



PROPOSTA DE UMA EMPRESA SUSTENTÁVEL PARA O RESGATE DE ANIMAIS ABANDONADOS EM TRÊS CORAÇÕES - MG

Thyago P. F. FREITAS¹; Ceber A. S. MARTINS²; Bianca F. M. DA CRUZ³; Aline P. S. MOREL⁴

RESUMO: O referido trabalho visa criar uma empresa com foco no resgate aos animais abandonados na cidade de Três Corações – MG. Como percurso metodológico foram realizadas entrevistas com empresas da área e pesquisa com usuários para levantar possíveis problemas e buscar rever os processos para atender a causa animal. Como resultado foi idealizado uma plataforma online (site) e o uso das mídias sociais para captar recursos, angariar voluntários, bem como cooperar com os entes públicos na manutenção e auxílio da causa animal, levando os usuários a entender a real necessidade de proteção e salvaguarda dos animais abandonados.

Palavras-chave: Empreendedorismo; resgate; animais de rua.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com os dados de 2023 do Instituto Pet Brasil (IBP) cerca de 185 mil animais são abandonados ou resgatados após maus-tratos no Brasil, sob a tutela de organizações não governamentais (ONGs) e grupos de protetores, sendo 60% resgatados após maus-tratos e 40% são frutos de abandonos. Cabe ressaltar também que os protetores independentes usam seus próprios recursos para resgatar os animais abandonados e, ainda, essa tarefa acaba por sobrecarregar o protetor independente. Desta forma, o projeto Resgate ao Melhor Amigo, visa contribuir na causa animal, oferecendo uma plataforma multimídia com o objetivo de conscientizar sobre o tema, utilizando canais para doações de recursos monetários e materiais, além de parcerias com os *stakeholders*.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Como metodologia foi adotada a pesquisa qualitativa que é a interpretação do pesquisador sob a ótica dessas informações com a abordagem da interpretação dos fenômenos, bem como foi realizada a pesquisa quantitativa com a análise de dados e informações com o viés de investigá-la e classificá-las para a efetivação da compilação dos dados, segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010).

¹Discente do curso de Técnico em Comércio, IFSULDEMINAS – *Campus* Três Corações. E-mail: thyago.freitas@alunos.ifsuldeminas.edu.br

²Discente do curso de Técnico em Comércio, IFSULDEMINAS – *Campus* Três Corações. E-mail: ceber.martins@alunos.ifsuldeminas.edu.br

³Discente do curso de Técnico em Comércio, IFSULDEMINAS – *Campus* Três Corações. E-mail: bianca.moreno@alunos.ifsuldeminas.edu.br

⁴Docente do curso de Técnico em Comércio, IFSULDEMINAS – *Campus* Três Corações. E-mail: aline.morel@ifsuldeminas.edu.br

Inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, conforme Kauark, Manhães e Medeiros, 2010, com a coleta de materiais como reportagens, artigos, trabalhos de conclusão de cursos e dissertações sobre a temática levantada. Além disto, foi desenvolvida uma pesquisa com atores-chave da área, com o intuito de captar as demandas dos participantes para que os pesquisadores realizassem os encaixes necessários e, assim, elaborou-se um questionário online com perguntas fechadas por meio do Google Forms® sendo estes divulgados nos grupos do IFSULDEMINAS e nos grupos pessoais em que os autores estão inseridos.

Foram realizadas, ainda, entrevistas com organizações que trabalham com a causa animal com o intuito de entender as necessidades, anseios, desejos e gargalos da proposta a ser realizada, com vistas a atender a referida demanda de modo conciso. Após esta coleta de dados estes foram compilados para que se pudesse criar uma linha de ação que abarcasse as necessidades levantadas de forma eficaz e que tivesse uma ação importante perante a cidade de Três Corações-MG e região.

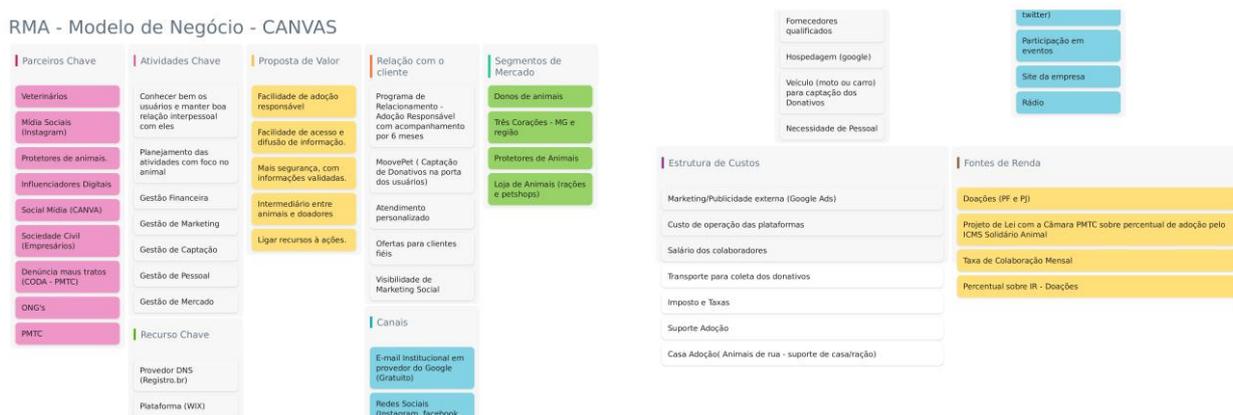
Ainda com base nos dados, foram criadas as mídias sociais (Instagram® e site) para veiculação das atividades, apresentando um panorama sobre o trabalho e propostas, bem como para dar visibilidade a causa e proporcionar a exequibilidade da ação.

Após a implementação do site, foi realizado um “evento teste” junto aos usuários que participaram da coleta de dados online no Google Forms® objetivando o levantamento de possíveis problemas no manuseio da ferramenta, com vistas a analisar se a mesma atendia as necessidades levantadas anteriormente. Além disso, foi realizado um pitch de apresentação da proposta com profissionais que trabalham na causa. Desta forma, esta análise viabilizou e auxiliou nos ajustes finais da proposta.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No que tange ao modelo de negócio proposto este foi elaborado no Canvas® do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Esta ferramenta foi utilizada com o intuito de alinhar as diretrizes propostas com o objetivo central do projeto. Desta forma, apresenta-se na Figura 1 uma justaposição do resumo das necessidades do público-alvo e do planejamento para a empresa.

Figura 1: Proposta do modelo de negócio elaborado no Canvas®



Fonte: Autores (2023).

Um ponto de relevância e que também norteou a construção deste projeto é a sustentabilidade, na perspectiva da interlocução entre questões econômicas, ambientais e sociais (EISENLOHR e ALCURI, 2023). Desta forma, foram elaboradas ações com foco em sustentabilidade, dentro do contexto do Empreendedorismo, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1: Critérios de sustentabilidade da empresa

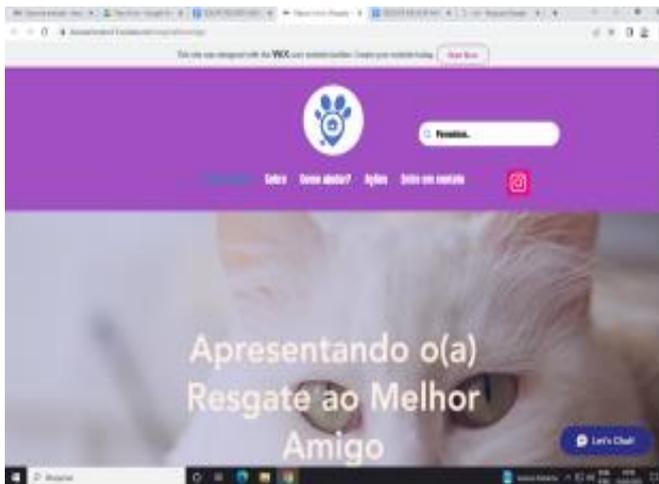
SUSTENTABILIDADE EMPRESARIA	Econômico: A proposição visará uma parceria público-privada para o funcionamento da empresa, bem como de captação de recursos externos.
	Ambiental: O projeto buscará parceria para os resgates de animais de rua, com a possibilidade de castrações e auxílio veterinário, além de um ponto de entrega voluntária dos sacos de ração para coleta seletiva.
	Social: A proposta visa atender a população com vistas ao auxílio para a adoção solidária responsável e consciente.

Fonte: Autores, 2023.

Guiados pela vontade dessa proposta atingir um máximo de pessoas, foi desenvolvido um site por meio do Wix®, que é uma plataforma online e gratuita para a elaboração, edição e criação de sites. Com o site, buscou-se atender aos critérios já levantados pelos possíveis usuários desta plataforma, conforme Figura 2.

Ainda neste contexto, criou-se um perfil na plataforma Instagram®, onde estão sendo produzidos alguns conteúdos sobre o empreendimento. A utilização das redes visa proporcionar acesso mais facilitado ao usuário, cabendo considerar que atualmente as redes sociais têm desempenhado um importante papel de comunicação, permitindo a interação instantânea, além de absorver as necessidades, anseios e desejos dos clientes, permitindo a criação de estratégias de captação, participação e engajamento, além de ampliar o “leque” de trabalho para a região por meio de impulsionamento dos posts (MAIA *et al*, 2018), conforme figura 3.

Figura 2: Site do projeto



Fonte: Autores, 2023

Figura 3: Instagram da proposta



Fonte: Autores, 2023

Neste sentido, a proposição da empresa, visou ser o elo de ligação entre os animais abandonados resgatados pela empresa, com os adotantes, garantindo assim uma adoção consciente e solidária, com foco na sustentabilidade empresarial e no bem-estar animal.

5. CONCLUSÃO

Percebeu-se com o desenvolvimento do trabalho uma carência nesta área, por parte tanto a sociedade civil quanto o poder público. Ressalta-se que a cidade de Três Corações - MG carece de apoio da sociedade civil sobre a causa animal, assim como é inviável o poder público atender a essa grande demanda em virtude das outras necessidades públicas. Como possibilidade de trabalhos futuros sugere-se o desenvolvimento de um aplicativo que interligue os usuários e esteja alinhado às mídias sociais, facilitando o atendimento à causa animal na cidade e nas regiões adjacentes.

REFERÊNCIAS

BLOG PET. A importância das ONGs e protetores dos animais. **Blog Pet**, 2023. Disponível em: <https://www.organnact.com.br/blog/mundo-pet/a-importancia-das-ongs-e-protetores-dos-animais/>. Acesso em: 20 Abr. 2023.

EISENLOHR, Ana Luísa Acurcio Santos; ALCURI, Sarah Vecchi. Sustentabilidade e Arbitragem Comercial: Desafios e Perspectivas. in **Revista do IBRAC**, Vol. 1, Nr. 1, 2023.

KAUARK, Fabiana da Silva; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa: um guia prático**. Editora Via Litteratum, 2010.

MAIA, Thayanny Rabelo; MENEZES, Bárbara Sampaio de; FARIAS, Fabíola Gomes; GOMES, Douglas Willyam Rodrigues. O uso do instagram como ferramenta de marketing: um estudo de caso em empresa do ramo de moda. **FACEF Pesquisa - Desenvolvimento e Gestão**, nº 1, Vl. 21, 2018