

**COLABORE:  
SISTEMA PARA DIVULGAÇÃO DE ONGS PROTETORAS DE ANIMAIS**

**COLLABORATE: SYSTEM FOR DISSEMINATING ANIMAL PROTECTIVE NGOs**

*Geisa Victoria dos Santos Nepomuceno*  
<https://orcid.org/0000-0001-6605-1642>  
Centro Paula Souza – Fatec Indaiatuba/SP  
[geisa.nepomuceno@fatec.sp.gov.br](mailto:geisa.nepomuceno@fatec.sp.gov.br)

*Orientador: Profa. Dra. Maria das Graças J. M. Tomazela*  
<https://orcid.org/0000-0002-5471-2658>  
Centro Paula Souza – Fatec Indaiatuba/SP  
[gtomazela@fatecindaiatuba.edu.br](mailto:gtomazela@fatecindaiatuba.edu.br)

**RESUMO:** A criação de uma ONG protetora de animais, geralmente, nasce a partir da boa vontade de alguém motivado a auxiliar animais domésticos desabrigados, carentes de cuidado ou abandonados, porém, algumas das principais dificuldades dentro da gestão deste tipo de instituição é a falta de apoio com relação à divulgação das atividades das instituições e o marketing pouco desenvolvido, o que ocasiona a falta de trabalho voluntário voltado para a ONG e conseqüentemente sobrecarga financeira e física para quem trabalha diretamente na instituição. Assim, este trabalho teve como objetivo desenvolver um sistema web destinado a apoiar a divulgação das atividades de ONGs protetoras de animais. Para alcançar os objetivos propostos, foi desenvolvida uma pesquisa experimental. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica a partir da qual foram definidos os conceitos chaves que embasam a pesquisa: Organizações não governamentais – ONGs, cuidados com animais e marketing social, os quais foram ancorados em práticas de pesquisas apresentadas em um conjunto de trabalhos relacionados. Em seguida, foi desenvolvida uma aplicação web utilizando como principais tecnologias a biblioteca de JavaScript, React, o interpretador de JavaScript, Node.js, o pré-processador de css, Sass e o banco de dados MongoDB. A aplicação desenvolvida foi validada por meio de um formulário por um grupo de usuários formados por 10 estudantes da Fatec Indaiatuba e 16 não relacionadas com a faculdade, porém são pessoas interessadas em auxiliar ONGs protetoras de animais por intermédio da ferramenta. A avaliação resultou em um retorno positivo por parte dos usuários, sendo considerada excelente por 80,8% dos usuários e avaliada como um todo com 9,4 como nota final dos avaliadores.

**ABSTRACT:** The creation of an animal protection NGO usually arises from the good will of someone motivated to help homeless, needy or abandoned domestic animals, however, some of the main difficulties within the management of this type of institution are the lack of support in relation to the dissemination of the activities of the institutions and the poorly developed marketing, which causes the lack of voluntary work aimed at the NGO and, consequently, financial and physical burden for those who work directly at the institution. Thus, this work aimed to develop a web system designed to support the dissemination of the activities of animal protection NGOs. To achieve the proposed objectives, an experimental research was developed. Initially, a bibliographic review was carried out from

which the key concepts that underlie the research were defined: Non-governmental organizations - NGOs, animal care and social marketing, which were anchored in research practices presented in a set of related works. Then, a web application was developed using as main technologies the JavaScript library, React, the JavaScript interpreter, Node.js, the css preprocessor, Sass and the MongoDB database. The developed application was validated by means of a form by a group of users formed by 10 students from Fatec Indaiatuba and 16 not related to the college, but they are people interested in helping animal protection NGOs through the tool. The evaluation resulted in a positive return from the users, being considered excellent by 80.8% of the users and evaluated as a whole with 9.4 as the final score of the evaluators.

**PALAVRAS-CHAVE:** Animais. Marketing social. ONGs.

**KEYWORDS:** Animals. Social marketing. NGOs.

## 1 INTRODUÇÃO

A criação de uma Organização Não Governamental – ONG com a finalidade de ajudar um grupo específico dentro da sociedade pode ser considerada como uma ação que visa a promover benefícios coletivos, mas que infelizmente pode culminar na criação de uma organização que não sobreviverá durante muito tempo. A criação das ONGs, segundo Rosa (2013), deve-se ao fato de a globalização existir, pois com ela há a acentuação das diferenças entre as classes, aumentando a pobreza entre os mais pobres enquanto proporcionalmente aumenta a riqueza entre os mais ricos. Um dos problemas causados pela globalização é a evidente ineficiência e impotência do Estado em resolver essa situação de disparidade entre as classes, o que fez com que houvesse a necessidade da criação de Organizações Não Governamentais, que são entidades capazes de auxiliar o setor público nos mais variados campos e que atuam em um novo modelo de organização e não são consideradas nem privadas e nem estatais.

Apesar de muitas pessoas as considerarem apenas como “forma de caridade”, as ONGs têm assumido papéis importantes na sociedade ao atuarem como agentes da mudança, propondo discussões acerca dos fatos econômicos e sociais. Porém, enfrentam dificuldades de gestão por muitas vezes não possuírem uma estrutura adequada ou recursos financeiros suficientes para atender seus objetivos. (CAZZOLATO, 2009).

Uma das principais dificuldades quando se fala em ONGs é a falta de recursos para investir em marketing social, que para Kotler e Nancy (2011, p.26) é definido como:

Um processo que aplica princípios e técnicas de marketing para criar, comunicar e proporcionar valor a fim de influenciar comportamentos de públicos-alvo que beneficiam tanto a sociedade (saúde pública, segurança, meio ambiente e comunidades) como públicos-alvo propriamente ditos.

As ONGs protetoras de animais não são diferentes e acabam passando pelas mesmas dificuldades.

Segundo pesquisa realizada pelo IBGE em 2013, o Brasil ocupa o 4º lugar quando se fala em quem possui a maior quantidade de animais de estimação no mundo, contando com 132 milhões de animais. A quantidade abundante de animais infelizmente não significa que todos eles possuem um lar. O Brasil possui cerca de 30 milhões de animais abandonados, segundo a Organização Mundial da Saúde, e as ONGs protetoras de animais, que realizam o resgate de animais em situação de vulnerabilidade, acabam se tornando o caminho de milhares de animais, a fim de que sejam tratados e que consigam encontrar um lar.

A partir desse cenário, o objetivo deste trabalho foi desenvolver um sistema web para apoiar a divulgação das atividades de ONGs protetoras de animais.

## 2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada nesse projeto foi a pesquisa experimental que, de acordo com Gil (2002), consiste em determinar um objeto de estudo, selecionar quais variáveis são capazes de influenciá-lo, definir quais as formas de controle a ser usado na pesquisa e observar os efeitos que a variável produz no objeto.

Três variáveis foram referenciadas nesse processo: Simplicidade da interface, usabilidade da interface, objetividade da aplicação.

Durante o desenvolvimento do sistema, o Ambiente de Desenvolvimento Integrado (IDE) criado pela Microsoft denominado Visual Studio Code foi utilizado por permitir a instalação de diversas extensões que facilitaram a visualização do código e o desenvolvimento do projeto. A linguagem de programação utilizada foi o ECMAScript, mais conhecida como JavaScript.

A aplicação foi avaliada por 26 pessoas, sendo 10 delas do curso de Análise e Desenvolvimento de sistemas da Fatec Indaiatuba e 16 pessoas não relacionadas com a faculdade, porém com interesse no tema proposto pelo trabalho.

## 2 DESENVOLVIMENTO

As ONGs caracterizam-se por serem organizações sem fins lucrativos, voltadas para o atendimento de necessidades da sociedade civil, algumas vezes complementando a ação do Estado e de agentes econômicos (TENÓRIO, 2015).

O conceito de Organizações não governamentais – ONGs foi formulado em 1940 pela Organizações das Nações Unidas – ONU, a fim de caracterizar as entidades da sociedade que realizavam ações em prol de projetos de interesse público ou humanitários. Essas instituições são pertencentes do Terceiro Setor, que é o termo utilizado para referir-se a toda atividade social que não pertence nem ao primeiro setor, o Estado, nem ao segundo setor, o mercado.

Atualmente, os animais domésticos continuam na vida do ser humano e a sua população vem crescendo numa velocidade significativa, além de assumirem cada vez mais papéis dentro da sociedade, tais como companhia, proteção e participação em terapias (TATIBANA, 2009).

Apesar de a quantidade de animais domésticos estar crescendo de forma considerável, o número de abandonos também é alto e esse número cresce principalmente durante as férias sazonais, que é quando acontecem os passeios e viagens. Na falta de ter com quem deixar os animais, seus donos acabam entregando-os em órgãos ou os abandonando nas ruas, ficando sujeitos a contraírem doenças, serem atropelados ou mesmo sofrerem maus tratos (SANTANA e MARQUES, 2001). Outros motivos de abandono são consumismo, falta de planejamento financeiro, idade avançada do animal e doenças (CARUSO, 2009).

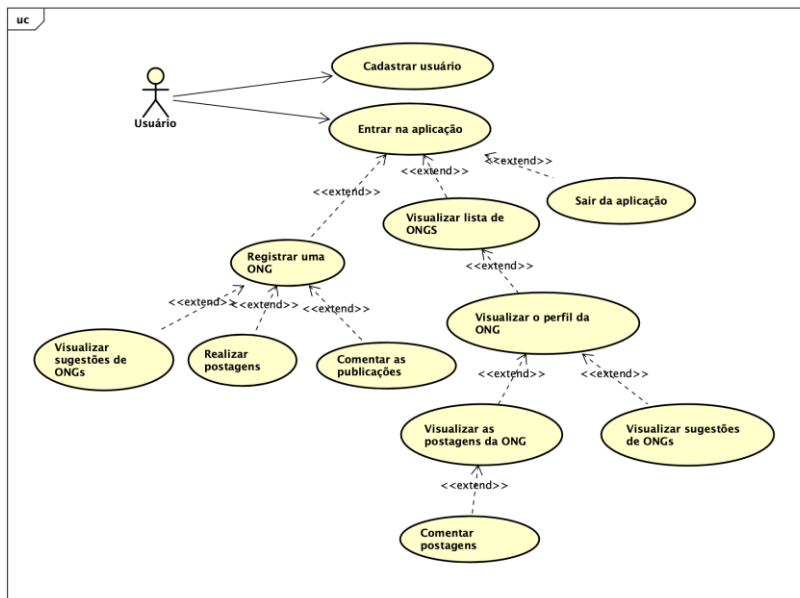
Por estes motivos, surgem as associações de proteção aos animais, que são instituições sem fins lucrativos que realizam o trabalho de resgate e tratamento dos animais que sofrem maus tratos até se tornarem novamente desejáveis pela sociedade (LAZARIN, 2014; GOMES, 2013). Porém, uma das principais dificuldades dessas instituições é a falta de recursos para investir em marketing social, que é definido por Albuquerque (2006, p. 104) como “Modalidade de ação mercadológica institucional que tem por objetivo atenuar ou eliminar problemas sociais e carências da sociedade em questões de saúde pública, trabalho, educação, habitação e nutrição.”. Por esta razão, optou-se pela realização deste trabalho dedicado à aplicação do marketing social, voltado para as instituições protetoras de animais.

A Aplicação desenvolvida foi nomeada como Colabore, sendo este nome representado pelo verbo “colaborar”, expressando a ideia de um convite para os usuários participarem e colaborarem efetivamente com as ONGs, instituições que necessitam de trabalhos voluntários frequentemente.

#### 4 RESULTADOS OBTIDOS

Na Figura 1, apresenta-se o diagrama de casos de uso do sistema e, na sequência, a descrição resumida de cada funcionalidade.

Figura 1: Diagrama de caso de uso



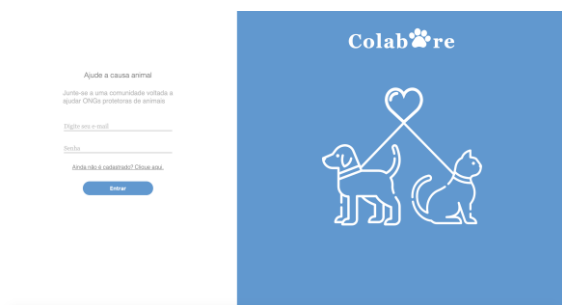
Fonte: Elaborado pela autora

O usuário terá a possibilidade de:

- Ao cadastrar-se na aplicação, preencher alguns dados básicos como, seu nome, e-mail, senha e cidade.
- Entrar na aplicação, tendo as opções de:
  - Inicialmente visualizar uma lista de ONGs e a partir dessa tela, clicar em umas das ONGs e visualizar postagens relativas a ela, assim como sugestões de outras ONGs.
  - Comentar as postagens de ONGs.
  - Registrar uma ONG na aplicação, podendo realizar postagens no perfil dessa organização, assim como visualizar outras ONGs e comentar em publicações de outras organizações utilizando o perfil da ONG registrada.

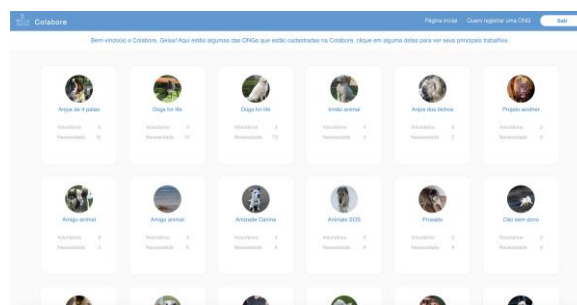
As telas e o fluxo principal do aplicativo são apresentados nas Figuras de 2 a 5. Para utilizar o Colabre, basta registrar-se na aplicação e após isto, entrar com o seu usuário e senha, como é apresentado na Figura 2.

Figura 2: Tela de login



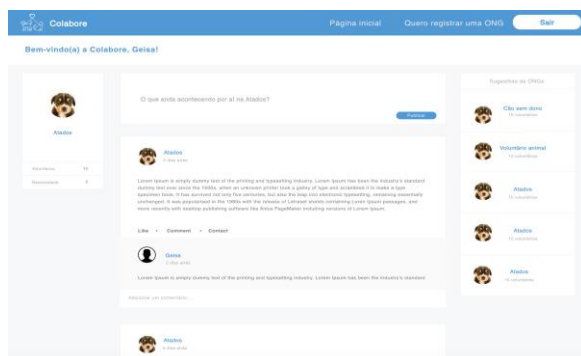
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 3: Tela de ONGs



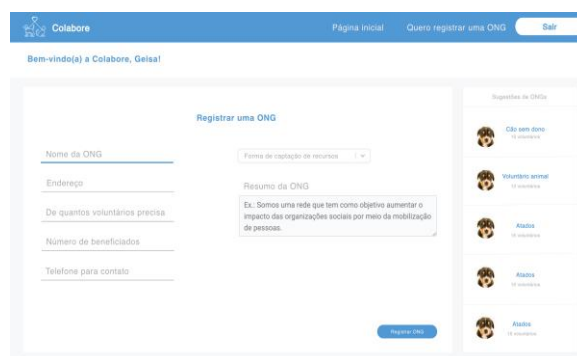
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 4: Tela de postagens



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 5: Tela de registro de ONGs



Fonte: Elaborado pela autora

Após ter entrado na aplicação, o usuário poderá visualizar as ONGs cadastradas previamente pelo Colabore, conforme apresentado na Figura 3.

Na Figura 4 é apresentada a tela de postagens da ONG que está logada na aplicação naquele momento, tendo a possibilidade de criar postagens clicando na parte superior da tela, além de visualizar suas próprias postagens e os comentários de outros usuários. Há também a opção de registrar uma nova ONG, conforme apresentado na Figura 5.

Para a etapa de avaliação, a aplicação foi disponibilizada para os usuários testarem após ter sido hospedada no site Netlify1, que foi responsável por realizar as integrações e implantações contínuas da aplicação, além de fornecer um link para que os usuários pudessem testá-la e após isso, realizarem suas avaliações.

No total, 26 pessoas responderam às perguntas do questionário de avaliação, sendo 6 do sexo feminino e 20 do sexo masculino.

Ao serem questionados sobre a idade, 46,2% disseram ter entre 21 e 25 anos, 23,1% disseram ter entre 26 e 30 anos, 23,1% disseram ter entre 15 e 20 anos, 3,8% disseram ter

1 Conforme disponível em: < <https://www.netlify.com>>. Acesso em 10 nov. 2019.



entre 36 e 40 anos e a mesma porcentagem se aplicou aos que disseram possuir mais de 40 anos.

Quando questionados sobre o nível de importância do objetivo da aplicação, 96,2% acreditam que a aplicação é importante e 3,8% acreditam que é razoavelmente importante.

Os usuários foram questionados sobre a auto explicação das funcionalidades da aplicação durante a navegabilidade e 76,9% afirmaram que esse quesito é satisfatório, enquanto 23,1% afirmaram que é razoavelmente claro.

Quando questionados sobre a simplicidade da interface da aplicação, 88,5% dos usuários afirmaram ser simples e de fácil uso, 11,5% disseram ser razoavelmente claro e não houve respostas afirmando ser de difícil entendimento.

E para finalizar a pesquisa, foi questionado aos usuários qual nota, de zero a dez, seria atribuída à aplicação desenvolvida, o Colabore, sendo que 57,7% atribuíram a nota 10 à aplicação, 30,8% atribuíram a nota 9 e 11,5% atribuíram a nota 8, não houve respostas contendo notas inferiores a 8.

No final das avaliações, pode-se observar pelos resultados e sugestões deixadas pelos entrevistados, que há um interesse por parte deles em utilizar a aplicação a fim de ajudar as ONGs protetoras de animais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o desenvolvimento deste trabalho, foram analisadas pesquisas científicas e tecnológicas que tratassem da gestão de ONGs e que pudessem colaborar para o aperfeiçoamento da presente pesquisa, principalmente no que fosse relacionado ao marketing social, que foi um dos pontos fracos encontrados nas instituições protetoras de animais, levando-se em consideração que o trabalho dentro de ONGs é voluntário e muitas vezes não conta com uma aplicação para expor os seus trabalhos e necessidade de recursos.

Partindo desse cenário foi desenvolvido o Colabore um sistema web para apoiar a divulgação das atividades de ONGs protetoras de animais. A avaliação do sistema pelos usuários obteve um retorno positivo, sendo considerada excelente por 80,8% desses usuários e avaliada, como um todo, com média 9,4.

O Colabore, assim como todos os trabalhos científicos, também suscita trabalhos futuros, tais como: a possibilidade de seguir as ONGs que o usuário tiver mais interesse, um chat de comunicação entre os usuários e as ONGs e um sistema de doações dentro da aplicação. Por ora considera-se que seus objetivos foram atingidos.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro setor** – História e gestão das organizações. São Paulo: Summus, 2006.

CARUSO, A. **O desafio de conter a superpopulação e o abandono dos animais.** Clínica Veterinária, ano XIV, n. 81, p. 12, jul/ago. 2009. Disponível em: <<http://issuu.com/clinicavet/docs/clinica-veterinaria-n81/> > Acesso em: 15 set. 2019.

CAZZOLATO, N. K. As Dificuldades de Gestão das Organizações Não Governamentais. **Revista da Faculdade de Administração e Economia**, v. 1, n. 1, p. 66- 81, 2009.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, C. C. M., **Guarda responsável de animais de companhia:** um estudo sobre a responsabilidade civil dos proprietários e a entrega de cães e gatos na Diretoria de Vigilância Ambiental do Distrito Federal. 2013. Monografia (Curso de Medicina Veterinária) – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília, Brasília.

KOTLER, Philip; LEE Nancy R. **Marketing social:** influenciando comportamentos para o bem. Tradução de Jorge Ritter. Porto Alegre, Bookman, 3. ed. 2011.

LAZARIN, Lucas Roecker. **A comunicação como estratégia de gestão de ONGs:** informação, sensibilização e engajamento para sustentar e ampliar a garantia dos direitos dos animais. 2014. 83 f. Tese (Monografia em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

ROSA, Marina Estela Almeida; DE BARROS GAMA, Marcela Caroline; DE SOUZA SETTE, Ricardo. **Dificuldades de Gestão das Organizações Não Governamentais:** Uma Nova Configuração do Modelo de Trabalho. Brasília, 2013.

SANTANA, L. R.; MARQUES, M. R., **Maus tratos e crueldade contra animais nos Centros de Controle de Zoonoses:** aspectos jurídicos e legitimidade ativa do Ministério Público para propor Ação Civil Pública. 2001. Disponível em: <[http://www.forumnacional.com.br/maus\\_tratos\\_CCz\\_de\\_Salvador.pdf/](http://www.forumnacional.com.br/maus_tratos_CCz_de_Salvador.pdf/) > Acesso em: 15 set. 2019.

SANTOS, Edilene Dias. História ambiental dos animais domésticos na cidade de Campina Grande–PB, no período de 2004 a 2017. 2017.

SERRAJORDIA, A. M. **Vencer as dificuldades de comunicação é o maior desafio das crianças com autismo.** Disponível em: <<http://www.minhavidacom.br/familia/materias/3046-vencer-as-dificuldades-de-comunicacao-e-o-maior-desafio-das-criancas-com-autismo>> Acesso em: 20 ago. 2017.

TATIBANA, Lilian Sayuri; DA COSTA-VAL, Adriane Pimenta. Relação homem-animal de companhia e o papel do médico veterinário. **PROJETO DE EDUCAÇÃO CONTINUADA. É o CRMV-MG investindo no seu potencial.**, p. 11, 2009.

TENÓRIO, Fernando G. **Gestão de ONGs:** principais funções gerenciais. Editora FGV, 2015.