

FACULDADE DE TECNOLOGIA PADRE DANILO DE OLIVEIRA OHL

**ANA CAROLINE NUNES DE BRITO
GEOVANNIA DIAS ALVES SOARES
THIAGO PORTAL SARGES**

**PET MATCH
APLICATIVO DE ADOÇÃO**

**BARUERI
2025**

**ANA CAROLINE NUNES DE BRITO
GEOVANNIA DIAS ALVES SOARES
THIAGO PORTAL SARGES**

PET MATCH: APLICATIVO DE ADOÇÃO

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Tecnologia Padre Danilo José de Oliveira Ohl para obtenção do título de tecnólogo em Design de Mídias Digitais.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Tsuguio Okano

**BARUERI
2025**

Às nossas famílias, especialmente aos nossos pais, dedicamos este trabalho como símbolo do amor, da paciência e do apoio silencioso que sempre nos sustentaram.

AGRADECIMENTO

Às nossas famílias, dedicamos um agradecimento especial, carregado de emoção e reconhecimento. Foram vocês que nos sustentaram nos momentos de cansaço, que nos acolheram nas incertezas e nos fortaleceram com palavras silenciosas ou gestos de amor. Cada conquista desta jornada carrega a marca do apoio, do sacrifício e da fé que depositaram em nós. A vocês, que nunca deixaram de acreditar, mesmo quando duvidamos de nós mesmos, oferecemos não apenas esta realização, mas toda a gratidão que cabe em nossos corações.

Ao professor Dr. Synesio Consolo Filho, por ter sido uma influência significativa e o impulso inicial para o desenvolvimento deste projeto. Sua escuta generosa, suas palavras de incentivo e sua confiança em nosso potencial foram fundamentais nos primeiros passos dessa jornada. Mesmo sem estar ao nosso lado até o fim, sua presença no início foi decisiva para que acreditássemos na ideia e tivéssemos coragem de seguir em frente. Levaremos conosco não apenas os aprendizados, mas também o exemplo de sensibilidade e dedicação ao ensino.

Ao nosso orientador, Prof. Dr. Marcelo Tsuguo Okano, reconhecemos com profundo apreço sua orientação ao longo deste trabalho. Sua escuta atenta, seu compromisso e sua postura acolhedora foram fundamentais para o nosso desenvolvimento. Cada sugestão, cada correção e cada palavra de incentivo contribuíram significativamente para que este projeto tomasse forma com consistência e responsabilidade. Este trabalho é também reflexo da sua dedicação.

RESUMO

O aplicativo “*Pet Match*” visa desenvolver uma plataforma digital inovadora para conectar abrigos e potenciais tutores de animais de estimação, tornando o processo de adoção mais acessível, transparente e seguro. A iniciativa para o projeto surge como resposta para o alto índice de animais em situação de abandono nas ruas do Brasil e busca promover a adoção responsável, aumentando a visibilidade a causa e ONGs envolvidas. Para avaliar a viabilidade da proposta, foram realizadas pesquisas com ONGs e público geral para entender a eficácia de um aplicativo de adoção. Os resultados obtidos em ambas as pesquisas servirão como base para o desenvolvimento da plataforma, a fim de garantir que sejam atendidas as necessidades estabelecidas.

Palavras-chaves: Digitalização. Adoção. Responsabilidade.

ABSTRACT

The "*Pet Match*" application aims to develop an innovative digital platform to connect shelters and potential pet adopters, making the adoption process more accessible, transparent, and safe. The project initiative arises in response to the high rate of abandoned animals on the streets in Brazil and seeks to promote responsible adoption, increasing visibility for the cause and the involved NGOs. To evaluate the feasibility of the proposal, research was conducted with NGOs and the general public to understand the effectiveness of an adoption application. The results obtained from both surveys will serve as the basis for developing the platform, ensuring that the established needs are met.

Keywords: Digitalization. Adoption. Responsibility.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. OBJETIVOS	10
2.1 Geral	10
2.2 Específicos	10
3. JUSTIFICATIVA	11
4. REFERENCIAL TEÓRICO	14
5. METODOLOGIA	23
5.1 Pesquisa Bibliográfica	23
5.1.1 Pesquisa Qualitativa	23
5.1.2 Coleta e Análise De Dados	23
5.2 Propósito do aplicativo	25
5.3 Desenvolvimento do aplicativo mobile	25
5.4 Base de dados	25
6. RESULTADOS	34
6.1 Questionário ONGs	34
6.2 Questionário Público Geral	34
6.3 Desenvolvimento do aplicativo	34
7. CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS	37

1. INTRODUÇÃO

Iniciada há mais de 12 mil anos, a relação entre o ser humano e os animais começou de modo mutualista entre as espécies. Por conveniência, o homem passou a adestrar os animais (BEAVER, 2001). A domesticação de cães e gatos transformou a relação entre humanos e animais, fortalecendo os laços afetivos. Através de um processo evolutivo, estabeleceu-se um vínculo de afeto estreito e intenso entre eles (FARACO; SEMINOTTI, 2004).

Na sociedade contemporânea, a presença da tecnologia em diversos aspectos da vida cotidiana trouxe oportunidades de inovação e transformação social. Nesse contexto, foram realizados estudos sobre o desempenho de um aplicativo para adoção de animais, com o objetivo de identificar e analisar possíveis problemas na eficiência operacional. A adoção de animais tem se tornado uma alternativa popular entre pessoas que buscam conforto emocional e terapêutico. No entanto, o processo enfrenta diversos desafios, destacando-se principalmente a falta de integração entre abrigos e adotantes, e a ausência de uma plataforma eficiente que facilite a escolha de um animal compatível com o perfil do adotante.

Entende-se que nem sempre a relação estabelecida entre animais e seres humanos foi baseada na afetividade. Nos tempos antigos, prevalecia o entendimento de que os animais vieram ao mundo apenas para servir às necessidades humanas. Por esse motivo, foram por muito tempo destinados a fins práticos, sofrendo muitas vezes crueldades decorrentes da exaustão dos trabalhos forçados, sendo obrigados a transportar pessoas e grandes mercadorias, muitas vezes sem estarem alimentados.

Diante do expressivo número de animais em situações de abandono nas ruas e em abrigos, e em consideração à relevância do tema de abandono e maus-tratos e suas consequências para os animais e a sociedade, o projeto “*Pet Match*” busca estimular a adoção e conscientização para a guarda responsável, visando uma melhor qualidade de vida para cada animal.

O aplicativo “*Pet Match*” foi desenvolvido com o objetivo de criar uma plataforma digital que promovesse a adoção responsável de animais, conectando abrigos e ONGs a adotantes em potencial. Durante sua realização, considerou-se a

necessidade de um sistema acessível, intuitivo e eficaz para facilitar esse processo, beneficiando tanto os animais quanto os seres humanos.

O “*Pet Match*” pretende atender todas as demandas para uma adoção responsável. Além do abandono, outra questão relacionada à guarda responsável diz respeito ao tutor do animal, que tem o dever de garantir boas condições de vida. Isso inclui fornecer alimentos, lazer, remédios, liberdade, assistência médica veterinária, proteção contra sol e chuva, cuidados e zelo pela vida do animal. Este merece ter seus direitos atendidos, devendo ter uma vida digna. Qualquer conduta que omita essas condições pode ser compreendida como maus-tratos contra os animais, sendo dever dos tutores zelarem pelos animais sob seus cuidados (MÓL; VENANCIO, 2014, p. 43-44).

Dessa forma, o “*Pet Match*” consolida-se como uma iniciativa de impacto social e tecnológico, destinada a transformar a realidade da adoção de animais e contribuir para uma sociedade mais consciente e conectada. O projeto não apenas facilita a adoção, mas também promove uma mudança na percepção pública sobre o bem-estar animal.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

O trabalho buscou desenvolver uma solução que facilite o acesso de ONGs e possíveis adotantes às informações sobre animais disponíveis para adoção. Para tanto, foi desenvolvido um aplicativo mobile, que promovesse a conexão eficiente entre ambos, disponibilizando de forma acessível e intuitiva informações relevantes sobre os animais disponíveis para adoção — como porte, idade, espécie e localização — com o objetivo de incentivar a adoção responsável e fortalecer a rede de apoio à causa animal.

2.2 Específicos

- ✓ **Aumentar a visibilidade dos animais e de ONGs, promovendo uma adoção consciente:** Permitindo que mais pessoas conhecessem e apoiassem a causa, conectando os animais disponíveis com potenciais adotantes;

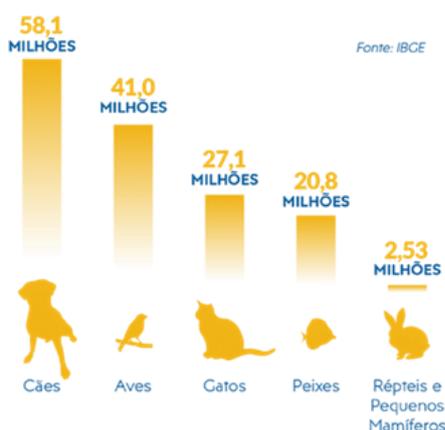
- ✓ **Facilitar a escolha do adotante na adoção dos animais:** Quanto mais informação o adotante possuir, mais assertiva é a adoção, evitando transtornos e arrependimentos posteriormente;

- ✓ **Conectar diversas ONGs e centralizar as informações dos animais em uma única plataforma:** Reunindo o maior número possível de ONGs, de diferentes regiões, em uma única plataforma o processo de adoção há uma maior facilidade e otimização no processo de adoção;

3. JUSTIFICATIVA

O Brasil ocupa o 3º lugar no ranking mundial de países com mais animais de estimação, totalizando 149 milhões de animais domésticos, ficando atrás da Argentina e México. Os cães lideram o ranking com 58,1 milhões, seguidos das aves (41 milhões) e dos gatos (27,1 milhões), (INSTITUTO PET BRASIL, 2021).

Figura 1 - População de animais no Brasil

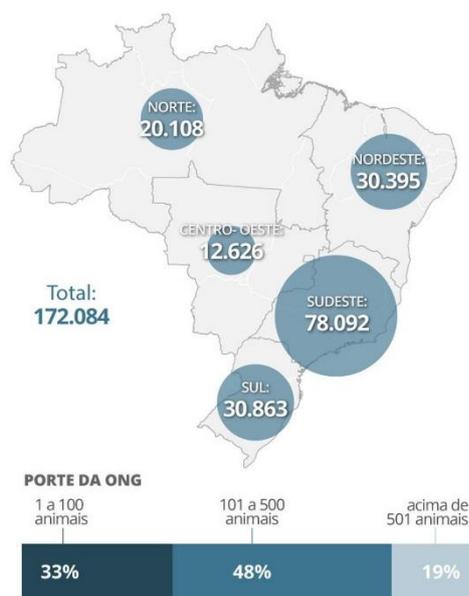


Fonte: Instituto Pet Brasil (2021)

O cenário coexiste com um problema alarmante: o abandono de animais. Dados compartilhados em 2023 pelo Censo Pet do Instituto Pet Brasil (IPB) revelam que o país enfrenta uma realidade preocupante, com cerca de 184.960 animais sob a tutela de Organizações Não Governamentais (ONGs) e grupos de proteção animal devido a maus-tratos e abandono.

Estima-se que esse número possa ultrapassar os 185 mil em 2024, segundo dados do Instituto Pet Brasil. Em 2019, haviam em torno de 170 mil cães e gatos sob o cuidado de ONGs e grupos de protetores, destacando um aumento significativo entre 2019 e 2023 e a necessidade urgente de ações eficazes para combater o abandono e promover a adoção responsável. Martina Campos, diretora-executiva do Instituto Pet Brasil, afirma: *“É um número importante de animais abandonados. Por isso, temos que ter um olhar para esses animais. Traz a reflexão da importância de ter esses espaços [das entidades de proteção animal].”*

Figura 2 - Número de cães e gatos sob cuidado de ONGs em 2019



Fonte: G1 – Infográfico elaborado pelo Instituto Pet Brasil (2019)

Em paralelo dados publicados em 2022, pela Organização Mundial da Saúde (OMS) apontam que existem 30 milhões de animais abandonados pelas ruas por todo o Brasil, cenário agravado em decorrência da pandemia.

Estima que devido ao período da COVID-19 houve um crescimento de 60% nos casos animais abandonados, conforme afirma a Ampara Animal, entidade que apoia abrigos e protetores em todo o território nacional (AMPARA ANIMAL, 2022).

Conforme relata Vininha F. Carvalho, ambientalista e editora da Revista Ecotour News & Negócios, "dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) em 2022 apontam que existem 30 milhões de animais abandonados pelas ruas por todo o Brasil, sendo 10 milhões de gatos e 20 milhões de cachorros" (CARVALHO, 2022).

A crueldade animal é um crime frequentemente subnotificado, e a ausência de dados fidedignos contribui para o fato de não possuímos políticas eficazes para seu combate, ressalta Nirley Formiga, presidente do Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio Grande do Norte (FORMIGA, 2022). O autor afirma que "a ausência de dados fidedignos prejudica a elaboração de políticas públicas mais assertivas e reforça a necessidade de ampliar o conceito do que é a violência contra animais."

Animais em situação de rua representam uma ocorrência alarmante por implicar uma série de problemas de saúde pública, como as zoonoses, que segundo a OMS, *"99% dos casos de raiva em humanos são adquiridos por meio da mordida de um cão infectado, em vez de por meio de exposições aos muitos e variados animais selvagens que atuam como reservatórios virais em diferentes continentes."* Além disso, sofrem diariamente com a fome e maus-tratos e, sem ter voz para se defender, acabam sendo dependentes de iniciativas de ONGs que trabalham com resgate, cuidado e adoção (OMS, 2022).

Patrícia Gollitsch Daunt, fundadora da Associação de Socorro e Proteção aos Animais de Itu (ASPA Itu), afirma que *"a gente tem que levar em conta que quando ele está com a família, que ele já foi castrado, que ele já foi vacinado, que ele tem toda uma boa alimentação. A partir do momento que ele é abandonado, ele não tem mais nada disso, então ele vai estar sujeito a sarnas, carrapatos, ao mau tempo, a falta de alimentação, a sede e a fome [...] Esses 'animaizinhos' podem transmitir zoonoses para os seres humanos, como a sarna e a doença do carrapato"* (DAUNT, 2006).

Rosângela Gebara, Gerente de Projetos da Ampara Animal, ONG parceira da Cobasi, também afirma que *"a vida nas ruas é uma vida de total desamparo, fome, sede, estresse, medo e angústia e isso faz com que a imunidade destes animais caia e aumente o risco de contraírem zoonoses. Portanto, o excesso de animais abandonados nas ruas também é um problema de saúde pública e todos nós temos nossa parcela de responsabilidade"* (GEBARA, 2022).

Neste contexto, surge a necessidade de um recurso que facilite a adoção responsável, proporcionando o bem-estar aos animais. Um aplicativo intuitivo que possa conectar abrigos e ONGs a potenciais adotantes, tornando o processo de adoção mais acessível, transparente e seguro. Além disso, essa plataforma pode ampliar a exposição dos animais disponíveis para adoção, apresentando perfis detalhados com informações sobre saúde, comportamento e necessidades especiais. Assim, os adotantes poderão fazer escolhas informadas e conscientes, contribuindo para a redução do abandono e garantindo uma vida melhor aos animais.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo reúne os principais conceitos e estudos que fundamentaram o desenvolvimento do aplicativo “*Pet Match*”. Diante da complexidade do problema da adoção de animais no Brasil, optou-se por abordar diferentes frentes teóricas, desde a análise do abandono de animais e o papel das ONGs, até o uso de plataformas digitais e estratégias de design centrado no usuário. Esse embasamento teórico é fundamental para compreender o contexto e a importância do desenvolvimento de soluções que facilitem a adoção responsável e a conscientização da sociedade sobre o bem-estar animal.

4.1 Índice de abandono animal no Brasil e iniciativas de adoção responsável

Por meio do projeto global liderado pela Mars, multinacional que atua também no ramo de alimentos para animais de estimação, em parceria com especialistas e organizações de bem-estar animal, foram coletadas informações a fim de compreender o número de cães e gatos sem acesso ao tratamento básico de saúde. A iniciativa visa promover ações embasadas e direcionadas para reduzir o número de abandonos e garantir os cuidados necessários para melhorar a qualidade de vida dos animais de estimação. Um exemplo dessa frente é o programa “Adotar é Tudo de Bom”, criado em 2008 pela Pedigree, que busca resgatar, reabilitar e conectar lares com animais disponíveis para adoção, tendo promovido mais de 75 mil adoções em 2018 e mais de 1,9 mil eventos de adoção em 2019. Como destaca a empresa, “*desde 2008, PEDIGREE acredita que Adotar é Tudo de Bom e trabalha para zerar o número de cachorros abandonados no país. Foram promovidas mais de 82 mil adoções até hoje, incentivadas por campanhas e eventos, além do suporte no abastecimento de alimentos.*” (MARS, 2023).

4.2 Motivos do abandono e papel desempenhado pelas ONGs

Segundo a Comissão de Animais de Companhia (COMAC), a adoção é a principal porta de entrada de animais nas famílias brasileiras. No entanto, o abandono ainda persiste. Conforme citado em um artigo publicado pela Universidade Federal da Bahia (2024), *“uma pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE, 2015) revelou que o brasileiro abandona seus animais de estimação por motivos fúteis e os compra sem pensar nas implicações. Baseado nos dados do estudo, o professor da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade de São Paulo (USP), Ricardo Dias, fez um alerta: 'Os sinais são preocupantes. Mostram que o brasileiro procura animal de estimação baseado em modismos de raça e tem baixa propensão a tentar manter o animal, diante de mudanças no estilo de vida'. De acordo com a mesma pesquisa, 42% dos adotantes de cães e gatos no Brasil não castram seus pets”* (Alves et al., 2013).

Conforme divulgado em 2021, pelo Instituto Pet Brasil (IPB), os principais motivos para o abandono incluem:

- ✓ **Problemas comportamentais:** Em torno de 46,8% dos casos de abandono estão relacionados em problemas comportamentais de cães;
- ✓ **Mudanças e estilo de vida:** Mudar de imóvel e o estilo de vida do proprietário também influenciam o abandono, sendo eles 29,1% e 25,4% respectivamente;
- ✓ **Expectativas não atendidas:** A expectativa ao adquirir um animal e o choque de realidade quanto aos cuidados necessários também são fatores que ocasionam o abandono, contabilizando 14,99% dos casos.

Diante desses cenários, as ONGs desempenham um papel essencial no resgate, cuidado e promoção da adoção responsável estando presentes nas mídias sociais denunciando casos de maus-tratos e promovendo a adoção consciente.

4.3 Uso das plataformas digitais

Atualmente, as plataformas digitais têm mudado completamente a forma como nos conectamos. Conforme publicado em 2016 pela Agência de Notícias de Direitos Animais (ANDA), ferramentas como sites, aplicativos e redes sociais não só ajudam a divulgar o trabalho das ONGs, mas também tornam o processo de adoção mais acessível e transparente. Isso inclui o impacto positivo na comunicação entre ONGs

de proteção animal e os potenciais adotantes, incentivando uma atitude de responsabilidade e compromisso com os animais. Essas plataformas facilitam o acesso às informações sobre os animais disponíveis para adoção, dando visibilidade a eles e oferecendo perfis online completos, com fotos, idade, histórico de saúde e até características da personalidade. Dessa forma, quem está buscando adotar pode conhecer o animal mais a fundo, antes mesmo de conhecê-lo pessoalmente. Essa prática cria uma conexão e contribui para escolhas mais conscientes, aumentando as chances de uma adaptação tranquila e feliz tanto para o adotante quanto para o animal, minimizando as chances de arrependimento ou devolução dos animais.

Segundo Lisa Wright, gerente do *Maggie's Rescue*, “*isso revolucionou a nossa forma de resgatar. Antes dessas plataformas, cães e gatos em abrigos eram em grande parte invisíveis*” (WRIGHT, 2016).

Para as ONGs, um ponto essencial é a comunicação facilitada entre elas e os adotantes, que hoje em dia ocorre diretamente nas plataformas digitais. Muitos aplicativos oferecem chats e agendamento de visitas, o que possibilita que as dúvidas sejam resolvidas e que as expectativas sejam ajustadas desde o início. Com essa proximidade, as ONGs conseguem orientar o adotante sobre cuidados específicos do animal, verificando se o ambiente é realmente adequado e assegurando uma adoção consciente, responsável e de forma rápida.

De acordo com Claire Garth, do abrigo *Sydney Dogs and Cats Home*, o tempo médio que um animal passa no local atualmente é de apenas 10 dias, algo que ela atribui em parte ao uso dessas plataformas. “*As mídias sociais ajudam a falar de animais que precisam de novas casas. Você vê um cão de que gosta, visita um abrigo e, antes que perceba, nos despedimos de outro adotante feliz*”, explicou ela (GARTH, 2016).

4.4 Design como conceito

As múltiplas correntes e tendências que compõem o Design, bem como as diversas interpretações atribuídas ao termo, evidenciam sua complexidade e abrangência. A seguir, serão apresentadas algumas dessas concepções para contextualizar seu significado ao longo do tempo.

Em um breve retrospecto histórico, Leonardo da Vinci é frequentemente citado como um dos precursores do Design. Paralelamente aos seus estudos científicos nas áreas de anatomia, ótica e mecânica, destacou-se por sua contribuição ao conhecimento técnico de máquinas, como exemplificado em sua obra conhecida como "Manual de Elementos de Máquinas". Embora esses artefatos práticos — máquinas e mecanismos — tenham uma conotação mais técnica do que estética, suas criações representam uma abordagem integrada entre funcionalidade e forma, elementos essenciais ao Design contemporâneo.

Além disso, surge a figura do designer como criador — entendido aqui como inventor — cuja atuação foi decisiva para consolidar o Design como uma disciplina que alia criatividade, técnica e inovação.

4.5 Processo criativo do design

O processo do design pode ser comparado ao ato de cozinhar. Um chef experimenta diferentes cortes de carne, combinações de vegetais e métodos de preparo até alcançar uma receita harmoniosa, ajustando cada elemento com precisão até chegar ao sabor ideal. De maneira análoga, o designer explora convenções de estrutura de página, variações em colunas e alternativas pictóricas para atingir a concepção visual mais eficaz de sua mensagem (SAMARA, 2010, p. 9).

Iniciar um tema tão extenso e criativo como o Design exige sensibilidade para traduzir sua essência de forma acessível. A citação de Timothy Samara ilustra com maestria o processo criativo envolvido na prática do design: uma atividade ao mesmo tempo intuitiva e técnica.

Design é, em sua essência, a arte de materializar ideias por meio de elementos visuais — como imagens, cores, formas e tipografias — que, quando combinados de maneira estratégica e coerente, têm o poder de informar, encantar ou engajar o público de forma clara e impactante.

4.6 Design persuasivo

A trajetória da comunicação remonta à Pré-História, período em que emergiu a necessidade primitiva de expressão e troca de informações. Mais do que expressões artísticas, as pinturas rupestres da Antiguidade desempenhavam um papel funcional: registrar acontecimentos e transmitir informações de geração em geração.

De acordo com Budiu (2015), o design deve ser planejado com o intuito de minimizar o esforço cognitivo do usuário, permitindo uma navegação intuitiva e eficiente. Essa abordagem favorece a aplicação de técnicas persuasivas ao eliminar obstáculos que poderiam causar frustração ou abandono da experiência.

O design persuasivo, por sua vez, é uma estratégia centrada no usuário que se vale de fundamentos da psicologia comportamental e da usabilidade para incentivar ações específicas de maneira ética. Seu objetivo é influenciar positivamente o comportamento do usuário, promovendo o engajamento, a motivação e decisões conscientes, sem recorrer à manipulação ou coerção. Trata-se de uma ferramenta poderosa dentro do campo do design de interação, especialmente em contextos em que a experiência do usuário é determinante para o sucesso da aplicação.

4.7 Design de interfaces em aplicativos

Com o avanço das tecnologias digitais, o design passou a exercer um papel central no desenvolvimento de interfaces que conectam usuários a sistemas e informações. Nesse cenário, o design de interface do usuário e a experiência do usuário tornaram-se campos indispensáveis para garantir a usabilidade, funcionalidade e atratividade dos aplicativos digitais.

De acordo com Lidwell, Holden e Butler (2010), o design de interface deve considerar princípios psicológicos, cognitivos e estéticos para criar sistemas que sejam não apenas funcionais, mas também intuitivos e agradáveis ao uso. Isso significa que projetar uma interface não se resume à aparência visual, mas envolve a criação de um ambiente interativo eficaz, capaz de orientar o comportamento do usuário por meio de elementos como botões, menus, cores, tipografias e ícones.

Norman (2013) destaca que um bom design é aquele que "*torna a funcionalidade evidente*", promovendo interações fluídas e reduzindo ao máximo a carga cognitiva do usuário. Dessa forma, o designer de aplicativos atua como um mediador entre a tecnologia e as pessoas, traduzindo estruturas técnicas complexas em experiências acessíveis.

O design persuasivo, conforme descrito por Fogg (2003), contribui significativamente nesse contexto, utilizando princípios da psicologia e da usabilidade para influenciar decisões de maneira ética e consciente. Elementos como hierarquia

visual, micro interações e feedbacks visuais instantâneos são estratégias que aumentam o engajamento e mantêm o usuário envolvido com o aplicativo.

Além disso, a responsividade e a acessibilidade são critérios essenciais. Conforme Krug (2014), um bom design é aquele que "*não faz o usuário pensar*" – ou seja, apresenta caminhos claros, respostas rápidas e se adapta aos mais diversos contextos de uso, considerando diferentes tamanhos de tela, dispositivos, limitações físicas ou cognitivas.

Assim, o design de interfaces em aplicativos representa a convergência entre criatividade, funcionalidade e empatia. Quando bem aplicado, ele não apenas facilita o uso, mas potencializa a percepção de valor do produto e promove uma experiência digital significativa e memorável.

4.7.1 O essencial da cor no design

As cores estão presentes em todos os aspectos da nossa vida cotidiana, seja na natureza, na publicidade, nas marcas ou na sinalização urbana. Elas representam o primeiro elemento captado pelo olhar humano—antes mesmo da forma, dos desenhos, dos símbolos e dos signos—e desempenham um papel fundamental na comunicação visual. Ao compreendermos essa dinâmica, torna-se evidente que a cor não é um mero acessório, mas um recurso essencial para a construção de mensagens eficazes.

De acordo com Figueiredo, uma cor atinge seu propósito quando, de alguma maneira, transforma a experiência do indivíduo exposto a ela. Essa influência pode se manifestar na intensificação de sensações, no despertar de desejos, na modificação da percepção sensorial ou até mesmo na indução de estados emocionais, como excitação ou tranquilidade. Em diversas práticas comunicativas, especialmente aquelas voltadas à persuasão—como na publicidade e na propaganda—, a cor se revela uma ferramenta estratégica poderosa. Além disso, seu papel é indispensável na produção artística e na vivência estética, contribuindo para a construção e interpretação das obras.

4.7.2 Tipografia

Roger Chartier, historiador francês especializado em História da Literatura, afirma que a tipografia tem o propósito de organizar e conferir sentido à comunicação

escrita. Um texto deve, acima de tudo, ser legível, mas apenas a legibilidade não basta. A escolha da fonte também comunica, pois deve estar em sintonia com a mensagem transmitida, reforçando seu impacto e significado.

Assim, a tipografia não é apenas um suporte visual, mas um elemento ativo na construção da comunicação, influenciando a percepção do leitor e ampliando as possibilidades expressivas do texto.

4.8 Usabilidade e Experiência do usuário

A experiência do usuário (UX) refere-se à forma como um indivíduo percebe, sente e interage com um produto, sistema ou serviço, sendo influenciada por fatores como usabilidade, design visual, desempenho e até mesmo as emoções envolvidas no processo de utilização. Conforme define Garrett (2002), a UX abrange todos os aspectos da interação do usuário com a empresa, seus serviços e seus produtos, buscando promover satisfação, eficiência e valor percebido.

Nesse contexto, a usabilidade desponta como um dos componentes centrais da experiência do usuário, sendo entendida como a facilidade com que um sistema pode ser utilizado para realizar tarefas específicas. De acordo com Nielsen (1994), um produto usável é aquele que permite ao usuário aprender com rapidez, operar com eficiência, lembrar-se de como utilizá-lo, evitar erros ou recuperá-los facilmente e, por fim, alcançar uma experiência satisfatória.

Para facilitar a análise e o desenvolvimento de produtos digitais usáveis, Jakob Nielsen propôs um conjunto de dez heurísticas de usabilidade. Essas heurísticas funcionam como princípios orientadores — ou regras empíricas — para avaliar a qualidade da interface e identificar problemas comuns de interação. Elas são consideradas holísticas por abordarem múltiplas dimensões da experiência, desde a estrutura visual até a comunicação de erros e a autonomia do usuário. Segundo Nielsen, 10 heurísticas de possuem relevância para o desenvolvimento de interfaces mais intuitivas, acessíveis e eficazes, elas incluem:

- ✓ **Visibilidade do status do sistema:** O sistema deve manter os usuários informados sobre o que está acontecendo, por meio de feedback apropriado e em tempo hábil. Essa visibilidade proporciona segurança e reduz a incerteza durante a navegação;

- ✓ **Correspondência entre o sistema e o mundo real:** A interface deve utilizar linguagem e conceitos familiares ao usuário, alinhando-se a metáforas e símbolos do mundo real. Tal estratégia facilita a compreensão e torna a interação mais natural;
- ✓ **Controle do usuário e liberdade:** Os usuários devem ter a possibilidade de desfazer ou refazer ações com facilidade, mantendo a sensação de controle sobre o sistema. Isso é essencial para minimizar frustrações diante de erros ou decisões equivocadas;
- ✓ **Consistência e padrões:** A manutenção de padrões visuais e funcionais ao longo da interface contribui para a previsibilidade e o reconhecimento de elementos. A padronização reduz a carga cognitiva e facilita a aprendizagem;
- ✓ **Prevenção de erros:** Mais do que tratar erros após sua ocorrência, o sistema deve ser projetado para evitá-los. Isso inclui restrições, sugestões, máscaras de preenchimento e validações preventivas, que orientam o usuário e reduzem falhas;
- ✓ **Reconhecimento em vez de memorização:** A interface deve priorizar elementos visuais e informacionais que possam ser reconhecidos rapidamente, em vez de exigir que o usuário memorize comandos, caminhos ou estruturas complexas.
- ✓ **Flexibilidade e eficiência de uso:** Interfaces eficazes oferecem diferentes caminhos de interação, contemplando tanto usuários iniciantes quanto experientes. Atalhos e configurações personalizáveis aumentam a eficiência da navegação.
- ✓ **Design estético e minimalista:** A simplicidade no design contribui para a clareza e evita a sobrecarga informacional. Elementos visuais devem ser organizados de forma funcional, comunicando apenas o essencial para a realização das tarefas.
- ✓ **Diagnóstico e correção de erros:** Mensagens de erro devem ser claras, informativas e orientadas à solução. É fundamental que o usuário compreenda o problema ocorrido e saiba como corrigi-lo de forma autônoma e rápida.
- ✓ **Ajuda e documentação:** Embora o ideal seja que a interface seja intuitiva, deve-se disponibilizar documentação acessível e objetiva, caso o usuário necessite de suporte para concluir uma tarefa ou esclarecer uma dúvida.

4.9 Cliente potencial

O cliente potencial, também conhecido como *prospect*, é o indivíduo ou organização que demonstra interesse em adquirir produtos ou serviços de determinada empresa. Identificar esse público exige compreender se as soluções oferecidas correspondem às suas demandas específicas.

Esse perfil geralmente surge após a fase de *lead*, quando há uma conexão mais clara entre as características da persona da marca e as necessidades identificadas no possível consumidor. Para transformar um lead em um cliente potencial, é essencial aplicar estratégias de prospecção bem estruturadas.

Durante esse processo, torna-se importante compreender os desejos e as motivações do consumidor, assim como seu estágio no processo de compra e o grau de envolvimento com a proposta apresentada pela empresa.

4.10 Estudo de mercado

De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET), o Brasil abriga aproximadamente 167,6 milhões de animais de estimação, sendo 67,8 milhões de cães e 33,6 milhões de gatos. Com esse cenário, o setor pet revela grande potencial de crescimento, sustentado por uma base de consumidores fiéis e em constante expansão (SEBRAE, 2023).

Reconhecido como um dos segmentos mais promissores do país, o mercado pet vem ganhando protagonismo entre as principais tendências de negócios. O Brasil ocupa atualmente a terceira posição no ranking global desse setor. Segundo o Instituto Pet Brasil, só em 2021, foram geradas cerca de 2,83 milhões de oportunidades, representando um aumento de 6,2% em relação ao ano anterior.

5. METODOLOGIA

A metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica exploratória, com a finalidade de analisar o processo de adoção de animais e na promoção da guarda responsável, além disso foi aplicada nesse projeto, uma abordagem de pesquisa mista, que consistiu na utilização das pesquisas qualitativas e quantitativas. Essa metodologia foi selecionada por permitir uma análise abrangente, capaz de captar os aspectos subjetivos, como as percepções e expectativas dos tutores e abrigos, quanto os aspectos objetivos, como as tendências e comportamentos do público-alvo.

O uso de diferentes métodos de análise nas ciências, ajuda a construir um trabalho mais completo, com mais qualidade. Os métodos de pesquisa desempenham um papel essencial na construção do conhecimento científico. Cada área exige abordagens específicas para alcançar objetivos distintos, permitindo um estudo mais aprofundado e estruturado (SILVA; NÓBREGA, 2018).

5.1 Pesquisa Bibliográfica

A primeira etapa da metodologia consistiu em uma pesquisa bibliográfica detalhada, que permitiu embasar teoricamente o projeto. Foram revisados artigos, livros e publicações científicas sobre temas relacionados, incluindo a adoção de animais, guarda responsável, bem-estar animal e o uso de tecnologias digitais para conectar tutores e abrigos.

5.1.1 Pesquisa Qualitativa

A fim de compreender as necessidades e expectativas, foi realizada a pesquisa qualitativa por meio de questionários com representantes de ONGs e abrigos. Esses diálogos revelaram desafios específicos enfrentados tanto pelos abrigos quanto pelos adotantes, como a falta de integração entre as partes e a dificuldade de encontrar um animal com perfil adequado às expectativas e ao estilo de vida dos possíveis tutores.

5.1.2 Coleta e Análise De Dados

Os dados coletados foram organizados e analisados para avaliar a viabilidade da implementação do aplicativo e a análise foi segmentada da seguinte forma:

- ✓ **Desenvolvimento e Teste de Questionários:** Os questionários foram projetados para coletar informações de ONGs e abrigos que atuam com adoção

de animais, bem como de usuários em geral. O objetivo é entender o perfil dos usuários, suas experiências com adoção e suas opiniões sobre a utilidade de um aplicativo de adoção.

- ✓ **Interpretação dos Dados Qualitativos:** As respostas das perguntas abertas foram interpretadas para obter uma compreensão mais profunda dos motivos e comportamentos relacionados à adoção de animais.

Figura 3 - Perguntas elaboradas para pesquisa com ONGs

Perguntas - Pesquisa ONGs
Nome da ONG/Abrigo
Localização (Cidade/Estado)
Tempo de atuação (em anos)
Qual é o principal canal usado para divulgação dos animais?
Quais são os principais desafios que você encontra ao divulgar os animais disponíveis para adoção?
Como você gerencia as informações sobre os animais disponíveis para adoção?
Você acredita que um aplicativo dedicado à adoção seria útil?
Quais recursos você considera indispensáveis em um aplicativo de adoção?
Você faz uso de algum software ou aplicativo para gerenciar as informações de adoção?
Se sim, qual software ou aplicativo é utilizado?
Quais são as principais funcionalidades desses softwares/aplicativos que você acha úteis?
Quais são as limitações ou desafios que você enfrenta com os softwares/aplicativos atuais?
Como você imagina que um aplicativo de adoção poderia se integrar às suas operações diárias?
Quais benefícios você acredita que um aplicativo de adoção traria para sua ONG?
Há algum recurso adicional que você gostaria de ver em um aplicativo de adoção?

Fonte: Elaborada pelos autores por meio de questionário (2024)

Figura 4 - Perguntas elaboradas para pesquisa com Público Geral

Perguntas - Pesquisa Público Geral
Faixa etária
Gênero
Localização (Cidade/Estado)
Você tem ou já teve animais de estimação?
Se você tem ou já teve animais de estimação, eles foram:
Você conhece ONGs e/ou Abrigos que atuam na área de adoção de animais?
Se sim, eles utilizam redes sociais para divulgar animais disponíveis para adoção?
Com que frequência você usa aplicativos?
Você acha que um aplicativo dedicado à adoção de animais seria útil?
Você faria uso de um aplicativo de adoção de animais?
Quais recursos você considera importantes em um aplicativo de adoção de animais?
Você teria alguma sugestão ou comentário sobre o que gostaria de ver em um aplicativo de adoção de animais?

Fonte: Elaborada pelos autores por meio de questionário (2024)

5.2 Propósito do aplicativo

O aplicativo “*Pet Match*” foi desenvolvido com o intuito de facilitar e promover a adoção responsável de animais, conectando tutores em potencial a pets disponíveis em instituições parceiras. A plataforma apresenta uma interface intuitiva e acessível, proporcionando funcionalidades como cadastro de usuários, filtros de busca personalizados, perfis detalhados dos animais e integração direta com entidades de proteção animal. A seguir, são descritas as principais telas do aplicativo, acompanhadas de suas respectivas funções, visando um entendimento detalhado de sua estrutura e usabilidade.

5.3 Desenvolvimento do aplicativo mobile

O aplicativo “*Pet Match*” foi desenvolvido utilizando a plataforma *Thunkable*, uma solução moderna e acessível para a criação de aplicativos móveis. Por meio de uma interface visual baseada em blocos, o desenvolvimento ocorreu de forma estruturada e eficiente, garantindo a implementação de funcionalidades interativas e uma experiência intuitiva para os usuários. A escolha do *Thunkable* permitiu a otimização dos recursos do aplicativo, proporcionando um ambiente dinâmico e prático para a conexão entre tutores e pets.

5.4 Base de dados

Para assegurar a integridade, segurança e acessibilidade dos dados, o “*Pet Match*” integra o *Firebase* como sua solução de banco de dados. Essa plataforma oferece armazenamento na nuvem, sincronização em tempo real e mecanismos avançados de autenticação, garantindo confiabilidade e escalabilidade ao sistema. A adoção do *Firebase* permite a gestão eficiente das informações, assegurando um alto desempenho e uma experiência contínua para os usuários, contribuindo para um funcionamento ágil e seguro do aplicativo.

✓ **Tela de abertura**

Trata-se da interface inicial exibida ao usuário quando o aplicativo é iniciado. Sua função é apresentar a identidade visual do projeto, reforçando o nome e a proposta do aplicativo, além de proporcionar uma transição visual suave para o ambiente de uso.

Figura 5 – Tela de Abertura do Aplicativo

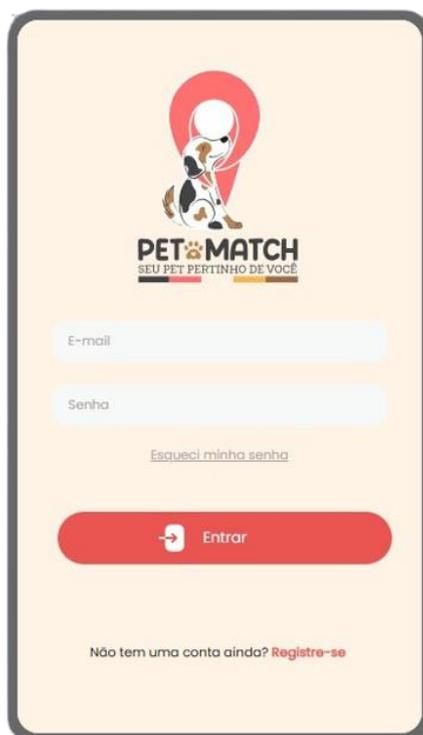


Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela de login do usuário**

Esta tela tem como finalidade permitir o acesso de usuários já registrados à plataforma. Contém campos de inserção para e-mail e senha, além de opções para recuperação de senha e direcionamento ao cadastro de novos usuários.

Figura 6 – Tela de Login do Aplicativo

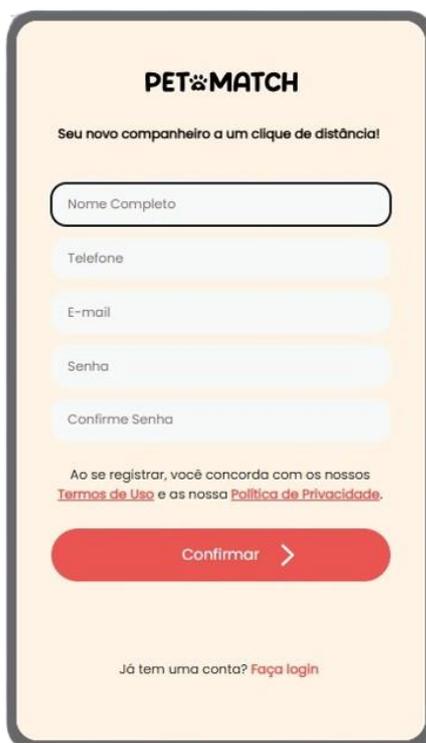


Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela de cadastro**

Permite o registro de novos usuários por meio do preenchimento de um formulário contendo os dados pessoais essenciais: nome completo, e-mail, número de telefone, senha e sua confirmação. A validação desses dados possibilita o uso pleno das funcionalidades do sistema.

Figura 7 – Tela de Cadastro do Aplicativo



A tela de cadastro do aplicativo PET MATCH apresenta o seguinte layout:

- Logo **PET MATCH** no topo.
- Subtítulo: **Seu novo companheiro a um clique de distância!**
- Formulário com campos para: Nome Completo, Telefone, E-mail, Senha e Confirme Senha.
- Texto de concordância: **Ao se registrar, você concorda com os nossos [Termos de Uso](#) e as nossa [Política de Privacidade](#).**
- Botão **Confirmar** com uma seta para a direita.
- Link de recuperação: **Já tem uma conta? [Faça login](#)**

Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela Inicial (Pós-login)**

Após a autenticação, esta é a primeira interface interativa apresentada ao usuário. Contém atalhos visuais para as principais seções do aplicativo, incluindo: seja um apoiador, consulta a instituições parceiras, pets disponíveis para adoção e histórias de sucesso.

Figura 8 - Tela Inicial do Aplicativo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ Tela de Parcerias

Apresenta uma listagem das instituições parceiras cadastradas no sistema, como ONGs e abrigos. Cada parceria é exibida com sua respectiva logomarca e informações complementares, promovendo a integração entre usuário e entidade.

Figura 9 – Tela de Parcerias do Aplicativo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela sobre nós**

Apresenta informações institucionais sobre o projeto. Seu propósito é oferecer transparência e reforçar a confiabilidade da plataforma junto aos usuários.

Figura 10 – Tela Sobre Nós do Aplicativo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela de busca**

Permite que o usuário pesquise pets disponíveis para adoção com base em filtros específicos, como espécie, porte, idade e localização. Essa tela é fundamental para proporcionar uma experiência personalizada e eficiente.

Figura 11 – Tela de Busca do Aplicativo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

✓ **Tela perfil do pet**

Exibe informações detalhadas de cada animal, incluindo nome, idade, raça, características comportamentais, estado de saúde, vacinação e fotos. Contém também a opção para iniciar o processo de adoção.

Figura 12 - Tela de Perfil do Pet do Aplicativo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025)

6. RESULTADOS

A análise dos dados coletados foi fundamental para avaliar a viabilidade do aplicativo proposto. Foram elaboradas duas pesquisas distintas, cada uma com objetivos específicos, mas ambas focadas em entender a aceitação e a utilidade de um aplicativo voltado para a adoção de animais. A primeira pesquisa teve como alvo ONGs e abrigos, enquanto a segunda foi direcionada a potenciais adotantes. Para uma análise mais clara e estruturada, os resultados das pesquisas serão apresentados e discutidos separadamente, conforme detalhados a seguir.

6.1 Questionário ONGs

O objetivo desta pesquisa foi coletar informações de ONGs e abrigos que atuam na adoção de animais. A partir dos dados coletados, buscamos avaliar a viabilidade e eficácia da implementação de um aplicativo voltado para adoção. As respostas ajudam a avaliar com maior eficácia as necessidades das organizações e como um aplicativo pode colaborar e otimizar o processo de adoção, proporcionando segurança e praticidade. O questionário, composto por 15 perguntas, resultou em um total de 3 respostas.

6.2 Questionário Público Geral

O objetivo desta pesquisa foi coletar informações de usuários para entender seu perfil, suas experiências com adoção e suas opiniões sobre a relevância e a utilidade de um aplicativo para adoção de animais. As respostas servirão para avaliar a viabilidade do aplicativo e a identificar os recursos mais importantes para os usuários. O questionário, composto por 11 perguntas, resultou em um total de 87 respostas obtidas.

6.3 Desenvolvimento do aplicativo

O projeto *“Pet Match”* resultou no desenvolvimento de um aplicativo mobile voltado para a promoção da adoção responsável de animais, facilitando a conexão entre possíveis adotantes e instituições de proteção animal. A plataforma foi construída com foco na usabilidade e acessibilidade, apresentando funcionalidades como cadastro e login de usuários, sistema de busca filtrada, perfis completos dos animais disponíveis e integração com ONGs e abrigos parceiros.

O desenvolvimento ocorreu por meio da plataforma *Thunkable*, que possibilitou uma construção visual eficiente e interativa. A escolha pelo uso do Firebase como banco de dados garantiu segurança, sincronização em tempo real e facilidade na gestão de informações, contribuindo para um desempenho estável e confiável.

As principais telas do aplicativo incluem: abertura, login, cadastro, tela inicial com acesso rápido a funcionalidades, parcerias, área institucional, busca com filtros personalizados, resultados da busca e perfil detalhado dos pets. Essas interfaces foram pensadas para proporcionar uma experiência prática, transparente e acolhedora, reforçando o compromisso do “*Pet Match*” com a causa animal e a adoção consciente.

A elaboração e análise dos questionários direcionados a ONGs e ao público geral foram fundamentais para orientar o desenvolvimento do aplicativo “*Pet Match*”. As respostas das ONGs evidenciaram dificuldades recorrentes na divulgação de animais, na organização das informações e na falta de ferramentas digitais eficazes para gerenciar os processos de adoção. A maioria das instituições afirmou não utilizar softwares específicos, mas demonstrou interesse em uma plataforma dedicada. Entre os recursos considerados indispensáveis estavam: filtros de busca, perfis detalhados dos animais, integração com redes sociais e centralização das informações dos pets. Esses dados foram decisivos para estruturar as funcionalidades do app, priorizando usabilidade, organização de dados e visibilidade das ONGs parceiras.

Já o questionário voltado ao público geral trouxe *insights* sobre o perfil dos usuários e suas expectativas. A maioria declarou ter ou já ter tido animais de estimação, conhece ONGs e utiliza redes sociais como principal canal de contato com essas instituições. Foi expressiva a aceitação da proposta de um aplicativo de adoção, e muitos destacaram a importância de recursos como localização dos animais, histórico de saúde, fotos, e filtros por espécie, idade e porte. As sugestões dos respondentes contribuíram para a criação de uma experiência personalizada, acessível e funcional, garantindo que o “*Pet Match*” atendesse tanto às necessidades técnicas das ONGs quanto aos desejos dos adotantes em potencial.

7. CONCLUSÃO

A adoção responsável de animais ainda enfrenta desafios expressivos, mesmo diante dos avanços tecnológicos e do maior envolvimento da sociedade com causas relacionadas ao bem-estar animal. Nesse contexto, o desenvolvimento de soluções digitais, como o aplicativo “*Pet Match*”, mostra-se fundamental para transformar esse cenário, promovendo interações mais diretas, transparentes e conscientes entre abrigos, ONGs e adotantes em potencial.

A pesquisa realizada revelou que a ausência de plataformas integradas e funcionais compromete a visibilidade dos animais disponíveis e dificulta o processo de adoção. Nesse contexto, o “*Pet Match*” se apresenta como uma ferramenta estratégica para centralizar informações, otimizar o acesso aos perfis dos animais e ampliar o alcance das instituições envolvidas.

Além disso, o desenvolvimento do aplicativo, orientado por princípios de usabilidade, design centrado no usuário e integração com bancos de dados em nuvem, demonstra como a tecnologia pode ser aplicada de forma ética e eficiente para resolver questões sociais urgentes.

REFERÊNCIAS

ABINPET – **Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação**. Censo Pet 2023. Disponível em: <<http://institutopetbrasil.com/>>. Acesso em: 12 fevereiro 2025.

ACONTECE, J. **Adoção consciente de animais reduz os motivos que levam ao abandono**. Disponível em: <https://acontecedigital.com.br/adocao_consciente_de_animais_reduz_os_motivos_que_levam_ao_abandono>. Acesso em: 5 out. 2024.

Adoção consciente de animais reduz os motivos que levam ao abandono. Disponível em: <<https://emnoticia.com.br/301117-adocao-consciente-de-animais-reduz-os-motivos-que-levam-ao-abandono>>. Acesso em: 5 out. 2024.

ARAÚJO, C. **Abandono e maus-tratos a animais devem superar 185 mil casos em 2024 no país**. Gov.br, 4 set. 2024. Disponível em: <<https://www.crmvrn.gov.br/2024/09/04/abandono-e-maus-tratos-a-animais-devem-superar-185-mil-casos-em-2024-no-pais/>>. Acesso em: 5 out. 2024

BEAVER, B. V.; CANINO; BEAVER, B. V. **Um guia para veterinários**. São Paulo; Roca: [s.n.].

BELLO, S. **Brasil registra aumento no número de cães e gatos abandonados**. Disponível em: <<https://www.bemparana.com.br/publicacao/blogs/simonebello/brasil-registra-aumento-no-numero-de-caes-e-gatos-abandonados/>>. Acesso em: 5 out. 2024.

BRASIL, G. G. **Abandono de cães e gatos é um problema que requer políticas públicas eficazes**. Disponível em: <https://goinggreen.com.br/Abandono_de_caes_e_gatos_e_um_problema_que_requer_politicas_publicas_eficazes/>. Acesso em: 5 out. 2024.

BRASIL, I. P. **TGR Studio**. Disponível em: <<http://institutopetbrasil.com/imprensa/pais-tem-39-milhoes-de-animais-em-condicao-de-vulnerabilidade>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

BUDIU, Raluca. **User Experience and Persuasive Design**. Nielsen Norman Group, 2015. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/persuasive-design/>>. Acesso em: 10 maio 2025.

BUENO, C. Relação entre homens e animais transforma comportamentos dos humanos e dos bichos. **Ciência e cultura**, v. 72, n. 1, p. 09–11, 2020.

CARVALHO, J. C. A. **30 milhões de animais estão nas ruas, segundo dados da Organização Mundial da Saúde**. Disponível em: <<https://labnoticias.jor.br/2024/01/26/30-milhoes-de-animais-estao-nas-ruas-segundo-dados-da-organizacao-mundial-da-saude-oms>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Unesp, 1998.

CRMV-PB. **Abandono de animais cresce 70%; prática é crime e pode render até 5 anos de prisão**. **Org.br**, 13 dez. 2022. Disponível em: <<https://www.crmvpb.org.br/abandono-de-animais-cresce-70-pratica-e-crime-e-pode-render-ate-5-anos-de-prisao>>. Acesso em: 5 out. 2024

CRMV-PB. **Brasil ocupa o 3º lugar no ranking mundial de países com mais animais domésticos; pets não convencionais já são 39% do total**. **Org.br**, 4 out. 2023. Disponível em: <<https://www.crmvpb.org.br/29077-2/>>. Acesso em: 5 nov. 2024

DE DIREITOS ANIMAIS, A. DE N. **Brasil tem 30 milhões de animais abandonados**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/noticias/brasil-tem-30-milhoes-de-animais-abandonados/100681698>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

DE DIREITOS ANIMAIS, A. DE N. **Mídias sociais estimulam adoção e promovem direitos animais**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/noticias/midias-sociais-estimulam-adocao-e-promovem-direitos-animais/390406374>>. Acesso em: 4 nov. 2024.

DE SOUZA SILVA, A.; GALDIOLI, L. **Índice de Abandono no Brasil**. **IMVC - Instituto de Medicina Veterinária do Coletivo IMVC**, 4 abr. 2024. Disponível em: <<https://institutomvc.org.br/site/index.php/2024/04/04/indice-de-abandono-no-brasil>>. Acesso em: 5 nov. 2024

EVANGELISTA, A. G. et al. ADOÇÃO ANIMAL IFC: INCENTIVANDO A ADOÇÃO DE ANIMAIS ABANDONADOS. **Extensão Tecnológica: Revista de Extensão do Instituto Federal Catarinense**, n. 11, p. 58–64, 2019.

FARACO, C. B.; SEMINOTTI, N. A relação homem-animal e a prática veterinária. **Revista Conselho Federal de Medicina Veterinária**, v. 32, p. 57–61, 2004.

FOGG, B. J. **Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do**. Morgan Kaufmann, 2003.

HAMMERSCHMIDT, J. **Diagnóstico de maus-tratos contra animais e estudo dos fatores relacionados**. Curitiba: [s.n.], v. 172

KRUG, Steve. **Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability**. 3rd Edition. New Riders, 2014.

LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. **Princípios universais do design**. São Paulo: Gustavo Gili, 2011.

MARS. **O que é o PEDIGREE Adotar é tudo de bom**. Disponível em: <<https://www.pedigreeadotar.com.br/our-history>>. Acesso em: 5 out. 2024.

MINGHUI, R. et al. New global strategic plan to eliminate dog-mediated rabies by 2030. **The Lancet. Global health**, v. 6, n. 8, p. e828–e829, 2018.

NIELSEN, Jakob. **Usability Engineering**. Boston: Academic Press, 1994.

NORMAN, Donald A. **The Design of Everyday Things**. Revised and Expanded Edition. Basic Books, 2013.

SAMARA, Timothy. **Design Elements: A Graphic Style Manual**. Rockport Publishers, 2010.

SANTOS, M. C. et al. Um sistema de recomendação baseado em conteúdo para adoção de animais utilizando a técnica do cosseno ponderado. **Texto Livre Linguagem e Tecnologia**, v. 17, p. e42708, 2024.

SEBRAE. **O mercado pet no Brasil: tendências e oportunidades**. Brasília: Sebrae Nacional, 2023. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-mercado-pet,6897934a41fc0710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 8 abril 2025.

SIDAN. Adoção de animais deve continuar em alta nos próximos anos, principalmente entre gatos. Disponível em: <<https://sindan.org.br/release/adocao-de-animais-deve-continuar-em-alta-nos-proximos-anos-principalmente-entre-gatos>>. Acesso em: 19 out. 2024.

SILVA, B. C. O.; RANYÉRE, S. **Geografia quantitativa, por que não? Revista Vozes dos Vales.** UFVJM, Diamantina: [s.n.].

SOUZA, C. **Abandono de animais aumentou cerca de 60% durante a pandemia.** Disponível em: <<https://sosbrasil.com.br/nacional/abandono-de-animais-aumentou-cerca-de-60-durante-a-pandemia>>. Acesso em: 3 nov. 2024.

VELASCO, C. **Brasil tem mais de 170 mil animais abandonados sob cuidado de ONGs, aponta instituto.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/08/18/brasil-tem-mais-de-170-mil-animais-abandonados-sob-cuidado-de-ongs-aponta-instituto.ghtml>>. Acesso em: 3 nov. 2024.