perceber que as características valorizadas pelos estudantes estão diretamente ligadas à sua formação.

5 CONCLUSÃO

Os estudantes demonstram muito interesse e clareza quanto ao conceito de inovação, e em sua maioria admitem a importância do tema em sua formação profissional. Mas, ainda enxergam uma defasagem no que tange o aprendizado por meio do ensino superior, principalmente no que se refere as estratégias de ensino adotados para aprendizagem da inovação.

No entanto percebe-se bastante homogeneidade nas respostas – majoritariamente positivas- no que diz respeito a instituição de ensino e a formação profissional. Isso se dá devido a um forte sentimento de “orgulho em pertencer” notado nos estudantes do Centro Universitário FEI, o que faz com que os valores pregados pela instituição – onde comumente menciona-se a inovação como fator primordial - tenham uma melhor aderência em seus estudantes.

No que diz respeito ao objetivo desta pesquisa, pode-se notar que os universitários conhecem e compreendem o conceito de inovação, e visualizam sua importância no dia a dia. O que os impulsiona a buscar novas formas de conhecimento neste tema, assim como exigir uma maior qualidade nas estratégias de ensino das instituições de ensino superior.

Sugere-se então, que as escolas de ensino superior revisem constantemente sua grade curricular com o intuito de manter-se atualizadas de acordo com as demandas do mercado, assim como busquem ouvir seus estudantes e os estimulem a participar da montagem e melhoria das estratégias de ensino.

Por fim, vale ressaltar algumas limitações encontradas para execução desta pesquisa, tais como: indisponibilidade dos estudantes em contribuir com suas respostas, isso pode ser entendido como algo cultural, dado que a pesquisa científica ainda não possui o merecido valor no Brasil. Limitações de tempo também podem ser mencionadas, tendo em vista que a pesquisadora realizava estágio e outras atividades extracurriculares ao tempo em que conduzia a pesquisa e cursava o 7º e 8º semestre de administração.

REFERÊNCIAS

ABGI. **O que é inovação?** Disponível em: <<https://brasil.abgi-group.com/a-inovacao/>> Acesso em: 14 mai. 2019

ARGUE, MARY. **The Importance of the Strategic Recruitment and Selection Process on Meeting na Organisations Objectives.** Dubai, Dublin Business School, 2015.

ARAUJO, ULISSES F.; SASTRE, GENOVEVA. **Aprendizagem baseada em problemas: no ensino superior.** São Paulo. Summus editorial, 2009, p. 240.

BOSTON, CONSULTING GROUP. **As 50 empresas mais inovadoras do mundo em 2018.** Disponível em: < <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2018/01/24/as-50-empresas-mais-inovadoras-do-mundo-em-2018.html> > Acesso em: 5 Mai. 2019

BROWN, TIM; PINHEIRO TANYSON. **Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** Ed. 1. Brasil: Campus, 2010, p. 272.

BREMER, JOHN. **Jonh Bremer e a sua escola sem muros.** Depoimento. [26 setembro de 2018] São Paulo: PGL. Gal. Entrevista concedida a José Paz Rodrigues.

CASEY, GEORGE W. **Present Value: General George Casey, Jr. Reflects On His Career And Leading In A Vuca World.** Depoimento [5 Dezembro 2018]. Nova York: Johnson Cornell Sc Johnson College Of Business. Entrevista Concedida A Serena Elavia.

COHEN, DAVID. **Pesquisa define quatro tipos de inovação.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/pesquisa-define-quatro-tipos-de-inovacao-m0040223/>> Acesso em: 13 Abr 2019

COELHO, FABIO. **CEOs brasileiros dão dicas para ter sucesso na carreira.** Depoimento [11 agosto 2018]. São Paulo: Revista Veja. Entrevista concedida a Redação.

DESENVOLVE, SP. **Inovação é tema essencial para as empresas, revela pesquisa da Desenvolve SP.** Disponível em : <<https://www.desenvolvesp.com.br/comunicacao/noticias/inovacao-e-tema-essencial-e-urgente-para-empresas-revela-pesquisa-da-desenvolve-sp/>> Acesso em: 05 jun. 2019

DUCKER, PETER F. **Innovation and Entrepreneurship.** Nova York: Routledge; 2014, p. 330.

DYER, JEFF; GREGERSEHN, HAL; CHRISTENSEN, CLAYTON M. **The Innovator's DNA.** Estados Unidos: Harvard Business Review Press, 2018, p. 320

ENRIQSON, ÉDER. **O papel das universidades nas mudanças no mundo do trabalho e nas profissões.** Disponível em: <<http://www.pucrs.br/blog/o-papel-das-universidades-nas-mudancas-no-mundo-do-trabalho-e-nas-profissoes/>> Acesso em: 08 mai. 2019.

FAY, DORIS et al. **Teamwork and Organizational Innovation: The Moderating Role of the HRM Context.** V. 2 Nova Jersey, John Wiley & Sons, 2014.

FRY, Art. **Inventor conta a história por trás do lendário Post it:** depoimento. [4 junho 2012]. São Paulo: Revista Exame. Entrevista concedida a Gabriela Ruic.

GIL, Antonio Carlos. **Como formular projetos de pesquisa.** 4ªEd. São Paulo: Atlas, p. 41-55, 2002.

HARGER, PATRICIA HELENA CAMPESTRINI; JUNIOR, GALDENORO BOTURA; ROSSI, ANDRESSA KAREN. **Inovação Fechada x Inovação aberta: uma análise sob o ponto de vista do design.** In: Colóquio de moda, 13º, 11 a 15 Out. 2017 Bauru. Resumos... Sorocaba: UNESP, 2017.

HENDERSON, T. **Why Innovation is crucial to your organization's long-Term success.** Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/05/08/why-innovation-is-crucial-to-your-organizations-long-term-success/#70f0dc083098>> Acesso em: 22 jun. 2018

- INNOSKILLS. **Características e Tipos de Inovação**. 2015
INNOVEEDU, Innoveedu: Experiências inovadoras em educação ao redor do mundo. Disponível em: <<http://cer.sebrae.com.br/innoveedu-experiencias-inovadoras-em-educacao-ao-redor-do-mundo/>> Acesso em: 28 Jan. 2019.
- MASSUKADO-NAKATANI, M. S. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo: Amostragem**. 2009. Disponível em: <http://www.turismo.ufpr.br/drupal5/files/Aula%2022%20-%20Amostragem.pdf>. Acesso em: 20 maio 2019.
- MENDES, OLENIR; SILVA, NATÁLIA LUIZA. **Avaliação: Revista de avaliação da Educação Superior (Campinas)** Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-40772017000100271&lng=en&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em: 5 Abr. de 2019
- MORAN, JOSE. **Principais diferenciais das escolas mais inovadoras**. São Paulo, ECA USP, 2007.
- MORGAN, J. **Innovative Professional Development: Are we teaching best practice or modeling it?** Disponível em: <<http://www.govtech.com/education/news/innovative-pd-are-we-teaching-best-practice-or-modeling-it.html>> Acesso em: 22 jun. 2018.
- MOTA, RONALDO. **Especialistas criticam vestibular**. Disponível em: <<https://www.mundovestibular.com.br/articles/2789/1/ESPECIALISTAS-CRITICAM-VESTIBULAR/Paacutegina1.html>> Acesso em: 21 Fev. 2019.
- NEGÓCIOS, ÉPOCA. **As universidades mais inovadoras do mundo em 2017**. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2017/11/universidades-mais-inovadoras-do-mundo-em-2017.html>> Acesso em: 15 Set. 2018
- OSLO, MANUAL. **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. Disponível em: <<https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>> Acesso em: 26 Ago. 2018
- POPA, IOAN LALA; PREDA, GHEORGHE; BOLDEA MONICA. **A theoretical approach of the concept of innovation**. Romania, West University of Timisoara, 2010.
- ROESCH, Sylvia M. A.. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em administração: guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertações e estudo de caso**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de pesquisa em Administração**. 15^o Ed. São Paulo: Atlas. p.44-50, 2014.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA

FORMULÁRIO DE PESQUISA

Você está sendo convidado(a) a responder esse questionário anônimo, que tem por finalidade compreender as competências inovadoras dos estudantes da FEI. O questionário estará dividido em três categorias principais: Universidade, Empresas e Profissionais. Caso queira ter acesso aos resultados encaminhe um e-mail para: iedaom@hotmail.com

INFORMAÇÕES PESSOAIS

Assinale a alternativa que mais se encaixa com seu perfil:

1.Qual seu gênero?

- Feminino
- Masculino

2.Qual sua faixa etária?

- 17 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 31 a 35 anos
- 36 a 40 anos
- 41 a 50 anos






3.Qual seu nível de escolaridade?

- Estudo incompleto
- Ensino médio completo
- Licenciatura/Bacharelado cursando
- Licenciatura/Bacharelado completo
- Doutor ou mestre.

3.Qual sua formação? (Em cada de engenharia, especifique a ênfase ao lado)

- Administração
- Ciências da Computação
- Engenharia _____

QUESTIONÁRIO

Responda em uma escala de 1 a 5, o quanto você concorda ou discorda das afirmações a seguir.					
	1. Concorde plenamente	2. Concorde parcialmente	3. Nem concordo nem discordo	4. Discordo parcialmente	5. Discordo totalmente
DEFINIÇÃO INOVAÇÃO					
Inovação trata-se de uma nova ideia que possa ser comercializada e ajude ou melhore o dia a dia das pessoas.	1	2	3	4	5
Inovação passa necessariamente pela tecnologia.	1	2	3	4	5
Inovação é sinônimo de invenção	1	2	3	4	5
UNIVERSIDADES					
Percebo que inovação é uma das prioridades de instituição	1	2	3	4	5
Considero meus professores capacitados para abordar o tema inovação em sala de aula	1	2	3	4	5
O método de ensino utilizado é inovador e me impulsiona a buscar mais informações sobre o tema	1	2	3	4	5
Considero que a infraestrutura e o local onde as aulas são ministradas me estimulam a inovar	1	2	3	4	5
As informações abordadas sobre inovação, estão atualizadas e alinhadas as práticas de mercado. Sendo suficientes para minha formação profissional.	1	2	3	4	5
PROFISSIONAIS					
Considero inovação um tema muito relevante para minha formação	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve ser criativo	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve estar conectado a novas tecnologias	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve ser uma pessoa curiosa e atenta	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve saber trabalhar de forma colaborativa	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador é aquele que cria algo	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador tem foco em resultados	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve possuir a "mente aberta" e livre de pré conceitos	1	2	3	4	5
Acredito que um profissional inovador deve estar orientado a experiência de pessoas	1	2	3	4	5

Por favor, certifique-se de que respondeu todas as perguntas!

Muito obrigada pela colaboração!