



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS**  
**DEPARTAMENTO DE ZOOTECNIA**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**MILENA TEIXEIRA LIMA**

**IMPACTO DA ATUAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR DE ZOOTECNIA DA**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

**FORTALEZA**

**2025**

MILENA TEIXEIRA LIMA

IMPACTO DA ATUAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR DE ZOOTECNIA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso de Graduação em Zootecnia da  
Universidade Federal do Ceará, como requisito  
parcial à obtenção do título de bacharel em  
Zootecnia.

Orientadora: Profa. Dra. Lays Débora Silva  
Mariz

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- T267i     Lima, Milena Teixeira.  
            Impacto da atuação da Empresa Júnior de Zootecnia da Universidade Federal do Ceará / Milena  
            Teixeira Lima. – 2025.  
            80 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências  
            Agrárias, Curso de Zootecnia, Fortaleza, 2025.  
            Orientação: Profa. Dra. Lays Débora Silva Mariz.
1. Movimento empresa júnior. 2. Impacto socioeconômico. 3. Extensão universitária. 4.  
            Empreendedorismo. I. Título.

CDD 636.08

---

MILENA TEIXEIRA LIMA

IMPACTO DA ATUAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR DE ZOOTECNIA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso de Graduação em Zootecnia da  
Universidade Federal do Ceará, como requisito  
parcial à obtenção do título de bacharel em  
Zootecnia.

Aprovada em: xx/xx/xxxx.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Lays Débora Silva Mariz (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Magno José Duarte Cândido  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Patrícia Guimarães Pimentel  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus pais, Francisco e Gorete.

Ao meu avô, Carlos Valdemar.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, meu suporte emocional em cada sacrifício, em cada queda e em cada vitória. Foi Ele minha força, minha fé, quem me mostrou todas as portas, as que se abriram e as que se fecharam, e afastou todo o medo quando a angústia me cercava.

Aos meus pais, que me ensinaram os verdadeiros valores da vida: ética, integridade, sabedoria e, acima de tudo, a luta. São minhas maiores inspirações quando falo de esforço e trabalho. Vieram da fome na infância e, com coragem e dignidade deram a volta na vida, me mostraram o valor de lutar, de honrar e de valorizar cada fruto colhido.

Aos meus avós, Ioneide Teixeira, Antônio Teixeira e Fausta Elisa, produtores rurais que me transmitiram a paixão pelo setor. E, principalmente, ao meu avô Carlos Valdemar, que perdi na pandemia e foi o principal responsável por fazer a Zootecnia nascer em mim, mesmo sem saber. A ele, dedico minha profissão.

Aos meus irmãos, Alex de Almeida e Vitória Fausta, com quem cresci e mesmo com personalidades totalmente distintas, mas que são, cada um à sua maneira, inspirações de força e resiliência. Ao meu irmão, agradeço pelo sorriso nos momentos mais difíceis e pelo coração generoso que sempre foi exemplo pra mim. À minha irmã, por ser a pessoa mais sonhadora que conheço, sou grata pela inspiração e pelo cuidado com que me protege desde a infância.

Ao meu namorado, Lucas Tavares, que antes foi meu amigo e depois se tornou meu companheiro, agradeço pela parceria, paciência, compreensão e amor. Por cada momento de apoio, dentro e fora da Universidade. Você foi quem mais acreditou em mim, mesmo quando eu mesma duvidei do meu potencial por inúmeras vezes. Obrigada por me ouvir em cada riso, em cada choro, e por me ajudar a me reconstruir todas as vezes em que precisei. Obrigada por ser a minha luz do dia.

À minha professora orientadora, Dra. Lays Mariz, por ter me acompanhado com escuta atenta e contribuições valiosas ao longo desta pesquisa. Sua orientação foi essencial para aprimorar a qualidade do trabalho, além de ter sido uma guia constante em diferentes etapas da minha trajetória acadêmica, na empresa júnior, em projetos de extensão e em experimentos.

Aos professores da banca examinadora, Magno Cândido e Patrícia Guimarães, agradeço pelo tempo dedicado, pelas valiosas contribuições e sugestões, e por todo o apoio ao longo da graduação. Foram professores que me guiaram e contribuíram para o meu crescimento em diferentes momentos, seja em sala de aula, na organização de eventos ou em outras experiências acadêmicas.

Ao professor Aníbal Coutinho, que me orientou em diferentes momentos da graduação, seja na Empresa Júnior, no NEEF ou em tantas outras oportunidades pelas quais serei eternamente grata. Agradeço pelo carinho, atenção, escuta ativa de ideias e feedbacks, pela forma sempre assertiva com que me guiou. Sua presença foi fundamental na minha formação.

A todos os entrevistados da pesquisa, que gentilmente dedicaram seu tempo e contribuíram para a qualidade do meu projeto, meu sincero agradecimento. Ao Lucas Tavares, Alex Lopes e Rhayssa Sousa, agradeço pelo apoio ao longo do processo de escrita do TCC, pela colaboração com informações e pela constante disposição em auxiliar na execução da pesquisa.

À Emzootec Júnior, minha casa e fortaleza, onde vivi a formação mais transformadora da minha vida, como pessoa e como profissional. Foi ali que aprendi sobre quedas e recomeços, que vivi a experiência acadêmica mais marcante e louca da minha trajetória. A Emzootec Jr. me ensinou sobre amor, paciência, gestão, estratégia e tantas outras lições que levo comigo. Será, para sempre, meu inesquecível na graduação. A todos que fizeram parte das gestões entre 2020 e 2025, meu profundo agradecimento. Cada líder e cada liderado contribuiu para a profissional que me tornei. Em especial, deixo minha gratidão a: Sarah Queiroz, Vitória Costa, Sara Maria, Lucas Tavares, Levi Coutinho, Mateus Ferreira, João Bôsko, Jenifer Maia, Grazielle Mesquita, Luiz Henrique, Laila Saldanha, Letícia Sampaio, Arthur Alves, Rhayssa Sousa, João Pedro Oliveira, Ana Vitória, João Vitor, Ian Vasconcelos, Lara Ferreira, Lara Cassimiro, Ronnald Pinheiro, Alonso Severo, Alexsandro Ferreira, Sammy Oliveira, Ana Jullya, Dara Barbosa, Clara Eduarda, Ann Beatrice, Ana Sofia, Ruan Alves, Alan Silva e Laís Martins, por confiarem em mim pra ensinar e mais ainda por me fazerem aprender tanto, além da valiosa amizade durante todos os desafios. Agradeço à empresa também por ter fornecido a história, os dados e todas as informações essenciais que possibilitaram a realização desta pesquisa.

Ao Movimento Empresa Júnior, por proporcionar oportunidades transformadoras de formação para estudantes, como vivenciei na Emzootec Jr., sendo essencial na minha trajetória de desenvolvimento como líder, gestora e profissional. À Brasil Júnior, por representar com excelência a força e a relevância do movimento em nível nacional, e à FEJECE, por fortalecer esse propósito no Ceará, impulsionando o protagonismo e o impacto do MEJ em nosso estado.

Ao NEEF, pelo aprendizado técnico durante quase dois anos na minha graduação, por ser uma experiência desafiadora e de grande enriquecimento, e por todos os colegas que formei ali dentro, minha gratidão e respeito.

Aos meus amigos que entraram comigo na graduação, Alex Ferreira, Ester Araújo, Sávio Levy, Alonso Severo, Pâmela Evelyn, Lucas Tavares, João Pedro, Lara Ferreira, Levi Coutinho e Ana Vitória Lima, por dividirem comigo os desafios desde o início: nas aulas, nos estágios, nas provas e nos manejos. Aos meus outros grandes amigos, Letícia Sampaio, Ian Vasconcelos, Sara Maria, Arthur Alves, João Bôsko, Laila Saldanha, Jenifer Maia, Luiz Henrique, Mateus Ferreira, Lucas Varela, João Victor Honorato, João Vitor dos Santos, Rhayssa Sousa e Ana Sofia, por compartilharem momentos inesquecíveis e tornarem essa jornada ainda mais especial. O valor da amizade é imensurável. Obrigada por estarem comigo nos risos, nas dores, nas alegrias e nas vitórias. Pelo cuidado de sempre, e até hoje minha eterna gratidão a todos.

As minhas amigas de infância, Bianca Sales, Jéssica Sales e Beatriz Ramos, pela companhia e companheirismo do colégio até hoje.

A Universidade Federal do Ceará por ter oportunizado a vaga da minha vida, uma estrutura incrível e um curso de excelência. E a PREX, por incentivar o fortalecimento das empresas juniores na UFC.



“Para conseguir o que quer, você deve olhar  
além do que você vê” (O rei leão 3, 2004).

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o perfil dos clientes atendidos, a satisfação com os serviços prestados e o impacto socioeconômico gerado pela Empresa Júnior de Zootecnia (Emzootec Jr.), empresa júnior vinculada ao curso de Zootecnia da Universidade Federal do Ceará (UFC), no período de 2020 a 2025. A pesquisa adotou uma abordagem descritiva e qualitativa, utilizando dois formulários estruturados, respondidos por clientes que consumiram produtos e serviços da empresa nos últimos cinco anos. O objetivo foi analisar de forma separada as perspectivas dos produtores rurais e dos demais clientes, identificando pontos fortes e oportunidades de melhoria. Os dados obtidos permitiram avaliar aspectos como grau de satisfação, tipo de serviço contratado, fidelização, percepção de impacto social, municípios alcançados, práticas produtivas e desafios enfrentados no meio rural. Os resultados indicam que a maioria dos clientes apresentou alto nível de satisfação com os serviços prestados. A nota média de satisfação para a maior parte dos perfis de clientes foi de 9,56, acompanhada de um *Net Promoter Score* (NPS) como taxa de recomendação e fidelização de 9,57, refletindo excelentes resultados. Entre os produtores rurais atendidos por serviços agropecuários personalizados, a satisfação geral alcançou nota média de 8,15, com NPS de 8,23. A análise revelou que todos os 111 clientes com respostas coletadas acreditam que a Emzootec Jr. é capaz de gerar impacto positivo socialmente, especialmente em médio e longo prazo. A pesquisa também evidenciou que a bovinocultura é a principal atividade dos produtores rurais atendidos e que a empresa tem se consolidado como um importante agente de transformação social no meio agropecuário cearense, promovendo conhecimento técnico, extensão universitária e formação empreendedora. Embora tenham sido identificados pontos de melhoria, especialmente relacionados à comunicação, acompanhamento técnico e acesso à informação, os dados confirmam o protagonismo da Emzootec Jr. como uma empresa júnior com forte capacidade de impacto social, técnico e econômico. A atuação estratégica em eventos como o “Dia do Produtor Rural” e o “Agrárias Empreendedora” demonstra a relevância institucional da organização, e grande alcance quantitativo de público. Assim, conclui-se que a Emzootec Jr. tem cumprido de forma significativa seu papel no ecossistema universitário e agropecuário do Nordeste, sendo reconhecida por seus clientes como uma catalisadora de impacto socioeconômico na região.

**Palavras-chave:** Movimento empresa júnior; impacto socioeconômico; extensão universitária; empreendedorismo.

## ABSTRACT

The present study aims to analyze the profile of clients served, their satisfaction with the services provided, and the socioeconomic impact generated by the Junior Company of Animal Science (Emzootec Jr.), a junior enterprise linked to the Animal Science program at the Federal University of Ceará (UFC), in the period from 2020 to 2025. The research adopted a descriptive and qualitative approach, using two structured questionnaires answered by clients who consumed the company's products and services over the past five years. The objective was to separately analyze the perspectives of rural producers and other clients, identifying strengths and opportunities for improvement. The collected data made it possible to evaluate aspects such as satisfaction level, type of service contracted, customer loyalty, perception of social impact, municipalities reached, production practices, and challenges faced in rural areas. The results indicate that most clients reported a high level of satisfaction with the services provided. The average satisfaction score for the majority of client profiles was 9.56, accompanied by a Net Promoter Score (NPS) of 9.57 as a recommendation and loyalty rate, reflecting excellent results. Among rural producers who received personalized agricultural services, overall satisfaction reached an average score of 8.15, with an NPS of 8.23. The analysis revealed that all 111 clients who responded believe that Emzootec Jr. is capable of generating a positive social impact, especially in the medium and long term. The research also showed that cattle farming is the main activity of the rural producers served and that the company has consolidated itself as an important agent of social transformation in the agricultural sector of Ceará, promoting technical knowledge, university extension, and entrepreneurial training. Although areas for improvement were identified—particularly related to communication, technical follow-up, and access to information—the data confirm Emzootec Jr.'s prominent role as a junior company with strong social, technical, and economic impact potential. Its strategic presence at events such as “Dia do Produtor Rural” and “Agrárias Empreendedora” demonstrates the organization's institutional relevance and significant audience reach. Thus, it is concluded that Emzootec Jr. has significantly fulfilled its role within the university and agricultural ecosystem of the Northeast, being recognized by its clients as a catalyst for socioeconomic impact in the region.

**Keywords:** Junior Enterprise Movement; Socioeconomic Impact; University Extension; Entrepreneurship.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– A: Cerimônia de abertura; B: Estação temática de manejo de solo no X Dia do Produtor Rural (2024) .....	32
Figura 2	– Participantes e comissão organizadora da primeira edição do Agrárias Empreendedora (2024) .....	34
Figura 3	– Visita de diagnóstico ao cliente Francisco Júlio (2022) para elaboração do projeto de instalações .....	41
Figura 4	– Coleta de solo na cidade Cascavel do cliente Pedro em 2025.....	42

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	- Ano de realização dos serviços da Emzootec Jr. prestados aos produtores rurais (2020 a 2025) .....	43
Gráfico 2	- Atividade de produção predominante dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	44
Gráfico 3	- Atividade de produções secundárias dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	45
Gráfico 4	- Escoamento da produção dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	46
Gráfico 5	- Benefícios apontados pelos produtores rurais após finalização dos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	50
Gráfico 6	- Expectativas do atendimento dos serviços prestados aos produtores rurais pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	51
Gráfico 7	- Sugestões de melhorias dos serviços prestados aos produtores rurais realizados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	52
Gráfico 8	- Avaliação da possibilidade de recontratação de produtores rurais atendidos por serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	54
Gráfico 9	- Avaliação dos produtores rurais em relação ao potencial de impacto positivo local ou regional da Emzootec Jr .....	55
Gráfico 10	- Percepção dos produtores rurais sobre o potencial de impacto socioeconômico positivo da Emzootec Jr .....	56
Gráfico 11	- Amostragem do perfil dos demais clientes atendidos por serviços da Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	58
Gráfico 12	- Área dos serviços prestados pela Emzootec Jr. aos demais perfis de clientes (2020 a 2025) .....	59
Gráfico 13	- Ano de realização dos serviços da Emzootec Jr. prestado aos demais perfis de clientes (2020 a 2025) .....	61
Gráfico 14	- Expectativas do atendimento dos serviços prestados aos demais perfis de clientes pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	65
Gráfico 15	- Benefícios apontados pelos demais perfis de clientes após finalização dos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	66

Gráfico 16	- Avaliação da possibilidade de recontratação dos demais perfis de clientes atendidos por serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	68
Gráfico 17	- Pontos de melhoria dos serviços indicados pelos demais perfis de clientes atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	69
Gráfico 18	- Avaliação dos demais perfis de clientes em relação ao potencial de impacto positivo local ou regional da Emzootec Jr .....	71
Gráfico 19	- Percepção dos demais perfis de clientes sobre o potencial de impacto socioeconômico positivo da Emzootec Jr .....	72

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	- Heterogeneidade de idade dos entrevistados atendidos por serviços da Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	39
Tabela 2	- Consultorias prestadas aos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	41
Tabela 3	- Nível de satisfação e recomendação dos produtores rurais em relação aos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	53
Tabela 4	- Heterogeneidade de idade dos demais perfis de clientes atendidos por serviços da Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	57
Tabela 5	- Avaliação de satisfação geral e fidelização dos serviços dos demais perfis de clientes atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025) .....	67

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFC	Universidade Federal do Ceará
FEJECE	Federação das Empresas Júniores do Estado do Ceará
BRASIL JÚNIOR	Confederação Brasileira de Empresas Júniores
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PIB	Produto Interno Bruto
BNB	Banco do Nordeste do Brasil S.A
CEPEA	Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada
CNA	Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil
CNPA	Congresso Nordestino de Produção Animal
MEJ	Movimento Empresa Júnior
EJS	Empresas Júniores
ESSEC	L'École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales
ONU	Organização das Nações Unidas
ODS	Objetos de Desenvolvimento Sustentável
COMEJ	Conferência Mundial de Empresas Júniores
ECEJ	Encontro Cearense de Empresas Júniores
UFCA	Universidade Federal do Cariri
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
NEEF	Núcleo de Ensino e Estudos em Forragicultura
MATA BRANCA JR	Empresa Júnior de Biologia
IPHARMA JR	Empresa Júnior de Farmácia
CORAQ JR	Empresa Júnior de Engenharia de Pesca
CONALIMENTOS JR	Empresa Júnior de Engenharia de Alimentos
CCA	Centro de Ciência Agrárias
AGRÔNÔMICA JR	Empresa Júnior de Agronomia
NPS	Net Promoter Score
EMATERCE	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Ceará
NES	Núcleo de Estudos em Suinocultura
NEASPET	Núcleo de Estudos em Animais Silvestres e Pets
PET ZOOTECHNIA	Programa de Educação Tutorial do curso de Zootecnia
COEMP	Coordenadoria de Empreendedorismo e Inovação
PREX	Pró-reitoria de Extensão da UFC
IES	Instituição de Ensino Superior
VBP	Valor Bruto da Produção
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEPLAG	Secretaria do Planejamento e Gestão do Estado do Ceará
IFPR	Instituto Federal do Paraná
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
NUTEC	Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará
PEC	Seminário Nordestino do Agro



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>19</b>
2.1 O setor agropecuário e seus desafios.....	19
2.2 A universidade e a formação profissional empreendedora .....	21
2.3 Movimento Empresa Júnior e seu impacto .....	22
2.4 Histórico da Emzootec Jr. ....	25
2.5 Projetos, eventos e realizações de impacto da Emzootec Jr. ....	30
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>36</b>
3.1 Caracterização da pesquisa e público alvo.....	36
3.2 Instrumentos de pesquisa.....	36
3.2.1 <i>Produtores rurais</i> .....	37
3.2.2 <i>Demais perfis de clientes</i> .....	38
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>39</b>
4.1 Produtores rurais.....	39
4.2. Demais perfis de clientes .....	56
4.3 Experiência na Emzootec Júnior e contribuições para a minha formação profissional .....	72
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>75</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXO 1 – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA PRODUTORES RURAIS .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO 2 – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA DEMAIS CLIENTES.....</b>	<b>81</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Emzootec Jr. foi fundada em 2006 com o propósito de proporcionar aos estudantes uma vivência prática da profissão, alinhando ensino, pesquisa e extensão por meio do empreendedorismo, além de proporcionar aos seus clientes, serviços acessíveis capazes de impactar a sociedade. A Emzootec Jr. tem alcançado centenas de pessoas com soluções acessíveis, conectando conhecimento acadêmico às necessidades práticas de produtores rurais, tutores de pets, grupos acadêmicos, empreendedores e instituições públicas e privadas.

Os serviços da Emzootec Jr. abrangem consultorias, cursos, eventos técnicos e projetos agropecuários aplicados, aproximando o saber científico da prática produtiva com responsabilidade social e atuação no campo. Cada atendimento representa não apenas um resultado técnico, mas uma possibilidade de transformação na vida de quem está no campo e na cidade, e na trajetória dos próprios membros que vivenciam o fazer empresarial com propósito. Em um cenário onde o setor agropecuário carece de assistência técnica acessível, iniciativas como a da Emzootec Jr. representam oportunidades reais de impacto direto, tanto na qualidade de vida dos produtores rurais quanto na formação dos estudantes que constroem soluções aplicadas. Assim uma análise destes serviços torna-se imprescindível para futuras melhorias do papel da empresa perante à sociedade.

Diante disso, a presente pesquisa busca entender o perfil dos clientes atendidos, os tipos de projetos desenvolvidos e os resultados alcançados para dimensionar o impacto gerado pela empresa. Ao sistematizar essas informações, é possível tanto valorizar os avanços institucionais quanto identificar caminhos de aprimoramento para a continuidade e ampliação dos impactos sociais e acadêmicos promovidos pela Emzootec Jr.

Objetivou-se por meio desse trabalho avaliar os serviços prestados pela Emzootec Jr. nos últimos cinco anos como parte da relevância crescente da atuação das Empresas Juniores (EJs) como ferramentas de inovação, extensão universitária e transformação social.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Considerando que a Emzootec Jr. é uma EJ do ramo do agronegócio, que contribui para a economia e proporciona aos seus membros uma vivência empresarial, torna-se relevante compreender o contexto em que está inserida. Com isso, é necessário abordar a importância e os desafios do setor agropecuário, o papel do empreendedorismo na formação profissional, o Movimento Empresa Júnior (MEJ) como agente intermediador desse processo e, por fim, a trajetória e as principais realizações da Emzootec Jr. até o momento.

### 2.1 O setor agropecuário e seus desafios

O setor agropecuário brasileiro constitui uma base estratégica da economia nacional, articulando cadeias produtivas amplas e interdependentes. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA, 2025), em 2024, sua relevância econômica ficou evidenciada com a participação de 23,2% no Produto Interno Bruto (PIB) do país, com um resultado significativo, mesmo com leve recuo frente aos 23,5% de 2023. O setor registrou alta de 4,48% no último trimestre, encerrando o ano com crescimento de 1,81%, puxado pela pecuária (+12,48%), enquanto a agricultura recuou 2,19% devido à queda no valor de commodities e insumos (CNA, 2025). Esse desempenho integra não apenas a produção agropecuária primária, mas também seus desdobramentos nas esferas industrial e de serviços, reforçando a capilaridade do agronegócio em diferentes setores.

A pecuária, por sua vez, se destaca como uma das principais engrenagens dessa estrutura. Em 2024, movimentou R\$ 460,8 bilhões, representando 34% do Valor Bruto da Produção (VBP) agropecuária nacional, que totalizou R\$ 1,35 trilhão (CNA, 2024). Carne bovina, leite e carne de frango lideram esse faturamento, o que demonstra a solidez e diversificação da cadeia de proteínas animais no país. Tal desempenho resulta de avanços em manejo, genética e tecnologia, além da geração significativa de empregos, 28,2% dos trabalhadores do agronegócio atuam na agropecuária primária (CNA, 2024). No plano internacional, o Brasil manteve, nesse mesmo ano, posições de liderança nas exportações de carne bovina e de frango, além da quarta colocação nas exportações de carne suína, consolidando sua importância na balança comercial (CNA, 2025). Nota-se, desse modo, que a expansão sustentável da pecuária consolida-se como vetor econômico e social, gerando renda, empregos e oportunidades de valorização da produção brasileira.

Além da expressiva contribuição econômica, a pecuária impulsiona outras indústrias, como couro e têxtil, e agrega valor por meio do aproveitamento de subprodutos e da expansão

de outras áreas.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2022), o setor agropecuário representou 27,4% do PIB brasileiro em 2021. Ainda assim, o Nordeste apresentou queda de 13,6% na produção agropecuária em 2022, evidenciando vulnerabilidades estruturais e climáticas. Em 2023, a agropecuária nacional cresceu 15,1%, somando R\$ 677,6 bilhões, no maior avanço anual desde 1995, impulsionado por ganhos de produtividade em culturas como soja e milho (BRASIL, 2024). Após dois anos, foi declarado que o PIB do agronegócio brasileiro registrou crescimento de 6,49% no primeiro trimestre de 2025. Provando novamente a potencialidade da força agropecuária no Brasil em mais um ano (CNA, 2025).

Apesar dos avanços apresentados nos últimos anos, o setor agropecuário ainda enfrenta entraves que dificultam sua modernização. Esses desafios se agravam quando se considera a realidade dos pequenos produtores rurais, que enfrentam limitações para estruturar seus sistemas produtivos com suporte técnico qualificado. As dificuldades em iniciar e manter a produção de forma orientada, somadas à escassez de recursos para custear assistência técnica, comprometem diretamente o desempenho das propriedades. A falta de tecnificação e o uso ineficiente de insumos são sintomas de um sistema que, muitas vezes, opera à margem das inovações disponíveis.

Mesmo com os avanços em agricultura de precisão e biotecnologia, parte significativa dos produtores rurais ainda carece de acesso a essas inovações, ampliando desigualdades produtivas e regionais. Além disso, o agronegócio precisa lidar com o desafio de preservar e ampliar sua competitividade no mercado internacional, o que pode demandar a revisão das políticas públicas atualmente voltadas ao incentivo do setor (Quintam; Assunção, 2023). Diante disso, destaca-se que apesar da grande relevância que o agronegócio tem no Brasil, ainda existe a necessidade de investimentos feitos a eles, especialmente quando colocado na posição de competitividade internacional.

Nesse contexto, torna-se evidente a necessidade de soluções que atuem desde o micro até o macro, abrangendo tanto políticas públicas estruturantes quanto iniciativas locais que fortaleçam o setor agropecuário. É fundamental promover ações que ampliem o acesso dos produtores rurais à assistência técnica, incentivem a disseminação de tecnologias e assegurem um acompanhamento contínuo, baseado em critérios de sustentabilidade, precisão e adaptabilidade. A difusão de conhecimento técnico e de práticas modernas deve ser uma prioridade para impulsionar a qualificação produtiva e a competitividade do setor. A atuação de EJs, como a Emzootec Jr., se mostra relevante ao aproximar a academia das necessidades do campo. Ao oferecer soluções técnicas acessíveis, a Emzootec Jr. contribui com a qualificação

da produção, fomenta o empreendedorismo estudantil e promove o desenvolvimento de serviços adaptados a diferentes realidades. Essa atuação impulsiona transformações duradouras nas comunidades atendidas, fortalecendo a sustentabilidade socioeconômica do setor agropecuário.

## **2.2 A universidade e a formação profissional empreendedora**

O empreendedorismo, por meio das micro e pequenas empresas, tem se consolidado como vetor essencial do desenvolvimento econômico brasileiro. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), as micro e pequenas empresas respondiam por aproximadamente 27% do PIB nacional, valor que representou uma evolução significativa em comparação aos 21% registrados em 1985, 23,2% em 2001 e a estabilidade de 27% de 2011. De acordo com a mesma instituição, esse crescimento revelou a consolidação dessas empresas como protagonistas no cenário econômico. Além disso, elas foram responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado e por ter gerado cerca de 40% da massa salarial do país. Desse modo, além de observar o crescimento do empreendedorismo ao longo dos anos, é indiscutível a importância dele para o crescimento econômico do país.

O empreendedor é um agente de inovação, capaz de trazer estratégias para o progresso de setores econômicos e sociais. Trata-se, portanto, não apenas de um fenômeno econômico, mas de um agente de ruptura, uma vez que a necessidade de reinvenção é constante com a evolução do mundo, suas tecnologias e necessidades. Contudo, o Brasil ainda enfrenta déficits estruturais na formação empreendedora, especialmente no ensino superior, onde apenas 30,4% das instituições contam com organizações voltadas ao tema, frente a uma média internacional de 46,6% (Endeavor, 2012). Disciplinas como “Finanças para Pequenos Negócios” e “Inovação e Tecnologia” estão ausentes em mais de 60% dos currículos, o que compromete a autonomia dos estudantes (Dolabela, 2006).

Esse cenário é ainda mais crítico no setor agropecuário, que representa cerca de um quarto do PIB brasileiro, mas sofre com a escassez de profissionais com visão empreendedora e inovadora. Ao analisar a grade curricular do curso de Zootecnia da UFC, observa-se que poucas disciplinas abordam de forma efetiva o ensino e a aplicabilidade do empreendedorismo, como Empreendedorismo em Produção Animal, Comercialização e Marketing Agrícola e Administração Rural, além da própria cultura universitária entre professores, estudantes, pós graduandos que aplicam forte direcionamento para o mercado de trabalho tradicional e para a

pós-graduação, então o incentivo para o empreendedorismo acaba se tornando escasso adicionados as limitadas oportunidades de integrar o conhecimento técnico com experiências práticas de empreendedorismo no âmbito do ensino e da extensão. Nesse cenário, as atividades extracurriculares tornam-se fundamentais. Disciplinas que podem ser aplicadas futuramente seriam de abordagem da gestão como desenvolvedor de negócios, inovação e desenvolvimento estratégico, desenvolvimento de lideranças e comunicação. Com isso, destaca-se a Emzootec Jr., que se consolida como a principal oportunidade de desenvolvimento de competências empreendedoras no curso, ao oferecer vivências práticas, contato com o mercado e capacitação aplicada à realidade do setor agropecuário.

A integração entre formação empreendedora e desenvolvimento rural permaneceu limitada, dificultada por barreiras como baixo acesso à educação técnica, crédito restrito, infraestrutura precária e políticas públicas ineficazes (Gries; Naudé, 2011). Além disso, grande parte dos negócios no campo surgiram por necessidade, e não por oportunidade, limitando sua sustentabilidade (Ballesta *et al.*, 2020). Investir na formação empreendedora no agronegócio é, portanto, um passo decisivo para a construção de um país mais competitivo e justo.

Como defende Sen (1999), o desenvolvimento humano está vinculado à ampliação das liberdades individuais, e o empreendedorismo atua justamente nesse sentido, promovendo autonomia e significado. Ao oferecer educação empreendedora a jovens rurais, fomenta-se não apenas conhecimento técnico, mas a capacidade de propor soluções e transformar suas comunidades. A combinação entre a força produtiva do agronegócio e a inovação empreendedora pode reposicionar o Brasil como referência em produtividade com responsabilidade social e ambiental. No entanto, essa potência segue subaproveitada, dada a ainda limitada valorização do empreendedorismo como instrumento legítimo de formação e transformação da realidade rural. Baseado nisso, iniciativas voltadas à divulgação de pesquisas como esta, bem como dos resultados e da potencialidade de ações empreendedoras desenvolvidas que incentivem essa vertente como a Emzootec Jr., mostram-se fundamentais para o fortalecimento da cultura empreendedora na universidade e contribuem significativamente para a formação de futuros profissionais.

## **2.3 Movimento Empresa Júnior e seu impacto**

O MEJ é uma iniciativa educacional, social e empreendedora que mobiliza estudantes universitários em todo o mundo com o propósito de potencializar a aprendizagem prática, desenvolver competências empreendedoras e gerar impacto real na sociedade. Seu modelo de

atuação se baseia na criação de EJs, ou seja, organizações sem fins lucrativos geridas exclusivamente por estudantes de graduação, que prestam serviços relacionados à sua área de formação acadêmica. Essas empresas operam sob o princípio da autonomia, com o apoio institucional de suas universidades e a orientação de professores, funcionando como verdadeiros laboratórios de prática profissional e desenvolvimento cidadão.

O movimento teve origem na França em 1967, com a fundação da primeira EJ na L'École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales (ESSEC), sendo posteriormente adaptado ao contexto brasileiro em 1987, por iniciativa de estudantes da Fundação Getúlio Vargas (Brasil Júnior, 2021). Desde então, o MEJ se expandiu amplamente no Brasil, consolidando-se como uma das maiores redes de empreendedorismo jovem do mundo. A fundação da Brasil Júnior, em 2003, como instância nacional de articulação, deu ainda mais força ao movimento, promovendo alinhamento estratégico, representatividade institucional e suporte à rede nacional.

A missão desta fundação é “formar, por meio da vivência empresarial, lideranças comprometidas e capazes de transformar o país em um Brasil empreendedor” (Brasil Júnior, 2021). Essa formação ocorre por meio da execução de projetos reais, em que os estudantes assumem responsabilidades de gestão, vendas, finanças, relacionamento com clientes e planejamento estratégico. Assim, o MEJ ultrapassa a lógica tradicional da sala de aula e se posiciona como uma proposta pedagógica inovadora e vivencial, fundamentada no protagonismo estudantil, na cultura da experimentação e no aprendizado pelo fazer. Como destacou a própria confederação, “o nosso propósito é transformar o Brasil em um país empreendedor” (Brasil Júnior, 2021).

Os resultados do movimento confirmam seu alcance e impacto. Apenas em 2021, mais de 100 mil estudantes estiveram envolvidos no MEJ, mais de mil EJs estavam em operação no país e o faturamento da rede ultrapassou R\$ 53 milhões (Brasil Júnior, 2021). Esse volume de atividade, por sua vez, não se restringe ao crescimento econômico. A atuação das Ejs tem sido reconhecida internacionalmente, inclusive pela Organização das Nações Unidas (ONU), por sua contribuição concreta para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), ao promover inovação acessível, formação cidadã e soluções para problemas locais (Brasil Júnior, 2021). A organização federativa do MEJ potencializa ainda mais sua capilaridade e impacto regional.

No estado do Ceará, a Federação das Empresas Juniores do Estado do Ceará (FEJECE), fundada em 2002, exerce papel estratégico ao articular e fortalecer as EJs cearenses. A FEJECE atua na promoção de formações, eventos de integração, elaboração de estratégias coletivas e

representação das EJs junto a atores do ecossistema empreendedor, político e acadêmico. Sua trajetória inclui iniciativas relevantes, como a organização da I Conferência Mundial de Empresas Juniores (COMIJ), realizada em Fortaleza em 2004, e a realização anual do Encontro Cearense de Empresas Juniores (ECEJ), que reúne estudantes de diversas regiões do estado (Brasil Júnior, 2022).

A rede cearense de EJs é significativa pois segundo dados da Brasil Júnior (2022), a FEJECE coordena 61 empresas juniores federadas, distribuídas em 14 Instituições de Ensino Superior (IES), com uma média anual de 1.320 projetos executados desde 2018. E atualmente os dados da FEJECE obtidos do início do ano até o período de 01 de maio de 2025, demonstram os resultados obtidos de 62 empresas juniores federadas, 15 IES alcançadas, e o faturamento total obtido de R\$ 907.400,00. Esse cenário demonstra que o MEJ tem potencial transformador real no Nordeste, especialmente em estados como o Ceará, historicamente marcados por desigualdades sociais e desafios estruturais.

A disseminação da cultura empreendedora, combinada com a formação cidadã, se apresenta como um vetor de desenvolvimento local, inclusão produtiva e fortalecimento de lideranças regionais. Um marco fundamental na trajetória do MEJ foi a sanção da Lei nº 13.267/2016, de 6 de abril de 2016, que regulamenta as EJs no Brasil.

A legislação define a EJ como uma “associação civil sem fins lucrativos, gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados” (Brasil, 2016). A lei também assegura que a atuação das EJs deve ser educativa, com foco na capacitação dos estudantes, e que o trabalho realizado é voluntário. Esse reconhecimento jurídico garantiu estabilidade institucional e legitimidade às EJs, fortalecendo seu papel como instrumentos de extensão universitária, inovação e transformação social.

O impacto da vivência é evidenciado por estudos como o de Nascimento (2019), que investigou o papel das EJs da UFC, e destacou que os estudantes possuíram uma nova percepção sobre suas áreas de formação, fortaleceu o interesse pelo empreendedorismo e ampliou a segurança quanto à atuação profissional futura. Em seu trabalho, 56% dos entrevistados consideraram que a sua passagem pelo MEJ foi um fator de grande relevância para sua formação como empreendedores. Além disso, os projetos executados pelas EJs da UFC são muitas vezes voltados à resolução de problemas sociais, oferecendo serviços de qualidade com menor custo e promovendo inclusão (Nascimento, 2019). O estudo de Silva (2022) reforçou essa percepção ao analisar a atuação da Projetta Jr., empresa júnior da Universidade Federal do



Cariri (UFCA), e identificou impactos positivos não apenas na formação técnica, mas também no desenvolvimento de habilidades comportamentais e visão empreendedora.

Segundo o autor, a Projetta Jr. gerou um impacto bastante positivo no ensino do curso de Engenharia Civil da UFCA, sendo uma experiência distintiva no desenvolvimento e aprendizagem de competências exigidas pelo mercado de trabalho atual (Silva, 2022).

Diante disso, é possível afirmar que o MEJ representa um modelo inovador e transformador de educação empreendedora. Este movimento não apenas prepara profissionais mais capacitados para o mercado de trabalho, mas também fomenta uma cultura de protagonismo, colaboração e impacto social. Em regiões como o Nordeste brasileiro, onde a juventude enfrenta barreiras históricas ao desenvolvimento, o MEJ se revela uma política eficaz e sustentável para formar líderes, gerar oportunidades e promover o avanço econômico e social. O Ceará, em especial, demonstra o potencial dessa iniciativa ao consolidar uma rede ativa, diversificada e orientada para soluções reais, confirmando que o empreendedorismo jovem é um dos caminhos mais promissores para um futuro mais justo, inovador e transformador.

## **2.4 Histórico da Emzootec Jr.**

A Emzootec Jr., foi fundada em 2006 por iniciativa de estudantes do curso de Zootecnia, com o objetivo de aplicar na prática os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula, além de promover o protagonismo estudantil e o desenvolvimento de competências empreendedoras. Desde sua criação, a Emzootec Jr. tem se posicionado como espaço de experimentação, inovação e formação profissional, sendo uma das mais tradicionais empresas juniores do Centro de Ciências Agrárias (CCA) da UFC. Dois marcos importantes em sua trajetória foram a obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) registrado oficialmente em novembro de 2016 após aprovação em Assembleia Geral, o que permitiu à empresa atuar juridicamente e ampliar sua capacidade de execução de projetos e parcerias com maior profissionalismo e, em 24 de junho de 2017, a sua federação à FEJECE, passando a integrar o MEJ nacional por meio da Brasil Júnior.

Desde sua fundação, a Emzootec Jr. contou com a contribuição de cinco professores tutores ao longo de sua trajetória. A professora Dra. Elzânia Sales Pereira, zootecnista, atuou como tutora nos anos de 2006 e 2007. Em seguida, a professora Dra. Sônia Maria Pinheiro de Oliveira, engenheira agrônoma, contribuiu significativamente entre os anos de 2009 a 2015, sendo uma das tutoras mais longevas da empresa. O professor Dr. Magno José Cândido Duarte, também engenheiro agrônomo, exerceu a função de tutor entre 2015 e 2018. A professora Dra.

Lays Débora Mariz, zootecnista, integrou a equipe de tutores no período de 2019 a 2022. Por fim, o professor Dr. Aníbal Coutinho do Rêgo, engenheiro agrônomo, assumiu a tutoria da empresa em 2023, permanecendo no cargo até o presente momento.

O primeiro presidente da Emzootec Jr. foi Igo Renan Albuquerque de Andrade, com a vice-presidência ocupada por Ítalo Cordeiro (2006). Ao longo de sua história, a empresa teve 16 presidentes executivos e sete vice presidentes: Mairon Basílio Linard (2007), Assis Rubens Montenegro (2008), Francisco Wellington Rodrigues Lima (2009), Lucas de Freitas Lobo e vice presidente Suellen de Rezende Cardoso (2010), Etho Robério Medeiros Nascimento (2011), Heitor Silva Chaves (2012 e 2013) com a vice presidência de José Freire da Costa Neto (2012) e Tuane Gonçalves Ramos (2013), Antônia Renata Lima Corrêa e vice presidente Juliana de Oliveira (2014), Thamyris da Silva Medeiros (2015), Carla Vitória de Lima (2016), Larissa Oliveira dos Santos (2017) com a vice presidência de Thais Maria da Silva Costa, Daniel Costa de Oliveira (2018), Maria Clarice Furtado Santiago (2019), a empresa não contou com presidente em 2020, Sarah Queiroz Ciarlini (2021), Milena Teixeira Lima (2022 a 2024) e Sara Maria Soares Moura e vice presidente Mateus Ferreira do Carmo de Lima (2025).

A empresa já passou por diversas mudanças internas, como sua divisão organizacional de diretorias que tiveram bastante alterações ao longo dos anos. Atualmente, a empresa está estruturada em quatro diretorias principais: Presidência Executiva, Gente e Gestão, Comercial e Projetos. A diretoria de Presidência Executiva lidera a gestão estratégica e institucional, sendo responsável por alinhar as outras diretorias, representar a empresa em espaços externos e conduzir seu desenvolvimento organizacional. A Diretoria de Gente e Gestão é responsável por atividades relacionadas à gestão de pessoas e processos internos, como cultura organizacional, burocracias institucionais e desenvolvimento das lideranças. A Diretoria Comercial responde pela captação de clientes, estratégias de vendas e ações de marketing, promovendo a visibilidade da empresa e a conversão de oportunidades em contratos. A Diretoria de Projetos atua no planejamento, acompanhamento e entrega de projetos, garantindo a satisfação do cliente e o cumprimento dos padrões de qualidade.

Com isso, ao analisar a atual divisão de cargos e diretorias da Emzootec Jr., observa-se que sua estrutura organizacional reflete importantes princípios. A presença de diretorias bem definidas evidencia a preocupação com a especialização e a delegação de funções de acordo com as competências específicas de cada área. Essa divisão funcional tem permitido maior clareza de papéis, promovendo *accountability* (responsabilidade, prestação de contas e transparência) e otimizando os fluxos de trabalho internos (Grilo, 2021). Além disso, a estrutura mostra-se dinâmica, com ajustes que acompanham as mudanças no ambiente externo e as novas

demandas enfrentadas pela empresa júnior. A análise documental, com base em atas de reuniões, relatórios internos e registros físicos e digitais, indica que pelo menos 125 membros participaram da empresa entre 2010 e o início de 2025. Considerando possíveis participações em anos anteriores, estima-se que pelo menos 140 estudantes tenham sido impactados diretamente pela experiência empreendedora proporcionada pela Emzootec Jr. desde sua criação.

Além das atividades de cunho institucional que já ocorriam antes do período analisado, conforme registrado em atas de reuniões internas, destacam-se participações em eventos relevantes, como fóruns de empresas juniores. Um exemplo foi a presença em 2015 no Zootec, o maior congresso brasileiro de Zootecnia, que reuniu diversas empresas juniores da área no Brasil. Iniciativas semelhantes continuaram em anos posteriores, como em 2024, quando o atual tutor da Emzootec Jr. idealizou e promoveu um fórum de empresas juniores durante o Congresso Nordestino de Produção Animal (CNPA), reunindo a Emzootec Jr. com outras EJ's da região Nordeste.

Internamente, ao longo da história da empresa, a Emzootec Jr. passou por processos de identidade institucional, adotando pelo menos três logomarcas ao longo do tempo, sendo a mais recente implementada em setembro de 2017, juntamente com a definição de sua missão, visão e valores implementada no mesmo ano e que passou por reajustes em 2022, atualmente possuindo a missão de “Formar futuros profissionais mais capacitados em empreender, a fim de melhorar a agropecuária nordestina e a nutrição e bem estar pet”, visão de “Tornar-se uma empresa de alto impacto, destacando-se no mercado com soluções que atendam as ODS, sendo referência para produtores rurais e tutores de pets”, valores: “Movidos pelo propósito; proatividade; ser ético e agir com ética; amor pelo MEJ; espírito de bando”.

Entre os principais desafios da trajetória da Emzootec Jr., destaca-se o período de 2020, profundamente impactado pela pandemia da COVID-19. As restrições sanitárias e o afastamento das atividades presenciais nas universidades afetaram diretamente o funcionamento das empresas juniores em todo o Brasil, e a Emzootec Jr. não foi exceção. Conforme apontou o Instituto Federal do Paraná (2021), a pandemia gerou uma ruptura abrupta na rotina das organizações, impondo mudanças drásticas nos modelos de operação, especialmente em setores que não estavam preparados para o trabalho remoto. Além disso, a comunicação interna se tornou um desafio: “muitas organizações não possuíam canais eficazes para manter suas equipes alinhadas em contextos de trabalho remoto ou híbrido” (Instituto Federal do Paraná, 2021).

A ausência de um(a) presidente executivo(a) em 2020 agravou o cenário interno da Emzootec Jr., fazendo com que as responsabilidades fossem distribuídas entre os diretores, num contexto já marcado por incertezas, vacâncias, dificuldades de acesso a recursos e reestruturações logísticas. Mesmo diante dessas adversidades, a empresa se manteve ativa por meio de reuniões virtuais, capacitações internas online e visitas técnicas pontuais com os devidos cuidados. O comprometimento dos membros, mesmo durante a suspensão das aulas presenciais na UFC, foi determinante para a continuidade das atividades.

Entre 2020 e 2021, a Emzootec Jr. passou por um ciclo de desafios e avanços significativos. A análise do período evidencia sua resiliência diante das adversidades, bem como sua evolução institucional e impacto no mercado. A adoção do ensino remoto e a suspensão das atividades presenciais dificultaram o recrutamento, a formação de membros e a execução de projetos, sobretudo em comunidades rurais com acesso limitado à internet, realidade enfrentada por muitos domicílios rurais brasileiros. Apesar das limitações impostas pelo cenário remoto, a Emzootec Jr. manteve sua atuação por meio de soluções adaptadas à nova realidade, com a realização de projetos e consultorias em formato online, além da condução das atividades internas por meio de reuniões semanais à distância. Paralelamente, a empresa fortaleceu seu planejamento estratégico visando a retomada das atividades presenciais no período pós-pandemia.

O período também acelerou a transformação digital da organização, com o uso intensificado de ferramentas online para gestão e comunicação, reforçando que, conforme o Instituto Federal do Paraná (IFPR, 2021), a transformação digital, antes vista como um diferencial, tornou-se uma necessidade. Desse modo, as atividades de motivação e engajamento dos membros se tornaram uma prioridade para os membros e principalmente para os cargos de liderança da EJ, atividade executada principalmente pela diretoria de Gente e Gestão.

Embora as Ejs já tivessem relevância dentro da UFC, foi apenas em março de 2021 que a instituição aprovou uma resolução específica regulamentando a criação, qualificação e funcionamento dessas entidades. A medida também incentivou a formalização das empresas juniores por meio da criação de um programa de extensão voltado ao seu fortalecimento, sob coordenação da Pró-Reitoria de Extensão (PREX). Nesse contexto, ao final de 2021, a Emzootec Jr. se regularizou institucionalmente e obteve, pela primeira vez, o cadastro oficial como ação de extensão da UFC.

A Emzootec Jr. demonstrou resiliência e capacidade de reinvenção ao longo dos últimos anos. Em 2020, mesmo com os desafios da pandemia, manteve sua atuação ativa e realizou quatro contratos, enfrentando com maturidade um contexto adverso. No ano seguinte, em 2021,

a empresa mostrou um avanço expressivo com a ampliação do número de contratos e uma atuação mais consolidada no modelo remoto, finalizando o ano com 10 contratos. Esse período foi marcado por uma reestruturação interna e cumprimento de todas as metas da Brasil Júnior, incluindo conexão com o ecossistema de agentes de colaboração e impacto dos projetos. Entre 2019 e 2021, a Emzootec Jr. foi reconhecida pela FEJECE como uma Empresa Júnior de Impacto.

Já em 2022, no cenário pós-pandêmico, a Emzootec Jr. enfrentou um período de recomeço. A retomada das atividades presenciais, somada à saída de lideranças importantes e a necessidade de capacitar tecnicamente os novos membros exigiu uma reorganização interna. Como resultado, foi preciso dar alguns passos para trás, para reconstruir a base da empresa, o que impactou no não alcance das metas de colaboração e faturamento estabelecidas pela Brasil Júnior. Ainda assim, a empresa inovou ao lançar os serviços pets, conhecido por Emzooopets. A nova área inclui iniciativas como formulação de ração, venda de petiscos naturais, gatificação e enriquecimento ambiental. Embora nem todos serviços da cartela da área pets tenham sido executadas até o momento, foi importante dar o passo de início de conseguir clientes geograficamente mais acessíveis, pela capital de Fortaleza, uma vez que os projetos da Emzootec Jr. com produtores rurais se concentram mais na região metropolitana e interior. O ano foi finalizado com 8 contratos.

Foi em 2022 também que a EJ decidiu abrir mais um novo perfil do Instagram chamado “Cangaceiros”, para promover sua cultura para a instituição da universidade, e mostrar os bastidores e atividades mais institucionais para os alunos, definindo conteúdos diferentes para perfis diferentes, uma vez que o conteúdo no canal principal foca em divulgar resultados e os serviços da empresa com um acervo mais profissional. Em 2023, a empresa colheu os frutos dessa reestruturação. Com lideranças mais preparadas e maior integração ao MEJ, retomou seu crescimento e voltou a conquistar reconhecimento em eventos da FEJECE, finalizando o ano com 22 contratos. Obteve destaque na categoria "Somos a Transformação", após atingir 100% da meta de faturamento durante a Batalha de Lideranças Empreendedoras e manter o farol verde da taxa de colaboração no ECEJ. Nesse mesmo ano, também foi reconhecida como Empresa Júnior Colaborativa em dois eventos: Impacte e Prêmio Pirata.

Em 2024, a Emzootec Jr. fechou 19 contratos e, durante os meses de julho, agosto e setembro, foi reconhecida como a 4ª maior EJ federada do segmento de Zootecnia no Brasil. Trata-se de um título variável, que pode oscilar conforme a evolução das demais empresas do segmento, especialmente em relação ao faturamento, fator que influencia diretamente a posição no ranking. Esse reconhecimento foi fruto de uma série de ações estratégicas e colaborativas,

com destaque para o surgimento do evento Agrárias Empreendedora, realizado em parceria com outras empresas juniores. Além disso, a Emzootec Jr. participou de diversos outros eventos mais curtos. Neste ano continuou seu ciclo de crescimento e protagonismo, sendo reconhecida na categoria "Deixamos Nossa Marca", mais uma vez por alcançar 100% da meta de faturamento e manter a taxa verde de colaboração no ECEJ. Além disso, recebeu o título de Empresa Júnior Inovadora, dentro da categoria "Coragem de Desbravar", no Impacte, e recebeu o mesmo título no Prêmio Pirata pela FEJECE. No mesmo ano, foi destaque também na UFC, sendo premiada com o 3º lugar como Empresa Júnior Destaque durante o V Encontro de Empreendedorismo e Inovação e na Feira do Empreendedorismo 2024 da UFC.

Em 2025, a EJ continua com um desempenho constante com novos projetos, e muitos resultados significativos de faturamento, com grande prosperidade e com a promessa de alcançar seu maior faturamento registrado dos últimos anos, consolidando a EJ com resultados cada vez mais constantes. Foi reconhecida pela FEJECE no evento Protagonize 25, recebendo reconhecimento nas categorias "Busca por Tesouros", que valoriza a ousadia, a busca por resultados e a inspiração de pessoas, e "Empresa Júnior Constante", destacando seu comprometimento com o MEJ, o foco em crescimento contínuo e a conexão com a rede.

## **2.5 Projetos, eventos e realizações de impacto da Emzootec Jr.**

Historicamente a Emzootec Jr. tem grandiosos projetos, como o caso de consultoria a Fazenda Pouso Alegre, que durou mais de oito anos na empresa, passando pela variação de algumas gestões, em 2009 o projeto já era realizado e foi finalizado em 2017, mas que foi o maior caso de fidelização histórico da empresa. Além disso, anos atrás a Emzootec Jr. já tinha iniciado iniciativas de cunho educativo para estudantes, como o curso de Introdução a Produção animal, que possuiu 13 edições, iniciadas em 2008 e finalizadas em 2015, prestado aos calouros do curso no início dos semestres da Zootecnia, suas edições não foram totalmente constantes, por alguns anos obteve duas edições por ano e em outras apenas uma. Além disso, destacam-se os diversos projetos e consultorias que a Emzootec Jr. vem desenvolvendo desde sua fundação, especialmente junto a produtores rurais. Atividades como análises de solo, elaboração de projetos de instalações, recomendações de manejo sanitário, reprodutivo, produtivo e alimentar, formulação de rações e assistência técnica especializada, ações que contribuem significativamente para o fortalecimento do agronegócio local e regional. Soma-se a isso a expansão recente dos serviços voltados ao público pet, ampliando a atuação da empresa para novos segmentos de mercado.

O Dia do Produtor Rural teve início em 2012 como uma ação extensionista, e é anualmente promovida pela Emzootec Jr., em parceria com o Núcleo de Ensino e Estudos em Forragicultura (NEEF) da UFC. Idealizado por professores do curso de Zootecnia em conjunto com a empresa júnior e apoiado por grupos de estudo da universidade, o evento foi se consolidando ao longo dos anos como uma das principais ações de extensão da área, fortalecendo o vínculo entre a universidade e o setor produtivo. Com o passar das edições, sua organização passou a ser conduzida oficialmente pelos dois grupos Emzootec Jr. e pelo NEEF, com o suporte de professores, estudantes da graduação e membros de alguns grupos da Zootecnia. Seu objetivo central é aproximar os conhecimentos técnico-científicos produzidos no ambiente acadêmico da realidade prática dos produtores rurais, especialmente aqueles inseridos no semiárido cearense.

O público alvo do evento são os produtores rurais, mas nas primeiras edições, o evento teve participação predominante de estudantes. Ao longo dos anos passou a ser direcionado exclusivamente aos produtores rurais, com os estudantes atuando na organização e execução. O evento promove o intercâmbio entre produtores rurais, pesquisadores, instituições públicas e privadas, por meio da difusão de tecnologias e práticas sustentáveis que visam à melhoria da produtividade, da gestão e da sustentabilidade na pecuária regional. Cada edição aborda uma temática central de relevância para o setor agropecuário. Em 2024 (Figura 1), por exemplo, o evento teve como temática “A produção agropecuária frente às mudanças climáticas”, reunindo 98 produtores rurais, com satisfação avaliada em 12 pontos abordados, como temas propostos para estações, coordenação do evento/organização, facilidade de acesso ao local e outros, as avaliações gerais obtiveram resultados de 0,2% avaliando os pontos como ‘Ruim’, 3,2% como ‘Regular’, 21,4% ‘Bom’ e 75,2% como ‘Ótimo’, além disso o evento contou com 13 parcerias entre empresas e instituições apoiadoras.

Figura 1 – A: Cerimônia de abertura; B: Estação temática de manejo de solo no X Dia do Produtor Rural (2024)



Fonte: Lima, 2025.

A realização do evento se justifica pela necessidade de ampliar o acesso dos produtores rurais a tecnologias, conhecimentos e soluções práticas já desenvolvidas ou em desenvolvimento. No contexto do semiárido nordestino, onde fatores como a sazonalidade da produção forrageira, o baixo nível tecnológico e a restrita difusão de informações técnicas dificultam o desenvolvimento agropecuário, a extensão rural surge como uma ferramenta essencial. O evento cumpre, assim, um papel estratégico ao promover a integração entre teoria e prática, conectando profissionais de diferentes elos da cadeia produtiva com produtores que enfrentam desafios concretos no campo.

Ao longo de suas onze edições, o Dia do Produtor Rural já impactou aproximadamente 900 produtores rurais e técnicos, oriundos de diversos municípios do estado do Ceará. Essa trajetória reforça a relevância do evento como espaço de formação prática, troca de experiências e construção coletiva de soluções para os desafios do meio rural. Além de seu impacto técnico e social, o evento também fortalece o posicionamento institucional da Emzootec Jr. como agente de transformação. Sua continuidade contribui para o fortalecimento da missão extensionista da EJ, a valorização do conhecimento técnico-científico e a construção da imagem da Emzootec Jr. como promotora de impacto no semiárido nordestino.



Adicionalmente, o evento funciona como um canal estratégico para coleta de dados e prospecção de clientes, uma vez que a Emzootec Jr., enquanto EJ, oferece serviços acessíveis e de relevância para o desenvolvimento rural sustentável, e pode ajudar e oferecer serviços aos pequenos produtores rurais participantes. As ações colaborativas no MEJ envolvem a articulação entre EJs e diversos agentes do ecossistema empreendedor, como núcleos, federações, instituições de ensino, setor público e privado, com o objetivo de ampliar o impacto das soluções entregues por meio do trabalho em rede. Esse modelo fortalece a atuação conjunta e promove entregas mais qualificadas e integradas. Segundo o Planejamento Estratégico da Rede 2022–2024, essa abordagem colaborativa amplia o alcance das iniciativas, estimula o aprendizado coletivo e potencializa a sinergia entre os membros do MEJ (Brasil Júnior, 2022).

Com base nas metas anuais estabelecidas em conjunto com a Brasil Júnior, o ano de 2024 foi marcado por uma atuação estratégica da Emzootec Jr. voltada para ações de cunho educacional. Nesse período, a empresa desenvolveu uma série de projetos pontuais e eventos de curta duração, promovendo capacitações práticas em parceria com outras EJs. Destacam-se, entre essas iniciativas, realizadas com empresas juniores da UFC, a oficina de petiscos realizada com a Empresa Júnior de Biologia da UFC (Mata Branca Jr), o minicurso de análise de água em parceria com a Empresa Júnior de Farmácia da UFC (Ipharma Jr) e o minicurso de manejo de resíduos, promovido simultaneamente com a Empresa Júnior de Engenharia de Pesca da UFC (Coraq Jr) e a Empresa Júnior de Alimentos da UFC (Conalimentos Jr), eventos com público focado maior para estudantes.

Em 2024, foi realizada a primeira edição do Agrárias Empreendedora (Figura 2), evento idealizado com o propósito de ampliar o acesso de estudantes do CCA da UFC ao empreendedorismo, ultrapassando o público tradicional das empresas juniores. A proposta surgiu diante do reconhecimento da escassez de incentivos à cultura empreendedora tanto nas universidades quanto no próprio setor do agronegócio. A ideia do evento foi concebida em 2023 pelo estudante de graduação em Zootecnia e pós-júnior da empresa, João Bôsko Trindade de Freitas Neto, com o apoio institucional da Emzootec Jr. e do seu tutor, o professor Aníbal Coutinho. O planejamento teve início ainda em 2023, mas, em razão de demandas prioritárias da gestão, sua execução ocorreu apenas no ano seguinte.

Com o intuito de promover uma organização colaborativa, a Emzootec Jr. estendeu o convite às demais empresas juniores consolidadas do CCA: Empresa Júnior de Agronomia da UFC (Agrônômica), Conalimentos e Coraq Jr. No entanto, apenas a Agrônômica aderiu à proposta. Assim, a coordenação geral do evento ficou sob responsabilidade da estudante de Zootecnia e presidente executiva da Emzootec Jr. em 2024, Milena Teixeira Lima, sendo

liderado conjuntamente pelas EJs Emzootec Jr. e Agrônômica. O evento ocorreu entre os dias 4 e 6 de julho de 2024 e teve como foco fomentar o empreendedorismo entre estudantes de graduação e pós-graduação das Ciências Agrárias. A programação incluiu palestras, workshops, debates e uma visita técnica à Fazenda Grangeiro, em Paracuru-CE. Temas como inovação, liderança, startups, propriedade intelectual e oportunidades de negócios no setor agropecuário foram discutidos. A primeira edição contou com 101 participantes, o apoio de instituições como SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará (NUTEC) e UFC, além da participação de 13 professores do CCA (UFC, 2024).

Figura 2 – Participantes e comissão organizadora da primeira edição do Agrárias Empreendedora (2024)



Fonte: Lima, 2024.

O Net Promoter Score (NPS), métrica de lealdade e fidelização, que traz reflexos de satisfação pode ser classificado por promotor, neutro ou detrator, com notas avaliadas de 0 a 10 (Reichheld, 2003).

A avaliação do evento apresentou um NPS de 9,3, em uma escala de 0 a 10, indicando alto nível de satisfação dos participantes, com nota promotora, além de ter alcançado o total de 13 parceiros em sua primeira edição. Além de proporcionar aprendizado técnico e vivências práticas, o evento se consolidou como um importante canal de integração entre ensino, extensão e mercado, com potencial estratégico para a visibilidade institucional da Emzootec Jr. A edição de 2025 do evento Agrárias Empreendedora foi realizada entre os dias 10 e 12 de julho. Nesta

edição, todas as quatro empresas juniores do CCA participaram ativamente, incluindo a entrada da Conalimentos Jr. e da Coraq Jr. na organização, sob a coordenação geral de Carlos Matheus Souza da Silva, estudante de Agronomia e presidente executivo da Agronômica. O evento contou com uma programação robusta: 18 palestras, 2 viagens técnicas, 1 oficina prática, além do apoio de diversas instituições e 18 patrocinadores, entre eles marcas de destaque como Ambev, Tijuca, Senar, Sistema OCB Somos Coop, My Coco e Frutas Lessa. Ao todo, foram registrados 109 participantes inscritos, o evento reafirmou seu papel como catalisador de ideias, talentos e negócios nas Ciências Agrárias. Assim, segue como um importante espaço de transformação dentro da UFC (UFC, 2025).

O Agrárias Empreendedora consolida-se como uma iniciativa estratégica de médio a longo prazo, com elevado potencial para gerar resultados institucionais, financeiros e de fortalecimento do posicionamento da marca Emzootec Jr. Para a empresa, trata-se de uma ação que reafirma seu protagonismo no ecossistema de inovação, amplia sua visibilidade junto ao público universitário e contribui de forma concreta para a formação de futuros empreendedores mais preparados para os desafios do agronegócio. O evento também se caracteriza como uma ação colaborativa alinhada às diretrizes da Brasil Júnior, que reconhece esse tipo de iniciativa como fundamental para o avanço do MEJ. Segundo a Brasil Júnior (2022), é necessário buscar o fortalecimento do MEJ por meio das Ações Colaborativas da Rede, que são as interações pelas quais as empresas se conectam com o Ecossistema Empreendedor do MEJ, gerando impacto e soluções inovadoras.

Nesse sentido, o Agrárias Empreendedora representa não apenas uma ação pontual de extensão e empreendedorismo, mas um marco de impacto institucional, formativo e social, evidenciando o poder da colaboração entre Ejs e sua capacidade de transformação real no meio acadêmico e produtivo.

Destaca-se o papel estratégico da Emzootec Jr. na geração de valor socioeconômico, por meio de ações com impactos qualitativos e quantitativos em diferentes públicos. Isso é evidente em grandes eventos, como o Dia do Produtor Rural, com mais de 900 participantes em 11 edições, e o Agrárias Empreendedora, que atendeu mais de 200 pessoas em duas edições. A empresa também se destaca por serviços personalizados, que fortalecem sua imagem institucional, ampliam sua visibilidade na universidade e impulsionam seu crescimento como referência na Zootecnia.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho consistiu na aplicação de dois formulários *online*, elaborado para avaliar alguns aspectos quantitativos e descritivos, abrangendo tanto o perfil do cliente quanto o seu nível de satisfação com o serviço prestado.

#### 3.1 Caracterização da pesquisa e público alvo

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e quantitativa, realizada com base na aplicação de dois questionários. O primeiro foi direcionado ao perfil de cliente de produtores rurais atendidos por serviços agropecuários personalizados e o segundo aos demais clientes. Ambos os instrumentos tiveram como objetivo analisar o perfil dos clientes da Emzootec Jr. e mensurar o impacto dos serviços prestados entre janeiro de 2020 e maio de 2025.

Os formulários, elaborados especificamente para este estudo, contaram com questões fechadas e sugestivas, organizadas em diferentes seções. O período de entrevistas iniciou em 07 de abril e foi finalizado em 24 de maio de 2025, totalizando 47 dias de coleta.

Foram consideradas as seguintes categorias de clientes: produtores rurais, no primeiro formulário (Anexo 1), clientes atendidos por serviços agropecuários personalizados e, no segundo formulário (Anexo 2), tutores de pets, grupos acadêmicos (professores coordenadores ou estudantes representantes do grupo, como presidentes), autônomos, empresários e estudantes em geral, conforme registrado no instrumento de pesquisa.

#### 3.2 Instrumentos de pesquisa

A coleta de dados foi realizada por meio de formulários *online* desenvolvido no Formulários Google. A amostragem utilizada foi do tipo não probabilística por conveniência, considerando a facilidade de acesso aos participantes. Os entrevistados foram selecionados com base em sua acessibilidade e disponibilidade, com a divulgação do formulário ocorrendo por meio de redes sociais (*WhatsApp* e *Instagram*) e também através de envio direto por e-mail para clientes cujos contatos constavam no banco de dados da Emzootec Jr.

Um dos principais aspectos analisados em ambos os questionários, além da especificidade do serviço e do ano de realização, foi a satisfação e a fidelização dos clientes, identificadas como pontos de destaque. A satisfação em relação aos serviços prestados foi medida por meio da avaliação geral de satisfação, complementada pelo uso do NPS, indicador amplamente utilizado para mensurar a lealdade dos clientes, por meio de uma pergunta sobre o quanto

recomendariam a empresa. Essa metodologia é utilizada por diversas empresas como Apple, Gol, Natura, e é uma metodologia utilizada pela Brasil Júnior. Observou-se no histórico da Emzootec Jr. que, mesmo em projetos com notas de satisfação não tão elevadas, o NPS foi mais alto que as notas de satisfação geral do serviço prestado, refletindo a compreensão dos clientes sobre os gargalos, os contextos e as complexidades envolvidas no processo. Essa métrica é amplamente reconhecida por sua objetividade e capacidade de sintetizar a experiência do cliente, a partir da pergunta: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa para um amigo ou colega?”, classificando os entrevistados em promotores (9–10), neutros (7–8) e detratores (0–6). Além disso, a pesquisa procurou identificar como os entrevistados conheceram a empresa, avaliando a eficácia da divulgação e a visibilidade institucional. Também foram analisados os pontos de melhoria implementados nos serviços nos últimos cinco anos, com o objetivo de orientar a evolução contínua para os próximos anos e aprimorar os serviços futuros.

O primeiro questionário, direcionadas aos produtores rurais, possuiu maior número de perguntas procurando identificar onde a empresa tem gerado impacto, compreender as principais problemáticas enfrentadas por esses produtores rurais e, assim, ampliar seu alcance no agronegócio nordestino. A análise desse cenário e de seus desafios visa subsidiar o desenvolvimento de soluções futuras mais prósperas e eficazes.

O trabalho também busca analisar essas questões sob diferentes perspectivas, com o objetivo de identificar os perfis de clientes que demandam maior atenção e aperfeiçoamento, bem como aqueles que se destacam pelo recebimento de serviços mais assertivos e de maior qualidade. A análise considera as especificidades dos serviços e produtos entregues nos últimos cinco anos, permitindo evidenciar pontos fortes e fragilidades.

### ***3.2.1 Produtores rurais***

O questionário foi estruturado em 20 perguntas, distribuídas em três seções. A primeira seção abordou o perfil dos produtores rurais, contemplando informações como idade, cidade de residência e, no caso dos produtores rurais, o tipo de consultoria prestada pela Emzootec Jr.

Em seguida, a segunda seção buscou compreender o período de realização do serviço e a caracterização dos produtores rurais, por meio de questões relacionadas às atividades desenvolvidas. Foram considerados aspectos como atividade principal e secundária de produção rural, destino da produção e fabricação de derivados para análise do perfil como empreendedor rural, principais desafios enfrentados e às demandas particulares do meio rural.

A última seção concentrou-se na análise da experiência com a empresa, incluindo como o cliente tomou conhecimento da Emzootec Jr., os benefícios observados após a finalização dos serviços, o alinhamento entre expectativas e entregas, e as sugestões de melhoria. Também foram contempladas questões sobre a avaliação da satisfação geral, a percepção de impacto profissional e, a avaliação do potencial de impacto comunitário e dos principais benefícios percebidos, além da intenção de recontração.

### ***3.2.2 Demais perfis de clientes***

O questionário foi estruturado em 13 perguntas, distribuídas em duas diferentes seções. A primeira seção abordou o perfil dos clientes para especificar sua categoria, contemplando informações como idade, cidade de residência.

Após identificação do cliente, a segunda seção concentrou-se na análise da experiência com a empresa, incluindo como o cliente tomou conhecimento da Emzootec Jr., os benefícios observados após a finalização dos serviços, o alinhamento entre expectativas e entregas, e as sugestões de melhoria. Também foram contempladas questões sobre a avaliação da satisfação geral, a percepção de impacto profissional e, a avaliação do potencial de impacto comunitário e dos principais benefícios percebidos, a intenção de recontração.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apesar de a Emzootec Jr. ter alcançado um grande número de pessoas nos últimos cinco anos, houve dificuldades para resgatar e manter contato com parte delas, especialmente com os clientes atendidos nos anos de 2020 e 2021. Mesmo com a divulgação nas redes sociais e o envio de e-mails, não foi possível atingir todos os clientes. Ainda assim, obteve-se um retorno significativo, com 13 entrevistados no primeiro formulário e 98 entrevistados no segundo.

### 4.1 Produtores rurais

Foram coletados 13 questionários. A análise do perfil dos 13 entrevistados que responderam à pesquisa revela uma ampla diversidade etária entre os participantes, com idades variando de 22 a 67 anos (Tabela 1). Esses dados evidenciam a heterogeneidade do público atendido pela empresa, indicando que os serviços referentes aos produtores rurais alcançam diferentes faixas etárias, com maior destaque para a faixa de 41 a 60 anos.

Tabela 1 – Heterogeneidade de idade dos produtores rurais atendidos por serviços da Emzootec Jr. (2020 a 2025)

Faixa etária (anos)	Quantidade (pessoas)
Entre 18 a 22	1
Entre 23 a 30	1
Entre 31 a 40	2
Entre 41 a 60	7
Acima de 60	2

Fonte: Lima, 2025.

Além disso, sobre a caracterização do perfil dos produtores rurais que teve foco na coleta de dados como cidade residente, cidade da propriedade e nível de escolaridade. As cidades residentes apontadas foram Fortaleza (10), Maranguape (1), Paramoti (1) São Gonçalo do Amarante (1). E dos 13 entrevistados, apenas dez informaram a cidade da sua propriedade e seu nível de estudo. Suas propriedades rurais localizam se nos municípios de Maranguape (2),

Cascavel (1), Caucaia (1), Cedro (1), Fortaleza (1), Itapajé (1), Quixadá (1), Paramoti (1), São Gonçalo do Amarante (1).

A análise territorial desses produtores revela que suas propriedades estão distribuídas em 9 municípios distintos do estado do Ceará, demonstrando um expressivo alcance geográfico da atuação da Emzootec Jr. Os dados indicam uma presença significativa na Região Metropolitana de Fortaleza, incluindo os municípios de Fortaleza, Cascavel, Maranguape, São Gonçalo do Amarante, além da Caucaia. Também foi registrado participação em cidade do Litoral Oeste e Vale do Curu, a cidade de Itapajé. No Sertão Central, o município de Quixadá e no Sertão de Canindé a cidade de Paramoti estiveram representados respectivamente, enquanto o Centro-Sul foi contemplado pelo município de Cedro.

Classificação regional do Ceará está fundamentada nas divisões estabelecidas pelo IBGE (2017) e nas Regiões de Planejamento definidas pela Secretaria do Planejamento e Gestão do Estado do Ceará (SEPLAG, 2022), demonstrando que os impactos das ações da Emzootec Jr. se estenderam por diversos territórios estratégicos do estado, refletindo sua capilaridade e potencial de interiorização.

Além da diversidade territorial, a pesquisa também permitiu uma análise do perfil educacional dos produtores rurais participantes. Dentre os dez entrevistados que informaram seu nível de escolaridade, 60% concluíram o ensino superior, 30% concluíram o ensino médio, 10% possuem ensino fundamental.

Com isso, analisa-se que pelo menos 90% dos produtores rurais têm ensino médio completo. Hoje, observa-se um perfil mais qualificado, conectado às demandas do mercado e cada vez mais consciente da importância da capacitação. Os produtores rurais passaram a se comportar com foco na produtividade e na lucratividade, com maior planejamento e visão empreendedora realizando e planejando atividades com mais antecipação, destacando vendas a termo no período do plantio (Navarro; Pedroso, 2020). Essa postura evidencia uma nova mentalidade no campo, marcada pela modernização, uso de tecnologias, e gestão estratégica das propriedades, o que exige, por consequência, maior qualificação técnica e acesso constante a informações confiáveis e atualizadas.

Em relação aos serviços prestados foram representados com algumas variedades de oportunidades, além do que no questionário, a pergunta permitia múltiplas respostas, considerando que alguns serviços agropecuários estavam agrupados. Dessa forma, um mesmo cliente pôde contratar diferentes tipos de serviço. Um exemplo disso é o cliente Francisco Júlio (Figura 3), que contratou em 2022 serviços de planta baixa e recomendações de instalações,



análise bromatológica e manejo sanitário. Ao final do questionário, foram registradas 21 menções a diferentes serviços contratados em projetos distintos (Tabela 2).

Tabela 2 – Consultorias prestadas aos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

Serviços	Quantidade	Porcentagem
Análise de solo	6	28,57%
Manuais informativos	6	28,57%
Planta baixa de instalações	4	19,05%
Formulação de ração	1	4,76%
Análise, pesquisa de viabilidade e/ou pesquisa de mercado	3	14,29%
Acompanhamento de aves e vacinação	1	4,76%

Fonte: Lima, 2025.

Figura 3 – Visita de diagnóstico ao cliente Francisco Júlio (2022) para elaboração do projeto de instalações



Fonte: Tavares, 2022.

Observa-se uma demanda significativa por serviços de análise de solo (Figura 4) e manuais informativos, que se destacaram entre os mais solicitados.

Figura 4 – Coleta de solo na cidade Cascavel do cliente Pedro em 2025



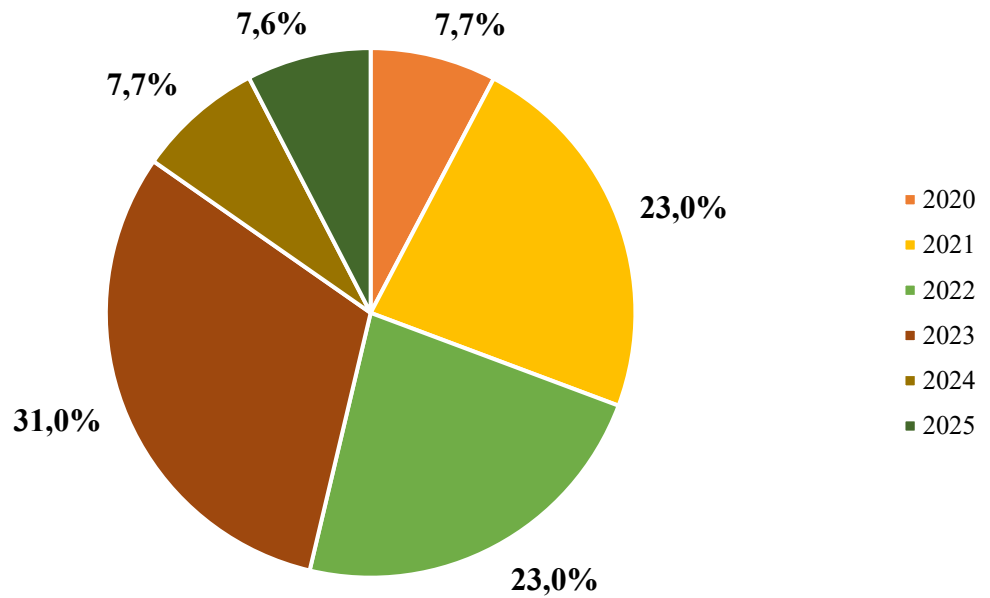
Fonte: Lima, 2025.

Os manuais informativos, por sua vez, foram especialmente recorrentes durante o período da pandemia, quando a empresa adaptou suas práticas: a interação com o cliente começava por uma visita técnica diagnóstica, e, a partir da realidade produtiva observada, eram elaborados manuais personalizados com orientações técnicas sobre o manejo e a produção. Durante o período da pandemia, as visitas foram realizadas seguindo todos os protocolos de segurança, com participação reduzida de membros para evitar aglomerações, manutenção do distanciamento possível e uso obrigatório de máscaras e álcool em gel.

A análise de solo se consolidou como um dos carros-chefe da Emzootec Jr., especialmente por sua aplicação na melhoria da produtividade agrícola, como na produção de feno, na adubação de pastagens e no preparo de solo para atividades pecuárias.

A pesquisa avaliou o ano de realização dos serviços para os produtores rurais (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Ano de realização dos serviços da Emzootec Jr. prestados aos produtores rurais (2020 a 2025)

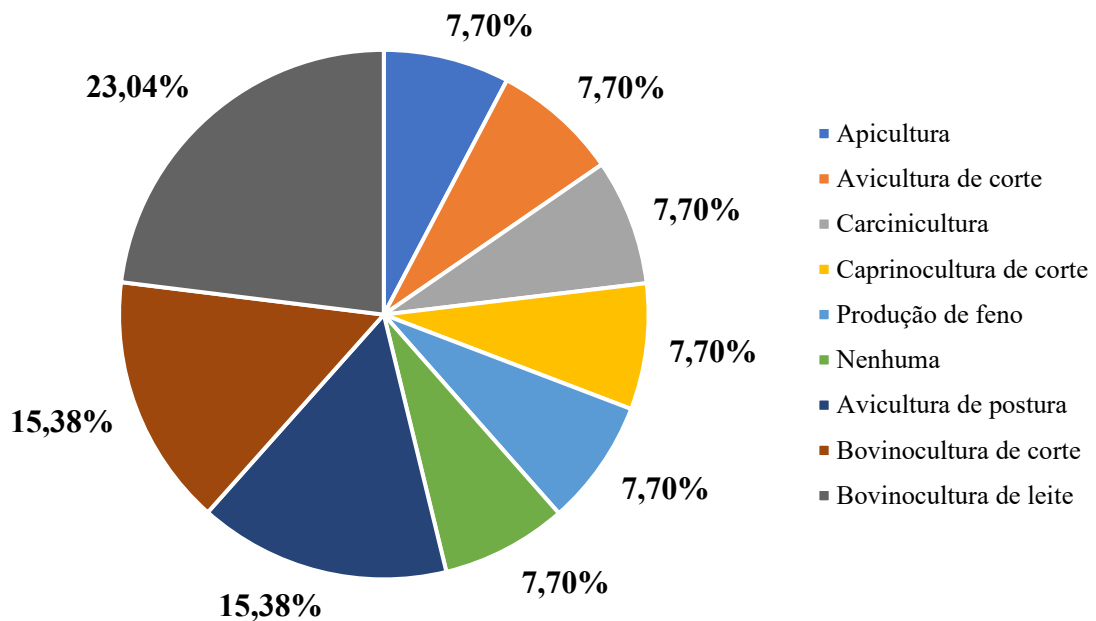


Fonte: Lima, 2025.

Nota-se uma predominância de atendimentos no ano de 2023, seguido por 2021 e 2022, os quais se destacaram pela realização de serviços voltados a produtores rurais, anos com ênfase em consultorias técnicas.

O gráfico 2 demonstrou que em relação ao tipo de produção predominante na propriedade dos entrevistados, foram obtidos resultados em que grande parte dos produtores rurais abordaram a bovinocultura, tanto de leite quanto de corte, como a atividade mais representativa, sugerindo uma concentração de demandas voltadas a esse segmento.

Gráfico 2 - Atividade de produção predominante dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

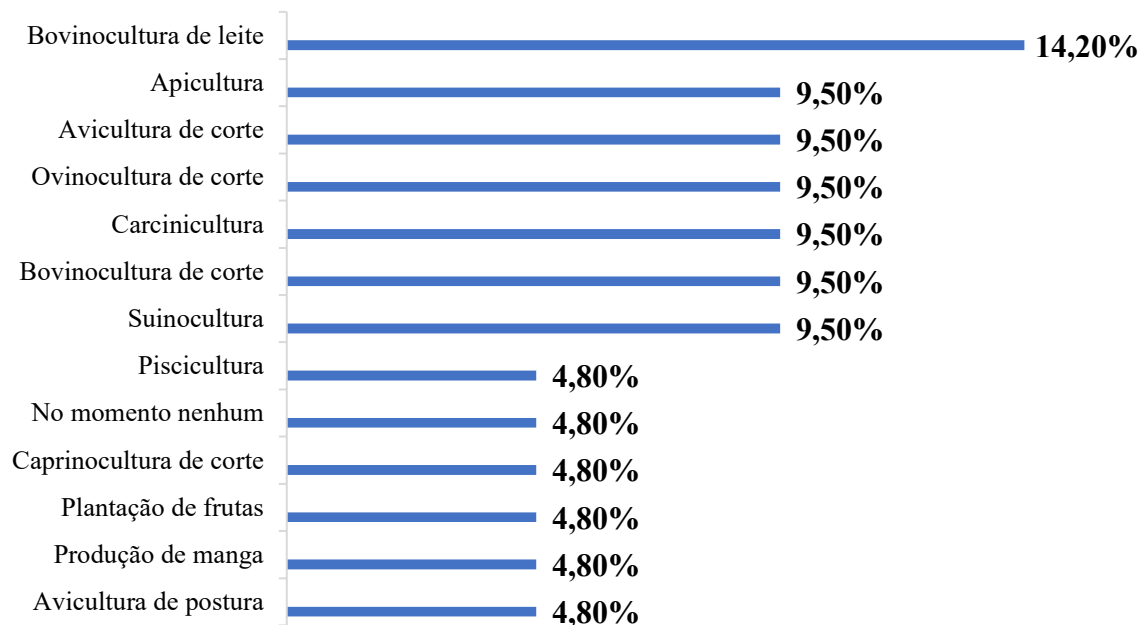


Fonte: Lima, 2025.

No entanto, a diversidade de respostas também evidencia a pluralidade de perfis produtivos atendidos pela Emzootec Jr. Com porcentagem de 7,7%, a resposta marcada como “nenhuma produção” reflete um caso em que o produtor rural buscava o serviço em fase inicial de planejamento, mas não chegou a consolidar suas atividades produtivas, o que é comum em alguns casos de atendimentos voltados a projetos de implantação e inovação no campo dos clientes da Emzootec Jr.

No gráfico 3, temos a relação das produções secundárias, onde os produtores rurais puderam indicar livremente suas atividades por meio de respostas múltiplas, totalizando 21 respostas de atividades.

Gráfico 3 – Atividade de produções secundárias dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

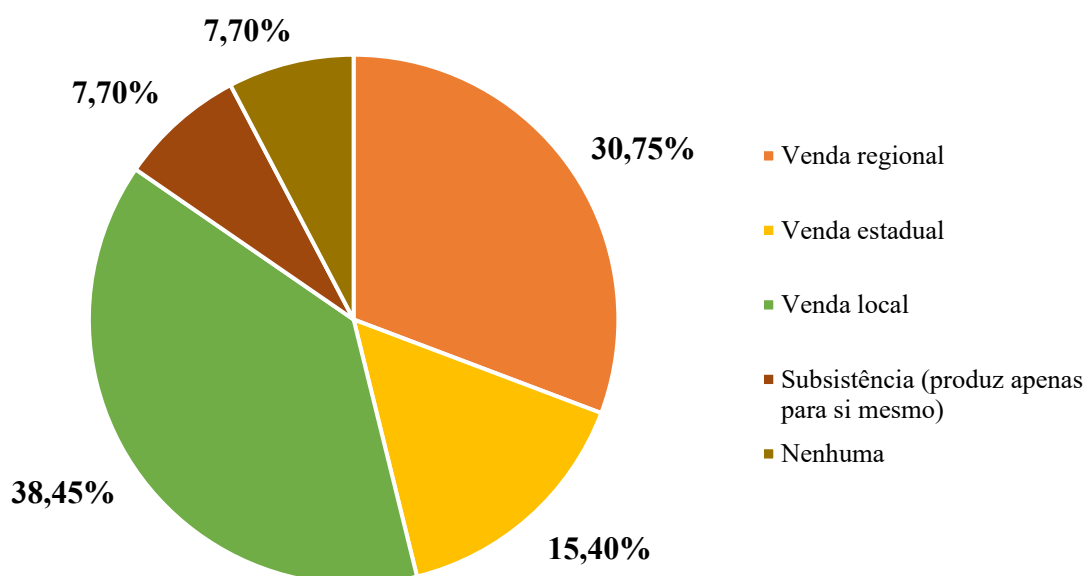
Quando questionados se possuíam produções secundárias e quais seriam, as respostas revelaram uma predominância da bovinocultura de leite, citada por 14,2% dos participantes. Na sequência, houve um destaque para empate entre diferentes atividades produtivas, como avicultura de corte, ovinocultura de corte, bovinocultura de corte, suinocultura, apicultura e carcinicultura, cada uma representando 9,5% das menções, e algumas produções foram destacadas com uma menor representação, como avicultura de postura, caprinocultura de corte, piscicultura, fruticultura, produção de manga e nenhuma produção com 4,8%.

Esses dados evidenciam o papel central da pecuária na configuração produtiva dos clientes atendidos pela Emzootec Jr., ao mesmo tempo em que revelam a presença crescente de sistemas produtivos diversificados e integrados no meio rural. Observa-se, por exemplo, que algumas das atividades desenvolvidas estão relacionadas à agricultura ou à aquicultura, o que demonstra a diversidade de perfis e segmentos atendidos pela empresa em diferentes ramos do setor rural. Essa diversidade produtiva contribui para delinear com maior precisão o perfil de cliente da empresa, o que é essencial para o direcionamento de suas ações comerciais, técnicas e de comunicação.

Em relação ao escoamento da produção, os dados obtidos indicam que os produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr., vêm se consolidando cada vez mais como empreendedores rurais. Cerca de 84,6% dos entrevistados afirmaram realizar algum tipo de venda, enquanto

apenas 15,4% declararam produzir exclusivamente para subsistência ou não produzir (Gráfico 4). Esse resultado reforça o potencial comercial desses produtores e a crescente força da agropecuária cearense no cenário regional.

Gráfico 4 – Escoamento da produção dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Conforme apontado, a maior parte dos produtores rurais atendidos pela Emzootec Jr. destinam suas produções à comercialização, o que evidencia traços de comportamento empreendedor em sua atuação no campo. Afinal, um produtor rural é um empreendedor em essência. Empreender significa ter a iniciativa de transformar uma ideia, em algo que gere impacto concreto na vida de outras pessoas, guiado por propósito, resultados, esforço e realização pessoal.

Os empreendedores do Semiárido Brasileiro enfrentam, com coragem e resiliência, um contexto de instabilidades climáticas, limitações estruturais e incertezas de mercado. Embora a presente pesquisa não tenha aprofundado o perfil do produtor rural enquanto empreendedor, é possível reconhecer a relevância de sua atuação para a economia regional. Além disso, algumas limitações percebidas em determinados empreendedores rurais podem estar relacionadas não apenas à sua realidade socioeconômica, mas também a fatores comportamentais e até ligados às suas crenças, com crenças potencializadoras e bloqueadoras, de uma mente empreendedora,

e hábitos, como a dificuldade de se desvincular da operação e focar em planejamento estratégico (Moraes, 2023).

Além disso, Moraes (2023) reforçou que as crenças empreendedoras exercem grande influência sobre a forma como os empreendedores atuam. Crenças potencializadoras, como "é possível aprender a liderar e crescer com minha equipe", favorecem a construção de negócios sustentáveis. Já crenças bloqueadoras, como "não vale a pena investir em funcionários porque eles saem rápido" ou "não consigo crescer porque moro no interior", limitam o desenvolvimento e geram uma cultura de estagnação. O autor reforçou que as crenças também são determinantes para a geração de resultados e para ele, o primeiro passo para transformar crenças limitantes é tomar consciência delas, o segundo é buscar referências de sucesso com crenças diferentes, e o terceiro é experimentar novas interpretações da realidade, criando, assim, experiências e resultados diferentes. Ademais, é importante destacar que o papel do empreendedor não deve se restringir ao operacional, pois o empreendedor que está preso na operação vira seu próprio funcionário (Moraes, 2023).

Outro aspecto fundamental para a atuação empreendedora é o conceito de *locus* de controle. De acordo com a teoria proposta por Julian Rotter (1966), o *locus* de controle refere-se à percepção do indivíduo sobre a origem dos resultados em sua vida. Aqueles com *locus* interno tendem a atribuir seus sucessos e fracassos às próprias escolhas, decisões e ações, reconhecendo a responsabilidade pelas consequências positivas ou negativas decorrentes delas. Por outro lado, indivíduos com *locus* externo costumam atribuir esses resultados a fatores alheios ao seu controle, como condições de mercado, clima, ações governamentais ou interferência de terceiros, não encarando sua responsabilidade sobre elas.

No contexto rural, essa diferença pode influenciar diretamente a capacidade de adaptação, inovação e relacionamento com prestadores de serviço. O que implica totalmente na compreensão ao entender resultados que são de responsabilidade sua e resultados que não.

Um exemplo prático extraído da pesquisa evidencia esse ponto sobre o *locus* de controle: um dos produtores rurais demonstrou grande insatisfação com a entrega do serviço contratado junto à Emzootec Jr., sua nota de recomendação foi extremamente baixa, e seus feedbacks indicavam frustração com a ausência de acompanhamento contínuo. No entanto, ao analisar o contrato firmado, verifica-se que o serviço contratado tinha caráter pontual, sem previsão de acompanhamento técnico prolongado. Nesse caso, além de uma possível falta de esclarecimento por parte da empresa, ou na entrega de um serviço com desfalques como atrasos, é possível identificar também uma expectativa desalinhada do cliente e a ausência de corresponsabilidade na clareza dos objetivos do projeto. Esse tipo de comportamento pode estar

associado a um *locus* de controle mais externo, no qual o produtor rural transfere a responsabilidade da insatisfação exclusivamente para a empresa, sem considerar sua participação na definição do escopo do serviço. Desenvolver um *locus* interno mais fortalecido é fundamental para que empreendedores rurais assumam com mais responsabilidade e assertividade os seus negócios, além de trazer resultados potencializadores.

Dessa forma, o fortalecimento do empreendedorismo rural passa não apenas por incentivos financeiros e técnicos. Nota-se que um empreendimento não é modelo padronizado. Além de ter ou buscar conhecimento técnico sobre a produção do seu modelo de negócio, é importante para os produtores rurais ter formação empreendedora orientada a uma mentalidade de crescimento, com pontos de foco na gestão que é determinante para geração de resultados, entendimento sobre seu papel na execução de trabalho se desvinculando do operacional e dedicando maior tempo ao tático e estratégico. Somado a isso, esse fortalecimento se expande quando o entendimento sobre suas responsabilidades assumindo sua culpa quando necessário é claro, sendo um gestor consciente e protagonista do seu próprio negócio.

Outro dado relevante é que 30,75% dos produtores rurais atendem à demanda da própria região, o que, apesar de representar apenas quatro respostas em termos absolutos, configura-se como um indicador expressivo de inserção no mercado local e de contribuição para o desenvolvimento socioeconômico dos locais onde estão inseridos.

No que diz respeito à produção de derivados, observou-se que 84,6% dos produtores rurais não realizam esse tipo de atividade, enquanto apenas 15,4% declararam produzir, com destaque para o processamento de leite em queijo. Esse cenário evidencia uma oportunidade estratégica para a atuação da Emzootec Jr., especialmente no que se refere ao estímulo à agregação de valor à produção primária. Ao incentivar a transformação de matérias-primas em subprodutos, a empresa pode contribuir para o aproveitamento mais eficiente dos recursos disponíveis e para o fortalecimento do desenvolvimento econômico de seus clientes, promovendo práticas empreendedoras de maior impacto e sustentabilidade no meio rural.

Quando questionados sobre a continuidade das práticas após a conclusão do projeto, 70% dos produtores rurais afirmaram ter mantido as orientações recomendadas, enquanto 30% indicaram que não deram seguimento às ações propostas. Embora a responsabilidade pela implementação contínua das práticas não recaia exclusivamente sobre a Emzootec Jr, a empresa, enquanto agente catalisador de inovação e desenvolvimento rural, possui um papel importante no estímulo à fidelização e no fortalecimento do engajamento dos produtores rurais.

Incentivar a continuidade das ações propostas é estratégico tanto para o sucesso dos clientes quanto para a reputação e o impacto institucional da Emzootec Jr. Projetos bem-



sucedidos contribuem para o crescimento técnico e econômico dos produtores rurais atendidos, ao mesmo tempo em que fortalecem a credibilidade da empresa no ecossistema agropecuário, como o case de sucesso da empresa da Fazenda Pouso Alegre, caso que evidencia os resultados positivos de um acompanhamento técnico estruturado e da permanência das boas práticas no campo.

Em relação aos principais desafios enfrentados no cotidiano do campo, os produtores rurais indicaram uma variedade de dificuldades, conforme os seguintes percentuais: Falta de assistência técnica ou de serviços especializados (30,8%); custos elevados com insumos (23%); acesso a recursos financeiros (7,7%); dificuldades relacionadas ao mercado (oferta e demanda) (7,7%); acesso limitado a tecnologias e informações (7,7%); problemas climáticos (7,7%); mão de obra escassa (7,7%) e dificuldade na mecanização de cultivos (7,7%)

O dado mais expressivo, relativo à falta de assistência técnica, evidencia uma lacuna significativa que pode e deve ser melhor atendida por Ejs como a Emzootec Jr. A atuação da empresa deve se fortalecer no sentido de aproximar-se ainda mais dos produtores rurais, oferecendo soluções técnicas eficazes e acessíveis, além de garantir um suporte contínuo e personalizado.

Outros desafios apontados também podem ser solucionados, ao menos em parte, com ações estratégicas por parte da Emzootec Jr. Por exemplo, a redução de custos com insumos pode ser viabilizada por meio de parcerias com fornecedores locais ou por pesquisas de mercado que identifiquem alternativas mais econômicas. O acesso a recursos financeiros pode ser facilitado por meio de orientações sobre gestão de custos e planejamento zootécnico, contribuindo para uma melhor alocação de recursos e aumento da rentabilidade. Questões relacionadas ao mercado e à oferta e demanda podem ser mitigadas com serviços de análise de viabilidade e pesquisa de mercado, promovendo decisões mais embasadas. Em relação à difusão de tecnologias e informações é uma das funções mais estratégicas da empresa, que pode atuar como ponte entre o conhecimento acadêmico e a prática no campo, promovendo extensão tecnológica e inovação, como quando realizado em dias de campo ou evento, e mesmo com questões mais complexas, como problemas climáticos ou escassez de mão de obra, podem ser parcialmente enfrentadas com a orientação técnica sobre alternativas adaptativas e manejo eficiente.

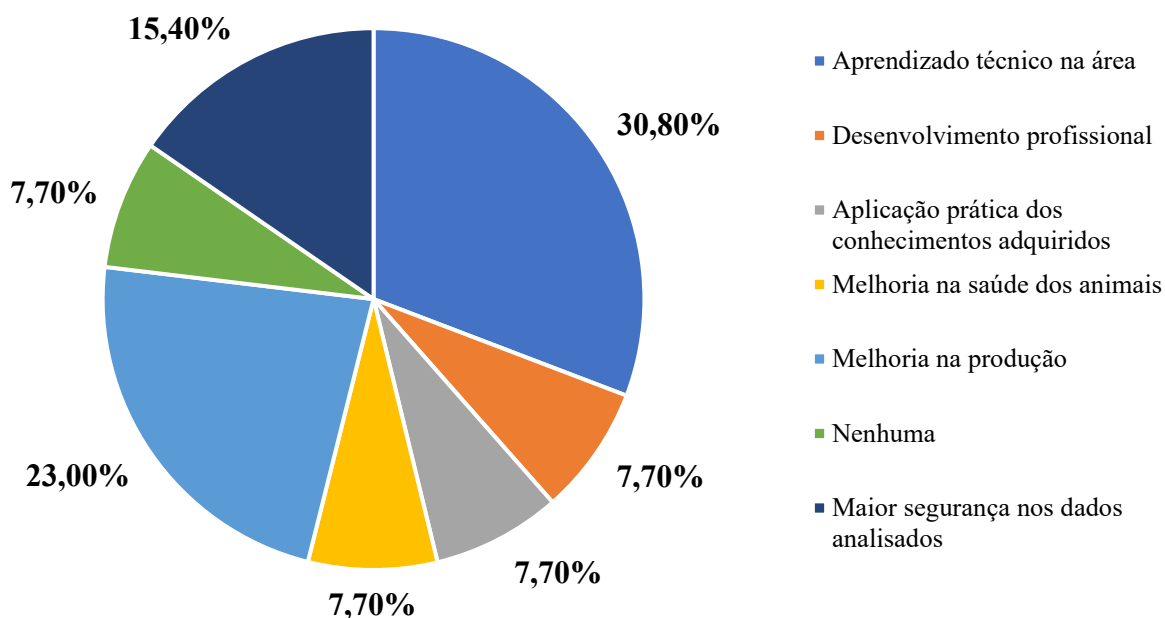
É importante ressaltar que nem todas as demandas dos produtores rurais podem ser integralmente solucionadas pela Emzootec Jr., uma vez que muitos desafios envolvem políticas públicas, infraestrutura e fatores externos. No entanto, compreender profundamente essas

limitações e se posicionar como parte da solução permite à empresa agregar valor ao seu serviço e estabelecer um vínculo mais forte e confiável com seu público-alvo.

A pesquisa avaliou como os produtores rurais conheceram a Emzootec Jr., revelando que 38,5% tomaram conhecimento por meio da universidade; 30,7% através de eventos agropecuários; 15,4% por indicação; 7,7% por contato direto da própria empresa; e 7,7% pelo Instagram. Esses dados reforçam a relevância da presença da empresa na realização e participação em eventos do setor, como o Dia do Produtor Rural e o Seminário Nordestino do Agro (PEC Nordeste) nos quais a Emzootec Jr. esteve presente com estandes nos últimos anos, fortalecendo a marca e gerando resultados concretos em vendas de serviços. Além disso, o índice de 15,4% de novos clientes oriundos de indicações evidencia um NPS positivo e uma boa reputação no mercado, traduzindo-se em visibilidade e credibilidade para atrair novos produtores rurais.

Em relação aos benefícios observados após a realização dos serviços, 92,3% dos produtores relataram pelo menos um resultado positivo (Gráfico 5), enquanto 7,7% não perceberam melhorias.

Gráfico 5 – Benefícios apontados pelos produtores rurais após finalização dos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



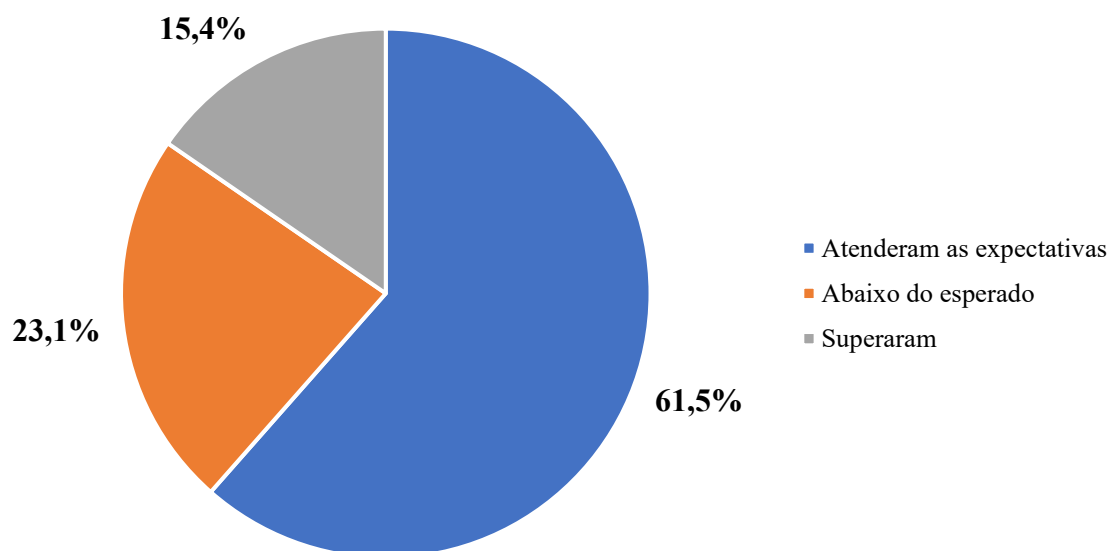
Fonte: Lima, 2025.

Entre os benefícios apontados, cabe o destaque para o aprendizado técnico em que evidencia que a Emzootec Jr. tem desempenhado um papel relevante na difusão de

conhecimento especializado, consolidando-se como um espaço de formação e suporte técnico no setor agropecuário, mesmo sendo uma EJ.

Ao serem avaliadas as expectativas em relação aos serviços prestados, observou-se que 76,9% dos entrevistados (Gráfico 6) consideraram que suas expectativas foram plenamente atendidas, sendo que, dentro desse grupo, 15,4% afirmaram que suas expectativas foram superadas. Por outro lado, 23,1% dos participantes indicaram que os serviços ficaram aquém do esperado. Esse percentual evidencia a necessidade de atenção e aprimoramento contínuo na qualidade dos serviços ofertados, a fim de elevar os níveis de satisfação dos próximos clientes produtores rurais.

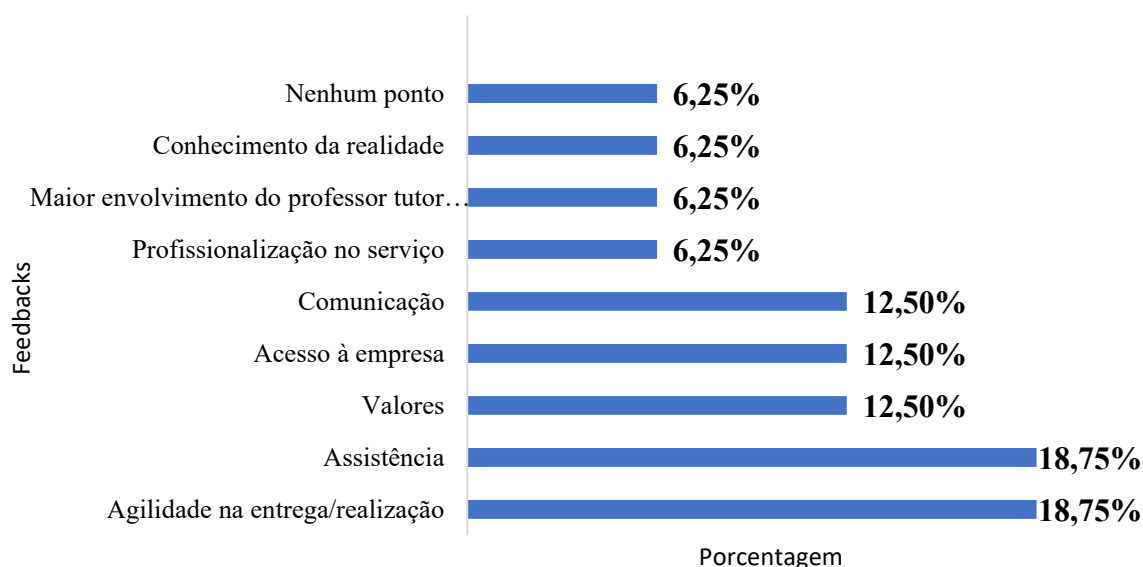
Gráfico 6 - Expectativas do atendimento dos serviços prestados aos produtores rurais pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

A respeito das sugestões de melhoria relacionadas aos serviços prestados, foi aplicada uma questão de caráter aberto com múltiplas alternativas, permitindo ao entrevistado selecionar mais de uma opção. Como resultado, foram registradas 16 sugestões de melhorias (Gráfico 7), sendo que os aspectos mais recorrentes referem-se à agilidade na entrega e à assistência durante o serviço. Em seguida, destacaram-se outros pontos relevantes como os valores praticados, o acesso à empresa e a comunicação.

Gráfico 7 - Sugestões de melhorias dos serviços prestados aos produtores rurais realizados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Diante desses dados, torna-se evidente que tais elementos representam aspectos-chave a serem considerados na formulação de estratégias e soluções voltadas à melhoria contínua dos serviços. A agilidade na execução, por exemplo, é especialmente relevante quando se trata do atendimento aos produtores rurais, cujo trabalho na pecuária demanda constância e ritmo acelerado para evitar prejuízos econômicos significativos. A rotina produtiva no campo, particularmente na pecuária, exige agilidade, devido ao risco de comprometer a sanidade animal, o manejo adequado e, consequentemente, a produtividade.

Além disso, a assistência prestada durante a execução dos serviços configura-se como um fator determinante, uma vez que dificuldades técnicas ou falhas operacionais ao longo do projeto podem representar entraves substanciais para o bom andamento das atividades no campo. A ausência de suporte adequado pode prolongar prazos, elevar custos e afetar diretamente o desempenho do produtor rural. Dessa forma, compreender e atender a essas necessidades específicas é fundamental para o aprimoramento do atendimento e, por conseguinte, para a fidelização e satisfação dos clientes do setor rural.

Em relação ao nível de satisfação e fidelização dos produtores rurais, observa-se, conforme os dados apresentados na Tabela 3, uma média geral de satisfação de 8,15 e um NPS de 8,23. Tais indicadores refletem uma percepção positiva quanto aos serviços prestados, com predominância de avaliações favoráveis. No entanto, apesar de as médias serem consideradas relativamente altas, o NPS obtido encontra-se na categoria de 'neutro', de acordo com a

metodologia padrão de avaliação.

Tabela 3 - Nível de satisfação e recomendação dos produtores rurais em relação aos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

Satisfação geral		NPS	
Quantidade	Nota	Quantidade	Nota
8	10	8	10
1	8	2	8
1	7	1	6
1	6	1	4
1	4	1	1
1	1	-	-

Legenda: NPS: Net Promoter Score, métrica de satisfação baseada na fidelização dos clientes.

Fonte: Lima, 2025.

Esse cenário aponta para um bom desempenho geral, mas também evidencia a existência de aspectos que ainda demandam atenção e aprimoramento. Embora tenham sido registradas oito notas máximas (nota 10) em ambas perguntas, consideradas promotoras tanto na avaliação da satisfação geral quanto na intenção de recomendação, o fato de ainda existirem respostas com notas neutras e até mesmo detratoras sugere que nem todos os clientes tiveram suas expectativas atendidas.

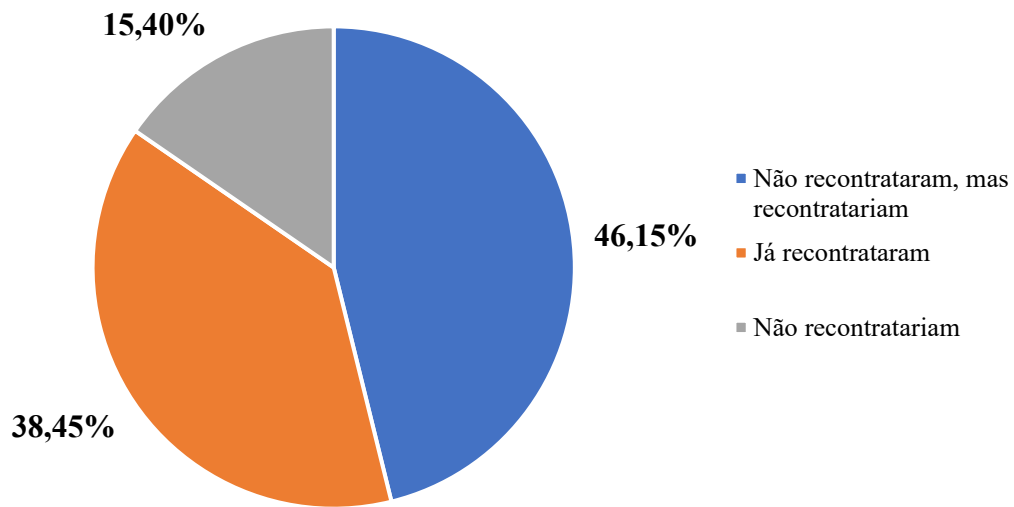
É importante destacar que, no contexto do setor agropecuário, especialmente entre produtores rurais, a fidelização está diretamente relacionada à capacidade de entrega eficiente, à assistência técnica contínua e à construção de relações de confiança. A satisfação do cliente não apenas influencia sua propensão a continuar utilizando os serviços, mas também a recomendá-los a outros produtores rurais, aspecto particularmente relevante em comunidades rurais, onde a divulgação informal, “de boca a boca”, por indicação, é altamente significativa.

Assim, a presença de avaliações neutras e negativas, ainda que em menor proporção, deve ser interpretada como um indicativo importante para a implementação de melhorias pontuais. A escuta ativa das demandas específicas desse público, aliada à compreensão de suas particularidades e desafios no contexto agropecuário, torna-se essencial para o desenvolvimento de estratégias que aumentem o valor percebido. A oferta de serviços e atendimentos personalizados, alinhados às reais necessidades dos produtores rurais, pode não apenas elevar os índices de satisfação, como também fortalecer vínculos de fidelização, promovendo um relacionamento contínuo, baseado na confiança e na credibilidade. E além disso, sob a perspectiva do agronegócio, encantar o cliente envolve entregar mais do que o esperado, com empatia, escuta ativa e soluções personalizadas, entendendo as problemáticas e a necessidade de atualização constante no meio rural, gerando uma jornada de valor e relacionamento

duradouro (Takahashi, 2024). A autora reforçou que no coração do agronegócio moderno a plena satisfação é ideal. Demonstrando assim, a necessidade da exploração do contato com os clientes, com a percepção de que mais do que um serviço ou um produto, é a experiência.

Em relação à intenção de recontratação (Gráfico 8), os dados revelam uma percepção majoritariamente positiva dos clientes em relação aos serviços prestados pela Emzootec Jr.

Gráfico 8 – Avaliação da possibilidade de recontratação de produtores rurais atendidos por serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

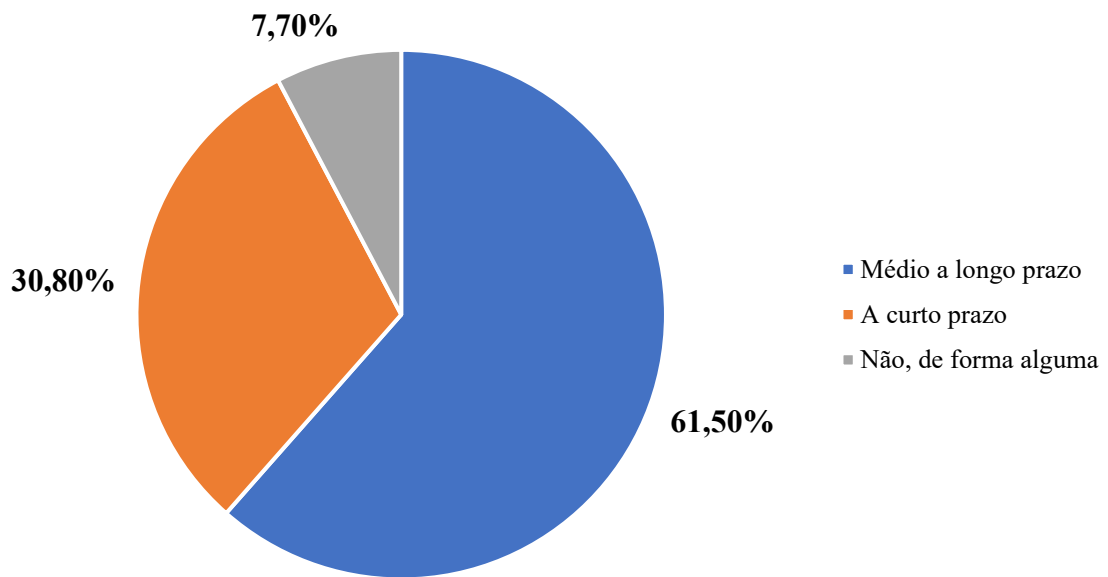


Fonte: Lima, 2025.

Embora a maioria dos produtores rurais tenha indicado já ter recontratado ou que recontrataria a empresa, a porcentagem dos que afirmaram não recontratar merece atenção, pois evidencia a necessidade de analisar os motivos dos casos isolados que levaram a essa percepção e adotar medidas para evitar que tais fatores se repitam.

Ao avaliar o impacto positivo gerado pela Emzootec Jr. em nível local ou regional, 92,3% dos entrevistados afirmaram acreditar nesse impacto (Gráfico 9).

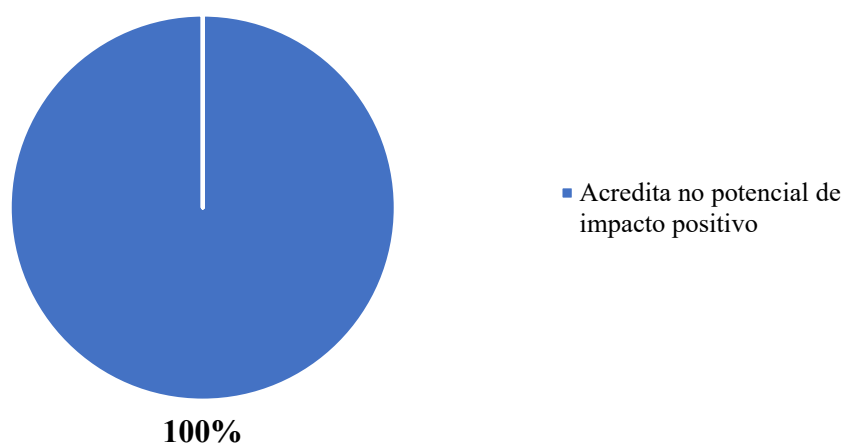
Gráfico 9 – Avaliação dos produtores rurais em relação ao potencial de impacto positivo local ou regional da Emzootec Jr



Fonte: Lima, 2025.

Observa-se que a maior parte das avaliações destaca impactos em médio e longo prazo, embora também seja identificado um resultado significativo em curto prazo. Esse cenário indica que a Emzootec Jr. oferece serviços capazes de gerar efeitos imediatos, ao mesmo tempo em que promove impactos consistentes ao longo do tempo. Essa percepção é reforçada pela avaliação do potencial de impacto socioeconômico da empresa (Gráfico 10), cuja representação foi unânime entre os entrevistados.

Gráfico 10 – Percepção dos produtores rurais sobre o potencial de impacto socioeconômico positivo da Emzootec Jr



Fonte: Lima, 2025.

A análise dos dados avaliativos sob a perspectiva dos produtores rurais nos últimos cinco anos reforça a necessidade de a Emzootec Jr. ampliar seus horizontes, identificando pontos fortes e fracos, bem como oportunidades e ameaças. Apesar dos resultados satisfatórios já alcançados, ainda há aspectos a serem aprimorados no relacionamento com esse público, ao mesmo tempo em que se evidencia o grande potencial da empresa. Nesse contexto, a utilização da matriz SWOT ou FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), apresenta-se como uma ferramenta estratégica essencial, pois possibilita ao empreendedor diagnosticar o panorama interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) da organização, favorecendo a tomada de decisões, a definição de metas e a formulação de ações que impulsionem o crescimento do negócio (SEBRAE, 2023). Nesse contexto, a matriz configura-se como uma estratégia eficiente para avaliar os pontos positivos e negativos dos dados registrados, possibilitando o aperfeiçoamento dos serviços. A partir dessa análise, torna-se viável identificar aspectos negligenciados e, consequentemente, direcionar melhorias que gerem resultados mais assertivos e prósperos para os produtores rurais, fortalecendo, de forma positiva, sua contribuição para o agronegócio brasileiro.

#### 4.2. Demais perfis de clientes

O segundo formulário teve como foco a avaliação dos demais perfis de clientes atendidos no período de 2020 a 2025, incluindo estudantes, representantes de grupos acadêmicos, tutores de pets, autônomos/empresários, entre outros. Ao todo, foram coletados 98 questionários. A análise desse público revelou ampla diversidade etária, com idades variando



entre 18 e 73 anos (Tabela 4). Esses resultados evidenciam a heterogeneidade do público atendido pela empresa, demonstrando que os serviços direcionados a esses perfis alcançam diferentes faixas etárias, com maior amplitude em comparação ao formulário específico dos produtores rurais.

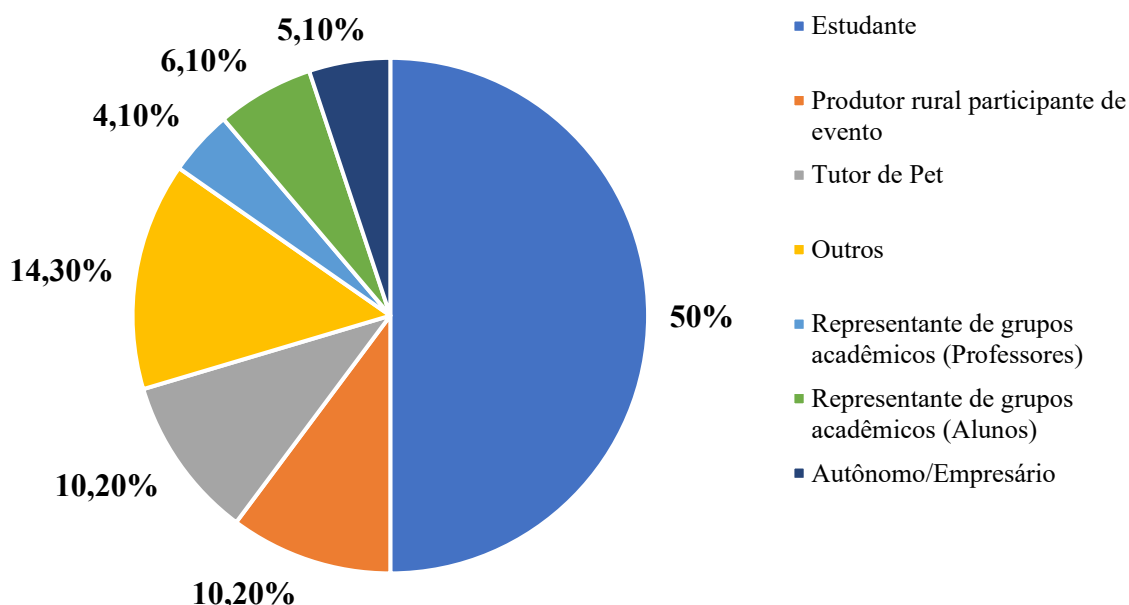
Tabela 4 – Heterogeneidade de idade dos demais perfis de clientes atendidos por serviços da Emzootec Jr (2020 a 2025)

<b>Faixa etária</b>	<b>Quantidade (pessoas)</b>
Entre 18 a 22 anos	42
Entre 23 a 30 anos	23
Entre 31 a 40 anos	14
Entre 41 a 60 anos	16
Acima de 60 anos	3

Fonte: Lima, 2025.

Observa-se, ainda, que a faixa entre 18 e 22 anos se destacou pela representatividade, revelando maior concentração de jovens nesse grupo em relação ao primeiro formulário, ao mesmo tempo em que se verificou maior número total de entrevistados e maior diversidade de segmentações de clientes (Gráfico 11).

Gráfico 11 – Amostragem do perfil dos demais clientes atendidos por serviços da Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Na categoria de outros, muitas pessoas especificaram seus cargos e posições, possuindo os seguintes perfis de clientes: Professor, agrônomo de Secretaria Municipal, coordenador de Projeto na Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Curu, servidor público, representante da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Ceará (Ematerce), representante do Banco do Nordeste do Brasil S.A (BNB), agente rural da EMATERCE, representante de empresa de ATER, zootecnista, funcionário público, técnico agropecuária, técnico de campo, assessora de projetos rurais.

Dos entrevistados, 50% pertencem diretamente ao público estudantil. Somando-se a isso, 6,1% dos representantes de grupos acadêmicos também são estudantes, totalizando 56,1%. Esse dado evidencia o fortalecimento da presença da empresa junto ao público estudantil, demonstrando que mais da metade dos entrevistados têm vínculo direto com o ambiente acadêmico. Esse resultado demonstra que, além de fomentar a formação empreendedora dos membros que compõem sua trajetória organizacional ao longo das gestões, a Emzootec Jr. tem ampliado seu impacto para além de seus quadros internos, contribuindo de maneira relevante para o desenvolvimento acadêmico e profissional de estudantes externos, reforçando assim seu papel como agente de transformação socioeconômica no meio universitário.

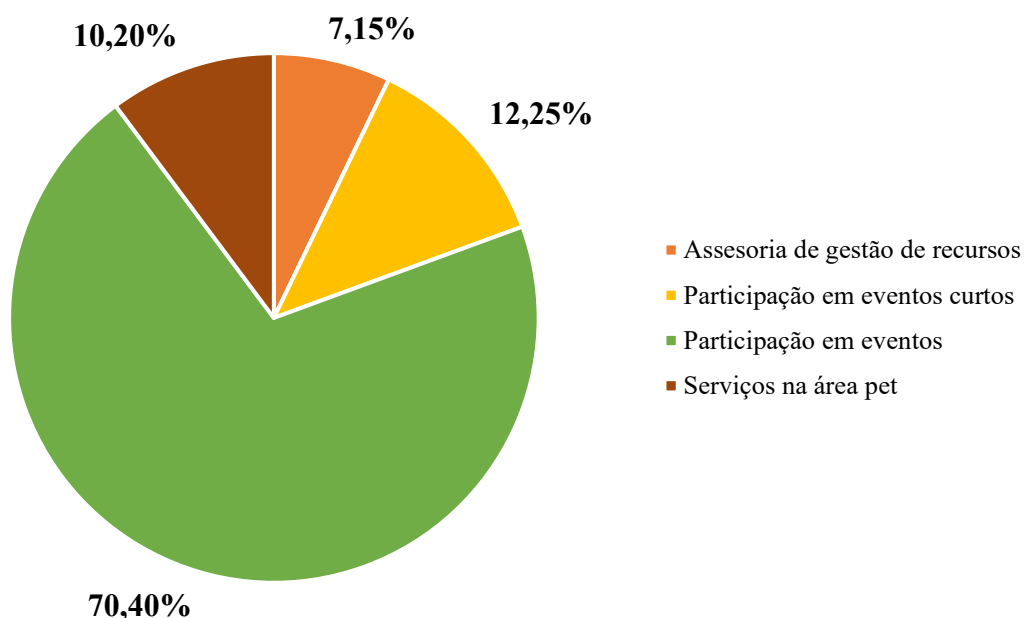
Além disso, as cidades residentes dos entrevistados foram: Fortaleza (61), Caucaia (10), Eusébio (4), São Gonçalo do Amarante (3), Aquiraz (3), Maranguape (2), Paraipaba (3),

Miraíma (3), Maracanaú (1), Jaguarétama (1), Apuiarés (1), Amontada (1), General Sampaio (1), Itapajé (1), Guaiuba (1), Massapê (1), São Paulo (1).

Ao analisar as cidades de residência dos entrevistados, observou-se o impacto em 17 municípios distintos, sendo 16 localizados na região Nordeste e apenas 1 na região Sudeste. As duas cidades com maior concentração de atendimentos foram Fortaleza, que representou 62,24% do total, e Caucaia, com 10,2%, evidenciando uma forte atuação da Emzootec Jr. na Região Metropolitana de Fortaleza.

Os serviços com maior alcance de público atualmente são os eventos realizados pela empresa, especialmente os de cunho educativo e capacitativo em formato extensivo, que possuem palestras, estações técnicas e outras metodologias, garantindo mais da metade das respostas da pesquisa. Entre eles, destacam-se o Dia do Produtor Rural e o Agrárias Empreendedora. Ao entrar em contato com os participantes do Agrárias Empreendedora em 2024 e das edições de 2022 a 2024 do Dia do Produtor Rural, o retorno foi limitado, sobretudo porque algumas edições, especialmente a do Dia do Produtor Rural 2022, não mantiveram registros adequados dos participantes, o que dificultou a retomada de contato. No gráfico 12, foi observado a diversidade de áreas de prestação de serviços realizados pela empresa.

Gráfico 12 - Área dos serviços prestados pela Emzootec Jr. aos demais perfis de clientes (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Ainda assim, do ponto de vista quantitativo, os eventos mais extensivos (longa duração),

como o Dia do Produtor Rural e Agrárias Empreendedora, representam o maior impacto em número de pessoas atendidas (69 entrevistados), ampliando significativamente o potencial de engajamento e conversão do público. Em seguida, destacam-se os eventos de curta duração, como minicursos e oficinas, realizados em 2024, que também alcançam um bom número de participantes (12 entrevistados), ainda que em menor escala. No período analisado, foram realizadas três ações desse tipo: o Minicurso de Análise de Água, a Oficina de Petiscos Naturais e o Minicurso de Manejo de Resíduos.

Considerando os eventos mencionados, tanto os de formato extensivo quanto os de curta duração, foram registradas 81 respostas no formulário. Dessas respostas, pelo menos três pessoas afirmaram participação em outros eventos, totalizando 84 participações. Entre essas participações, 38 referem-se ao Agrárias Empreendedora, 29 ao Dia do Produtor Rural, seis à Oficina de Petiscos Naturais, nove ao Minicurso de Manejo de Resíduos e dois ao Minicurso de Análise de Água. Na sequência, destacam-se os serviços da área pet, com 10,2%, totalizando 10 respostas, demonstrando a potencialidade da área, mesmo sendo um segmento de mercado novo para a empresa.

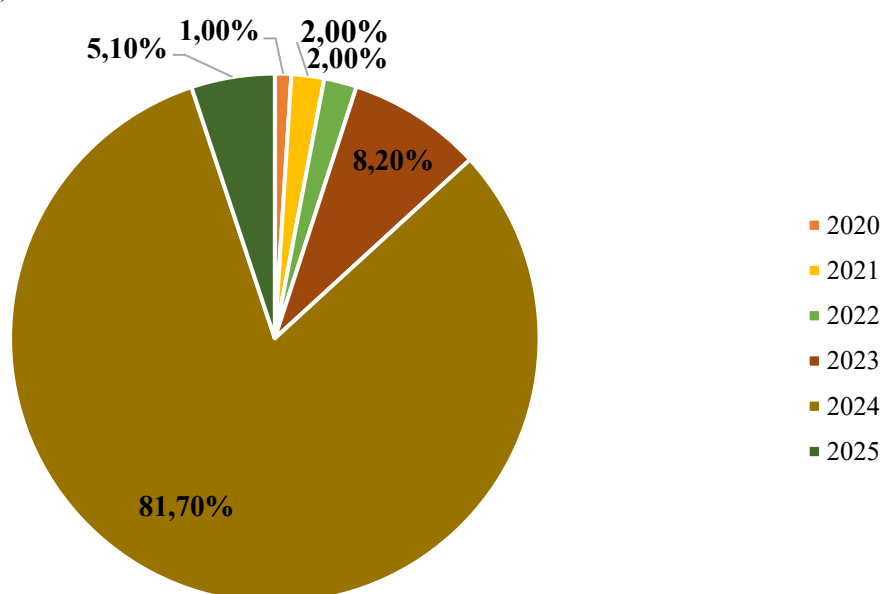
A assessoria e gestão de recursos para pesquisa e eventos é um serviço que já foi recorrente em gestões anteriores da empresa, mas que ficou inativo entre alguns anos anteriores a 2020 até o final de 2022. Esse serviço foi reintegrado ao portfólio da Emzootec Jr. em 2023, permitindo à empresa atuar no apoio à captação de recursos, gestão financeira e emissão de documentos, como notas fiscais, recibos e certificados, com foco principal no atendimento a setores acadêmicos vinculados à Zootecnia. Por meio do seu CNPJ, a EJ passou a viabilizar o recebimento de recursos de empresas parceiras para projetos de pesquisa científica ou eventos acadêmicos. Desde 2023, foram estabelecidas parcerias com grupos do Departamento de Zootecnia, como o Centro Acadêmico Quatro de Dezembro, o NEEF, o Setor de Avicultura, o Núcleo de Estudos em Suinocultura (NES), o Programa de Educação Tutorial do curso de Zootecnia (PET Zootecnia) e o Núcleo de Estudos em Animais Silvestres e Pets (NEASPET). Mesmo com pouco tempo desde sua reintrodução e fase de adaptação, o serviço representou 7,15% do total de atendimentos, com sete respostas registradas na pesquisa, o que indica um desempenho positivo e promissor.

Diante disso, observa-se que, embora a Emzootec Jr. tenha consolidado sua atuação como empresa júnior voltada ao setor rural, tendo os projetos agropecuários como seu principal carro-chefe por vários anos, essa frente perdeu força ao longo do tempo, sobretudo no que se refere ao alcance quantitativo de público, conforme evidenciado pelos resultados do primeiro formulário. Em contrapartida, a área pet mostrou-se promissora, apresentando respostas mais

ágeis e retorno mais rápido em relação ao período de atuação.

No gráfico 13, apresentam-se os anos de realização dos serviços prestados ou ano de aquisição do produto pela Emzootec Jr. avaliados no trabalho dos demais perfis de clientes, os entrevistados indicaram os seguintes períodos: uma pessoa mencionou o ano de 2020, duas pessoas o ano de 2021, duas pessoas o ano de 2022, oito pessoas o ano de 2023, 80 pessoas o ano de 2024 e cinco pessoas o ano de 2025. Esses dados evidenciam um resultado expressivo em 2024, ano que concentrou a maior parte das contratações.

Gráfico 13 - Ano de realização dos serviços da Emzootec Jr. prestados aos demais perfis de clientes (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Os anos de 2023 e 2024 se destacam nas respostas, sobretudo em função da maior conveniência e facilidade de contato proporcionadas aos clientes em comparação aos períodos anteriores. Em contrapartida, o ano de 2024 em especial, também apresenta maior relevância, em razão do aumento das iniciativas de caráter educativo, evidenciado pela predominância do perfil de cliente estudante identificado neste formulário. As ações promovidas nesse período, como eventos, oficinas e minicursos, contribuíram significativamente para ampliar a visibilidade da empresa e fortalecer o engajamento com esse público.

Em relação ao conhecimento sobre o MEJ apenas 15,3% dos entrevistados (15 pessoas) afirmaram não conhecer o movimento. Esse dado revela que, mesmo em um segmento relativamente segmentado como o agronegócio, que ainda enfrenta desafios para ocupar seu

espaço dentro do próprio ecossistema do MEJ cearense, o movimento tem avançado em reconhecimento e relevância ao longo dos anos. A presença majoritária de estudantes entre os entrevistados reforça que a atuação da Emzootec Jr., como empresa do setor, tem contribuído para difundir o MEJ em contextos antes pouco explorados, como o agronegócio, com 84,7% (83 pessoas) que afirmam conhecer o movimento, sendo um grande difusor nesse aspecto.

O fato de que o movimento já conquista reconhecimento mesmo dentro de um público específico demonstra um potencial promissor como difusor de uma formação empreendedora voltada para a construção de um Brasil mais ético, colaborativo e preparado. Logo, se dentro do próprio movimento essa atuação já representa uma vitória, o impacto que pode gerar fora dele é ainda mais significativo, principalmente em setores estratégicos como o agronegócio.

A pesquisa investigou como os clientes tomaram conhecimento da Emzootec Jr., revelando que 64,3% foram alcançados por meio da universidade, 12,25% por eventos agropecuários, 10,2% pelo Instagram, 7,15% foram prospectados diretamente pela própria empresa, por meio de ligações ou contatos pela internet ou redes sociais e 6,1% por indicação. Apesar dos resultados, os dados reforçam a importância crescente das iniciativas universitárias na difusão e valorização do MEJ. Destaca-se, nesse contexto, o papel do incentivo da universidade como da Coordenadoria de Empreendedorismo e Inovação (COEMP), que a partir de 2024, tem intensificado ações de apoio ao desenvolvimento de EJs, promovendo um ambiente mais favorável à inovação e ao empreendedorismo dentro da universidade. O papel também da PREX, que auxilia essas instituições por meio do Programa de Fortalecimento das Empresas Juniores. Além disso, esse resultado foi alcançado por meio do fortalecimento da visibilidade institucional da Emzootec Jr. nos últimos anos, impulsionado pela divulgação da marca e pela valorização de seus resultados. Essa vitrine de conquistas tem sido fundamental para projetar a imagem da empresa dentro da universidade, contribuindo para o fortalecimento da marca, a consolidação de parcerias estratégicas, a realização de eventos de grande alcance e a conquista de resultados expressivos que ampliam o reconhecimento da Emzootec Jr. tanto no meio acadêmico quanto no setor produtivo. Afinal, quanto mais resultados a empresa alcançou, mais visibilidade ela conquistou.

Além disso, o segundo maior meio de alcance, por meio de eventos agropecuários (12,25%), reforça sua importância estratégica também com presença marcante no formulário anterior. Mesmo que, em geral, esses eventos não resultem em retorno imediato ou grande volume de contratos fechados, estes se mostram uma ferramenta poderosa de divulgação institucional e aproximação com o público-alvo, especialmente com produtores rurais que

passam a compreender que é possível acessar serviços de assistência técnica e consultoria a um custo mais acessível.

A terceira posição, ocupada pelo Instagram (10,2%), evidencia que ações de *marketing* digital, podem gerar resultados expressivos. A Emzootec Jr. não terceiriza sua comunicação, o que demonstra que, apesar da formação dos membros ser voltada majoritariamente à prática zootécnica, há capacidade interna de atuação eficaz na divulgação e posicionamento da marca. Isso também indica que a prospecção passiva (em que o cliente encontra a empresa de forma orgânica) tem se mostrado a estratégia mais eficaz no contexto da Emzootec Jr.

A prospecção de clientes pode ocorrer de forma passiva ou ativa, sendo ambas estratégias relevantes no contexto comercial. A prospecção passiva acontece quando o cliente chega até a empresa por conta própria, geralmente atraído por conteúdos disponibilizados em canais digitais, como redes sociais, blogs, mecanismos de busca ou por meio de indicações (CRM PipeRun, 2023). De acordo com a mesma autoria, trata-se de uma abordagem menos invasiva, associada ao *inbound marketing* (estratégia que visa atrair clientes através da criação de conteúdo relevante e experiências personalizadas), que depende da construção contínua de autoridade e atratividade por parte da marca.

Por outro lado, a prospecção ativa é caracterizada pela iniciativa da empresa em abordar potenciais clientes que ainda não demonstraram interesse prévio. Esse modelo, associado ao *outbound marketing* (é uma estratégia em que a empresa toma a iniciativa de entrar em contato com potenciais clientes), envolve estratégias como ligações frias, e-mails diretos e mensagens personalizadas em plataformas como *WhatsApp* ou *LinkedIn*. Apesar de exigir mais esforço e planejamento, essa abordagem costuma apresentar resultados mais rápidos quando bem direcionada ao perfil de cliente ideal (CRM PipeRun, 2023).

A definição clara desse perfil ideal, também conhecido como *persona*, é essencial para a eficiência de ambas as estratégias. No caso da Emzootec Jr., suas personas seriam os produtores rurais, tutores de pet, grupos acadêmicos, estudantes, cada tipo de perfil para cada serviço. Segundo Mathias (2018), persona é uma representação do seu cliente ideal e trata-se de uma personificação do público ao qual a sua empresa se direciona. Ainda de acordo com o autor, as personas apresentam as principais características e comportamentos dos seus compradores, aqueles que enxergam em seus produtos e serviços a solução ideal para um problema ou necessidade que eles têm. Sua construção deve ser baseada em dados reais e pesquisas que revelem informações como demografia, motivações, objetivos, desafios e preocupações, evitando suposições infundadas (Mathias, 2018).

Na trajetória da Emzootec Jr. ao longo dos últimos cinco anos, a prospecção passiva demonstrou-se mais eficaz na conversão de *leads* (potencial cliente que demonstrou interesse no serviço ou produto) em clientes, especialmente por meio das redes sociais. Diante desse cenário, a estratégia de marketing da empresa precisou ser constantemente revista e adaptada, com foco na compreensão aprofundada do comportamento do público-alvo, na adequação da linguagem utilizada e na reformulação dos formatos de comunicação. Uma das ações adotadas foi a criação de um perfil institucional exclusivo nas redes sociais, desvinculado do perfil profissional da empresa, o que permitiu estabelecer uma separação clara entre os conteúdos voltados à divulgação profissional e aqueles de caráter mais informal e interno. Essa distinção favoreceu uma comunicação mais direcionada, alinhada às expectativas e interesses do público-alvo.

A análise de dados da empresa comprova essa tendência. A maior parte dos clientes oriundos de prospecção conheceu os serviços da Emzootec Jr. por meio do Instagram, prospecção passiva com 10,2%, enquanto a taxa de conversão da prospecção ativa correspondeu a apenas 7,15% dos atendimentos no período analisado. Apesar de aparentemente modesta, essa porcentagem adquire relevância quando contextualizada também pela introdução de novas personas, incorporadas a partir da ampliação do portfólio da empresa. Entre essas novas segmentações, destacam-se os tutores de animais de pets, um público mais urbano e abrangente, que contrasta com o perfil tradicional da Emzootec Jr., historicamente voltado a produtores rurais localizados em regiões interioranas ou na zona metropolitana.

Dessa forma, a compreensão do público-alvo, aliada à segmentação e adaptação das estratégias de comunicação, mostra-se essencial para ampliar o alcance e a efetividade das ações comerciais da empresa, reforçando seu posicionamento como agente de impacto técnico e socioeconômico no setor agropecuário e no mercado pet.

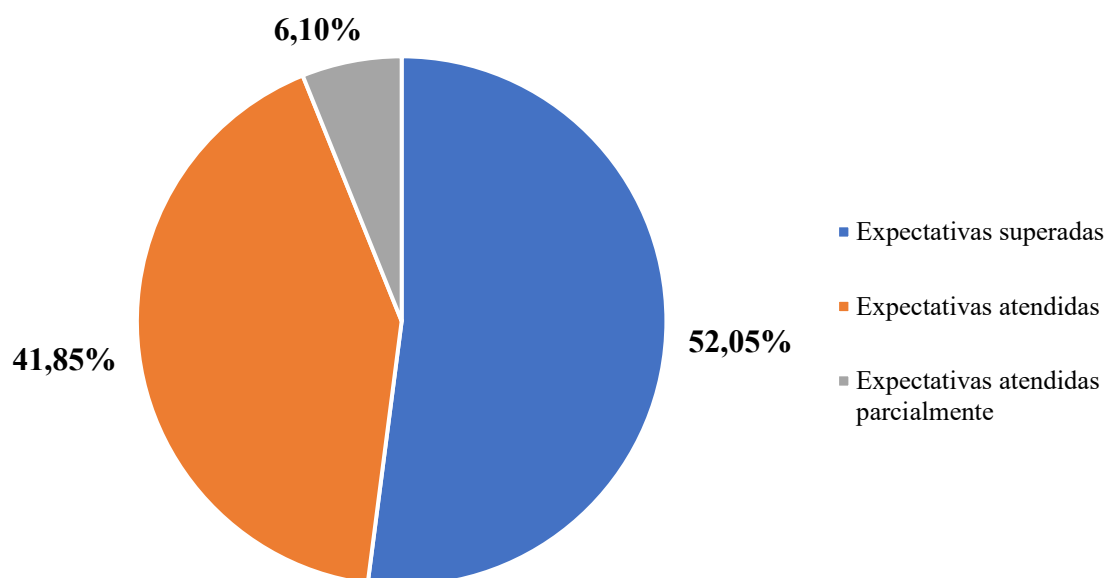
De acordo com o Disney Institute (2011), a satisfação do cliente é um alvo em constante movimento, e por isso, superar expectativas é um dever para organizações que buscam se destacar, reconhecendo que é impossível agradar a todos, mas reforça que o foco deve estar em entender profundamente os desejos e emoções da maioria dos clientes e trabalhar de forma intencional para encantá-los. Como destaca o próprio Walt Disney: “Você descobre o que as pessoas querem e constrói para elas” (Disney Institute, 2011). Seguindo a famosa ideia de atender o cliente sempre como se fosse a primeira vez. O encantamento e o atendimento sempre devem ser priorizados para trazer nada além do ótimo.

Embora alcançar a satisfação completa de todos os clientes seja uma meta praticamente inatingível, o fato de que 93,9% dos participantes como apresentado no gráfico 14 tiveram suas



expectativas atendidas ou superadas revela um resultado expressivo e positivo em termos de qualidade dos serviços prestados pela empresa, principalmente quando comparado os resultados representados pelos produtores rurais atendidos por serviços agropecuários.

Gráfico 14 – Expectativas do atendimento dos serviços prestados aos demais perfis de clientes pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

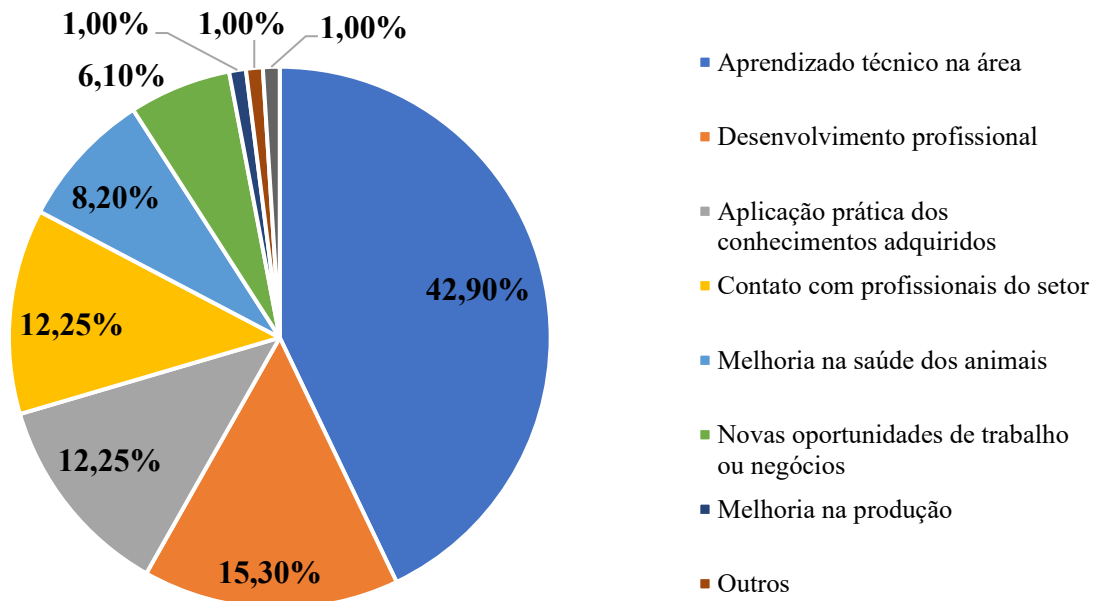


Fonte: Lima, 2025.

Portanto, mesmo diante de algumas divergências e insatisfações pontuais, os dados indicam, que a maior parte do público demonstrou satisfação com o serviço ofertado, evidenciando coerência entre o que foi proposto e o que foi entregue, principalmente com nenhuma avaliação com expectativas abaixo do esperado.

Quando avaliados sobre a percepção de melhorias no conhecimento ou na atividade profissional após o atendimento prestado pelo serviço e/ou produto, 100% dos entrevistados totais afirmaram uma melhora. Ao serem solicitados a indicar o benefício principal obtido com o atendimento, foram apontados pelo menos nove diferentes benefícios, como demonstrado no gráfico 15.

Gráfico 15 – Benefícios apontados pelos demais perfis de clientes após finalização dos serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Esses dados reforçam a ideia de que o atendimento ofertado proporcionou efeitos positivos na vida profissional e prática para todos os participantes. Segundo o Disney Institute (2011), compreender e atender os desejos e necessidades reais do cliente é o ponto de partida para oferecer experiências de valor, e como destacado, conhecer e entender os clientes é essencial para alinhar os serviços às suas expectativas e gerar impacto duradouro, melhorando sua experiência e fidelizando seus clientes.

Ao analisar a satisfação geral e o NPS dos demais entrevistados e clientes da Emzootec Jr., observou-se um desempenho expressivo, considerando-se 98 respostas referentes aos demais perfis de clientes atendidos em todas as categorias de serviço avaliados no formulário (Tabela 5).

Tabela 5 – Avaliação de satisfação geral e fidelização dos serviços dos demais perfis de clientes atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)

Satisfação geral		NPS	
Quantidade	Nota	Quantidade	Nota
70	10	73	10
15	9	11	9
11	8	12	8
2	7	1	7
-	-	1	6

Legenda: NPS: Net Promoter Score, métrica de satisfação baseada na fidelização dos clientes.

Fonte: Lima, 2025.

Com base nesses dados, a média geral de satisfação foi de 9,56, refletindo um alto nível de satisfação por parte dos clientes. Apesar da existência de poucas notas consideradas detratoras, a predominância de avaliações máximas, com 71,42% dos participantes atribuindo nota 10, reforça a percepção positiva sobre a qualidade dos serviços prestados. Esse resultado evidencia um excelente desempenho da empresa no que diz respeito à entrega de valor, bem como o reconhecimento do impacto positivo gerado junto ao seu público.

Em relação ao NPS, que mede o grau de fidelização dos clientes com base na probabilidade de recomendarem a empresa, os dados obtidos reforçam a percepção positiva dos serviços prestados pela Emzootec Jr. A média das notas foi de 9,57, praticamente idêntica à obtida na avaliação de satisfação geral dos serviços. No contexto do MEJ, o NPS é um dos principais indicadores de excelência, pois avalia não apenas a satisfação direta, mas também o nível de confiança e recomendação do cliente, ou seja, mesmo que o serviço não tenha superado todas as expectativas, ele ainda é considerado suficientemente bom para ser indicado a terceiros.

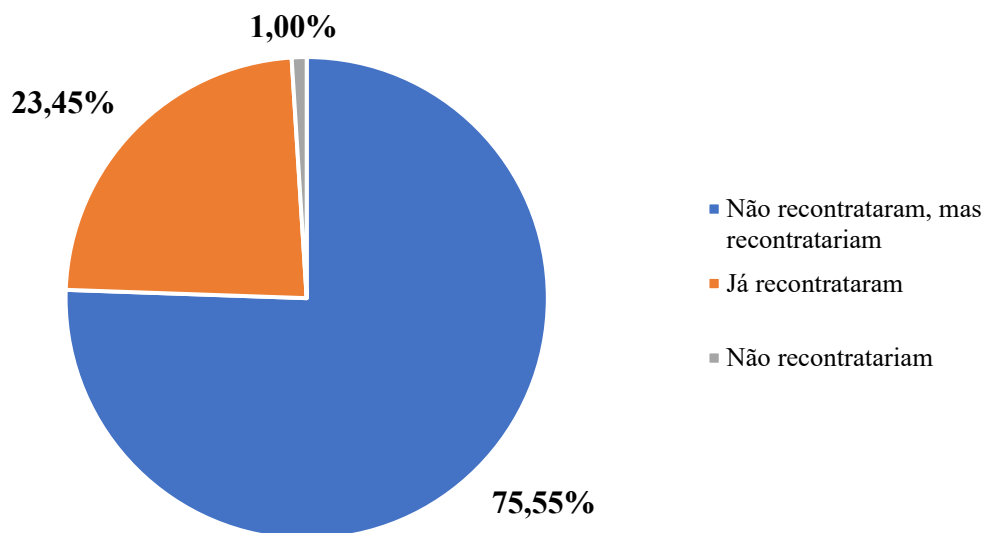
Historicamente, os serviços da Emzootec Jr. apresentam índices de NPS superiores à média geral de satisfação, justamente por refletirem a disposição dos clientes em recomendar a empresa, mesmo quando suas expectativas não são plenamente atendidas. No entanto, nesta pesquisa, a diferença entre as duas métricas foi praticamente inexistente, o que evidencia a consistência na entrega de valor e na experiência oferecida aos clientes.

Esse resultado confirma o desempenho positivo da Emzootec Jr. no relacionamento com seu público de estudantes, grupos acadêmicos e tutores de pets e o alto potencial de fidelização, baseado em interações bem conduzidas e serviços tecnicamente relevantes, principalmente quando comparados aos produtores rurais atendidos por serviços agropecuários que possui nota de satisfação geral 1,41 inferior avaliados no primeiro formulário. Ainda assim, analisando os

dados anteriores, é importante considerar que ainda existem níveis pontuais de insatisfação, embora em pequena escala. Por isso, é recomendável que a empresa mantenha um olhar atento para o perfil dos produtores rurais, que apresentaram respostas mais diversas e indicativos específicos de oportunidades de melhoria. Essa escuta ativa pode contribuir para o aprimoramento contínuo das soluções e para o fortalecimento do vínculo com esse segmento estratégico de clientes.

Em relação à intenção de recontratação (Gráfico 16), os dados revelam uma percepção amplamente positiva dos clientes em relação aos serviços prestados pela Emzootec Jr.

Gráfico 16 – Avaliação da possibilidade de recontratação dos demais perfis de clientes atendidos por serviços prestados pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



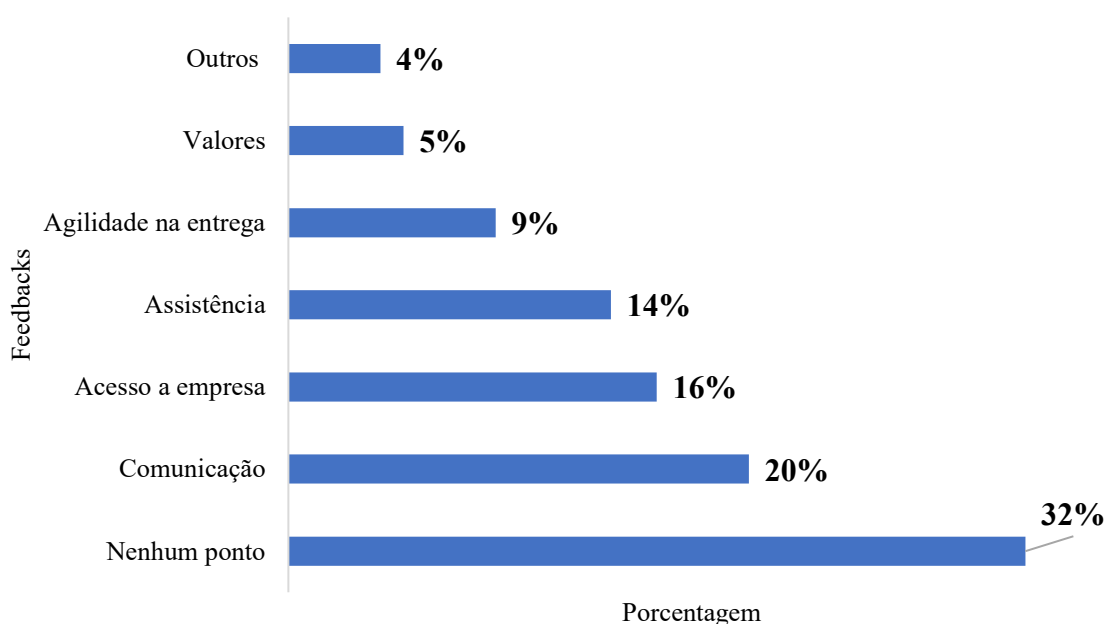
Fonte: Lima, 2025.

Do total de entrevistados, 75,55% afirmaram que ainda não recontrataram, mas que recontratariam, enquanto 23,45% declararam já ter recontratado a empresa, demonstrando confiança suficiente para contratar mais de um serviço ou participar de múltiplas iniciativas, como eventos ou projetos personalizados. Apenas 1% dos entrevistados (uma pessoa entre 98) indicou que não recontrataria, um número irrelevante no contexto geral da pesquisa.

Esses resultados corroboram o elevado NPS obtido, evidenciando um forte potencial de fidelização. A disposição majoritária dos clientes em manter ou renovar o vínculo com a empresa reforça a credibilidade da Emzootec Jr. no mercado e o valor percebido de suas soluções. Trata-se de um indicador importante para sustentar estratégias de relacionamento, retenção de clientes e expansão da base ativa de contratantes.

Em relação aos pontos de melhoria da Emzootec Jr. (Gráfico 17), todos os participantes foram convidados a indicar ao menos um aspecto passível de aprimoramento. Como era permitido mencionar mais de um item, o levantamento totalizou 124 menções a aspectos de melhoria relacionados aos serviços prestados aos perfis de clientes: estudantes, tutores de animais de pets, grupos acadêmicos e produtores rurais participantes do Dia do Produtor Rural, avaliados no formulário.

Gráfico 17 – Pontos de melhoria dos serviços indicados pelos demais perfis de clientes atendidos pela Emzootec Jr. (2020 a 2025)



Fonte: Lima, 2025.

Os resultados revelaram que o item mais citado foi comunicação, com 20% das respostas, evidenciando a necessidade de maior clareza no repasse de informações, no alinhamento de expectativas e na transparência ao longo da jornada do cliente.

Em segundo lugar, com 16%, apareceu o item acesso à empresa, possivelmente relacionado à dificuldade de contato, obtenção de informações ou conhecimento sobre os serviços ofertados. A seguir, a assistência foi mencionada por 14% dos entrevistados, apontando a necessidade de aprimoramento no suporte oferecido durante a execução dos projetos. Agilidade na entrega ocupou a quarta posição, com 9%, indicando uma demanda por execuções mais ágeis e com prazos mais curtos. O item valores dos serviços foi citado por 5% dos participantes, levantando questionamentos sobre a percepção de custo-benefício; ainda assim, esse número representa baixa relevância em termos percentuais.

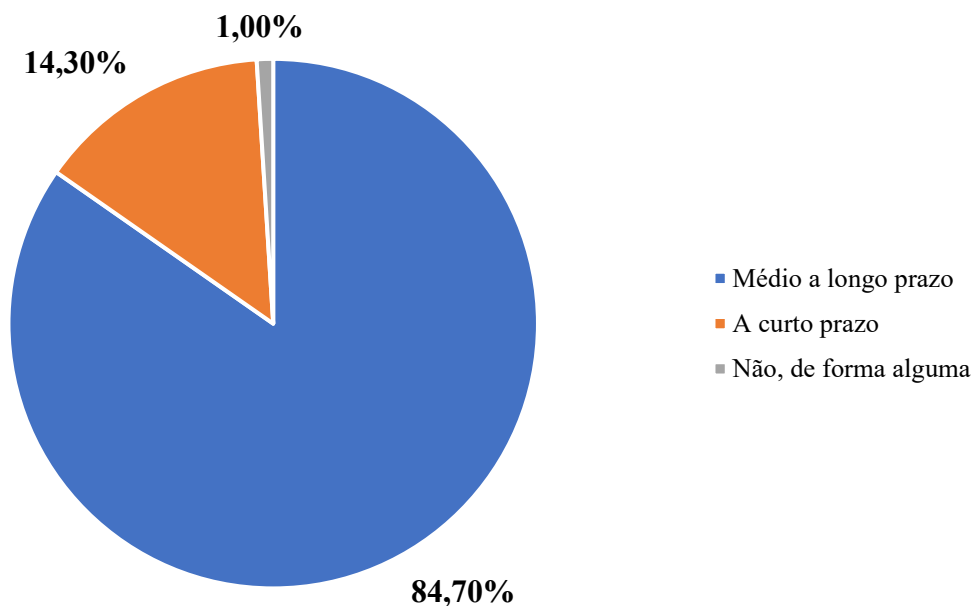
Outras sugestões (4%) surgiram de forma mais pontual, incluindo aspectos como marketing, divulgação para cooperativas. Por outro lado, um número expressivo de entrevistados (32%) declarou não identificar nenhum ponto de melhoria. Além disso, na opção aberta 'Outros', que permitia respostas livres, foram registradas manifestações espontâneas como: 'A Emzootec Jr. é ótima em tudo que faz' e 'A empresa dispensa críticas', reforçando a percepção positiva que alguns clientes têm da empresa.

Embora seja utópico esperar 100% de satisfação, os dados mostram que a Emzootec Jr. apresenta bons índices de aprovação, ao mesmo tempo em que deve estar atenta aos apontamentos, principalmente nas áreas de comunicação e acesso, para fortalecer sua experiência de atendimento.

Ao analisar os dados relacionados à satisfação dos clientes e à percepção sobre o impacto socioeconômico da Emzootec Jr., observa-se um reconhecimento consistente de seu potencial transformador. A maioria dos entrevistados acredita que a empresa é capaz de gerar impactos positivos na comunidade local ou regional, especialmente em uma perspectiva de médio a longo prazo.

A opção que associa o impacto da Emzootec Jr. a um horizonte de tempo mais estendido foi a mais selecionada (84,7%), reforçando a visão de que os efeitos promovidos pela empresa vão além do imediatismo e exigem continuidade, estruturação e maturação dos projetos desenvolvidos, seguida pela opção de impacto no curto prazo apareceu em segundo lugar, com 14,3% das respostas (Gráfico 18).

Gráfico 18 – Avaliação dos demais perfis de clientes em relação ao potencial de impacto positivo local ou regional da Emzootec Jr

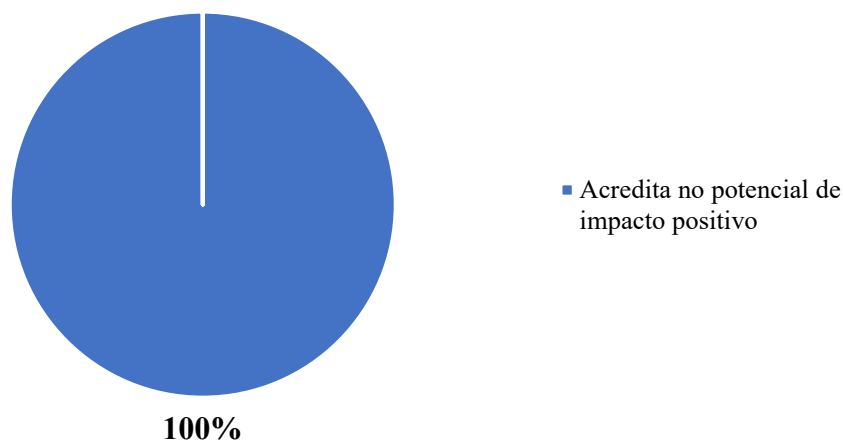


Fonte: Lima, 2025.

Conclui-se que 99% dos entrevistados acreditam que a empresa é capaz de gerar algum resultado na comunidade local ou regional. Os dados indicam que, sob a ótica dos próprios clientes, a Emzootec Jr. possui credibilidade e potencial para promover mudanças reais e sustentáveis no território onde atua, consolidando-se como uma iniciativa com alta relevância quando há continuidade e alinhamento estratégico ao longo do tempo.

Outro ponto abordado na pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção geral dos clientes sobre a possibilidade de impacto positivo socioeconômico da Emzootec Jr. (Gráfico 19).

Gráfico 19 – Percepção dos demais perfis de clientes sobre o potencial de impacto socioeconômico positivo da Emzootec Jr



Fonte: Lima, 2025.

Todos os entrevistados responderam de forma unânime que acreditam que a empresa é capaz de gerar impactos positivos no ambiente socioeconômico. Esse dado reforça a credibilidade institucional da Emzootec Jr., evidenciando que, mesmo diante de eventuais insatisfações pontuais com determinados serviços ou projetos, a organização é amplamente reconhecida como uma iniciativa transformadora, ponto evidenciado também no primeiro formulário em relação a atuação aos produtores rurais. Com altos índices de satisfação e forte adesão dos seus públicos, a empresa se consolida como um catalisador de impacto social e econômico, validado pela confiança de seus clientes ao longo dos últimos cinco anos. Embora ainda existam pontos de melhoria a serem observados e trabalhados, os resultados demonstram que a empresa tem cumprido seu papel estratégico de contribuição para o desenvolvimento da sociedade por meio da educação empreendedora e da prestação de serviços de qualidade.

#### **4.3 Experiência na Emzootec Júnior e contribuições para a minha formação profissional**

Minha trajetória na Emzootec Jr. compreendeu quatro anos, onze meses e doze dias como membro efetivo, ultrapassando cinco anos de envolvimento quando considerado o período como trainee, iniciado em meados de março de 2020 e encerrado como membro em abril de 2025, totalizando aproximadamente cinco anos, um mês e nove dias. Iniciei minha participação no primeiro semestre da graduação, em 2020, movida pela curiosidade e admiração diante da existência de uma empresa comandada por estudantes ainda em formação acadêmica.



Ao ingressar na Emzootec Jr., fui designada para a Diretoria de Gente e Gestão, assumindo o cargo de gerente de gente. Desde o início, percebi afinidade com as atividades de liderança, motivação de membros e organização administrativa, habilidades que já vinham sendo desenvolvidas na minha vivência escolar, onde exerci a função de líder de turma por cinco anos não consecutivos.

Mesmo com pouco conhecimento técnico à época, senti-me desafiada por ser a única integrante do primeiro semestre em um time composto majoritariamente por membros veteranos, o que me fazia perceber uma distância significativa em relação ao nível de experiência dos demais. O início da pandemia intensificou esses desafios. A ausência de aulas presenciais, as preocupações com a saúde da minha família e o cenário nacional instável afetaram diretamente meu engajamento com a empresa. Por responsabilidade inteiramente minha, esse comprometimento oscilou, fazendo com que outros membros notassem essa instabilidade.

Ao final de 2020, durante o processo eleitoral interno, obrigatório conforme o estatuto social da empresa, não fui aprovada para continuar no cargo, obtendo pouco menos de 50% dos votos. Embora tenha sido um momento difícil, esse episódio representou uma virada de chave na minha trajetória. Em vez de desistir, decidi me reposicionar, entendi a importância que a empresa tinha para além da universidade e a prioridade que ela merecia para provar esse efeito. Candidatei-me novamente no segundo edital com propostas aprimoradas e fui aprovada. A partir desse ponto, uma nova postura se estabeleceu: passei a me dedicar com intensidade, trazendo inovações e melhorias para a área de Gente e Gestão.

Em 2021, colhemos os frutos dessa reestruturação. A empresa teve um ano marcante, mesmo em contexto remoto, alcançando resultados significativos. No fim daquele ano, fui eleita diretora da área para 2022. No entanto, a vacância na Diretoria de Presidência exigia uma solução. Em um momento desafiador, com a saída de líderes experientes e a retomada do sistema presencial, assumi a Presidência da empresa, mesmo sem preparação prévia, por meio de indicação da professora orientadora da época, Lays Mariz, e por apoio dos membros efetivos, por assembleia geral, mas sem votação naquele momento. Embora os esforços empreendidos não tenham sido suficientes para que a Emzootec Jr. atingisse todas as metas estabelecidas naquele ano, foram decisivos para reconstruir a cultura organizacional e inovar processos internos.

O ano de 2022 marcou o primeiro em que a empresa não recebeu reconhecimento da Brasil Júnior após três anos consecutivos de metas alcançadas, o que gerou em mim um sentimento de frustração. As metas de faturamento e de colaboração não foram atingidas. Ainda

assim, compreendi que a consolidação institucional que promovemos naquele período foi fundamental para o crescimento futuro da Emzootec Jr.

Nos anos de 2023 e 2024, permaneci como presidente, eleita com 100% de aprovação de votos em assembleia geral, durante seus respectivos processos eleitorais. Mais preparada, conduzi a empresa em um processo de consolidação e excelência, atingindo todos os resultados esperados, metas de faturamento e colaboração alcançadas. A partir dessa trajetória, posso afirmar com convicção que a EJ foi a maior e mais transformadora experiência que vivi durante a graduação. Embora não tenha passado por tantas experiências extracurriculares fora dela, não trocaria essa vivência por nenhuma outra. Ainda assim, minha trajetória acadêmica além da Emzootec Jr. também foi marcada por aprendizados significativos: atuei em projetos de extensão voltados a produtores rurais, fui bolsista de extensão do NEEF por quase dois anos e contribuí como membro voluntário em diversos experimentos, tanto dentro do NEEF quanto em outras iniciativas. Essas experiências complementaram minha formação, ampliando minha visão sobre o setor e fortalecendo meu compromisso com o desenvolvimento técnico e social da área.

A Emzootec Jr. foi uma verdadeira “formação paralela à graduação”, contribuindo de maneira profunda para o meu crescimento pessoal e profissional. Ao longo desse percurso, desenvolvi habilidades em motivação de equipes, gestão administrativa, planejamento estratégico, desenvolvimento institucional, cultura organizacional, comunicação assertiva, *feedbacks* estruturados, visão sistêmica, valores organizacionais, comercialização, execução técnica de projetos, gestão de eventos e entre outros benefícios e aprendizados. Além disso, tive a oportunidade de alcançar resultados significativos e vivenciar aprendizados que levarei para toda a vida. Liderei gestões responsáveis por conquistas que renderam premiações, reconhecimento em nível nacional e fortalecimento da Emzootec Jr. no Departamento de Zootecnia, na Universidade e no Movimento Empresa Júnior. Essa trajetória demonstrou que é sempre possível recomeçar e reestruturar, cair e levantar ainda mais forte, além de formar e deixar como legado uma equipe sucessora capacitada e profundamente engajada e apaixonada com o propósito da organização.

Apesar dos inúmeros desafios e renúncias ao longo do caminho, o impacto da empresa em minha vida foi imensurável. Cresci junto com a empresa. Entrei como uma jovem de 18 anos, e saí, aos 23, como uma mulher transformada. Com convicção, posso dizer: a Emzootec Jr. foi, para mim, uma segunda graduação, uma escola de liderança, propósito, superação e entrega. Posso dizer que tenho memórias e aprendizados extraordinários que serão lembrados com muito carinho e gratidão para sempre.

## 5 CONCLUSÃO

A Emzootec Jr. possui um histórico marcado por inovação, protagonismo e contribuição concreta para o setor agropecuário, tanto no âmbito do Movimento Empresa Júnior, quanto no contexto da UFC e do Departamento de Zootecnia, como no setor agropecuário. Ao longo dos anos, consolidou-se como uma organização capaz de desenvolver projetos relevantes, promover eventos de grande visibilidade de iniciativas de extensão, além de impactar de forma efetiva a formação acadêmica, técnica e social dos públicos que atende.

Sua trajetória demonstra resiliência e capacidade de reestruturação, com destaque para momentos em que a Emzootec Jr. enfrentou adversidades, mas conseguiu se reinventar, expandir áreas de atuação e alcançar novos públicos com soluções inovadoras. A análise da satisfação dos clientes atendidos nos últimos cinco anos evidencia que, embora existam pontos a serem aprimorados, como aspectos de comunicação, acompanhamento técnico e atendimento ao produtor rural, essas questões representam uma minoria expressiva.

Com alta média de satisfação, elevado índice de NPS com nota de 8,23 avaliados pelos produtores rurais atendidos por serviços agropecuários personalizados e 9,57 avaliados pelos demais perfis de público entrevistado, além de 100% de reconhecimento por parte dos clientes quanto ao seu potencial de impacto socioeconômico, principalmente em médio a longo prazo. A Emzootec Jr. se confirma como uma organização promissora e catalisadora de transformação local e regional, consolidando-se como referência em serviços agropecuários inovadores, acessíveis e de alto impacto social.

## REFERÊNCIAS

BALLESTA, J. A. C.; ROSALES, B. J. H.; TORRES, I. T. Empreendedorismo e desenvolvimento humano: uma análise internacional. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 22, n. 4, p. 781-798, out./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i4.4081>. Acesso em: 1 mai. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016. Dispõe sobre a criação e a organização das empresas juniores. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 153, n. 66, p. 3, 7 abr. 2016. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm). Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Agropecuária brasileira em números**: abril de 2022. Brasília, DF: Mapa, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/arquivos-pdf/abn-04-2022.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. Crescimento da economia brasileira é impulsionado pela alta de 15% da agropecuária em 2023. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/crescimento-da-economia-brasileira-e-impulsionado-pela-alta-de-15-da-agropecuaria-em-2023> . Acesso em: 29 abr. 2025

BRASIL JÚNIOR. Jeito BJ 2021. Brasília: **Brasil Júnior**, 2021. Disponível em: [https://drive.google.com/file/d/1yN9wzN6AI\\_9LzRaU7o5MNAAn807m9GICk/view](https://drive.google.com/file/d/1yN9wzN6AI_9LzRaU7o5MNAAn807m9GICk/view). Acesso em: 1 mai. 2025.

BRASIL JÚNIOR. Painel de Resultados da Rede. Brasília: **Brasil Júnior**, 2022. Disponível em: <https://app.powerbi.com>. Acesso em: 16 jun. 2025.

BRASIL JÚNIOR. Planejamento Estratégico da Rede 2022–2024. Brasília: **Brasil Júnior**, 2021. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1keZUmyqRDnTJ1btkVQO57G5e9ASVECTg/view>. Acesso em: 1 mai. 2025.

CEARÁ. Secretaria do Planejamento e Gestão (SEPLAG). **Regiões de Planejamento do Estado do Ceará**. Fortaleza, 2022. Disponível em: <https://www.seplag.ce.gov.br/>. Acesso em: 22 jun. 2025.

CNA. Comunicado Técnico do VBP. jan. 2024. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CNA. Panorama do Agro. Brasília, 2025. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CNA. PIB do agronegócio registra crescimento de 6,49% no primeiro trimestre de 2025. Brasília, 2025. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/publicacoes/pib-do-agronegocio-registra-crescimento-de-6-49-no-primeiro-trimestre-de-2025>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CNA. Sumário Executivo PIB do Agronegócio – 4º Trimestre de 2024. Brasília, 2025. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/publicacoes/sumario-executivo-pib-do-agronegocio-4o-trimestre-de-2024>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CRMPIPERUN. Guia de Prospecção Ativa B2B. [S. l.]: **PipeRun**, 2023. Disponível em: <https://crmpiperun.com/blog/inbound-prospeccao-ativa>. Acesso em: 21 jun. 2025.

DISNEY INSTITUTE. O jeito Disney de encantar os clientes: do atendimento excepcional ao nunca parar de crescer e acreditar. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: **Saraiva**, 2011. Disponível em: <https://cursos.criadoresdeimagem.com.br/wp-content/uploads/2020/03/O-Jeito-Disney-de-Encantar-os-Clientes-Disney-Institute-1-1.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2025.

DOLABELA, F. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. São Paulo: **Cultura**, 2006. Acesso em: 29 abr. 2025.

ENDEAVOR. Empreendedorismo nas universidades brasileiras. São Paulo: **Endeavor Brasil**, 2012. Disponível em: <https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F14253227552012+Empreendedorismo+nas+Universidades+Brasileiras+ENDEAVOR.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2025.

REICHHELD, F. The one number you need to grow. **Harvard Business Review**, Boston, Dec. 2003. Disponível em: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>. Acesso em: 12 ago. 2025.

GRIES, T.; NAUDÉ, W. Entrepreneurship and human development: a capability approach. **Journal of Public Economics**, v. 95, n. 3-4, p. 216-224, 2011. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0047272710001684>. Acesso em: 30 abr. 2025.

GRILO, F. O. A importância da estrutura organizacional: observando a Indústria 4.0. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade Estácio de Alagoas, Centro Universitário Estácio, Maceió, 2021. Disponível em: [https://sistemas.unifal-mg.edu.br/app/lib/classes/arquivo.php?acao=download&nomePasta=piepex/discente/arquivosTCP&nomeArquivo=Fernanda\\_Oliveira\\_Grilo\\_-\\_A\\_Importancia\\_da\\_Estrutura\\_Organizacional\\_\\_Observando\\_a\\_Industria\\_4\\_0\\_653fff855e8bf.pdf](https://sistemas.unifal-mg.edu.br/app/lib/classes/arquivo.php?acao=download&nomePasta=piepex/discente/arquivosTCP&nomeArquivo=Fernanda_Oliveira_Grilo_-_A_Importancia_da_Estrutura_Organizacional__Observando_a_Industria_4_0_653fff855e8bf.pdf). Acesso em: 30 abr. 2025.

IBGE. Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Intermediárias. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias>. Acesso em: 22 jun. 2025.

IFPR. (Org.). Desafios da gestão em tempos de pandemia. [S.l.]: Instituto Federal do Paraná, 2021. Disponível em: <https://www.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2021/07/desafios-da-gestao-em-tempos-de-pandemia-15.pdf>. Acesso em: 03 mai. 2025.

MATHIAS, L. O que é persona? Definindo o consumidor ideal da sua marca. **MindMiners Blog**, 31 jul. 2018. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/o-que-e-persona/>. Acesso em: 22 jun. 2025.

MORAES, M. Cresça e lucre sem enlouquecer: um método para transformar o seu negócio com equilíbrio e liberdade. São Paulo: **Gente**, 2023. Acesso em: 13 mai. 2025.

NASCIMENTO, M. R. P. Brasil Empreendedor: empresas juniores da Universidade Federal do Ceará – UFC. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração Pública) – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unilab.edu.br/jspui/handle/123456789/5648>. Acesso em: 29 abr. 2025.

NAVARRO, Z.; PEDROSO, J. P. O Brasil rural contemporâneo: interpretações. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2020. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 22 jun. 2025.

ROTTER, J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. **Psychological Monographs: General and Applied**, 1966. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/17828017\\_General\\_Expectancies\\_for\\_Internal\\_Versus\\_External\\_Control\\_of\\_Reinforcement](https://www.researchgate.net/publication/17828017_General_Expectancies_for_Internal_Versus_External_Control_of_Reinforcement). Acesso em: 10 ago. 2025.

SEBRAE. Conheça a Análise SWOT. Atualizado em 19 abr. 2023. Disponível em: <https://share.google/Gu07WhMXA5lRuxumD>. Acesso em: 16 ago. 2025.

SEN, A. Development as freedom. New York: **Anchor Books**, 1999. Disponível em: <http://www.c3l.uni-oldenburg.de/cde/OMDE625/Sen/Sen-intro.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2025.

SILVA, Í. G. G. Impacto da empresa júnior de engenharia civil da Universidade Federal do Cariri. 2022. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Civil) – Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, 2022. Acesso em: 15 abr. 2025.

TAKAHASHI, M. A experiência do cliente como propulsor do agronegócio. **ClienteSA**, São Paulo, 21 mar. 2024. Disponível em: <https://portal.clientesa.com.br/a-experiencia-do-cliente-como-propulsor-do-agronegocio>. Acesso em: 26 jul. 2025.

UFC. Agrônômica e Emzootec Jr. promoveram o I Agrárias Empreendedora, evento de empreendedorismo voltado aos estudantes de Ciências Agrárias. Fortaleza: UFC, 26 jul. 2024. Disponível em: <https://cca.ufc.br/pt/agronomica-e-emzootec-jr-promoveram-o-i-agrarias-empreendedora-evento-de-empreendedorismo-voltado-aos-estudantes-de-ciencias-agrarias/>. Acesso em: 12 mai. 2025.

UFC. Empresas juniores do CCA promoveram a 2ª edição do Agrárias Empreendedora. Fortaleza: UFC, 18 jul. 2025. Disponível em: <https://cca.ufc.br/pt/empresas-juniores-do-cca-promoveram-a-2a-edicao-do-agrarias-empreendedora/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

## ANEXO 1 – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA PRODUTORES RURAIS

### Perfil dos entrevistados:

Dados pessoais:

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Cidade residente: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

01. Qual a cidade da sua propriedade rural? \_\_\_\_\_

02. Qual é o seu nível de estudo?

( ) Ensino Fundamental; ( ) Ensino Médio; ( ) Curso Técnico (como Técnico Agrícola, Técnico em Agropecuária etc.); ( ) Curso Superior (faculdade, tecnólogo, universidade). ( )

Outro: \_\_\_\_\_

03. Qual tipo de consultoria foi prestado pela Emzootec Jr referente ao serviço agropecuário?

( ) Análise de solo; ( ) Manuais informativos (ex: manual de manejo sanitário, reprodutivo, alimentar, entre outros); ( ) Planta baixa de instalações; ( ) Formulação de ração; ( ) Análise e pesquisa de viabilidade, investimento ou mercado; ( ) Outro: \_\_\_\_\_

04. Qual ano do serviço realizado com a Emzootec Jr?

( ) 2020; ( ) 2021; ( ) 2022; ( ) 2023; ( ) 2024; ( ) 2025.

05. Qual principal atividade de produção em sua propriedade rural?

( ) Avicultura de postura; ( ) Avicultura de corte; ( ) Caprinocultura de leite; ( ) Ovinocultura de corte; ( ) Caprinocultura de corte; ( ) Bovinocultura de corte; ( ) Bovinocultura de leite; ( ) Suinocultura; ( ) Piscicultura; ( ) Apicultura; ( ) Meliponicultura; ( ) Outro: \_\_\_\_\_

06. Quais outras atividades de produção rural você possui?

( ) Avicultura de postura; ( ) Avicultura de corte; ( ) Caprinocultura de leite; ( ) Ovinocultura de corte; ( ) Caprinocultura de corte; ( ) Bovinocultura de corte; ( ) Bovinocultura de leite; ( ) Suinocultura; ( ) Piscicultura; ( ) Apicultura. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

07. Qual o destino de sua produção?

( ) Venda regional; ( ) Venda estadual; ( ) Venda local; ( ) Subsistência (produz apenas para si mesmo).

08. Na sua atividade de produção, você possui subprodutos, ou seja, vendas com produtos derivados de matéria prima da produção? (Ex: queijo, doce de leite, dentre outros)

( ) Sim; ( ) Não.

09. Se sim para a pergunta anterior, o que você produz? \_\_\_\_\_

10. As práticas introduzidas pelos projetos foram mantidas após sua conclusão?

( ) Sim; ( ) Não.

11. Qual o principal desafio que você enfrenta no seu dia a dia no meio rural?

( ) Acesso a recursos financeiros; ( ) Dificuldade no manejo de animais e culturas; ( ) Falta de assistência técnica ou de serviços especializados; ( ) Problemas relacionados ao clima (secas, chuvas excessivas, etc.); ( ) Acesso limitado a tecnologias e inovações; ( ) Dificuldade em escoar a produção; ( ) Custos elevados com insumos (fertilizantes, rações, etc.); ( ) Problemas de infraestrutura (estradas, energia elétrica, etc.). ( ) Outro: \_\_\_\_\_

12. Como você tomou conhecimento da Emzootec Jr?

( ) Instagram; ( ) Facebook; ( ) Indicação; ( ) Pela Universidade; ( ) Eventos Agropecuários; ( ) Foi procurado pela Emzootec Jr.

13. Qual foi o principal benefício que você obteve ao participar de um projeto da Emzootec Jr?

( ) Aprendizado técnico na minha área; ( ) Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos; ( ) Contato com profissionais do setor; ( ) Melhoria na minha atuação profissional; ( ) Novas oportunidades de trabalho ou negócios; ( ) Melhoria na produção; ( ) Melhoria na saúde de animais. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

14. Os projetos atenderam às suas expectativas?

( ) Sim, superaram minhas expectativas; ( ) Sim, atenderam minhas expectativas; ( ) Mais ou menos, atenderam parcialmente; ( ) Não, ficaram abaixo do esperado. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

15. O que você considera que poderia melhorar em relação aos serviços prestados?

( ) Acesso a empresa; ( ) Valores; ( ) Comunicação; ( ) Assistência; ( ) Agilidade na entrega/realização. ( ) Nenhum ponto ( ) Outro: \_\_\_\_\_

16. De 1 a 10, avaliando sua satisfação e o serviço prestado pela Emzootec Jr?

( ) 1; ( ) 2; ( ) 3; ( ) 4; ( ) 5; ( ) 6; ( ) 7; ( ) 8; ( ) 9; ( ) 10.

17. De 1 a 10 quanto você recomendaria os serviços prestados pela Emzootec Jr a outra pessoa?

( ) 1; ( ) 2; ( ) 3; ( ) 4; ( ) 5; ( ) 6; ( ) 7; ( ) 8; ( ) 9; ( ) 10.

18. Você já contratou ou recontrataria a empresa novamente em novos serviços?

( ) Já recontratei; ( ) Não recontratei, mas recontrataria; ( ) Não recontrataria.

19. Como você considera que serviços prestados podem auxiliar no impacto da comunidade local ou regional?

( ) A curto prazo; ( ) Médio a longo prazo; ( ) Não, de forma alguma.

20. Você considera que a Emzootec Jr é capaz de impactar positivamente o ambiente socioeconômico?

( ) Sim; ( ) Não.



## ANEXO 2 – FORMULÁRIO UTILIZADO PARA DEMAIS CLIENTES

### Perfil dos entrevistados:

Dados pessoais:

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Cidade residente: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

01. Qual das categorias abaixo você se encaixa melhor como perfil de cliente?

( ) Produtor rural participante de evento; ( ) Autônomo/Empresário; ( ) Tutor de pet; ( ) Representante de grupo acadêmico (como núcleo, grupo de estudo, centro acadêmico, entre outros); ( ) Estudante. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

02. Qual tipo de serviço foi prestado pela Emzootec Jr?

( ) Participação em evento realizado pela empresa; ( ) Participação em curso/minicurso/oficina realizado pela empresa; ( ) Realização de consultoria, formulação ou venda de produtos relacionados à área PET; ( ) Assessoria e gestão de recursos em pesquisas e/ou eventos. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

2.1 No caso de participação em evento, oficinas, cursos ou minicursos, especifique qual ou quais você participou: \_\_\_\_\_

03. Qual ano do serviço realizado com a Emzootec Jr?

( ) 2020; ( ) 2021; ( ) 2022; ( ) 2023; ( ) 2024; ( ) 2025.

04. Você já ouviu falar do Movimento Empresa Júnior?

( ) Sim; ( ) Não.

05. Como você tomou conhecimento da Emzootec Jr?

( ) Instagram; ( ) Facebook; ( ) Indicação; ( ) Pela Universidade; ( ) Eventos Agropecuários; ( ) Foi procurado pela Emzootec Jr.

06. Os projetos atenderam às suas expectativas?

( ) Sim, superaram minhas expectativas; ( ) Sim, atenderam minhas expectativas; ( ) Mais ou menos, atenderam parcialmente; ( ) Não, ficaram abaixo do esperado. ( ) Outro:

\_\_\_\_\_

07. Qual foi o principal benefício que você obteve ao participar de um projeto da Emzootec Jr?

( ) Aprendizado técnico na minha área; ( ) Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos; ( ) Contato com profissionais do setor; ( ) Melhoria na minha atuação profissional; ( ) Novas oportunidades de trabalho ou negócios; ( ) Melhoria na produção; ( ) Melhoria na saúde de animais. ( ) Outro: \_\_\_\_\_

08. De 1 a 10, avaliando sua satisfação e o serviço prestado pela Emzootec Jr?

( ) 1; ( ) 2; ( ) 3; ( ) 4; ( ) 5; ( ) 6; ( ) 7; ( ) 8; ( ) 9; ( ) 10.

09. De 1 a 10 quanto você recomendaria os serviços prestados pela Emzootec Jr a outra pessoa?

( ) 1; ( ) 2; ( ) 3; ( ) 4; ( ) 5; ( ) 6; ( ) 7; ( ) 8; ( ) 9; ( ) 10.

10. Você já contratou ou recontrataria a empresa novamente em novos serviços?  
( ) Já recontratei; ( ) Não recontratei, mas recontrataria; ( ) Não recontrataria.
11. O que você considera que poderia melhorar em relação aos serviços prestados?  
( ) Acesso a empresa; ( ) Valores; ( ) Comunicação; ( ) Assistência; ( ) Agilidade na entrega/realização. ( ) Nenhum ponto ( ) Outro: \_\_\_\_\_
12. Como você considera que serviços prestados podem auxiliar no impacto da comunidade local ou regional?  
( ) A curto prazo; ( ) Médio a longo prazo; ( ) Não, de forma alguma.
13. Você considera que a Emzootec Jr é capaz de impactar positivamente o ambiente socioeconômico?  
( ) Sim; ( ) Não.