



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA

**INCENTIVO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR
PÚBLICAS DE GOIÁS E DO DISTRITO FEDERAL AO
EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA
ÁREA DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS**

Filipe Caitano de Faria

Brasília, DF
Fevereiro, 2023

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA
MONOGRAFIA

**INCENTIVO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR
PÚBLICAS DE GOIÁS E DO DISTRITO FEDERAL AO
EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA
ÁREA DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS**

Filipe Caitano de Faria

Monografia apresentada ao curso de
Graduação em Agronomia da
Universidade de Brasília para a obtenção
do título de Bacharel em Engenharia
Agrônômica.

Orientador: Dr. Armando Fornazier

Brasília, DF
Fevereiro, 2023

FICHA CATALOGRÁFICA

F" FARIA, Filipe Caitano

"INCENTIVO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS DE GOIÁS E DO DISTRITO FEDERAL AO EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA ÁREA DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS" / Filipe Caitano de FARIA; orientador Armando Fornazier. -- Brasília, 2023.

46 p.

1. EMPREENDEDORISMO NO CURSO DE AGRÁRIAS. 2. EMPREENDEDORISMO. 3. INOVAÇÃO. 4. EMPREENDEDORISMO NO GOIÁS E DISTRITO FEDERAL. 5. INICIATIVAS EMPREENDEDORAS. I. Fornazier, Armando, orient. II. Título.

**INCENTIVO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR
PÚBLICAS DE GOIÁS E DO DISTRITO FEDERAL AO
EMPREENDEDORISMO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA
ÁREA DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS**

Filipe Caitano de Faria

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Agronomia da Universidade de Brasília para a obtenção do título de Bacharel em Engenharia Agrônômica.

BANCA EXAMINADORA

ARMANDO FORNAZIER, Dr. Eng. Agrônomo Universidade de Brasília

Prof. da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – UnB

(ORIENTADOR)

GABRIEL DA SILVA MEDINA, Dr. Eng. Agrônomo Universidade de Brasília

Prof. da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – UnB

(EXAMINADOR)

HAIHANI SILVA PASSOS, Dra. Ciências Ambientais Universidade Federal de Goiás.

Profa. do Instituto Federal Goiano - IFG- Rio Verde

(EXAMINADORA)

Dedico este trabalho a Deus e a minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço pelo apoio de Deus e da minha família, em especial aos meus pais, que nunca desistiram de mim e, mesmo em tempos difíceis, acreditaram no meu potencial.

Agradeço também a Nossa Senhora que rogou por mim em cada dificuldade que obtive no traçado do caminho e não me deixou desanimar e desistir.

Agradeço também aos meus pais que sempre me estimularam a lutar pelo que acredito e tiveram orgulho de mim em cada pequena conquista que alcançava.

Agradeço aos meus irmãos que sempre torceram por mim.

Agradeço a minha namorada que me ajudou, em momentos difíceis, a não desistir e sempre a seguir em frente.

Agradeço aos meus professores que, com muita paciência e dedicação, me ensinaram e permitiram que eu alcançasse esse sonho que é ter uma graduação.

Agradeço aos meus amigos que sempre me aconselharam e me fizeram ter calma e paciência para chegarmos juntos aos nossos objetivos.

Aos que não foram citados, mas que, de alguma forma, me ajudaram, deixo aqui meu imenso agradecimento por tudo que fizeram para que fosse possível alcançar este sonho.

Não poderia esquecer da Universidade de Brasília que propiciou suas dependências, seus funcionários e suas experiências que põem ser apreciadas estudando nessa incrível instituição.

RESUMO

O empreendedorismo de uma maneira geral, no Brasil, enfrenta diversas dificuldades burocráticas e operacionais. Mesmo assim, consegue se destacar de outros países fazendo com que seja um país de oportunidades. Especificamente, estados como Goiás e localidades, como o Distrito Federal, permitem a possibilidade da criação de novos negócios e o surgimento de produtos inovadores para contribuir com o cotidiano. Associando o empreendedorismo em locais como Goiás e o DF torna-se possível o desenvolvimento de diversas ideias inovadoras, ainda mais quando essas ideias alcançam um setor que contribui de forma tão efetiva com a economia nacional, o segmento do agronegócio. Associando três pontos tão prósperos (empreendedorismo, locais prósperos e setor forte), o que as universidades e institutos federais estão fazendo para produzir profissionais capacitados para fazer do limão uma limonada? E sendo feito algo, será que é o suficiente para capacitar os futuros empreendedores dos cursos de agrárias? Entender o que está sendo feito permite ver pontos que precisam ser ajustados e aprimorados, e para identificar esses pontos foi utilizado formulário elaborado no Google Forms com questões que permitem compreender qual a situação das iniciativas em algumas instituições de Goiás e Distrito Federal, sendo elas UnB (Universidade de Brasília), IFB (Instituto Federal de Brasília), UFCAT (Universidade de Catalão), UFJ (Universidade Federal de Jataí), UEG (Universidade Estadual de Goiás), UFG (Universidade Federal de Goiás), IF Goiás (Instituto Federal de Goiás) e IF (Goiano Instituto Federal Goiano). Com os dados tabulados e gráficos elaborados fica evidente que o ponto que mais se destaca como obstáculo no desenvolvimento de profissionais preparados para empreender é o desenvolvimento de novas ideias e divulgação das já existentes, através de uma comunicação mais eficiente. Além disso, de acordo com os gráficos, fica evidente a necessidade de apoio financeiro para o alavancamento desses projetos. Docentes que exercem cargos de gerencia nas instituições deixam claro esses pontos quando afirma a pouca ou mediana cultura empreendedora nas instituições e quando afirma não saber das iniciativas, podendo esses serem divulgadores das mesmas. E mesmo que contido nos sites das universidades e dos institutos, para localizar as iniciativas se torna muito operoso. O levantamento de dados realizado por meio do questionário elaborado pelo projeto de pesquisa Rede de Empreendedorismo das Instituições de Ensino Superior no Estado de Goiás e Distrito Federal não finaliza com a publicação deste trabalho, pois há muitos dados a serem levantados e opiniões dos respondentes a serem anexadas ao estudo. Porém, com os poucos dados recolhidos, torne-se possível verificar que há necessidades dos alunos empreendedores que devem ser solucionadas pelas instituições de ensino participantes.

Palavras-chave: Empreendedorismo em cursos de agrárias. Empreendedorismo nas universidades. Empreendedorismo no agronegócio. Iniciativas empreendedoras.

ABSTRACT

Entrepreneurship in general, in Brazil, faces several bureaucratic and operational difficulties. Even so, it manages to stand out from other countries, making it a country of opportunities. Specifically, states like Goiás and places like the Federal District allow the possibility of creating new businesses and the emergence of innovative products to contribute to everyday life. Associating entrepreneurship in places like Goiás and the Federal District makes possible the development of several innovative ideas, even more when these ideas reach a sector that contributes so effectively to the national economy, the agribusiness segment. Associating three such prosperous points (entrepreneurship, prosperous places, and a strong sector), what are the universities and federal institutes doing to produce professionals capable of turning lemon into lemonade? And if something is being done, is it enough to train the future entrepreneurs of the agrarian courses? To understand what is being done allows us to see points that need to be adjusted and improved, and to identify these points we used a Google Forms form with questions that allow us to understand the situation of the initiatives in some institutions in Goiás and Distrito Federal, These are UnB (University of Brasilia), IFB (Federal Institute of Brasilia), UFCAT (University of Catalão), UFJ (Federal University of Jataí), UEG (State University of Goiás), UFG (Federal University of Goiás), IF Goiás (Federal Institute of Goiás) and IF (Goiano Federal Institute). With the tabulated data and elaborated graphics it is evident that the point that stands out most as an obstacle in the development of professionals prepared to undertake business is the development of new ideas and dissemination of existing ones, through more efficient communication. In addition, according to the graphs, it is evident the need for financial support to leverage these projects. Teachers who hold management positions in the institutions make these points clear when they affirm the little or average entrepreneurial culture in the institutions and when they state that they do not know about the initiatives, and that they can be disseminates of these initiatives. And even if contained in the websites of universities and institutes, to locate the initiatives becomes very laborious. The data survey conducted through the questionnaire prepared by the research project Entrepreneurship Network of Higher Education Institutions in the State of Goiás and the Federal District does not end with the publication of this work, because there is much data to be collected and the respondents' opinions to be attached to the study. However, with the little data collected, it becomes possible to verify that there are needs of entrepreneurial students that must be solved by the participating educational institutions.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Key-words: Entrepreneurship in agrarian courses. Entrepreneurship in universities. Entrepreneurship. Entrepreneurial initiatives.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
OBJETIVO	13
REVISÃO DE LITERATURA	14
Empreendedorismo e Inovação	14
Áreas de Atuação	16
Desafios ao Empreender e Inovar nas Universidades.....	17
Contribuição das Universidades.....	17
METODOLOGIA.....	20
RESULTADOS E DISCUSSÃO	21
CONCLUSÃO.....	36
REFERENCIAS	38
APÊNDICE	44

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo de uma maneira geral, no Brasil, já enfrenta diversas dificuldades burocráticas e operacionais. Mesmo assim, de acordo com Global Entrepreneurship Monitor (2019), o Brasil conseguiu atingir a 2ª maior taxa de empreendedorismo, que seria algo em torno de 38,7% da população adulta empreendendo de qualquer forma. Quando entramos no universo da agropecuária as possibilidades podem ser ampliadas por se tratar de um mercado aquecido. Se tratando da área que comporta, aproximadamente, 1/3 do PIB brasileiro, essa área pode ser a ou uma das mais promissoras atualmente. Essa afirmativa se confirma no artigo da Fundação Cargill (2022). Nele é afirmado que nos últimos 40 anos as áreas relacionadas ao agronegócio tornaram-se um dos segmentos mais importantes da cadeia produtiva nacional.

O estado de Goiás, por exemplo, se enquadra como o quarto maior estado na produção de grãos (com uma produção que gira próximo de 24,99 milhões de toneladas) e com dos maiores rebanhos bovinos (em torno 23,6 milhões de cabeças em 2020) de acordo com dados levantados pelo Instituto Mauro Borges (2022). Vale destacar ainda outros produtos como a cana-de-açúcar, hortaliças, verduras e algodão, quando falamos de agricultura, e citar a produção de aves e suínos, em relação à pecuária. Todos esses setores com potenciais gigantescos de produção. As possibilidades de criação de novos negócios para auxiliar e ampliar a produção ou até contribuir na comercialização, ou então assumir a administração da propriedade da família, são várias quando nos dirigimos a um estado com tal capacidade.

Se não um estado como o Goiás, é possível citar o Distrito Federal, que apesar de ter uma dimensão pequena ainda tem sua importância quando falamos da agropecuária. De acordo com o site Agência Brasília (2020) o Distrito Federal ocupou a posição 44ª de 50 municípios que obtiveram os maiores valores quando relacionado a produção agrícola no país. Outra questão que é levantada no artigo é que, no ano de 2017, o DF atingiu um PIB de R\$ 828 milhões no setor agropecuário. Nesse sentido, cabe salientar que esses dados, que foram gerados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE, levam em consideração uma lista limitada de produtos. Mas, considerando toda a produção do Distrito Federal, esse número pode ser bem maior, podendo chegar bem próximo de R\$ 3 bilhões no ano de 2019.

Considerando a importância do segmento agropecuário e as possibilidades que essas regiões podem fornecer aos estudantes do segmento agropecuário, levanta-se o questionamento, o que as instituições de ensino superior e institutos federais do estado de Goiás e do Distrito Federal estão fazendo para estimular o desenvolvimento do espírito empreendedor dos discentes? Os estímulos para empreender podem ser empresas juniores, grupo PET (Programa de Educação

Tutorial), incubadoras, startups, hub de inovação, disciplinas voltadas para a área de empreendedorismo e pesquisas aplicadas com potencial comercial. Essas iniciativas podem colaborar para o surgimento de diversas empresas que contribuiriam para um setor agropecuária muito mais produtivo e tecnológico juntamente de outros setores relacionados ao agro.

De acordo com o blog IPOG (2019) diversos obstáculos como custos do processo produtivo, combate e controle de pragas do campo, elaboração projetos, entre outros são enfrentados por quem opta por empreender e podem ser superados ou pelo menos amenizados com a obtenção de conhecimentos adequados. Essa capacitação permitiria ao empreendedor uma elaboração de estratégias mais eficientes e planejamentos que ocasionariam no sucesso do negócio. De acordo com o estudo de Startupsc (2021), a capacitação permite a identificação de habilidades que auxiliam na superação de desafios diários de uma iniciativa empreendedora.

Com os resultados obtidos pelo questionário elaborado pela Rede de Empreendedorismo das Instituições de Ensino Superior no Estado de Goiás e Distrito Federal será possível entender a participação das instituições no desenvolvimento do interesse e capacitação dos discentes para o universo do empreendedorismo.

OBJETIVO

Objetivo Geral:

Identificar e analisar iniciativas e incentivos que as instituições de ensino dos cursos de agrárias fornecem no fomento ao empreendedorismo.

Objetivos Específicos:

- Compreender a relação de cada respondente com as iniciativas;
- Identificar o nível de cultura empreendedora nas instituições;
- Levantar os tipos de iniciativas presentes;
- Entender se há apoio às iniciativas;
- Identificar pontos onde as instituições podem melhorar em relação ao empreendedorismo;

REVISÃO DE LITERATURA

Empreendedorismo e Inovação

De acordo com o site de uma das empresas que mais auxilia na entrada de pessoas no mundo do empreendedorismo no Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2021), empreendedorismo é definido como:

A capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas. Segundo o teórico Joseph Schumpeter, empreendedorismo está diretamente associado à inovação. Para Schumpeter, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações. (SEBRAE, 2021).

Com essa afirmativa entendemos que o empreendedorismo é o *feeling* que uma pessoa tem de fazer de obstáculos, grandes oportunidades. Profissionais com essa capacidade conseguem tirar do papel e colocar em prática ideias inovadoras que possibilitam atingir diversos setores e nichos. Com tal capacidade, mentes criativas conseguem criar novas empresas, produtos e serviços que possam atender necessidades diárias de pessoas e empresas de todos os ramos.

No ano de 2021, de acordo com o site Poder 360 (2022), a quantidade de empreendedores, entre 18 e 64 anos, subiu mais de 1% quando comparado a dados do ano de 2020, permitindo que o Brasil alcançasse a 7ª posição no ranking de empreendedorismo mundial. Estes dados demonstram a capacidade que um país como o Brasil tem para ter ideias que são fortes tendências ao sucesso.

Já quando se fala de inovação, refere-se ao ato de criar algo que se destaque pela autenticidade, ou seja, que seja inédito. Um produto ou empreendimento que faça o que os habituais não fazem ou que faça melhor que eles. Para alcançar tal feito é necessário que se tenha ousadia para criar e que saia da sua rotina (Sebrae, 2021).

Todavia, a iniciativa de implementar novas ideias buscando o alcance de metas e resultados positivos obterá sucesso se os resultados forem efetivamente alcançados. O processo empreendedor se inicia com a inovação e deve ser viabilizado por meio da integração de todos os recursos disponíveis na

organização, assim como gerar resultados que possam contribuir para o desenvolvimento das organizações. (COSTA; CERICATO; MELO, 2007).

Quando olhamos para o mercado do agronegócio brasileiro, nos deparamos com vários obstáculos para criar novos produtos ou serviços. Alguns desses são oferecer inovação sustentável associado a preços atraentes em um mesmo pacote. De acordo Santos e col. (2017), o objetivo de uma inovação com essas características é o atendimento da demanda interna, conquistar e manter espaço no mercado externo ofertando produtos e processos de qualidade e preços competitivos. Porém, para alcançar tal feito não é algo tão fácil quanto parece. Santos e col. (2017) deixam evidente que captar recursos ou receber incentivos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), ou seja, apoio financeiro para investimento em tecnologia e inovação, seja por meio de iniciativas privadas ou públicas, é uma grande dificuldade.

Mesmo com tais dificuldades, a inovação é uma evolução progressiva, ou seja, que é contínuo, isso pois a busca incessante por sempre entregar algo melhor, de forma mais rápida, gastando menos e ecologicamente correto obriga que as empresas não se acomodem, caso contrário, as mesmas podem se tornar empreendimentos arcaicos. Ainda sobre o artigo de Santos et col. (2017), a existência de uma preocupação relacionada a ideias e/ou ações que reduzam gargalos existentes é um pensamento presente a todo momento. E são esses pensamentos que impulsionam o surgimento de oportunidades em diversas áreas. Porém para o sucesso de um produto, serviço ou empreendimento inovador é de extrema importância que seja realizada buscas por informações, sendo essas um compilado de conhecimento técnico, financeiro, de gestão e marketing em relação ao seu negócio. A junção desses conhecimentos mais a iniciativa e busca de oportunidades, persistência, cálculo de risco, preocupação com qualidade e eficiência, comprometimento, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança são o que compõem um empreendedor (SEBRAE, 2022).

De acordo com a matéria publicada no site do Sebrae (2021), empreendedorismo e inovação, a interação social associada à base de conhecimento, ou seja, a capacitação, permite alcançar as características necessárias para um profissional empreendedor e inovador. Somada a essas características, um empreendedor deve ter o *feeling* para identificar oportunidades, como já foi dito anteriormente, e saber se adaptar as situações. Exemplo de situações onde foi necessário ser visionário e se adaptar foi a pandemia, que impôs uma realidade onde diversas pessoas se viram sem opção a não ser inovar, seja pela perda do emprego, redução da jornada de trabalho ou a descoberta de uma oportunidade. Andrade (2022) demonstra que uma boa visão que consiga captar

oportunidades, em situações como essa, pode ser a porta de entrada para um bem-sucedido empreendimento inovador.

O empreendedorismo pode, portanto, ser uma alternativa de renda para grande parte da população, desde pessoas que estão desempregadas até grandes empresários que já possuem negócios de sucesso e vislumbram com uma necessidade de mercado, com um produto ou serviço inovador. (ANDRADE, 2022).

Mas mesmo com oportunidades tão boas ou com a necessidade batendo à porta, é necessária que o empreendedor tenha certas competências, sendo essas a criatividade, inovação, capacidade de superar desafios, persuasão e rede de contatos, busca de conhecimento e informação e persistência (SEBRAE, 2022). Essas competências se fazem necessárias, pois, o empreendedorismo requer uma compreensão do que está sendo feito e não somente arriscar sem saber o que de fato irá produzir ou comercializar. Além disso, a pessoa à frente de um empreendimento deve ter ciência de que empreender, principalmente no Brasil, é complicado, e essas características se devem por conta das inúmeras adversidades que um empreendedor tem que enfrentar, podendo ser essas crises financeiras, alta carga tributária, encargos previstos em legislação trabalhista e dificuldade para contratar colaboradores preparados (STARTUPSC, 2021). Uma pessoa que não as tenha provavelmente não vai conseguir resistir as dificuldades que virão.

Áreas de Atuação

Sobre áreas para se atuar, novamente surgem artigos do Sebrae (2019), sendo esse mais focado sobre áreas de atuação para mentes empreendedoras. No artigo é comentado sobre o estresse hídrico, sendo um problema que afeta a agropecuária em geral. Esse fato se dá por conta de a água ser um dos principais elementos desse setor. Um exemplo de uma solução inovadora na época que foi elaborada, e que hoje é de extrema importância é o plantio direto. Ou até mesmo a utilização de bactérias para auxiliar na resistência das plantas à seca, de acordo com a Embrapa (2017).

Outros temas que podem servir de inspiração para elaboração de ideias únicas e que auxiliam ao mercado agropecuário e que também são citadas no artigo do Sebrae (2021) são informações sobre condições climáticas, podendo fornecer previsibilidade sobre eventos que podem interferir de forma benéfica ou não. Seguindo do tema anterior, mas teria relação por conta das condições de aplicação,

são as aplicações de defensivos agrícolas, permitindo produções e criações seguras.

Algo que está após a porteira, mas que também é comentado no artigo é a distribuição de insumo agrícola e pecuário. Perda durante o transporte, redução da qualidade dos produtos, além dos saques que ocorrem durante os percursos. Esse setor de distribuição se mostra bastante interessante para ideias criativas e ousadas.

Por fim, mas não menos importante, o site do Sebrae traz o armazenamento como setor de grandes oportunidades. Além de reduzir eventuais problemas que podem ser compartilhados com o setor da distribuição, o armazenamento permite a conservação da qualidade, armazenamento de mais insumos e produtos além do aproveitamento de oportunidades de venda e compra de produtos em valores mais agradáveis ao produtor. Esse setor permite uma infinidade de ideias que podem ser sinônimo de um empreendimento bem-sucedido.

Desafios ao Empreender e Inovar nas Universidades

Diversos obstáculos são encontrados no caminho dos empreendedores, e mesmo em um setor forte, essas dificuldades não são amenizadas. Somente ter a ideia e iniciar não é o suficiente, mas manter o empreendimento, ideia ou serviço também se torna uma tarefa árdua. Em um artigo publicado pela parceria entre Sebrae e Endeavor (2016) foi pedido aos respondentes que qualificassem 10 categorias de desafios referente ao empreender, onde foi utilizado uma nota de 1 a 10. De acordo com o estudo, acesso a crédito e/ou investimento atingiu a maior porcentagem (22%). Outras duas categorias que também chamaram a atenção pela alta incidência foram a gestão financeira e inovação, ambas com 17%.

Além dos desafios já citados, SebraeRS (2022) afirmam que outros fatores poderiam interferir de forma negativa no andamento do empreendimento, como burocracia, planejamento (importância de avaliar a oportunidade de negócio), acesso e recursos, crédito e planejamento financeiro, análise de viabilidade e gestão financeira. Porém, ainda assim, o ato de empreender tem o seu valor.

Por mais que empreender possa parecer um caminho cheio de espinhos, existem muitos benefícios nesta jornada, afinal investir em algo que você acredita e ter a possibilidade de sucesso fazendo o que você ama é um dos maiores motivadores para continuar empreendendo (SebraeRS, 2022).

Contribuição das Universidades

Mas mesmo que com tantas áreas e oportunidade, e apesar das dificuldades, os cursos relacionados a agropecuária ainda precisam de uma participação mais efetiva das universidades e institutos federais na capacitação dos seus discentes. De acordo com um artigo publicado no site da Cointer (2019), com o título *O Papel das Universidades na Formação de Empreendedores: A Percepção Prática dos Alunos De Agronomia*, foi questionado aos alunos se há preocupação, por parte do curso de agronomia ofertado pela universidade alvo do estudo, para a formação de habilidades e competências empreendedoras. Os resultados não são os esperados tendo em vista um setor com tantas oportunidades. Mais de 45% responderam que às vezes há preocupação, 35% que raramente, mais de 10% informam que nunca e apenas 9% dizem observar muita preocupação com a capacitação de seus discentes para o universo empreendedor.

Em um outro, realizado pela Universidades Empreendedoras (2019), 57% dos alunos respondentes participantes da pesquisa afirma que, em suas instituições, não possui ou que desconhecem a existência de ambientes de inovação. Essa afirmativa, quando associada a situação demonstrada pelo artigo de Cointer (2019), evidencia que há espaço para melhorias quando relacionado ao incentivo ao empreendedorismo.

Empreendedores universitários acreditam que a contribuição das instituições é muito importante, afirma Sebrae e Endeavor (2016). Cerca de 54,3% dos alunos empreendedores afirmam que iniciativas relacionadas ao empreendedorismo auxiliam o desenvolvimento de novos negócios (Sebrae e Endeavor, 2016). Quando questionado a importância de algumas iniciativas, disciplinas de empreendedorismo aparece com 66% quando questionado (Sebrae e Endeavor, 2016). Esse tipo de iniciativa se faz tão importante pois, em alguns casos, pode se caracterizar como o primeiro contato de discentes com o empreendedorismo, sendo assim a porta de entrada nesse universo. Seguido das disciplinas, serviços de suporte ao negócio surge com a porcentagem de 62% (Sebrae e Endeavor, 2016). Podendo ser o primeiro negócio do estudante empreendedor ou pelo mar de informações, o apoio relacionado à gestão, marketing, obtenção de capital, entre outros, se faz necessário levando-se em consideração os desafios, já citados anteriormente.

Parques tecnológicos, incubadoras e aceleradores e acesso via universidade à investimento aparecem posteriormente com as seguintes porcentagens, 60%, 55% e 52% (Sebrae e Endeavor, 2016), respectivamente. Os parques tecnológicos surgiriam como vitrines para os empreendimentos e inovações, dessa forma, permitindo o lançamento dos mesmos. Já as incubadoras e aceleradores fariam o papel de fornecer serviços, inclusive como os já citados na pesquisa (serviços e suporte ao negócio). Por estarem no início de seus negócios ou por não girar um capital suficiente para a contratação de certos serviços, as incubadoras e aceleradores auxiliam nesses obstáculos. Anteriormente citado como maior

desafio, de acordo com Sebrae e Endeavor (2016), acesso a crédito e investimento é um problema que seria resolvido pela 5ª iniciativa mais essencial, de acordo com os dados obtidos também por Sebrae e Endeavor (2016), o acesso via universidade à investimentos. Sem capital não há empreendimento ou inovação, já que para desenvolver, divulgar, distribuir, confecção, entre outros processos da cadeia empreendedora e produtiva, necessitam desse recurso. Ter ao alcance essa iniciativa possibilita o sucesso do negócio pois se caracteriza como um grande incentivo.

Quando analisada uma pesquisa mais atual sobre o mesmo tema debatido pelo Sebrae e Endeavor (2016), ou seja, empreendedorismo nas universidades, Universidades Empreendedoras (2019) surgem novamente e afirmam que 41% dos participantes discentes de universidade afirma que discordam que a metodologia do curso contribui para o desenvolvimento da postura empreendedora. Além disso, 41% discordam que a grade curricular do curso contribui para o desenvolvimento da postura empreendedora. Quando relacionado ao ecossistema das IES, 54% dos discentes participantes da pesquisa da Universidades Empreendedoras (2019) afirmar que há uma influência positiva no desenvolvimento da postura empreendedora. Essas proporções são bastante significativas e quando comparamos com outro artigo a Endeavor e Sebrae (2016), um dado se contrasta. 54,35% dos discentes do artigo da Endeavor e Sebrae (2016) afirmam que é importante iniciativas empreendedoras, mas como participar dessas iniciativas se a metodologia e a grade curricular do curso não contribui para o desenvolvimento de uma postura empreendedora? Além disso, ainda no artigo da Universidades Empreendedoras (2019) é citado que 40% dos alunos de IES discordam que suas universidades flexibilizam a grade curricular para participação de atividades extracurriculares. Pelo fato dos discentes não acreditarem que suas instituições sejam maleáveis, quando relacionado a flexibilização da grade, para a participação em atividades relacionadas ao empreendedorismo, estes encontram mais uma barreira para se integrarem ao empreendedorismo, já que muitas vezes se torna difícil conciliar universidade de outras tarefas.

Sobre outra forma de contribuição que pode ser feita pelas universidades e institutos federais e a construção de parcerias com as empresas do setor privado. Parcerias como essas são benéficas para todos os envolvidos, inclusive os discentes. Entre esses benefícios está a captabilidade de recurso financeiro para o desenvolvimento de projetos e a contribuição técnica (MANOSSO; SARTORI; MACHADO, 2019). Com esses estímulos obtidos pela parceria de universidade e empresa, que vem sendo uma tendência mundial, tornasse possível superar a necessidade de inovação (MANOSSO; SARTORI; MACHADO, 2019).

METODOLOGIA

Foi utilizado pesquisas bibliográficas para a contribuição na interpretação dos dados e comparativo, dessa forma, confirmando ou não teses já levantadas por outros autores.

De acordo com o artigo publicado por Souza, Oliveira e Alves (2021), pesquisa bibliográfica é definida como:

Levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria que irá direcionar o trabalho científico o que necessita uma dedicação, estudo e análise pelo pesquisador que irá executar o trabalho científico e tem como objetivo reunir e analisar textos publicados, para apoiar o trabalho científico.

O intuito desse trabalho é evidenciar o incentivo ao empreendedorismo em cursos de agrárias que são ofertados por Instituições de Ensino Superior (IES) como Institutos Federais (IFs) e universidades participantes deste trabalho e entender o que está sendo feito pelas instituições de ensino para inserir os futuros formando nesse universo.

Para essa constatação foi elaborado um questionário na plataforma Google Forms (Apêndice 1) com diversas perguntas pertinentes, sendo aplicadas a comunidade acadêmica das instituições de cursos de agrárias UnB (Universidade de Brasília), IFB (Instituto Federal de Brasília), UFCAT (Universidade de Catalão), UFJ (Universidade Federal de Jataí), UEG (Universidade Estadual de Goiás), UFG (Universidade Federal de Goiás), IF Goiás (Instituto Federal de Goiás) e IF Goiano (Instituto Federal Goiano).

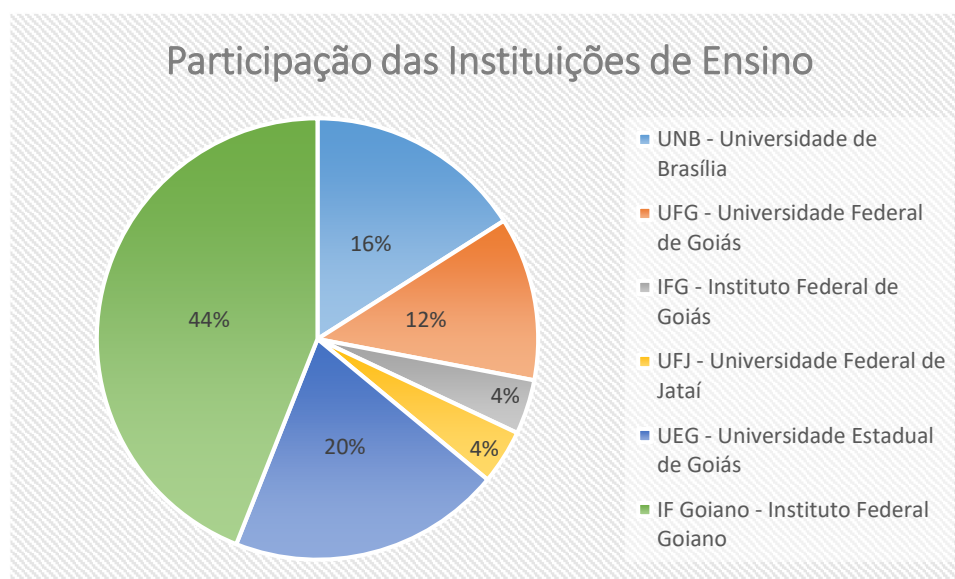
Para o levantamento dos dados, foi iniciado a divulgação do formulário nas instituições no mês de outubro de 2022. O público-alvo da pesquisa são coordenadores e diretores de ensino que contribuam para o desenvolvimento das iniciativas, ou seja, professores que participam e alunos que ocupam cargos de coordenadores e gestores das iniciativas presentes e ativas nas universidades e institutos federais. As iniciativas são classificadas como empresas juniores, incubadoras, grupos PET, pesquisas com potencial comercial, startups, Hubs e disciplinas. O levantamento de dados não foi finalizado até o momento da entrega desse trabalho de conclusão de curso, dessa forma sendo um levantamento que continuará recolhendo dados.

Com as respostas obtidas foi possível desenvolver gráficos e analisar como está sendo a participação das instituições no desenvolvimento dos discentes através de iniciativas incentivadoras.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Referente quantidade de respostas ao formulário, por conta do período de férias, por ter um público específico e para manter o anonimato dos respondentes foram de 25 respostas, o que não é um quantitativo que represente fielmente a situação das instituições, mas que expressa o ponto de vista dos respondentes de acordo com o incentivo empreendedor existente nas instituições de ensino. Além disso, as respostas se direcionavam a um público específico, sendo necessário o respondente ser um gestor de iniciativa ou exercer cargo de gestão nas instituições participantes. Juntamente com essas duas observações os respondentes que informassem não ter conhecimento ou vínculo com ações empreendedoras nas instituições participantes tiveram seus questionários finalizados e retirados dos dados considerados nos gráficos desta dissertação. Dessas 25 respostas, 16% foram de participantes da UnB e 12% da UFG. O IFG e a UFJ tiveram 4% dos participantes, enquanto que a UEG e o IF Goiano tiveram, respectivamente, 20% e 44%. O gráfico 1 demonstra as participações das instituições.

Gráfico 1- Proporção (%) de Participação das Instituições de Ensino



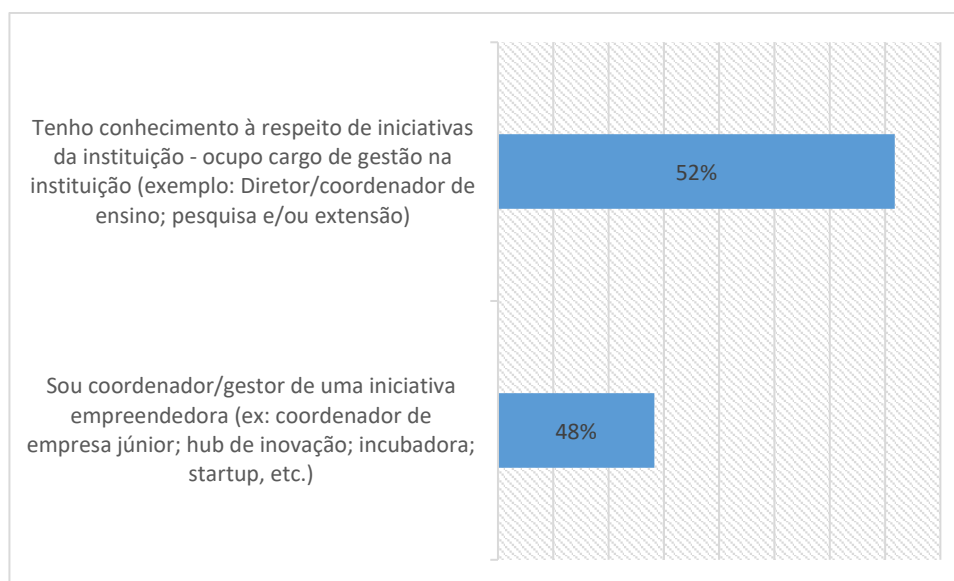
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Um ponto que se destaca é que o IFG e a UFJ foram as que apresentaram as menores participações quando comparadas com as demais participantes. Já o IF Goiano, UEG, UFG e UnB foram as com as maiores participações.

De acordo com a relação que os entrevistados têm com as iniciativas, foi avaliado os participantes que são estudantes que ocupam cargos de coordenadores/gestores de uma iniciativa, nesse caso sendo discentes que participam efetiva e ativamente nas iniciativas, os que são diretores ou

coordenadores de ensino que conhecem alguma (s) iniciativa (s) nas suas instituições de ensino e os que não tenham nenhuma relação ou conhecimento sobre ações empreendedoras na instituição onde atuou profissionalmente ou que estudam. Sobre esse último perfil de respondente, os participantes não ter conhecimento ou relação tiveram seus questionários finalizados, pois não sabiam responder às perguntas e não teriam como contribuir com a pesquisa. Diante da questão levantada anteriormente, o gráfico 2 demonstra a participação dos respondentes de acordo com as ações institucionais empreendedoras.

Gráfico 2 – Proporção (%) da Relação dos Participantes com as Instituições

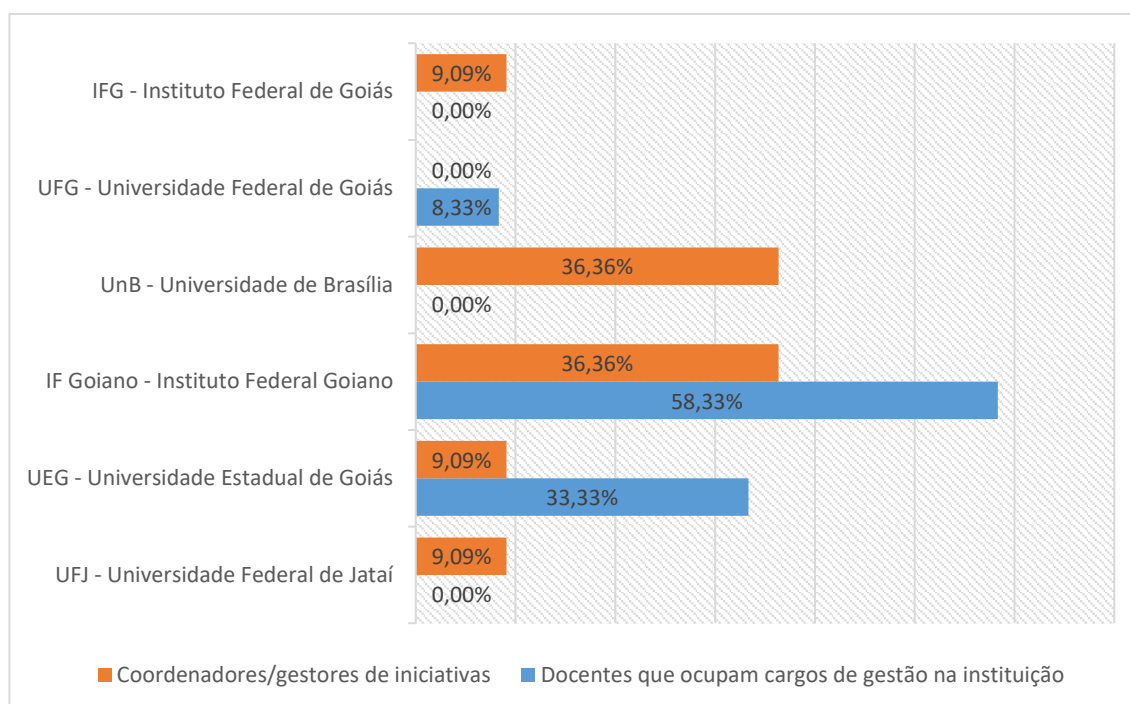


Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A participação de coordenadores/gestores, que seriam alunos que ocupam cargos de administrativos nas iniciativas, foi de 48%. Esses cargos seriam de presidente, vice-presidente, tesouraria, entre outras relacionadas a funções vitais da iniciativa e que atuam na administração. Já a participação de pessoas que ocupam cargos de gestão nas instituições de ensino foi de 52%. Esse fato pode se dar por conta do período que a pesquisa ocorreu, no caso, final e início do ano.

Levando em consideração a participação de cada tipo de respondente, foi analisado de qual instituição vieram. No gráfico 3 é possível comparar a participação de discentes que exercem cargo de gestão/coordenação na iniciativa, como incubadoras, empresas juniores, pesquisas aplicadas com potencial comercial e grupo PET, e docentes que têm gestão na instituição e têm conhecimento de iniciativas.

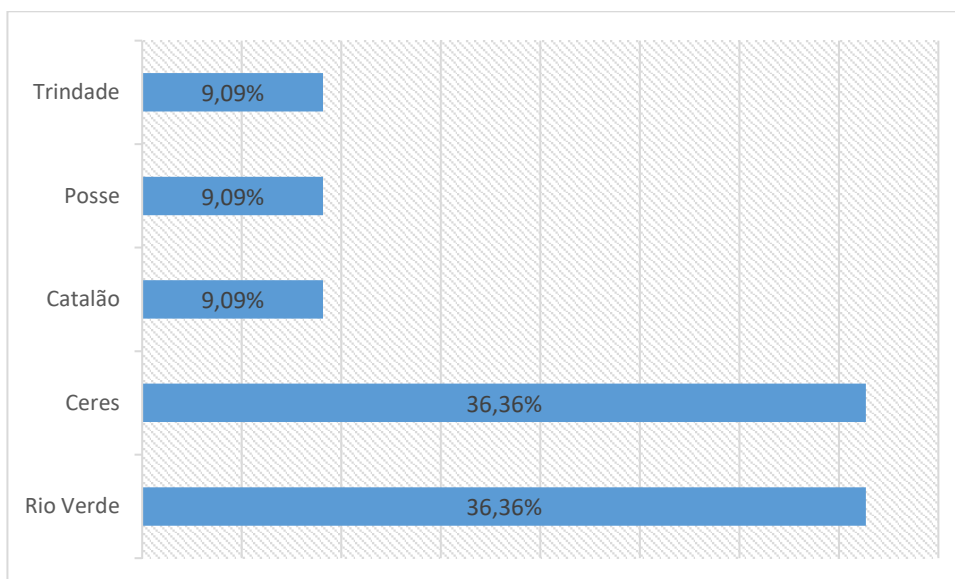
Gráfico 3 – Proporção (%) de respondentes docentes que tenha conhecimento de iniciativas empreendedoras e discentes gestores das iniciativas de acordo com as instituições participantes.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

De acordo com o gráfico 3, as instituições que obtiveram maiores participações de gestores/coordenadores foram UnB e IF Goiano, ambas 36,36% das participações, enquanto que a com menor participação foi a UFG com nenhum participante discente das iniciativas. Já em relação a docentes que ocupam cargos de gestão nas instituições, novamente o IF Goiano aparece sendo a instituição com maior participação, com uma porcentagem de 58,33%. A instituição que teve a menor porcentagem de participantes foi a UnB. Um ponto que se destaca é o comportamento em relação aos respondentes na UnB, onde em um momento se encontra como sendo uma das instituições com mais participações e em outro sendo a menor participação. Algumas observações que surgem ao analisar esta situação mostram que algumas instituições não houve docentes respondentes, como no caso do IFG, UnB e UFJ, ou o inverso, onde UFG não houve discentes que ocupam cargo de gestão em iniciativas respondentes. No caso da UNB, que teve a mesma porcentagem de participantes discentes que o IF Goiano, se destaca uma situação onde, mesmo sem professores participantes, foi a instituição com mais discentes participando. No caso do IF Goiano, que também foi a instituição com mais participantes discentes, foi a instituição com mais participantes de docentes.

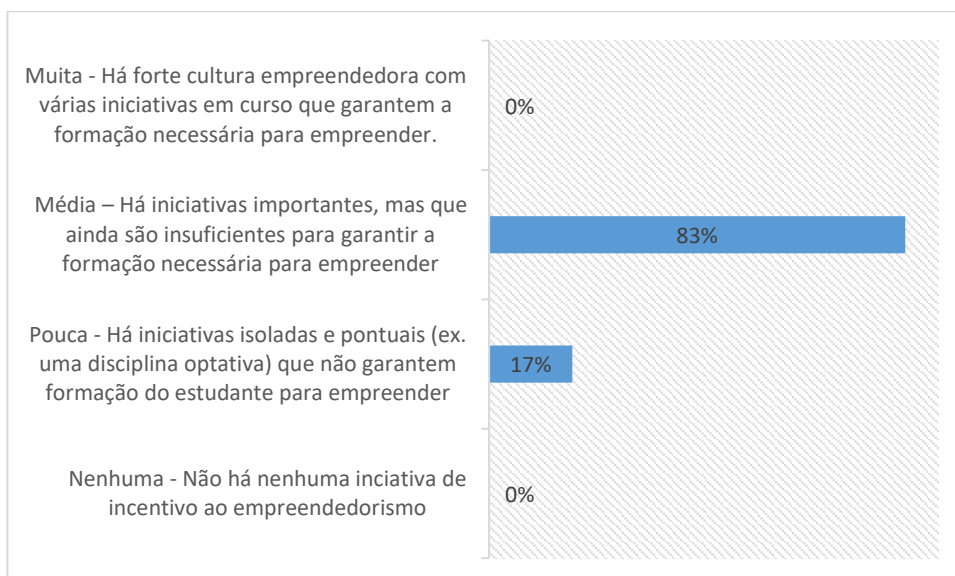
Gráfico 4 – Proporção (%) de participantes do IF Goiano de acordo com o campus.



Somente o Instituto Federal Goiano (IF Goiano) teve respondentes que informara seus respectivos campos de atuação.

Outro ponto que foi questionado no formulário foi sobre a existência da cultura empreendedora nas instituições. Esse questionamento foi direcionado somente aos docentes. O gráfico 5 demonstra qual a opinião do Diretor/coordenador de ensino.

Gráfico 5 – Proporção (%) Avaliação de Cultura empreendedora nas Instituições.



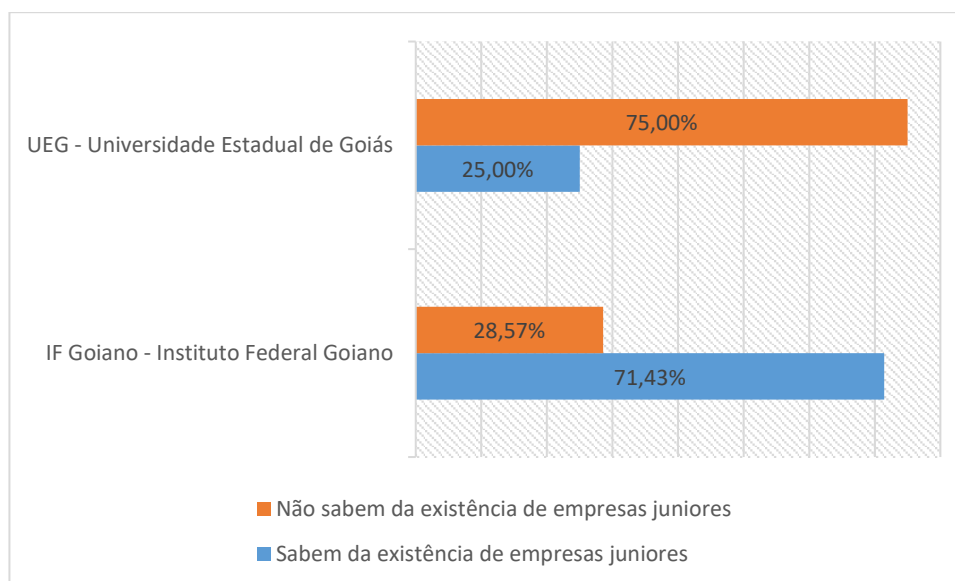
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Foram estabelecidos 4 níveis, sendo estes muita (há forte cultura empreendedora com várias iniciativas em curso que garantem a formação necessária para empreender), média (há iniciativas importantes, mas que ainda são

insuficientes para garantir a formação necessária para empreender), pouca (há iniciativas isoladas e pontuais, ex. uma disciplina optativa, que não garantem formação do estudante para empreender) e nenhuma (não há nenhuma iniciativa de incentivo ao empreendedorismo). Nenhum dos docentes respondeu muita ou nenhuma empreendedora. Já em relação aos outros níveis, 83% informaram que suas instituições apresentam uma cultura mediana e 17% informaram que a cultura é pouca. Fica evidente que, por mais que exista esta cultura, ainda há a necessidade de ampliá-la, e cabe às instituições avaliarem seus posicionamentos em relação a um universo de gigantescas oportunidades.

A próxima questão levantada foi em relação ao conhecimento de empresas juniores, de cursos de agrárias, nas instituições. Somente duas instituições, sendo estas IF Goiano e UEG, responderam o questionamento. Na UEG, o não conhecimento de empresas juniores nas dependências da universidade ou instituto federal foi de 75%, enquanto que somente 25% sabem da existência de alguma iniciativa desse tipo. Docentes que poderiam divulgar e ampliar o nível de participação ou até mesmo estimular a criação de novas iniciativas não sabem da existência desta. A situação se inverte no IF Goiano, que tem 71,43% dos seus respondentes que conhecem alguma empresa júnior, e somente 28,57% não sabem da existência. Mesmo sendo uma situação mais agradável que a na instituição anterior, ainda é necessária uma comunicação mais eficiente. Nos sites das instituições foi possível localizar diversas informações sobre esse tipo de iniciativa. Uma dessas informações foi a quantidade que é possível localizar no site da instituição. No IFG foram identificadas 3 empresas direcionadas a outros cursos. Na UEG, IF Goiano, UFG, UFJ e UnB foram identificadas 2, 3, 3, 2 e 4 empresas juniores, respectivamente. Como dito anteriormente, a falta de comunicação é um dos obstáculos que tem que ser superados para um ambiente empreendedor mais forte e densa nas instituições de ensino de Goiás e Distrito Federal. É possível verificar as proporções de conhecimento de empresas juniores no gráfico 6. Quando é analisado o artigo dos autores Júnior e col. (2019), algo se destaca, como o fato de 22% dos discentes acreditarem que é papel dos professores determinar o foco do empreendedorismo nas universidades. Mas como estabelecer foco se os mesmos não têm o conhecimento desse tipo de iniciativa? Ainda no mesmo artigo, 50% dos discentes afirmam que essa responsabilidade deveria ser das instituições de ensino, porém para que se cumprisse com êxito essa tarefa as instituições deveriam divulgar e estimular os docentes para esse feito.

Gráfico 6 – Proporção (%) Conhecimento da existência de empresas juniores nas instituições UEG e IF Goiano.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A situação não destoa tanto quando se questiona sobre o conhecimento do PET (programa de educação tutorial). Somente um respondente da UFG alegou saber da existência desse tipo de iniciativa. De acordo com a respondente há 5 PET em sua instituição. No site da UFG foi identificado somente um programa de educação tutorial relacionado diretamente para cursos no segmento agropecuário. Quando nos referimos às demais instituições, UEG, IF Goiano, UFG e UnB foi localizado nos sites somente um também. Já no caso da UFJ, foi identificado programa de educação tutorial, mas nenhum diretamente relacionado a cursos de agrárias. Essa questão levantada traz mais uma preocupação, que no artigo de Júnior e col. (2019) é evidenciado pelo questionamento se o curso de agrárias demonstrava preocupação com a formação de habilidades e competências empreendedoras. Podendo o PET ampliar o domínio dos alunos a matéria e dessa forma tendo a intimidade para desenvolver novas ideias, a pouca quantidade desse tipo de iniciativas confirma a porcentagem de 9% de alunos que observam uma real preocupação do curso.

Quando questionados sobre as incubadoras de empresas, novamente a UFG apresentou resposta positiva, mas dessa vez o IF Goiano também indicou conhecer esse tipo de iniciativa. No IF Goiano, somente um respondente informou saber da existência de uma incubadora. Já na UFG, foi informado que há duas incubadoras de empresas que estão presentes. Em todas as instituições foram localizados, nos respectivos sites das mesmas, a existência de pelo menos uma incubadora. De acordo com Pessin e col. (2017), as incubadoras, juntamente das empresas juniores, são potencialmente grandes oportunidades aos alunos. Pois, no caso das incubadoras, são prestados serviços relacionados à gestão empresarial e

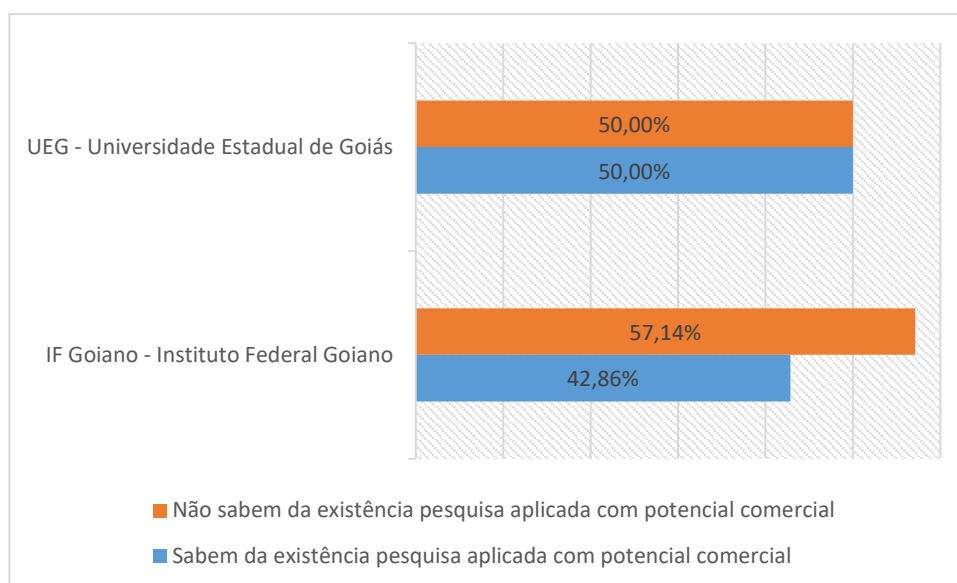
tecnológica, assistência jurídica, marketing e contato com financiadores. Serviços como esses são vitais para o desenvolvimento e o sucesso de empresas juniores. Inicialmente, para chegar as incubadoras, os discentes deveriam ser estimulados a desenvolverem suas empresas juniores, onde o papel de incentivar seria dos docentes, utilizando disciplinas, do PET, para aumentar o domínio dos estudantes ao tema e até mesmo pesquisas com potencial comercial, que poderiam aprimorar ideias. Associado ao estímulo dessas iniciativas, os discentes teriam as inovações, mas para execução teriam que ter apoio, sendo esse ofertado pelas incubadoras com os serviços já citados.

A mesma situação se repete quando questionados os participantes em relação a Startup e Hub de inovação. A UFG e o IF Goiano responderam que existem essas iniciativas. Porém, quando questionados a quantidade, somente o IF Goiano respondeu. O IF Goiano tem 5 Startups e 3 Hub de inovação existentes na instituição, de acordo com o formulário. De acordo com a publicação do site AMCHAM (2022), o HUB de inovação se caracteriza por ser um espaço físico ou digital onde indivíduos expõem suas ideias com o intuito de escalar as conexões e oportunidades, atraindo grandes empresas a startups. Já startups são definidas pelo site Expert XP (2022) como uma empresa nova com modelo de negócio escalável, repetível e uma ideia inovadora, trazendo um produto ou um serviço revolucionário. Novamente surge o empecilho da falta de comunicação mais eficiente das iniciativas. Não adianta ter uma excelente ideia e não a colocar na vitrine. Nessa etapa que entra as duas iniciativas, mostrando que as empresas e ideias inovadoras devem ser expostas e dessa forma alavancarem, por mais que seja bom um produto ou serviço, sem propagandas, não chega ao consumidor de interesse.

Aos docentes foram perguntados sobre o conhecimento de matérias relacionadas ao empreendedorismo nas instituições que trabalham. Todos os participantes do IF Goiano, UEG e UFG (únicas que tiveram respondentes docentes) responderam saberem da existência de disciplinas nas instituições. Apesar da afirmação do conhecimento de disciplinas, um fato se contrapõe quando comparado ao afirmado no artigo de Júnior (2019), onde 43% dos discentes afirmam raramente o curso de agronomia ofertar propostas relacionadas ao empreendedorismo em suas atividades curriculares. Em contrapartida, somente 1% afirmou que o curso apresentava propostas conectadas ao empreendedorismo em suas atividades curriculares. O comparativo se faz valioso, pois coloca-se dois públicos, docentes e discentes, comparando temas similares e divergindo informações.

Também foi questionado se sabem de pesquisas aplicadas com potencial comercial.

Gráfico 7 – Proporção (%) Sabem da existência de pesquisa aplicada com potencial comercial nas instituições UEG e IF Goiano.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Na UEG 50% dos docentes sabem que existe esse tipo de iniciativa e outros não sabem, o que indica uma falha de comunicação ou da existência da iniciativa. No IF Goiano a situação diverge pouco da instituição anterior, onde 57,14% não sabem da existência enquanto que apenas 42,86% conhecem alguma.

Na UFG, o único participante docente que ocupa cargo de gestão na instituição, informou saber da existência de pesquisa aplicada com potencial comercial em sua instituição. Também foi informado o conhecimento da existência de pesquisas com potencial comercial no IF Goiano e na UEG. As pesquisas com potencial comercial são onde as ideias começam a ser trabalhadas para o surgimento de um produto e/ou serviço por meio de estudos direcionados diretamente às necessidades dos clientes potenciais. Essas pesquisas são geralmente trabalhadas em parceria com iniciativas privadas. Pesquisas como essas contribuem para o avanço tecnológico. Quem afirma essa questão é Almeida e col. (2011) com o artigo “A importância das universidades e institutos de pesquisa para o sistema de inovação da Região Norte” quando escreve que esse benefício pode ocorrer por meio de vários mecanismos, além de alternar entre outros setores industriais e por conta da existência de outros ramos da ciência que direcionam suas pesquisas mais para inovações tecnológicas.

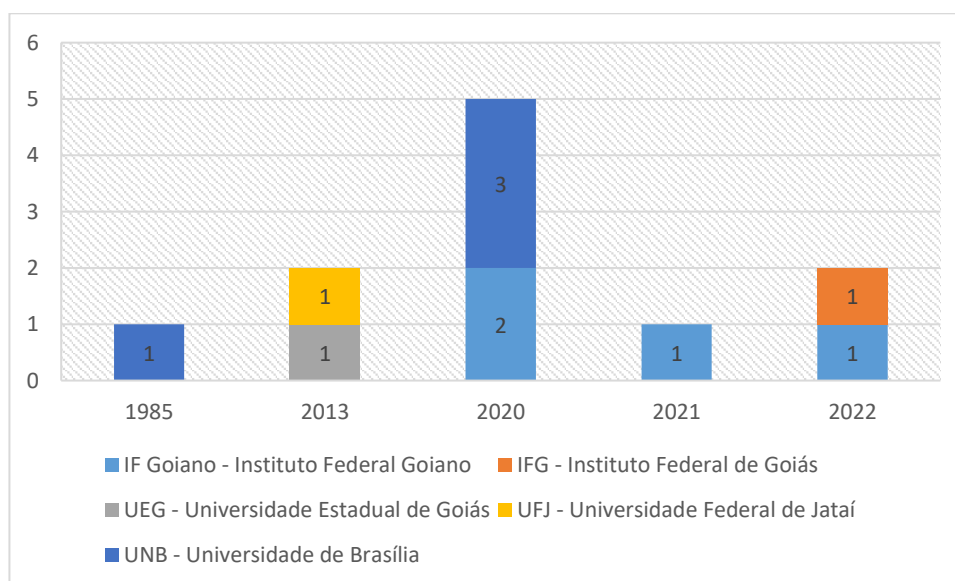
Questionados sobre Hubs externos (colaboração por meio de visitas, parcerias para inovação, etc.), somente um docente respondeu sabe da existência em sua instituição, sendo essa instituição a UEG. Como já citado, os Hubs são uma espécie de vitrine para as empresas juniores e ideias inovadoras. Os Hubs externos seriam diferentemente da Hub anterior, são desenvolvidos por empresas privadas que buscam ideias com potencial. A propulsão que um incentivo como esse pode gerar para as grandes ideias, é algo inimaginável. Lembrando o que foi

informado no gráfico 5, fica evidente uma cultura empreendedora pouco evidente diante do conhecimento desse tipo de iniciativa. Ideias boas sem divulgação são somente ideias e o papel das universidades em expor ou pelo menos estimular os alunos a levarem suas ideias a Hubs externos é um fator de grande importância.

Após a pergunta anterior o questionário foi direcionado para os discentes das instituições que ocupam cargos de gestão ou coordenação em suas iniciativas. Dessa forma, os gestores das iniciativas irão avaliar e informar sobre as suas instituições, se existe o incentivo ao empreendedorismo ou não além de fornecerem informações sobre suas iniciativas. Todas as instituições apresentam algum tipo de iniciativa exceto a UEG.

Sobre o ano de início das iniciativas, a maioria teve seu início a partir de 2013, sendo a maioria em 2020, enquanto que somente uma teve seu início em 1885, sendo uma das iniciativas da Universidade de Brasília. No gráfico 8 é possível ver a proporção de iniciativas criadas de acordo com os anos e as instituições. Um fato que chama atenção é a longevidade de algumas iniciativas. Além de demonstrar um alto empenho por parte dos integrantes, demonstra que, mesmo talvez não sendo o ideal, as iniciativas continuam se mantendo funcionais.

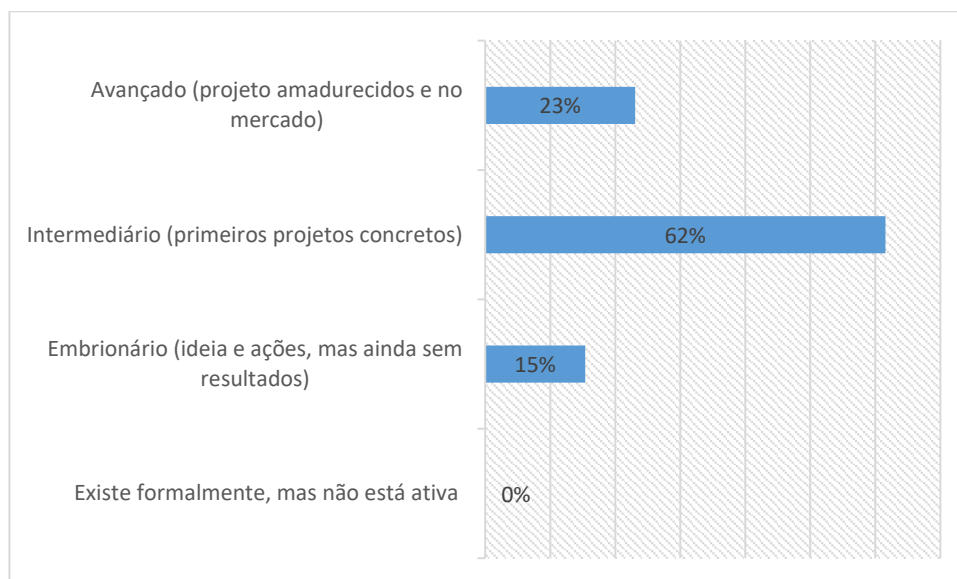
Gráfico 8- Comparativo da data de criação das iniciativas de cada instituição.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Questionando o estágio de desenvolvimento que as iniciativas se encontram, foram estabelecidos quatro parâmetros. São eles “Existe formalmente, mas não está ativa”, “Embrionária (ideia e ações, mas ainda sem resultados)”, “Intermediária (projeto amadurecidos e no mercado)” e “Avançado (projeto amadurecidos e no mercado)”. No gráfico 8 será apresentado os resultados que foram obtidos.

Gráfico 9 – Proporção (%) Estágio de Desenvolvimento das Iniciativas.

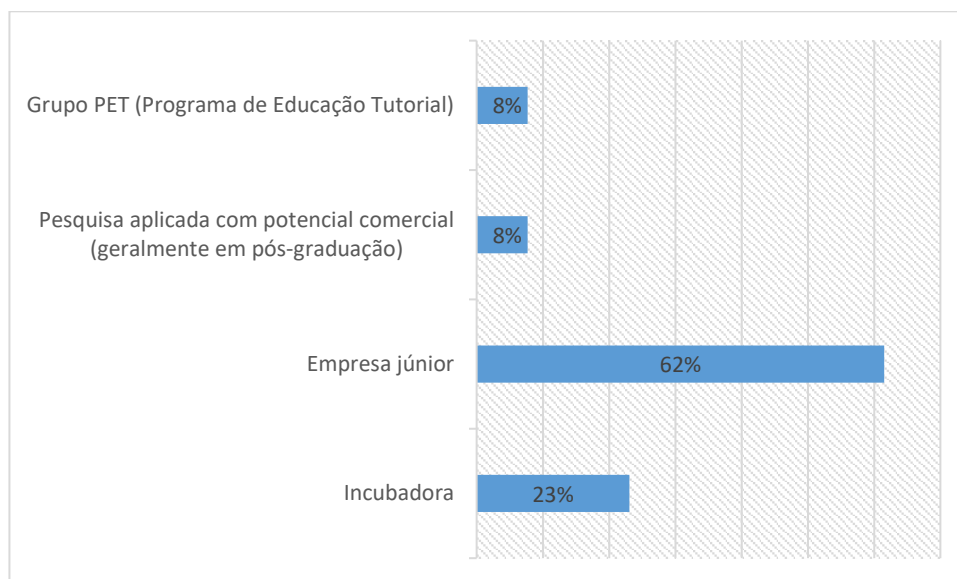


Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Nenhuma iniciativa se encontra no primeiro estágio, dando a entender que todas já estão, de algumas formas, com ideias de projetos com potencial comercial. O nível intermediário, que seria basicamente o nível dos primeiros passos da iniciativa como efetivamente uma organização que já tem ideias sólidas, é o estágio onde se encontra a maior proporção das iniciativas. Quando comparado essa questão com o ano de início das iniciativas, chama-se a atenção pelo pouco tempo que a maioria tem mais que já estão com ideias com potencial. Incentivos como os citados anteriormente poderiam ocasionar um alavanque mais acentuado a essas iniciativas.

Quando questionados sobre os tipos de iniciativas, o gráfico 10 demonstra quais os tipos, os discentes participantes, estão ativamente participando. Foram informados 4 tipos de iniciativas e foram obtidas 13 respostas.

Gráfico 10– Proporção (%) de tipos de iniciativas que os discentes participam.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

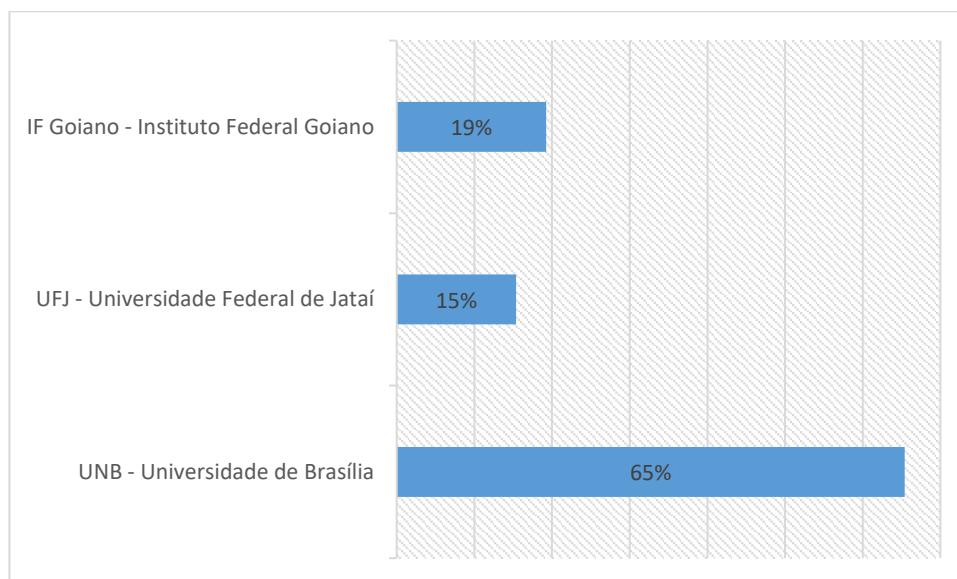
O tipo de iniciativa empresa júnior foi o mais comum informado pelos discentes no formulário, enquanto que o grupo PET e pesquisa aplicada com potencial comercial foram os com menor índice. Por se tratar de um tipo de iniciativa mais próxima da comercialização, as empresas juniores seriam o resultado das outras iniciativas. Isso, pois, o grupo PET, pesquisa aplicada e incubadora seriam os processos que as ideias passam até se tornar algo como uma empresa júnior, ou então um produto que seja comercializado com outras empresas. Essas proporções demonstram que com um incentivo mediano das instituições, ainda assim, está sendo possível gerar bastante empresas. Questiona-se então, se com incentivos maiores até onde poderia chegar-se o desenvolvimento de produtos e serviços nessas instituições? O aumento na incidência das demais iniciativas possibilitaria maior apoio ao surgimento de mais ideias inovadoras.

Direcionado ao ramo que as empresas juniores atuam, a consultoria e o agronegócio foram os ramos mais comuns. Também surgiram participantes de uma mesma iniciativa que atua no ramo da biologia e consultoria ambiental.

Somente as instituições IF Goiano e UnB responderam sobre o ramo de atuação das empresas juniores.

Sobre a incubadora, as únicas instituições que tiveram discentes que atuam nesse tipo de iniciativa foram UnB, UFJ e IF Goiano, uma para cada instituição. A estes discentes foi questionada a quantidade de empresas incubadas nas instituições de ensino. Foi identificado que 26 empresas estão incubadas nessas iniciativas. O gráfico 11 demonstra o percentual de empresas de acordo com as instituições.

Gráfico 11 - Proporção (%) de Empresas Incubada por Instituição.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

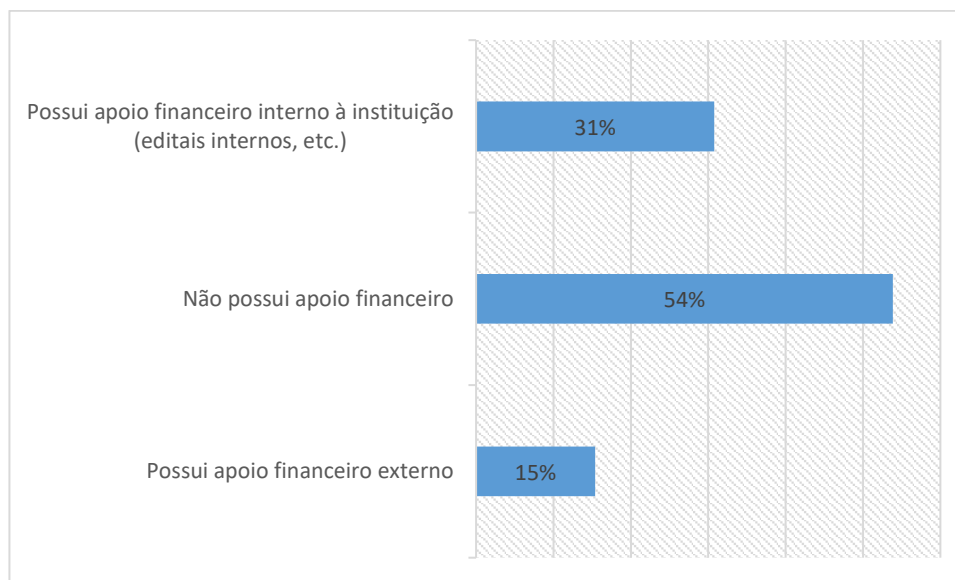
Sobre as incubadoras dos discentes participantes, as áreas de atuação são de inovação de base e social, área do agronegócio e TI, medicina veterinária e astronomia, seguindo a ordem das incubadoras com mais empresas incubadas para as com menos empresas incubadas. As incubadoras têm uma participação que auxilia no desenvolvimento das empresas juniores, pois como já foi informado, elas fornecem serviços que muitas vezes a iniciativa não tem como custear. Esses serviços também podem ser proporcionados pelas Startups, o que é mais comum. A falta desse auxílio pode ocasionar o desestímulo e porventura uma ideia próspera. Maior exemplo dessa questão foi que, ao fim do questionário, foi disponibilizado um campo para que os respondentes pudessem levantar pontos relevantes e se destacou uma observação feita por um dos discentes participantes que solicita apoio de sua instituição para alcançar mais clientes, serviço este realizado por um marketing bem feito e que é algo oferecido pelas incubadoras, de acordo com Pessin e col. (2017).

Sobre a iniciativa pesquisa aplicada com potencial comercial, foi questionado aos discentes se fazem parte destas iniciativas, porém somente um discente participante informou fazer parte, sendo este discente do IFG. A ele foi perguntado quantos produtos inovadores foram gerados por essa iniciativa e foi informado que somente um produto foi desenvolvido. A pesquisa com potencial comercial associada com apoio de empresas privadas é uma oportunidade gigantesca. O resultado de somente um produto desenvolvido pode ser ocasionado por conta de um direcionamento somente nesse produto ou por pouco estímulo ao desenvolvimento de mais produtos.

Foi questionado se as iniciativas recebiam apoio financeiro. Foram dispostas três alternativas: “Não possui apoio financeiro”, “Possui apoio financeiro

interno à instituição (editais internos, etc.)” e “Possui apoio financeiro externo”. Duas respostas, referente a dois participantes da mesma iniciativa, que divergiram, foram desconsideradas. O gráfico 12 demonstra a situação das iniciativas válidas quando relacionadas a apoio financeiro, sejam esses, apoio financeiro internos, apoio financeiro externo ou a não existência de apoio nas iniciativas.

Gráfico 12 - Proporção (%) Iniciativas que tem Apoio Financeiro.



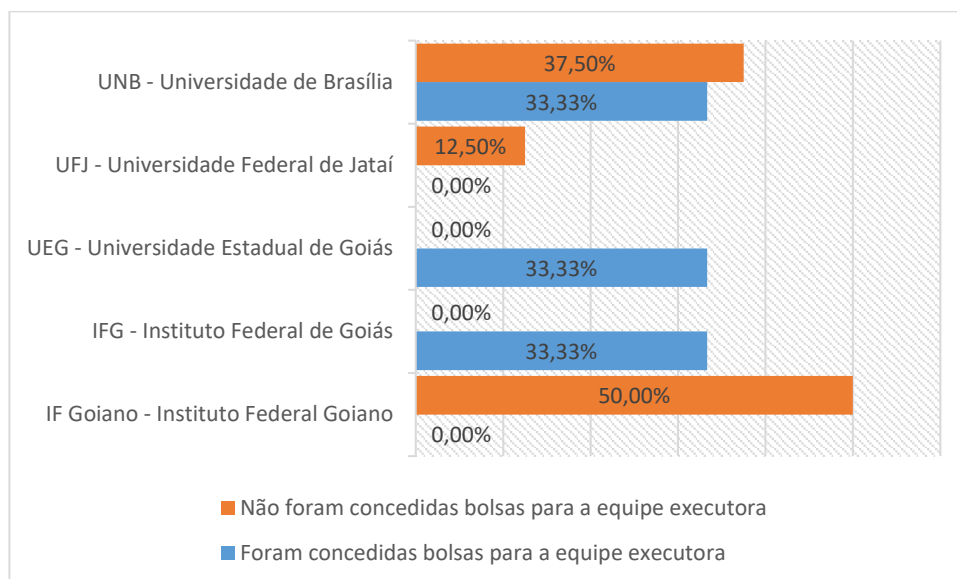
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O apoio financeiro, sejam esses apoios internos, por meio de editais internos, etc. ou apoio externo, sendo esses de empresas como patrocinadores, pelos menos até que a iniciativa se sustente sozinha, permite que uma inovação não morra no meio do caminho. Nesse ponto é que entram os Hubs de inovação, divulgando e atraindo investimento às iniciativas. Mas, não tendo esse estímulo externo, caberia então às instituições um apoio aos discentes concedendo um reforço econômico para um reforço de estrutura.

Somente dois participantes gestores de iniciativas que responderam receber apoio financeiro externo disseram a origem do apoio financeiro, sendo um do IF Goiano e outro da UEG. O discente do IF goiano informou que seu apoio vem do estado e o da UEG respondeu vir do governo federal. Em relação a este aspecto, trazer a ideia para a mesa de negociações de uma empresa privada tiraria essas iniciativas da dependência das universidades e institutos federais. Mas como fazer isso com a baixa incidência de Hubs, sendo essa ferramenta expositora? Não tem como, simplesmente é nadar contra a maré.

Também foi questionado aos discentes se foi concedido bolsas às equipes executoras das iniciativas. Todos os discentes que ocupam cargos de gestão nas iniciativas responderam essa questão. No gráfico 13 é possível verificar a proporção de iniciativas que receberam bolsas.

Gráfico 13 - Proporção (%) Iniciativas que tiveram bolsas oferecidas a equipe executora.

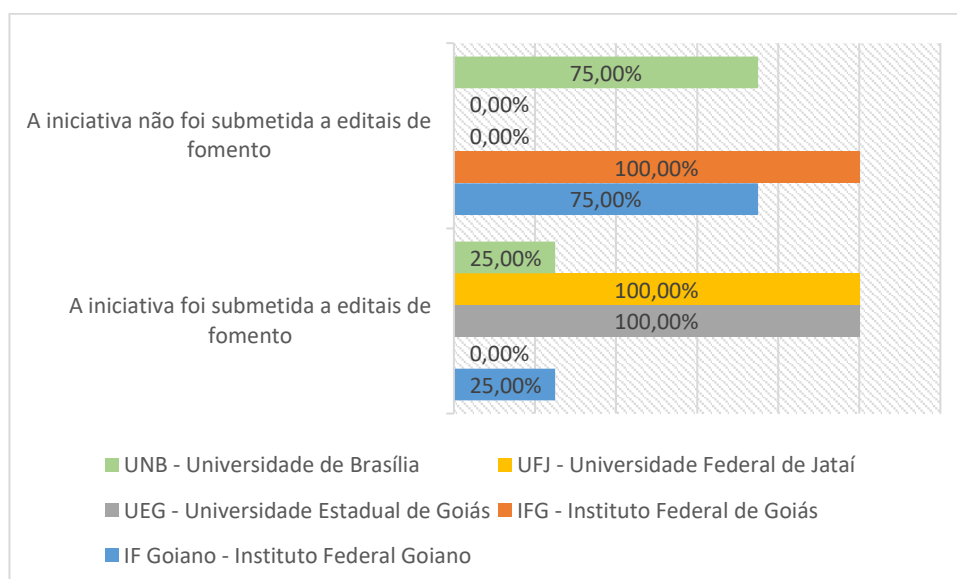


Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Levando em consideração que algumas iniciativas não geram retorno econômico, como o caso da PET, incubadora, Hubs, entre outras, caberia então o fornecimento de bolsas aos alunos que estão à frente dessas iniciativas, até mesmo por conta de, muitas vezes, haver discentes que por conta da situação financeira familiar tem que desistir de almejar iniciar uma ideia empreendedora. A bolsa mantém esse jovem ainda ativo para desenvolver e lado inovador e ousar criar e/ou reinventar.

Outra pergunta sobre contribuição financeira as iniciativas foi se as iniciativas foram submetidas a editais de fomento. Igualmente a questão anterior, todos os discentes responderam. Sobre a situação das iniciativas, o gráfico 14 compara as iniciativas que receberam editais de acordo com as instituições.

Gráfico 14 - Proporção (%) Iniciativas que participaram de editais de fomento.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Novamente é levantado a questão do apoio financeiro às iniciativas. Somente o IFG não teve nenhuma iniciativa que passou por editais de fomento. Em contrapartida, a UFJ e UEG não tiveram nenhuma iniciativa que não passou por editais. Esse apoio público entra como um reforço às iniciativas permitindo que elas continuem operacionais. O fomento entra então como mais uma forma de auxiliar o crescimento. Diante dos demais resultados apresentados anteriormente, apoios como esse e/ou outros conseguiriam fornecer um ambiente favorável a estas iniciativas. Stefanello Júnior et al. (2019) afirma que o fomento, com o intuito de fornecer um ambiente favorável ao empreendedorismo, juntamente a inovação, que contribui para o desenvolvimento de empreendimentos e resolução de necessidades sócias, pode estimular, além do surgimento de negócios bem-sucedido, o beneficiamento do local e região onde se está localizado o empreendimento.

Apesar de haver mais questões tanto aos discentes que ocupam cargo de gestão como para docentes que exercem cargos de gestão nas instituições, com o objetivo de filtrar os dados, não foram consideradas todas as perguntas. Tanto por divergência de informações como também para manter anonimato dos participantes e suas iniciativas.

CONCLUSÃO

Ao verificar os gráficos e analisá-los de uma ótica onde se entende a importância e a oportunidade do empreendedorismo, fica evidente que um dos principais calcanhares de Aquiles das instituições é a falha na comunicação de suas iniciativas. Como o próprio gráfico 5, que demonstra a percepção cultura empreendedora, os discentes deixam claro que sabem que há ainda muito a se melhorar. Ao expor as iniciativas não só irão atrair mais discentes a integrarem as iniciativas existentes, mas irá estimular que surjam novas, afinal, a inovação é a alma do empreendedorismo, e dessa forma, como não ousar criar algo para estimular a empreender.

Logo seguido da falta de comunicação, mas não menos importante, o apoio, seja ele por meio de ajuda financeira como de serviços. No gráfico 12 confirma que, por mais que alguns tipos de iniciativas devam buscar a auto sobrevivência, para se autonomizar, são necessários estímulos, até mesmo, de forma financeira. Sem esse apoio torna-se difícil que essas iniciativas saiam do papel e se tornem empreendimentos rentáveis e bem-sucedidos. Como sabemos, as instituições são públicas e o capital não é de fácil fornecimento. Mas se não houver apoio direto, a utilização de Hub de inovação, feiras de exposição de iniciativas e até mesmo concursos para que cada vez mais as iniciativas busquem se aperfeiçoar. As incubadoras com o fornecimento de serviços propiciam um grande auxílio para as iniciativas, mas ainda assim, não são todos os tipos de serviços necessários para a continuidade das iniciativas que serão fornecidos. Um capital de apoio permitiria que as iniciativas buscassem esse apoio que as incubadoras não têm em suas dependências. Além dessas questões, as pesquisas com potencial comercial podem contribuir para o surgimento de mais incentivos, vindo de iniciativas privadas.

Sobre as disciplinas que são ofertadas nas instituições, por que não a criação de trabalhos onde os discentes criem empresas? Muitos jovens entram com ideias já consolidadas referente a qual área querem atuar. Em outros casos há jovens que ainda nem definiram o que irão fazer ao terminar o curso. Matérias específicas com foco no desenvolvimento de ideias e com trabalhos acadêmicos que permitam descobrir novos nichos de mercado do universo agro, ou até mesmo uma reformulação de ideias boas, mas que já estão ficando ultrapassadas. O estímulo ao empreendedorismo pode surgir em matérias relacionadas a esse tema, fazendo jovens que querem outras áreas ou que não se encontraram se descobrirem ao desbravar ao empreender.

Estes pontos, caso sanados, encontraram no estado de Goiás e no DF as oportunidades que precisam para progredir. E o maior exemplo que demonstram tal potencial destas localidades foi verificado nos artigos expostos pelo Vale (2018) e Agência Brasília (2020), respectivamente. Conseguimos verificar o grande potencial das regiões e, juntamente desse potencial, o grande mar de

possibilidades para empreender e inovar. Ao compreender a relação dos respondentes com as instituições e iniciativas se tornou possível comparar pontos de vista semelhantes e diferentes, dessa forma evidenciando problemas que são visíveis de forma geral e outros que são mais exclusivos a cada público. Esclarecer também o nível de cultura que os docentes têm das instituições permitiu verificar que há problemas e pontos a serem melhorados, já que a maioria informou uma cultura mediana, o que não é o ideal. O apoio que é fornecido pelas instituições e externos também fica claro que é um problema, de acordo o gráfico 12, onde a maioria não tem apoio. Esse é um ponto delicado que deve ser tratado de forma mais assertiva, pois a sobrevivência das iniciativas requer apoio, principalmente das instituições de ensino.

A homogenia de profissões nos cursos relacionados a agropecuária é ocasionada justamente por questões como estas levantadas, onde os profissionais não são instigados a inovarem e analisar as necessidades do mercado, tendo assim muito do mesmo. Cabe às instituições excitar a imaginação dos discentes e assim resultar no desenvolvimento de empreendimento/ideias inovadoras.

O levantamento de dados realizado por meio do questionário elaborado pelo projeto de pesquisa Rede de Empreendedorismo das Instituições de Ensino Superior no Estado de Goiás e Distrito Federal não finaliza com a publicação deste trabalho, pois há muitos dados a serem levantados e opiniões dos respondentes a serem anexadas ao estudo. Porém, com os pouco dados recolhidos, torne-se possível verificar que há necessidades dos alunos empreendedores que devem ser solucionadas pelas instituições de ensino participantes.

REFERENCIAS

KAWAI, F. et al. **PROPENSÃO À SUCESSÃO FAMILIAR E PERFIL EMPREENDEDOR DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS DE UM CURSO DE AGRONOMIA EM MATO GROSSO.** . Acesso em: 21 set. 2022.

CELLA, D.; PERES, F. Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso do empreendedor rural. **Revista de Administração**, p. 46–57, 2002.

ONozato, E. et al. **Empreendedorismo no Brasil - 2019 - GEM.**
Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50681>>.
Acesso em: 21 set. 2022.

Download. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/gem/download/>>. Acesso em: 21 jan. 2023.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor. **Choice (Chicago, Ill.)**, v. 51, n. 08, p. 51-4537-51–4537, 2014.

Mas afinal, o que é empreendedorismo? Disponível em:
<<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>>. Acesso em: 21 jan. 2023.

PODER. **Brasil é o 7º país com mais empreendedores, diz pesquisa.**
Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/brasil-e-o-7o-pais-com-mais-empreendedores-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 21 jan. 2023.

SOUZA, P. A. R. DE; CAMPOS, A. K. M.; ROMEIRO, M. DO C. Análise do potencial empreendedor em graduandos de cursos de Ciências Agrárias de Mato Grosso. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação**, v. 3, n. 2, p. 33–45, 2018.

Instituto Federal de Goiás - Página inicial. Disponível em: <<https://www.ifg.edu.br/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

GOIÁS, U. E. DE. :: Universidade Estadual de Goiás :: Disponível em: <<https://www.ueg.br/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

Instituto Federal Goiano. Disponível em: <<https://ifgoiano.edu.br/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

UFG - Universidade Federal de Goiás. Disponível em: <<https://www.ufg.br/>>.

Portal UFJ - Universidade Federal de Jataí. Disponível em: <<https://portalufj.jatai.ufg.br/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília – CDT/UnB - Início. Disponível em: <<https://www.cdt.unb.br/pt-br/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

Sobre Goiás - IMB. Disponível em: <https://www.imb.go.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=458>. Acesso em: 26 jan. 2023.

Brasília está entre líderes com maior valor da produção agrícola em 2019. Disponível em: <<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2020/11/23/brasilia-esta-entre-lideres-com-maior-valor-da-producao-agricola-em-2019/>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

CELLA, D.; PERES, F.; CURI PERES, F. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/V370449.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2023.

VALBER, F. **O PAPEL DA UNIVERSIDADE NA FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES: A PERCEPÇÃO PRÁTICA DOS ALUNOS DE AGRONOMIA** EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN DE LOS EMPREENDEDORES: LA PERCEPCIÓN PRÁCTICA DE LOS ESTUDIANTES DE AGRONOMÍA THE ROLE OF THE UNIVERSITY IN THE FORMATION OF ENTREPRENEURS: THE PRACTICAL PERCEPTION OF AGRONOMY STUDENTS

Apresentação: Pôster. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://cointer.institutoidv.org/inscricao/pdvagro/uploadsAnais2020/O-PAPEL-DA-UNIVERSIDADE-NA-FORMA%C3%87%C3%83O-DE-EMPREENDEDORES:-A-PERCEP%C3%87%C3%83O-PR%C3%81TICA-DOS-ALUNOS-DE-AGRONOMIA.pdf>>. Acesso em: 2 fev. 2023.

EDUARDO-CORREA; UMC, W. M. -. **Dicas para empreender no agronegócio | Blog | Sebrae Minas.** Disponível em: <<https://sebraemg.com.br/dicas-para-empreender-no-agronegocio/>>. Acesso em: 2 fev. 2023.

Cientistas usam bactérias para ajudar plantas a resistir à seca. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/22885691/cientistas-usam-bacterias-para-ajudar-plantas-a-resistir-a-seca>>. Acesso em: 2 fev. 2023.

SOUSA, A.; OLIVEIRA, G.; ALVES, L. A PESQUISA BIBLIOGRÁFICA: PRINCÍPIOS E FUNDAMENTOS. 2021.

Hub de inovação: o que é, como funciona e o que não pode faltar? Disponível em: <<https://www.amcham.com.br/noticias/inovacao/hub-de-inovacao-o-que-e-como-funciona-e-o-que-nao-pode-faltar>>. Acesso em: 4 fev. 2023.

RESEARCH XP. **O que é uma startup? Definição, objetivos e como montar a sua!** Disponível em: <<https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/o-que-e-startup/>>.

PESSIN, V. et al. **EMPRESA JUNIOR E INCUBADORA DE EMPRESAS: ANÁLISE COMPARATIVA.** Disponível em:

<https://abepro.org.br/biblioteca/TN_WIC_238_376_32255.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2023.

ALMEIDA, L. et al. **A importância das universidades e institutos de pesquisa para o sistema de inovação da Região Norte**. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/economia/issue/view/1388>>. Acesso em: 5 fev. 2023.

Profissões ligadas à agricultura. Disponível em: <<https://fundacaocargill.org.br/profissoes-ligadas-agricultura/>>. Acesso em: 5 fev. 2023.

SANTOS, P.; ARAÚJO, M. **A importância da inovação aplicada ao agronegócio: uma revisão**. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/relainep/article/view/55158>>. Acesso em: fev. 6DC.

SEBRAE; ENDEAVOR. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatorio%20Endeavor%20impressao.pdf>>. Acesso em 07 de fev. de 2023.

LEITE, E. **O Fenômeno de Empreendedorismo**. São Paulo. Saraiva, 2012.

ANDRADE, P. **O EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA: IMPACTO DA PANDEMIA DA COVID-19 NAS TAXAS DE EMPREENDEDORISMO DO BRASIL NO ANO DE 2020**. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/31628/1/2022_PedroCorreiaAndrade_tc_c.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2023.

SIQUEIRA, M.; GUIMARÃES, L. **NOVOS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO**. *Revista Administração e Diálogo*, p. 144–156, 2007.

COSTA, A.; CERICATO, D.; MELO, P. EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO: UMA NOVA ESTRATÉGIA PARA A INOVAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS. **Revista de Negócios, Blumenau**, p. 32–43, 2007. ANDRÉ GILDIN. **Agronegócio: como o empreendedorismo rural vem atualizando a atividade no campo**. Disponível em: <<https://blog.ipog.edu.br/engenharia-e-arquitetura/empreendedorismo-rural/>>. Acesso em: 23 fev. 2023.

OLIVEIRA, B. S. DE; SANTOS, L. R. DE O. **Goiás em Dados - 2022**.

Disponível em:

<https://www.imb.go.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2361:goias-em-dados-2022&catid=19&Itemid=151>. Acesso em: 15 fev. 2023.

10 características de um empreendedor e como adquiri-las - Portal do Sebrae SC. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empreendedor>>.

STARTUPSC. **Capacitação de empreendedores: como o Startup SC contribui para o crescimento do ecossistema**. Disponível em: <<https://www.startupsc.com.br/capacitacao-de-empreendedores/>>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SEBRAE. **As competências básicas de um empreendedor de sucesso**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-competencias-basicas-de-um-empreendedor-de-sucesso,267ee0a0fbd72810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 24 fev. 2023.

UNIVERSIDADES EMPREENDEDORAS. **insights 2019**. Disponível em: <<https://universidadesempreendedoras.org/insights/#cultura-empreendedora>>. Acesso em: 24 fev. 2023.

MANOSSO, F.; SARTORI, R.; MACHADO, H. Estratégias de Interação em Instituições de Ciência e Tecnologia e Empresas Paranaenses. **Cadernos de Prospecção**, v. 12, n. 5, p. 1052–1052, 30 dez. 2019.

SEBRAERS. **Nove desafios de empreender e como superá-los**. Disponível em: <<https://digital.sebraers.com.br/blog/desafios-de-empreender-e-como-supera-los/>>. Acesso em: 25 fev. 2023.

APÊNDICE 1

Endereço de e-mail

Seu nome:

Instituição em que trabalha ou estuda:

Unidade/Campus em que atua:

Unidade/Campus em que atua?

Em que campus você atua?

Departamento em que trabalha ou estuda:

Seu número de telefone

Atualmente qual a sua relação com iniciativas empreendedoras?

Há cultura empreendedora no campus em que você atua?

No seu campus existe empresa júnior:

Quantas empresas juniores existem no campus em que você atua?

Nome da empresa:

Quais os contatos das empresas juniores (um contato por empresa) (nome da pessoa, telefone e e-mail)

Qual o segmento de atuação da empresa?

São registradas na Goiás Jr ou Brasil Jr?

Outras empresas, caso existam (incluir os dados: nome da empresa, contatos, segmento e registro para cada caso)

No seu campus existe Grupo PET (Programa de Educação Tutorial):

Quantos grupos PET (Programa de Educação Tutorial) há no Campus em que você atua:

Nome do Grupo PET:

Contatos do Grupo PET (Nome de uma pessoa responsável; e-mail; telefone)

A qual matéria/disciplina o grupo está relacionado?

Outros grupos PET, caso existam (incluir os dados: nome do grupo, contatos de uma pessoa responsável, matéria relacionada para cada caso)

No seu campus existe incubadora das empresas?

Quantas incubadoras há na instituição em que você atua:

Nome da incubadora:

Contatos da incubadora (Nome de uma pessoa responsável; e-mail; telefone)

Esta incubadora é de base tecnológica, social ou mista?

Outras incubadoras, caso existam (incluir os dados: nome da incubadora, contatos de uma pessoa responsável indicação da base tecnológica ou social para cada caso)

No seu campus existe Startup?

Quantas Startups há no Campus em que você atua:

Nome da startup:

Contatos (Nome de uma pessoa responsável; e-mail; telefone)

Área de atuação

Outras startups, caso existam (incluir os dados: nome da startup, contatos de uma pessoa responsável e área de atuação para cada caso)

No seu campus existe Hub de inovação (parque tecnológico)?

Quantos hubs de inovação ou parques tecnológicos há no campus em que você atua?

Nome do hub ou do parque:

Outros hubs ou parques, caso existam (incluir os dados: nome da iniciativa, contatos de uma pessoa responsável e área de atuação para cada caso)

No campus em que você atua há cursos que ofertam disciplinas de empreendedorismo (ou temas relacionados) ?

Quantas disciplinas de empreendedorismo (ou temas relacionados) são ofertadas no campus em que você atua?

Nome da disciplina:

Carga horária (ex. 30h, 40h):

Quais os contatos dos professores responsáveis (um contato por disciplina)? (Nome; E-mail; Telefone)

Grau de obrigatoriedade:

Outras disciplinas (incluir os dados: nome da disciplina, carga horária, contatos de uma pessoa responsável e grau de obrigatoriedade para cada caso)

No campus em que você atua há pesquisa aplicada com potencial comercial (geralmente em pós-graduação)?

Quantas pesquisas com potencial comercial (capacidade de gerar produto ou processo que possa ser disponibilizado para fins comerciais) existem atualmente na instituição?

Título da pesquisa

Temas da pesquisa:

Nível:

Nome e contatos (e-mail ou fone) dos professores orientadores ou do estudante

Outras pesquisas (incluir os dados: título da pesquisa, temas abordados, nível e contatos de uma pessoa responsável para cada caso)

A instituição em que você atua colabora com Hubs externos? (colaboração por meio de visitas, parcerias para inovação etc.).

Caso a resposta anterior seja “Sim”, conte um pouco sobre essa(s) parceria(s) (nome da iniciativa; contatos; responsáveis)

Nome da iniciativa (ex. Empresa Júnior Agro Soluções, Disciplina de Empreendedorismo do Curso de Agronomia, Pesquisa sobre Bioinsumos para Uso Agrícola)

Nome do responsável direto pela iniciativa:

E-mail e telefone do responsável direto pela iniciativa:

Onde atua a sua(s) iniciativa(s)?

Em que ano sua iniciativa começou (ex. 2013)?

Estágio

Tipo de iniciativa:

Quantos projetos já foram realizados?

Descreva qual área de atuação da iniciativa (segmento de atuação):

Quantas empresas incubadas?

Quantas empresas geradas?

Quantas turmas formadas?

Quantas iniciativas concretas?

Quantos produtos inovadores foram gerados por esta pesquisa?
Quantas parcerias públicas privadas formalizadas?
Comente outros resultados obtidos pela iniciativa.
A iniciativa possui apoio financeiro?
Qual a origem do apoio financeiro externo obtido pela iniciativa?
Foram concedidas bolsas para a equipe executora?
A iniciativa foi submetida a editais de fomento?
Para quais editais de fomento a iniciativa foi submetida?
Qual(is) o(s) estado(s) de atuação da iniciativa?
Quais os municípios de atuação?
Quantos projetos estão em curso?
Quantos estudantes já passaram pela iniciativa?
Quantos estudantes fazem parte da iniciativa atualmente?
Quantos professores estão envolvidos na iniciativa atualmente?
A iniciativa tem site?
Qual o site?
A iniciativa tem rede social?
Qual rede social e o perfil da iniciativa?
A iniciativa tem telefone?
Qual o telefone da iniciativa com o DDD?
Caso queira fazer mais algum comentário adicional fique à vontade em utilizar este espaço: