

CENTRO PAULA SOUZA

Etec DE POÁ

Ensino Técnico Integrado ao Médio de Informática para Internet

Breno Lemes Santiago

Leonardo Miranda Nogueira

VET TRÉCK: “AMAR É CUIDAR”

Poá

2021

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA DE POÁ
Ensino Técnico Integrado ao Médio de Informática para Internet

Breno Lemes Santiago
Leonardo Miranda Nogueira

VET TRÉCK: “AMAR É CUIDAR”

Trabalho acadêmico apresentado ao Curso Técnico em Ensino Técnico Integrado ao Médio de Informática para Internet da ETEC de Poá, orientado pela Professora Kelly, como requisito para conclusão de curso.

Poá
2021

EPIGRAFE

“A grandeza de uma nação pode ser julgada pelo modo que seus animais são tratados”.

Mahatma Gandhi

RESUMO

No documento que se segue, serão descritos as pesquisas realizadas e o planejamento de processos em prol do desenvolvimento de um projeto voltado à veterinária no Brasil. O mercado veterinário nacional vem crescendo exponencialmente, uma vez que as pessoas estão adotando muito mais animais de estimação e se preocupando cada vez mais com seus pets. Entretanto, os donos de animais de estimação tendem a ter muitas dificuldades ao acessar provedores de tratamentos e cuidados para seu pet, uma vez que mesmo a área sendo bastante emergente ainda se observa muita defasagem na relação cliente-provedor. Pensando nisso, desenvolvemos o VétTréck, um site que busca acessibilizar e viabilizar a interação e relação entre donos de animais de estimação e estabelecimentos veterinários ou profissionais da área. O âmbito que iremos trabalhar neste documento pode ser resumido na prestação de serviços para animais de estimação que vão desde banho e tosa até cirurgias e tratamentos diversos.

Palavras-chave: Desenvolvimento, veterinária, pets, acessibilizar, viabilizar, serviços.

ABSTRACT

In the document that follows, the research carried out and the planning of processes for the development of a project aimed at veterinary medicine in Brazil will be described. The national veterinary market has been growing exponentially, since people are adopting more pets and worrying more and more about their pets. However, pet owners tend to have many difficulties in accessing treatment and care providers for their pet, since even the area is quite emerging, there is still a great deal of lag in the client-provider relationship. With that in mind, we developed VétTréck, a website that seeks to facilitate the interaction and relationship between pet owners and veterinary establishments or professionals in the area. The scope that we will work on in this document can be summarized in the provision of services for pets, ranging from bathing and grooming to surgeries and other treatments.

Keywords: Development, veterinary, pets, make accessible, enable, services.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Kamban.....	16
Figura 2 - Canvas.....	18
Figura 3 - MER.....	22
Figura 4 - Logo Principal	23
Figura 5 - Logo preto e branco	23
Figura 6 - Padrão de Cores	24
Figura 7 - Home	26
Figura 8 - Login	27
Figura 9 - Cadastro de Usuário Comum.....	27
Figura 10 - Perfil do Usuário.....	28
Figura 11 - Perfil do Usuário Atualizado.....	29
Figura 12 - Estabelecimento Veterinário/Veterinário	29
Figura 13 - Cadastro de Estabelecimento	30
Figura 14 - Perfil do Estabelecimento	31
Figura 15 - Cadastro de Veterinário Autônomo	31
Figura 16 - Perfil do Veterinário Autônomo	32
Figura 17 - Clínicas	33
Figura 18 - Funcionalidades do Usuário.....	33
Figura 19 - Visualizar Clínica.....	34
Figura 20 - Mensagem - Clínica	35
Figura 21 - Agendar - Clínica	35
Figura 22 - Data - Clínica	36
Figura 23 - Veterinário.....	37
Figura 24 - Clínica - Admin.....	37
Figura 25 - Veterinário - Admin	38
Figura 26 - Licença.....	48
Figura 27 - Diversificações da logo	49
Figura 28 - Paleta de cores	49
Figura 29 - Tipografia	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Requisitos Funcionais	15
Tabela 2 - Requisitos Não Funcionais.....	15
Tabela 3 - Dicionário de Dados – Dicionário de Dados.....	20
Tabela 4 – Estabelecimento – Dicionário de Dados.....	20
Tabela 5 - Animal - Dicionário de Dados.....	20
Tabela 6 - Avaliações - Dicionário de Dados.....	20
Tabela 7 – Admin – Dicionário de Dados	21
Tabela 8 - Agenda - Dicionário de Dados	21
Tabela 9 - Serviço - Dicionário de Dados.....	21

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
1.1. ANÁLISE DE MERCADO	4
1.1.1. MACRORREGIÃO E MICRORREGIÃO	8
1.1.2. MACROECONOMIA E MICROECONOMIA	8
1.1.3. CRESCIMENTO ECONÔMICO	10
1.1.4. AVANÇOS TECNOLÓGICOS	10
1.2. PROBLEMA	11
1.3. JUSTIFICATIVA	11
1.4. HIPÓTESE	12
1.5. OBJETIVO GERAL	12
1.5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2. METODOLOGIA	14
2.1. ANÁLISE DE REQUISITOS	14
2.1.1. REQUISITOS FUNCIONAIS	14
2.1.2. REQUISITOS NÃO FUNCIONAIS	15
2.2. TÉCNICAS UTILIZADAS	16
2.3. MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE	16
2.4. CANVAS	17
3. ANÁLISE DE SISTEMAS	19
3.1. ANÁLISE DE BANCO DE DADOS	19
3.1.1. Dicionário de Dados	19
3.1.2. MER	22
4. PLANO DE DIVULGAÇÃO DO PRODUTO	23
4.1. FORMAÇÃO DA EMPRESA	23
4.2. LOGO E SLOGAN	23
4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES	24
4.4. DIVULGAÇÃO	25
5. PROJETO	26
5.1. Telas - Desktop	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A e B – Termos de Uso e Privacidade	42
APÊNDICE C – Direitos Autorais	48
APÊNDICE D – Identidade Visual	49

1. INTRODUÇÃO

No âmbito veterinário, temos diversos estabelecimentos destinados ao atendimento de animais, segundo a RESOLUÇÃO Nº1015, DE NOVEMBRO DE 2012:

“Art. 2º Hospitais Veterinários são estabelecimentos capazes de assegurar assistência médico-veterinária curativa e preventiva aos animais, com atendimento ao público em período integral (24 horas), com a presença permanente e sob a responsabilidade técnica de médico veterinário.”

“Art. 3º Consultórios Veterinários são estabelecimentos de propriedade de médico veterinário destinados ao ato básico de consulta clínica, curativos e vacinações de animais, sendo vedadas a realização de procedimentos anestésicos e/ou cirúrgicos e a internação.”

“Art. 4º Clínicas Veterinárias são estabelecimentos destinados ao atendimento de animais para consultas e tratamentos clínico-cirúrgicos, podendo ou não ter cirurgia e internações, sob a responsabilidade técnica e presença de médico veterinário.”

Em suma, ambos possuem o mesmo problema, falta de acessibilidade e praticidade para encontrá-los, por não terem tecnologias de fácil acesso, como websites e/ou aplicativos, que facilitam o manuseio para quem necessita de suporte veterinário.

Tendo isso em vista, o projeto VetTréck, tem como objetivo ser um site que conecte os clientes com clínicas, hospitais e consultórios veterinários, de modo que ambos possam interagir de forma mais prática e limpa, economizando tempo e dinheiro por ambos os lados.

1.1. ANÁLISE DE MERCADO

Uma das características mais marcantes do século XXI é o processo de envelhecimento populacional que estamos vivenciando globalmente. No Brasil, não é diferente. Devido a uma série de fatores econômicos e sociais, as pessoas estão tendo cada vez menos filhos.

Em contraposição, o número da população de animais de estimação cresce notavelmente. Hoje, os pets ocupam uma posição importante na estrutura familiar,

sendo cada vez mais comum vermos estes animais deixando de ocupar apenas os quintais e passando a conviver diretamente conosco dentro de nossas casas, sendo considerado por muitos como um membro da família.

É possível notar a grande presença dos animais em ambientes familiares, e ela cresce em volume e em diversidade à medida que aumenta a quantidade de lares no país. Isso pode representar o tamanho da importância que esses animais detêm na vida dos humanos e na sociedade considerada urbana moderna (MOURA, 2013). Ao relacionar opiniões de diferentes pessoas, presentes em um lar, com diferentes idades, têm-se as de 18 a 25 anos vendo os animais domésticos como irmãos, e os casais que sucedem essa idade e não têm filhos, tendo-os como tal (ROCHA, 2015)

A população de pets no Brasil atingiu, em 2014, o número de 103.556.100 animais. Esse número é cerca de 13,5% maior que o observado em 2009 (91.211.600 animais). Desse total, 37.309.400 eram cães, assim divididos: cães de pequeno porte: 20.952.800; cães de médio porte: 9.391.200 e, cães de grande porte: 6.695.400. Os gatos somavam 22.890.800 animais. O restante (43.356.000 animais) era constituído de pássaros, répteis, pequenos roedores e outros pets (EUROMONITOR, 2015a).

A convivência com animais de estimação pode trazer muitos benefícios para a vida das pessoas. O contato com cães e gatos é o último elo com um passado anterior à troca do campo pela cidade. A necessidade de tê-los em casa foi estimulada pelo aumento na expectativa de vida, por mais pessoas estarem morando sozinhas e adiando os planos de terem filhos (HEIDEN, 2009).

Segundo Delarissa (2003) ao passar dos anos os animais foram domados e mitigados, para a partir de tal serem domesticados. Após este fato, os animais foram se relacionando com os seres humanos, contudo a sua relação com a família, sendo diante a isto considerados como integrantes da família.

Segundo Tatibana e Costa-Val (2009), crianças que convivem com animais de estimação se tornam mais afetivas, solidárias, sensíveis, com maior senso de responsabilidade, e compreendem melhor o ciclo vida-morte. Algumas pessoas idosas tratam os animais de estimação como membros da própria família. Ter um animal de estimação nessa fase da vida pode promover alívio e conforto em momentos de

perdas e mudanças, que são comuns nessa etapa, além de possibilitar uma melhor auto-estima, e estimular a convivência social (Costa, 2006). A presença do animal de estimação no lar pode estimular também pessoas sedentárias e obesas a realizarem exercícios físicos (Tatibana & Costa-val, 2009). Nas famílias americanas, a maioria dos tutores consideram seu animal de estimação como um amigo e/ou membro da família (Walsh, 2009).

O aumento do poder aquisitivo do brasileiro permite que as famílias invistam tanto na aquisição de um animal, quanto na manutenção do mesmo. O proprietário de cão ou gato, que é o consumidor do mercado pet, está cada vez mais atento às tendências do setor, acompanhando as inovações e qualidade dos produtos e serviços oferecidos (CARVALHO, 2011).

Diante da falta de interesse para essa área na microrregião de Mogi das Cruzes, o software tende auxiliar e facilitar a busca por clínicas veterinárias, convênios de saúde e profissionais qualificados.

Tendo em vista a dificuldade de encontrar softwares que viabilizam os processos de procura de clínicas veterinárias e agendamento de visitas e consultas, o projeto terá como foco otimizar estes processos, e tornar os que são monótonos (agendamento de exames por ligações de telefone e a busca desenfreada por clínicas veterinárias/convênios que ocasiona uma grande perda de tempo) mais acessíveis, facilitando a usabilidade para o usuário. Entretanto, foram analisados alguns softwares da mesma área, que não fazem parte da microrregião, porém atuam com o mesmo objetivo ou de forma similar ao que se busca construir.

Cobasi

<<https://www.cobasi.com.br/>>

A primeira plataforma analisada foi a Cobasi, um site que apresenta um sistema de busca muito agradável e eficiente, com inúmeros serviços voltados para o seu animalzinho de estimação, entretanto metade dos serviços são exclusivos para residentes do Rio de Janeiro. Na estruturação do site, encontram-se erros em seu redimensionamento, apresentando alguns problemas para os usuários de dispositivo mobile (Android e iOS)

Gendo

<<https://gendo.com.br/>>

A segunda plataforma analisada foi a Gendo, um website exclusivo de agendamentos online, com o intuito de facilitar o controle das informações em uma interface simplificada, possibilitando o controle financeiro e um site exclusivo para o cliente. Todavia, por mais que a ferramenta entregue tais serviços exemplares, ao constatar o “Reclame Aqui”, foi encontrado diversos erros no software, muitos citando que não receberam o que foi proposto pela empresa, como: gestão financeira e gerenciamento devido das informações. (Como a ferramenta é paga, não se pode dizer ao certo a veracidade da ferramenta, apenas foi realizada uma busca referente a mesma, na qual, constatou-se com esses problemas).

Vets

<<https://vets.com.br/>>

A terceira plataforma analisada foi a Vets, uma ferramenta que agenda consultas/vacinas para o seu pet, no conforto da sua casa. Entretanto, ao fazer o encaminhamento do agendamento, o usuário é encaminhado para o Whatsapp, onde terá que realizar um atendimento com a empresa, não sendo tão viável para aqueles que querem algo mais ágil.

Com o atual aumento no número de estabelecimentos veterinários, o desafio passa a ser uma boa gestão em relação ao público (POLIZEL et al., 2019). Segundo Kotler (2000), o público é definido como um grupo que tenha potencial interesse ou que cause impacto na capacidade de uma empresa em atingir seus objetivos. Já os serviços, são atividades que criam valor e geram vantagens para os clientes (LOVELOCK et al., 2005). No caso das clínicas veterinárias, o público são os donos de animais adquirindo os produtos e serviços veterinários (POLIZEL et al., 2019). Os serviços profissionais são executados por profissionais com formação técnica específica, onde sua atuação está sob caráter de normas estabelecidas em códigos de conduta ética (KOTLER, 2000).

1.1.1. MACRORREGIÃO E MICRORREGIÃO

De acordo com o site Estado de Minas, no Brasil, 44,3% dos domicílios possuem pelo menos um cachorro e 17,7%, um gato. Sendo que São Paulo abriga cerca de 21,6% dos gatos e 24,5% dos cães, segundo o site Censo Pet. Tendo em vista que proprietários de gatos levam menos os pets ao médico veterinário - média de 2,3 vezes por ano, contra 2,8 no caso dos donos de cachorros, considerando que há aproximadamente 4703 clínicas veterinárias pelo Estado de São Paulo de acordo com o CRMV-SP (Conselho Regional de medicina Veterinária do Estado de São Paulo).

Enquanto na microrregião de Poá, Itaquaquecetuba, Ferraz de Vasconcelos e Suzano, as informações são fragmentadas e de difícil acesso, pelo fato de não haver muita viabilidade na região sobre o tema. Portanto, para descobrir sobre Clínicas Veterinárias e seus derivados, o usuário tem que realizar pesquisas em inúmeros setores de busca, como: Facebook, Instagram e Twitter.

Como por exemplo, a clínica “Centro Veterinário Carlos Chagas”, localizada em Poá, avaliada em 5 estrelas no “Facebook”, oferece inúmeros serviços, como: Consultas, Cirurgias, Exames Laboratoriais, Raio-X e Ultrassom. Porém, infelizmente, a mesma não possui nenhum site, sendo obrigatório o usuário ter ao menos o conhecimento sobre o “Facebook” para localizá-la.

Como muitas pessoas são leigas sobre “Redes Sociais”, muitas tendem apenas a pesquisar no navegador, e efetuar a consulta na que parece mais pertinente ao seu ver. Tendo isso em vista, muitas pessoas tendem a ir em locais mais longínquos e inacessíveis economicamente, pelo fato de não saberem da existência de clínicas veterinárias em sua cidade, que geralmente, é mais acessível e viável, algo que seria interessante de ser resolvido através de um software para auxílio.

1.1.2. MACROECONOMIA E MICROECONOMIA

Segundo o site Biobrasil, com os avanços da medicina veterinária e o maior cuidado por parte dos tutores, incluindo consultas de rotina, checkups e tratamentos especializados, a expectativa de vida dos animais de estimação está em ascensão. E o setor de saúde animal é um dos que mais crescem. Com o aumento de novas

clínicas, hospitais e consultórios, para se diferenciar, o veterinário precisa ir além do bom atendimento.

Sérgio Lobato, médico veterinário e consultor, afirma o seguinte sobre o aumento de clínicas e grandes redes:

“O aumento de clínicas de pequenos é natural e acontece no mundo todo. A concorrência é inevitável e um dos pontos vitais para diferenciação, além da qualidade de serviço e uma boa apresentação, é uma análise madura sobre o posicionamento estratégico que dará para a clínica. Ele deverá seguir a faixa de clientes que tem que atender naquele mercado. Além disso, é preciso ir além da veterinária e ter atendimento personalizado do cliente, bom posicionamento de marketing, boa escolha do local” (SÉRGIO LOBATO, BIOBRASIL, 2018)

Além do maior número de clínicas, outra tendência, que já começa a ser vista por aqui, é a chegada de grandes redes de clínicas e hospitais, comum em países europeus e nos Estados Unidos.

“O mercado brasileiro é um dos maiores do mundo e vai atrair tanto investidores brasileiros como estrangeiros. Isso não quer dizer que não haverá espaço para os pequenos e médios consultórios. Sempre há um choque, mas isso pode ser visto como uma oportunidade. Existem nichos diferentes e há espaço para o atendimento personalizado. Temos muitas lojas que não foram impactadas com a chegada de grandes redes de pet shop, por exemplo” (SÉRGIO LOBATO, BIOBRASIL, 2018)

Com os avanços tecnológicos e tratamentos especializados, a medicina veterinária está mais cara e pode impactar no orçamento familiar no caso de uma emergência, por exemplo. A oferta de planos de saúde pet, que já é feita por algumas clínicas e empresas, deve crescer ainda mais nos próximos anos.

Como Poá, Itaquaquecetuba, Ferraz de Vasconcelos e Suzano, não possuem dados relevantes de acordo, pela falta de viabilidade nos municípios, torna-se difícil realizar uma análise com coerência, em relação à microeconomia que está sendo trabalhada. Entretanto, estima-se que no setor, há ao menos, 64 clínicas veterinárias, de acordo com o Google Maps.

1.1.3. CRESCIMENTO ECONÔMICO

Segundo o site Veteduka, atualmente o mercado veterinário tem se mostrado cada vez mais presente na economia, não só no Brasil, mas também em escala mundial. Segundo dados do IPB (Instituto Pet Brasil), COMAC (Comissão dos Animais de Companhia), Abinpet (Associação Brasileira de Animais de Estimação) e IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nosso país cresceu de maneira exorbitante no decorrer desta última década em relação ao mercado pet mundial, provocando um forte balanço na economia e gerando mais oportunidades para empreendedores e veterinários que trabalham com clínica e cirurgia de animais de companhia.

1.1.4. AVANÇOS TECNOLÓGICOS

A tecnologia na veterinária brasileira já vem sendo trabalhada há bastante tempo, e com isso foi possível um avanço enorme quanto à qualidade e segurança das clínicas. Em 1933, foi regulamentada a primeira regulamentação da Medicina Veterinária no Brasil.

“O decreto representou um grande marco na evolução da profissão no Brasil. Por mais de três décadas, foi ele que estabeleceu as condições e os campos de atuação para o exercício da Medicina Veterinária. Por esse motivo, a data de publicação do Decreto 23.133, 9 de setembro, foi escolhida para comemorar o Dia do Médico-Veterinário no Brasil.” (CFMV, 2021)

“A primeira diretoria do Conselho Federal de Medicina Veterinária foi empossada em 1969, constituída exclusivamente por médicos-veterinários. Era composta por Ivo Toturella, na presidência, e Stoessel Guimarães Alves como vice-presidente. O primeiro secretário-geral foi Hélio Lobato Valle e o tesoureiro Raimundo Cardoso Nogueira.” (CFMV, 2021)

Segundo o site da Revista Clínica Veterinária, de 2001 a 2021, houve um enorme avanço tecnológico, ocorrendo, então, uma grande informatização na medicina veterinária, que trouxe vários benefícios aos adeptos, como por exemplo:

Prontuário clínico informatizado: Trata-se do benefício mais evidente do uso da informática: o acesso rápido ao histórico clínico de animais que retornam à clínica,

para examinar dados como evolução de peso, histórico de vacinas e tratamentos anteriores. Esse é o uso mais comum que se faz dos programas disponíveis, e já proporciona grande economia de tempo, mas corresponde a apenas 10% do potencial da ferramenta.

Gestão de documentos sem papel: A chave para alcançar maior lucratividade na operação é automatizar as tarefas. Uma das mais frequentes dos clínicos é a gestão de documentos, seja para fazer uma simples prescrição, armazenar um laudo de exame complementar ou elaborar uma autorização para algum procedimento específico, como uma cirurgia ou uma internação.

Além destes, a tecnologia nos traz aparelhos para facilitar, aprimorar e baratear as operações nas clínicas, como: ressonância magnética, termovisor, prontuário eletrônico e ultrassom com Doppler (já utilizada há um tempo em humanos) além de outras ferramentas portáteis, que facilitam a locomoção e o gerenciamento de espaço nas clínicas, possibilitando o trabalho de veterinários remotos.

1.2. PROBLEMA

Como otimizar a interação entre clientes e estabelecimentos veterinários, tendo em vista a perda de tempo gerada por seus meios de comunicação convencionais?

1.3. JUSTIFICATIVA

Em uma pesquisa realizada através da plataforma Google Forms na microrregião Mogi das Cruzes, no período do dia vinte de maio de dois mil e vinte e um até vinte e seis de maio de dois mil e vinte e um, foram obtidas trinta e sete respostas, na qual, 75% dos entrevistados, utilizam o telefone como meio de agendamento de consultas, e 25% vão presencialmente nas clínicas; 59,3% têm problemas ao marcar consultas para seu pet, e 29%, às vezes, sentem dificuldade em marcar consultas para o seu animal de estimação; 48,1% têm dificuldade em procurar clínicas bem avaliadas, e 7,4%, às vezes, sentem dificuldade; 25,9% levam, em média, 20 minutos para marcar uma consulta, e 14,8%, levam 30 minutos; logo, 55,5%, têm problemas em encontrar clínicas bem avaliadas e cômodas, e 40,7% têm problemas em questão de tempo de espera .

Tendo isso em vista, a implantação do projeto Clínicas Conectadas é de extrema importância para auxiliar e facilitar a busca de clínicas veterinárias, convênio e profissionais capacitados, pois os meios convencionais de comunicação entre clínica veterinária e cliente estão muito defasados, tendo em vista seu mau aproveitamento e a falta de suporte na microrregião de Mogi das Cruzes, onde inúmeras clínicas nem sequer são devidamente constatadas na ferramenta de busca que o usuário utiliza.

Com isso, o projeto é induzido, inicialmente, a proprietários de animais de estimação, na microrregião Mogi das Cruzes, que estejam à procura de alguma clínica veterinária que faça parte do seu convênio ou que realize as consultas e visitas por um preço mais acessível. Além de sua utilização por parte dos próprios estabelecimentos veterinários, para ter mais informações sobre o seu cliente.

1.4. HIPÓTESE

Desenvolver um site que possa, de forma mais eficaz, encontrar a melhor clínica (hospital e consultório) veterinário(a) para seu pet, filtrando de acordo com os interesses deles, e ao mesmo tempo, fornecer informações sobre o estabelecimento, tais como: avaliações, agendamentos, convênios etc.

1.5. OBJETIVO GERAL

Permitir uma melhor interação entre estabelecimento veterinário e cliente, tornando a comunicação entre eles mais rápida e otimizada. Otimizando, a princípio, o tempo que gastarão para se comunicarem, e o gerenciamento de informações que terão um sobre o outro.

1.5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgação de diversos estabelecimentos veterinários de acordo com as suas necessidades, analisando a localidade, preço, disponibilidade, convênios com que ele trabalha etc.;
- Realizar agendamento de consultas e visitas ao estabelecimento direto do site, estando disponível ao usuário a agenda de cada estabelecimento;
- Disponibilizar um sistema de avaliações tanto para o cliente quanto para o estabelecimento no qual o cliente poderá ver a avaliação em relação ao

atendimento e infraestrutura do estabelecimento e o estabelecimento poderá consultar informações do cliente como nível de comparecimento às consultas agendadas e as informações do seu pet.

2. METODOLOGIA

Este capítulo apresenta especificamente a metodologia, que se refere aos métodos usados para criação, planejamento e desenvolvimento de projetos. Com o objetivo de facilitar a organização e execução das tarefas necessárias à conclusão do software.

2.1. ANÁLISE DE REQUISITOS

Para se aproximar do público e entender a área em que atua, é necessário mapear e pontuar os requisitos necessários à execução do projeto. Esta etapa é muito importante porque define os atributos do site e a relação entre os usuários e as diferentes áreas do site. Como resultado, o tempo de execução pode ser reduzido, quaisquer erros podem ser eliminados e a possibilidade de falha do produto pode ser evitada.

2.1.1. REQUISITOS FUNCIONAIS

Tabelas de Requisitos Funcionais		
Nome	Código	Descrição
Cadastro de Usuário	RF01	Permite que o usuário crie seu perfil com seus dados e tenha acesso aos recursos da plataforma
Cadastro de Estabelecimento Veterinário	RF02	Permite que o estabelecimento veterinário crie seu perfil com seus dados e tenha acesso aos recursos da plataforma
Login	RF03	É o resultado de várias credenciais que servem para identificar o usuário ou o estabelecimento veterinário
Perfil	RF04	O usuário ou o estabelecimento veterinário será capaz de visualizar e alterar seus dados cadastrados
Avaliar	RF05	O usuário poderá avaliar pelo método de estrelas cada clínica que ele utilizou, podendo deixar um comentário também

Agendar	RF06	O usuário poderá agendar uma consulta/visita diretamente pelo site, de modo que se encaixe na agenda do estabelecimento
Cancelamento	RF07	O usuário poderá cancelar o agendamento de alguma consulta, caso esteja de acordo na regulamentação do estabelecimento veterinário
Home do Visitante	RF08	A página se adapta ao ser acessada por um visitante sem cadastro
Home do Usuário	RF09	A página se adapta caso o usuário já esteja cadastrado, mostrando conteúdos adaptados ao seu perfil
Home do Estabelecimento Veterinário	RF10	A página se adapta ao ser acessado por um estabelecimento veterinário
Home do Veterinário Autônomo	RF11	A página se adapta caso o usuário esteja cadastrado como veterinário autônomo
Convênio	RF12	O usuário terá acesso ao plano/convênio contratado por ele, contanto que tenha registrado

Tabela 1 - Requisitos Funcionais

2.1.2. REQUISITOS NÃO FUNCIONAIS

Tabelas de Requisitos Não Funcionais		
Nome	Código	Descrição
Conexão	RF01	Velocidade de conexão mínima: 1 megabit
Navegador	RF02	Recomendado a utilização do navegador Google Chrome para evitar quaisquer inconveniências
Utilização	RF03	Recomendado o uso de Desktop para uma melhor visualização
Sistema Operacional	RF04	Qualquer sistema operacional com compatibilidade de navegador com HTML5

Tabela 2 - Requisitos Não Funcionais

2.2. TÉCNICAS UTILIZADAS

As técnicas utilizadas para o reconhecimento dos requisitos foram baseadas, principalmente, em pesquisa, na qual, obtivemos dados do mercado e da área de atuação através de diversas pesquisas especializadas, incluindo questionários, importantíssimos para estudar as dificuldades e dores do cliente.

Inclusive, debate de ideias (brainstorming) que consiste em uma reunião dos pensamentos e ideias de todos os membros de uma equipe foi utilizada a fim de resolver a situação problema do projeto.

2.3. MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

O modelo escolhido para a realização do projeto foi o Kanban (modelo desenvolvido pela Toyota, no final da década de 40, como uma forma de melhorar o processo de fabricação de veículos), também denominada como sistema visual de comunicação, que utiliza cartões de diferentes cores e tamanhos para designar e especificar tarefas, auxiliando a gestão de produção e o controle de fluxos de atividades, deixando as tarefas secundárias para serem realizadas apenas quando as principais estiverem finalizadas.

O principal diferencial do modelo Kanban é como cada passo é gerenciado, para cada coluna, é dada uma cor de cartão. A depender da necessidade, símbolos e números também podem ser utilizados, com o objetivo de sinalizar uma particularidade, tendo como objetivo integrar a equipe e unificar, de modo prático, as informações.



Figura 1 - Kamban

A ideia é deixar as tarefas dispostas em um modelo visual de forma que todos os tópicos relacionados a documentação, requisitos ou reuniões de equipes estejam apresentados mais organizadamente, otimizando o tempo de produção e planejamento do projeto.

2.4. CANVAS

O Canvas é uma ferramenta inventada por Alexander Osterwalder, que a criou com o objetivo de auxiliar na elaboração de estratégias para o seu negócio, permitindo desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes em uma única página.

É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos do modelo de negócios.

VetTréck



Figura 2 - Canvas

3. ANÁLISE DE SISTEMAS

Análise de Sistemas é caracterizada pelo estudo, planejamento, estruturação e esquematização do uso de dados a fim de selecionar os melhores meios para que o sistema possa ser utilizado de forma mais otimizada.

3.1. ANÁLISE DE BANCO DE DADOS

No banco de dados “Vet Treck” conta com a entidade “Usuário”, que tem como função armazenar as informações de cadastro inseridas. Na qual, possui 10 atributos, sendo eles: nome, data de nascimento, email, senha, cep, cpf, tipo de usuário, animal de estimação, dentre outros.

A entidade “Estabelecimento” possui as informações das instituições veterinárias cadastradas, tendo como atributos: cnpj e o tipo de estabelecimento (Hospital, Clínica e Consultório). A entidade "Animal", possui as informações cadastradas pelo usuário, como: nome do animal, raça, data de nascimento e convênio.

A entidade “Avaliações”, conta com opiniões sobre o estabelecimento, tendo como atributos: nome do estabelecimento, nome do usuário que avaliou, feedback e a avaliação de 0 a 5. Ademais, temos a entidade “Admin”, que tem como função administrar o site para precaver possíveis erros criados pelos usuários, possuindo 3 atributos, tendo como principais: e-mail e senha.

Na entidade “Agenda” conta com as consultas marcadas pelo usuário, tendo 5 atributos, sendo: nome do usuário, nome do estabelecimento, data e endereço. Por fim, a entidade “Serviço”, que conta com os serviços prestados de cada estabelecimento, tendo 4 atributos, prevalecendo: serviço e preço.

3.1.1. Dicionário de Dados

Entidade: Usuário

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_usuario_pk	Numérico		Auto incremento
nome_usuario	Texto	50	
data_nasc_usuario	Data		Formato dd/mm/aaaa
email_usuario	Texto	100	Formato _@_.com

senha_usuario	Texto	100	
endereco_usuario	Texto	200	
conv_usuario	Texto	100	
cpf_usuario	Texto	14	Formato _____.____.____-____
tipo_usuario	Texto		
id_animal_fk	Numérico		Auto Incremento

Tabela 3 - Dicionário de Dados – Dicionário de Dados

Entidade: Estabelecimento

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_estabelecimento_pk	Numérico		Auto incremento
nome_estabelecimento	Texto	50	
cnpj	Texto		
tipo_estabelecimento	Texto	50	
endereco_estabelecimento	Texto		

Tabela 4 – Estabelecimento – Dicionário de Dados

Entidade: Animal

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_animal_pk	Numérico		Auto incremento
nome_animal	Texto		
data_nasc_animal	Data		Formato dd/mm/aaaa
conv_usuario_fk	Texto	100	
id_usuario_fk	Numérico		Auto incremento

Tabela 5 - Animal - Dicionário de Dados

Entidade: Avaliações

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
Id_avaliacao_pk	Numérico		Auto Incremento
id_estabelecimento_fk	Numérico		Auto Incremento
id_usuario_fk	Numérico		Auto Incremento
feedback	Texto		
avaliacao	Numérico		

Tabela 6 - Avaliações - Dicionário de Dados

Entidade: Admin

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_admin_pk	Numérico		Auto incremento
email_admin	Texto	100	Formato _@_.com
senha_admin	Texto	100	

Tabela 7 – Admin – Dicionário de Dados

Entidade: Agenda

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_agenda_pk	Numérico		Auto incremento
id_usuario_fk	Texto	256	
data	Texto	100	
nome_estabelecimento_fk	Texto		
endereco_estabelecimento_fk	Texto		
hora	Texto		

Tabela 8 - Agenda - Dicionário de Dados

Entidade: Serviço

Atributo	Domínio	Tamanho	Descrição
id_servico	Numérico		Auto incremento
servico	Texto	256	
preco	Numérico	100	
id_estabelecimento_fk	Numérico		

Tabela 9 - Serviço - Dicionário de Dados

3.1.2. MER

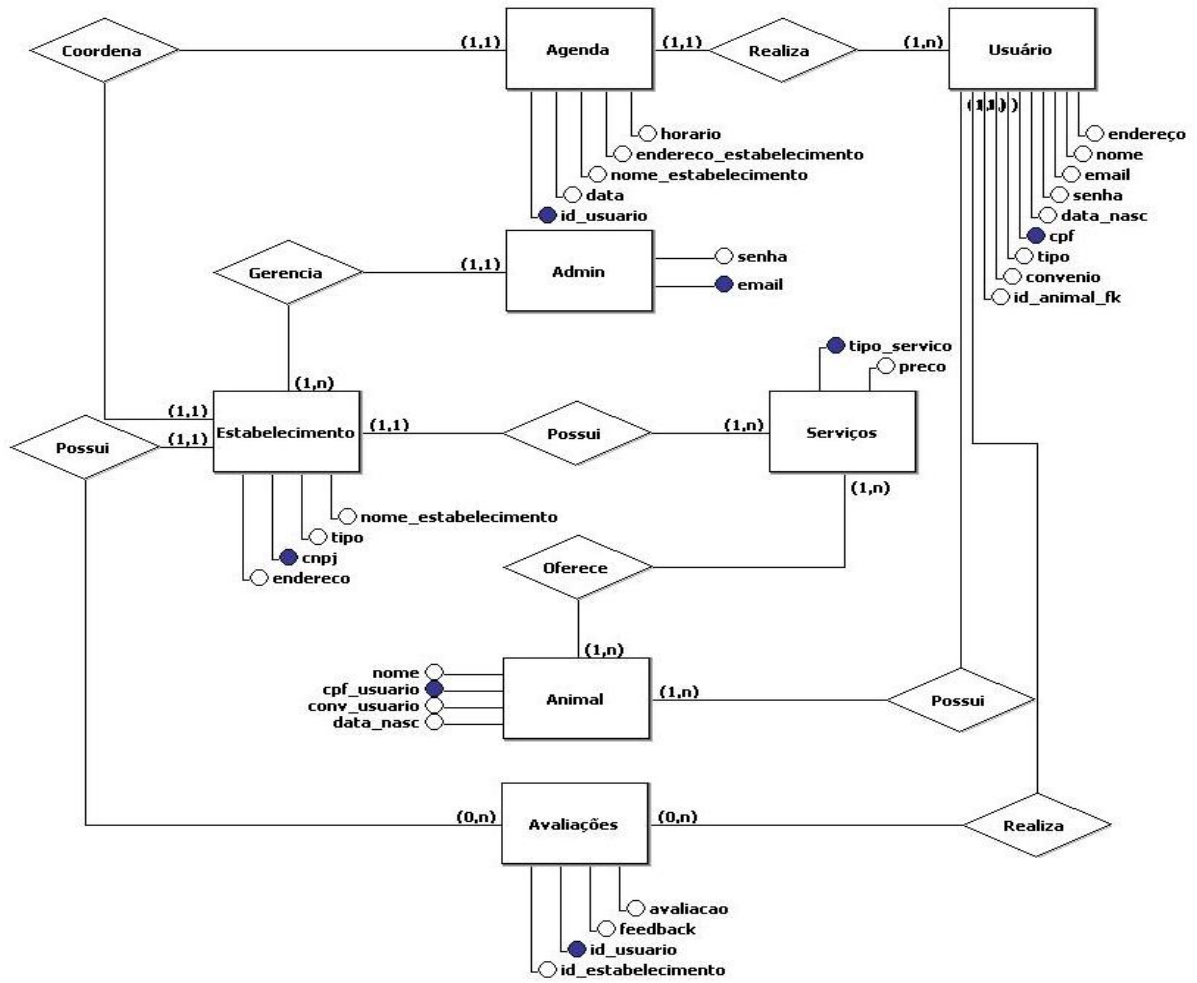


Figura 3 - MER

4. PLANO DE DIVULGAÇÃO DO PRODUTO

O plano de divulgação corresponde ao planejamento e estratégia de marketing utilizado pela marca para intermediar a comunicação da empresa com os consumidores do produto. O meio da propaganda tornou-se um dos meios mais utilizados para informar ao consumidor sobre o produto ou serviço em questão.

4.1. FORMAÇÃO DA EMPRESA

A equipe VetTréck é formada por dois estudantes da Escola Técnica de Poá cursantes de Informática para a Internet, Breno Lemes Santiago e Leonardo Miranda Nogueira. O projeto surgiu a partir de observações do nosso próprio cotidiano onde um de nós percebeu a dificuldade ao marcar consultas para seus pets e relatou ao outro, e, a partir de um Master Mind, desenvolvemos o nosso projeto atual.

4.2. LOGO E SLOGAN

Logo Versão Principal



Figura 4 - Logo Principal

Logo Versão Branca



Figura 5 - Logo preto e branco

Padrão de Cores


	COLOR NAME	RGB	HEX
	Yellow Orange	247, 147, 30	#fbb03b

Figura 6 - Padrão de Cores

Slogan

“Amar é cuidar”

O slogan foi escolhido justamente por resumir o que o nosso projeto irá fazer: fornecer o necessário para o melhor tratamento ao seu pet.

4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão

Aprimorar e otimizar o relacionamento/interação entre clientes e estabelecimentos veterinários, de forma a acessibilizar a informação em ambos os lados para que possam economizar tempo e dinheiro além de ter uma maior satisfação no consumo ou prestação do serviço.

Visão

Se tornar a principal ferramenta de acesso à prestação de serviços no âmbito veterinário.

Valores

Alcançar os objetivos almejados oferecendo ao cliente um serviço de excelência e 100% verdadeiro, de modo que estes possam confiar ao site a busca por informações que irão contribuir no momento de escolha de serviços veterinários do cliente a partir de valores como:

- Assistência e suporte de excelência ao usuário/cliente e parceiros;
- Ética;
- Inovação (produto de um constante aprendizado e aprimoramento);
- Responsabilidade pelo serviço que prestamos e paixão por entregar o melhor às pessoas e aos animais.

4.4. DIVULGAÇÃO

Os principais meios de comunicação se focam no impulsionamento do site pelos navegadores de forma a gerar um relevante tráfego pago além do orgânico gerado por mecanismos comuns de pesquisa. Divulgação por redes sociais também farão parte do nosso marketing digital, de forma que estes também serão impulsionados por seus mecanismos pagos, além de permitir um melhor contato com o público-alvo.

5. PROJETO

Apresentação, pela perspectiva do usuário, do site VetTréck.

5.1. Telas - Desktop

- Home

Nesta página, o usuário tem acesso as principais informações do site e suas funções.



Figura 7 - Home

- Login

Página destinada ao login do usuário no caso de ele já estar cadastrado.

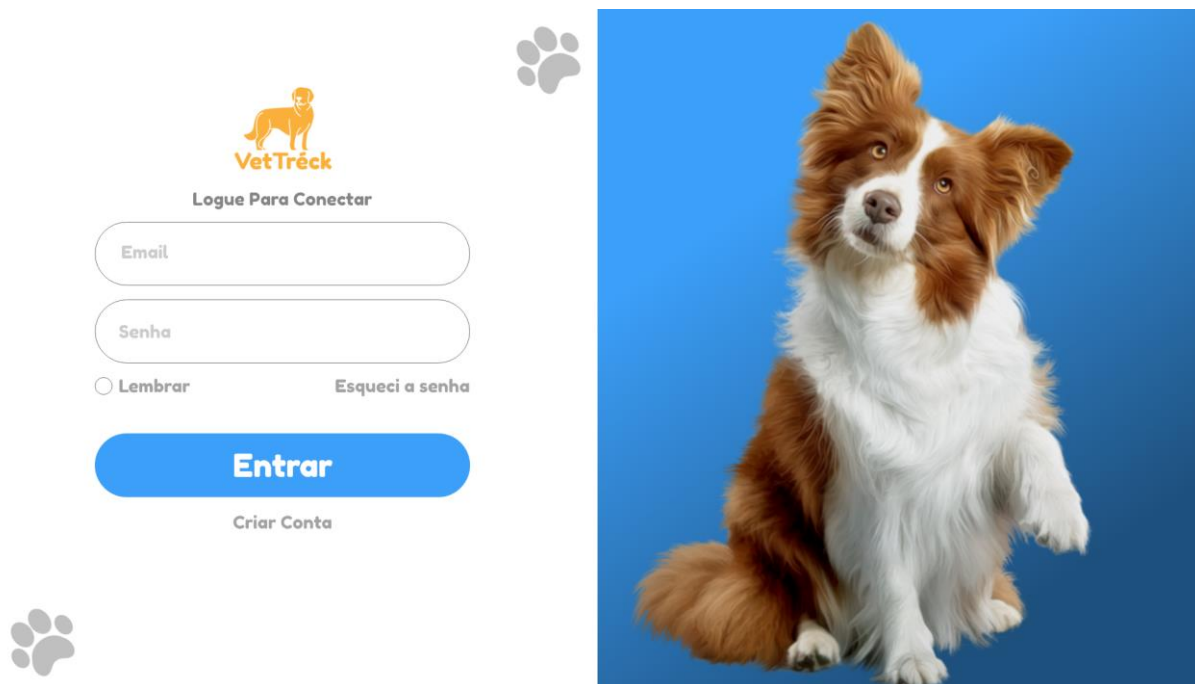


Figura 8 - Login

- Cadastro de usuário comum

No caso de o usuário não possuir cadastro no nosso site, ele será direcionado para esta página onde poderá se registrar com suas informações pessoais.

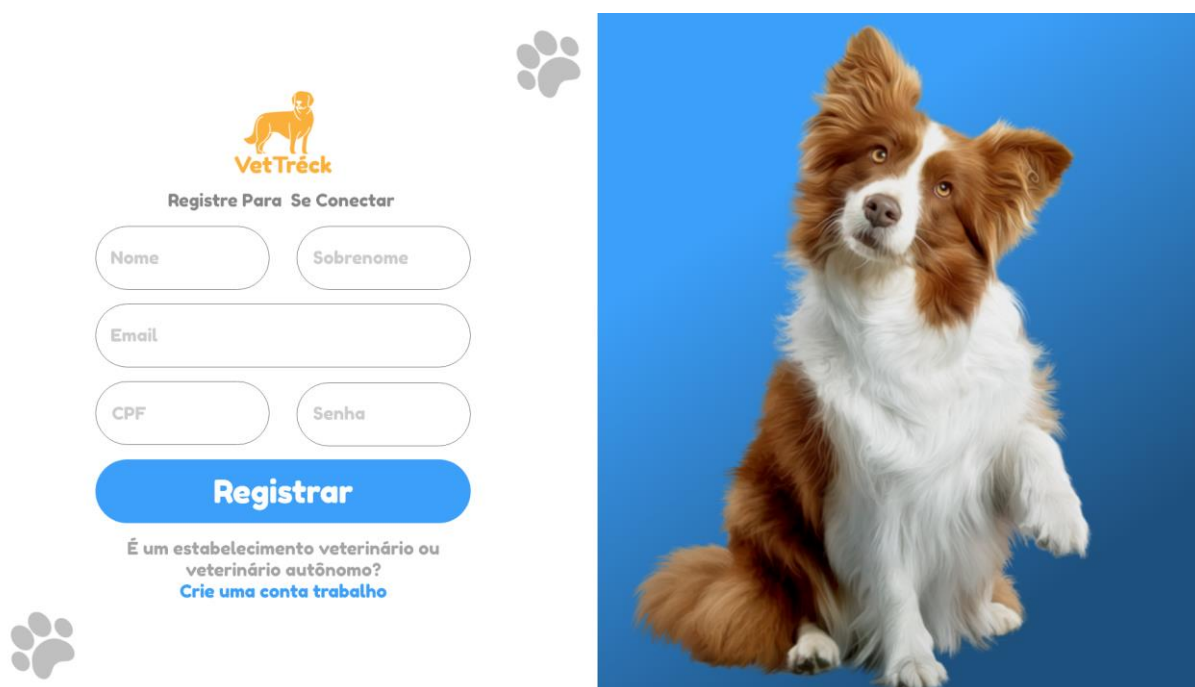


Figura 9 - Cadastro de Usuário Comum

- Perfil do usuário

O usuário será redirecionado para esta página após concluir seu registro, aqui ele poderá colocar algumas informações adicionais além de adicionar os seus animais de estimação com as informações básicas dele para o site possa se adaptar de acordo com as preferências e necessidades do usuário.

The image displays two screenshots of a web application interface. The left screenshot shows a registration form for adding a pet. It features the VetTrêck logo and navigation links: 'Início', 'Clínicas', 'Veterinário', and 'Home'. The form is titled 'Cadastre o(s) seu(s) pet(s) aqui!' and contains five input fields: 'Espécie', 'Raça', 'Convênio' (with a dropdown arrow), 'Nome', and 'Data de Nascimento'. A large blue button labeled 'Adicionar' is positioned below the form. The right screenshot shows the user's profile page for 'Leonardo Miranda'. It includes a user profile icon and name at the top right. The main heading is 'Leonardo Miranda' followed by 'Informações adicionais'. There are two input fields: 'Endereço' and 'Telefone'. A large orange button labeled 'Confirmar' is centered below these fields. At the bottom, there is a link that says 'Quer editar seus dados? Clique aqui'.

Figura 10 - Perfil do Usuário

- Perfil do usuário - 2

Esta página será apresentada após a etapa anterior, onde os dados do usuário serão enviados, bem como as informações de seus animais de estimação.

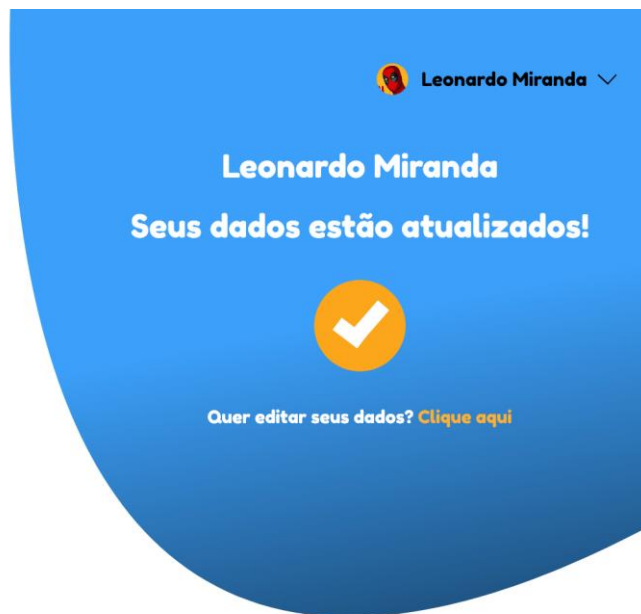
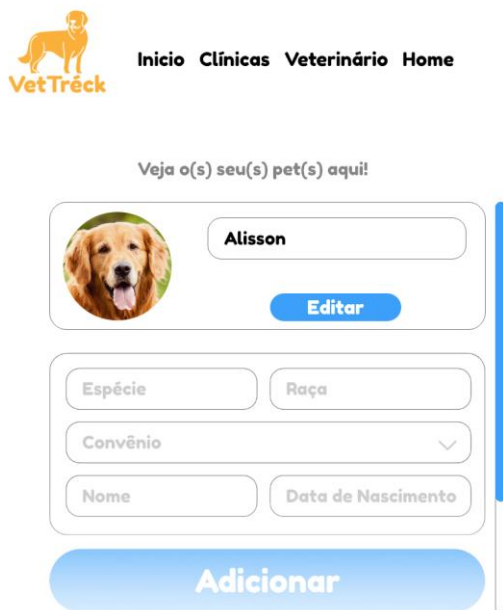


Figura 11 - Perfil do Usuário Atualizado

- Estabelecimento/veterinário autônomo

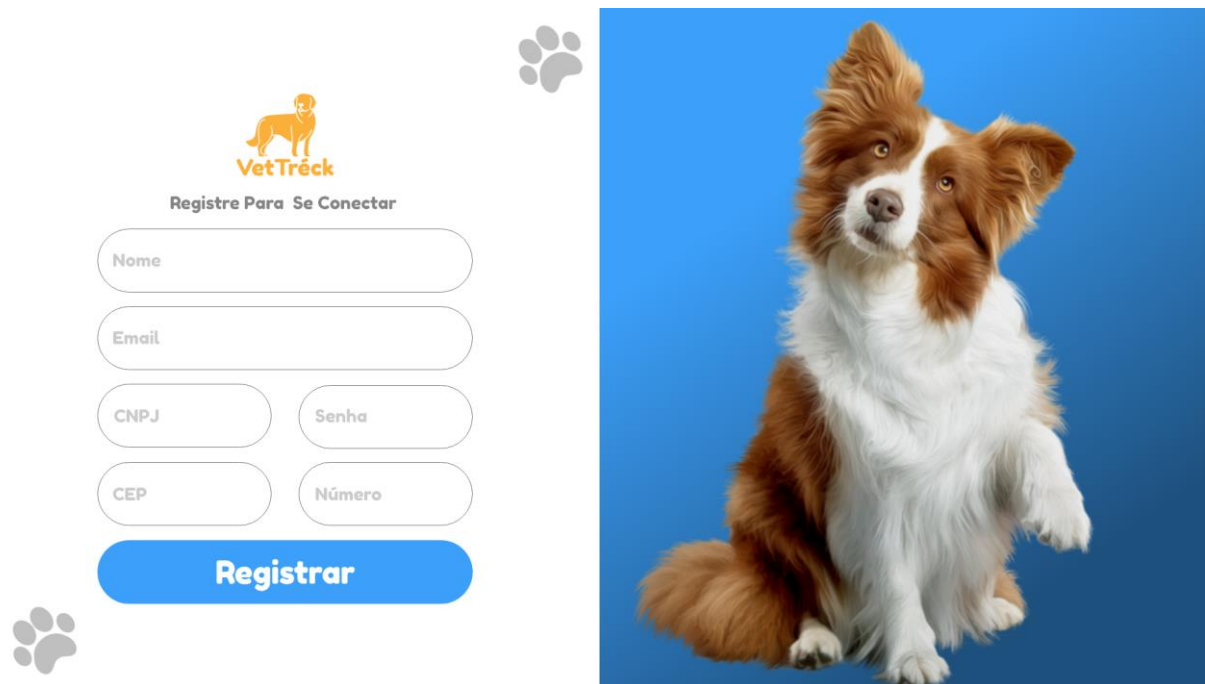
Esta página será exibida se caso no cadastro de usuário for escolhida a opção abaixo “Crie uma conta trabalho”, onde ele deverá escolher se deseja se cadastrar como estabelecimento ou veterinário autônomo.



Figura 12 - Estabelecimento Veterinário/Veterinário

- Cadastro de estabelecimento

Esta aba será mostrada caso o usuário escolha estabelecimento, e, assim como no cadastro de usuário comum, ele poderá se registrar com as informações correspondentes ao formulário.



The image shows a registration form for VetTrék establishments. At the top left is the VetTrék logo, which features a stylized orange dog silhouette above the text 'VetTrék'. Below the logo is the text 'Registre Para Se Conectar'. The form consists of several input fields: 'Nome' (Name), 'Email', 'CNPJ', 'Senha' (Password), 'CEP', and 'Número'. A prominent blue button labeled 'Registrar' is positioned at the bottom of the form. To the right of the form is a photograph of a brown and white dog, possibly a Border Collie, sitting against a blue background. There are also two grey paw print icons: one above the form and one to the left of the bottom of the form.

Figura 13 - Cadastro de Estabelecimento

- Estabelecimento - 2

Esta página será direcionada à adição de informações específicas ao estabelecimento, onde ele poderá colocar as particularidades de sua clínica, consultório ou estabelecimento de forma que ajude o site escolher os clientes que mais se adequem aos serviços do estabelecimento.



Início Clínicas Veterinário Home

Cadastre o seu estabelecimento


Endereço

Tipo de estabelecimento

Telefone

Endereço

Confirmar



Hospital VetBom


Adicione uma foto de seu estabelecimento

Fazer upload de arquivo

Figura 14 - Perfil do Estabelecimento

- Cadastro de veterinário autônomo

Esta página será exibida no caso de o usuário ter escolhido a opção “veterinário”, onde ele poderá adicionar suas informações básicas para cadastro.



Registre Para Se Conectar

Nome

Sobrenome

Email

RM

Senha

CPF

Número

Registrar




Figura 15 - Cadastro de Veterinário Autônomo

- Cadastro de veterinário autônomo - 2

Esta página será exibida após os usuários veterinários autônomos concluírem seu registro, página esta que será direcionada para a adição de informações adicionais que irão ajudar a selecionar os usuários que precisem de seus serviços.

A imagem mostra duas partes de uma interface web. À esquerda, o formulário de cadastro de um veterinário autônomo. No topo, há o logo 'VetTrêck' com uma ilustração de um cão e o menu 'Início Clínicas Veterinário Home'. Abaixo, o texto 'Cadastre o(s) seu(s) pet(s) aqui!' precede quatro campos de entrada: 'Especialidade' (menu suspenso), 'Data de nascimento' (menu suspenso), 'Telefone' e 'Endereço'. Um botão laranja 'Confirmar' está na base. À direita, o perfil de 'Leonardo Miranda' em um cartão azul. No topo, o nome 'Leonardo Miranda' e um ícone de perfil com uma seta para baixo. Abaixo, o nome 'Leonardo Miranda' e o texto 'Adicione uma foto sua' com um ícone de pessoa. Um botão laranja 'Fazer upload de arquivo' com um ícone de upload está na base.

Figura 16 - Perfil do Veterinário Autônomo

- Principal

Esta página será o centro do site, onde a proposta do projeto será executada, ou seja, o usuário poderá observar os estabelecimentos veterinários selecionados de acordo com seus dados fornecidos. Aqui ele poderá filtrar pelo preço, avaliação e localização.

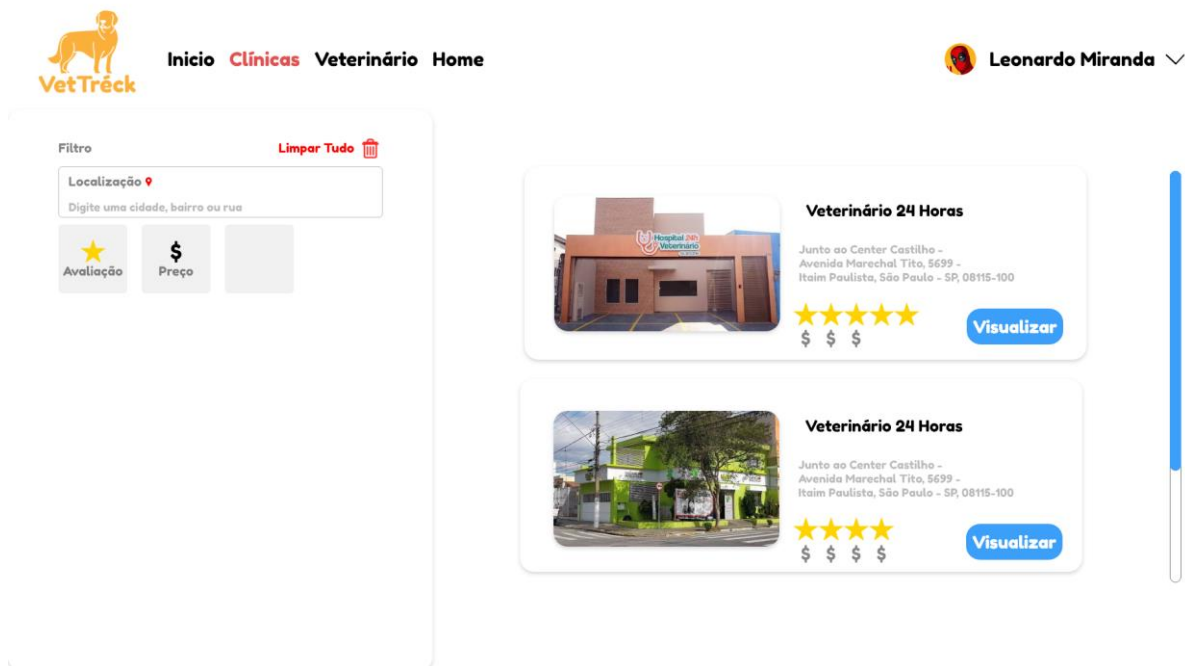


Figura 17 - Clínicas

- Principal - 2

Esta aba mostra algumas funcionalidades de navegação relacionadas ao usuário, funcionalidades estas que serão mostradas após o usuário clicar na setinha ao lado de seu perfil.

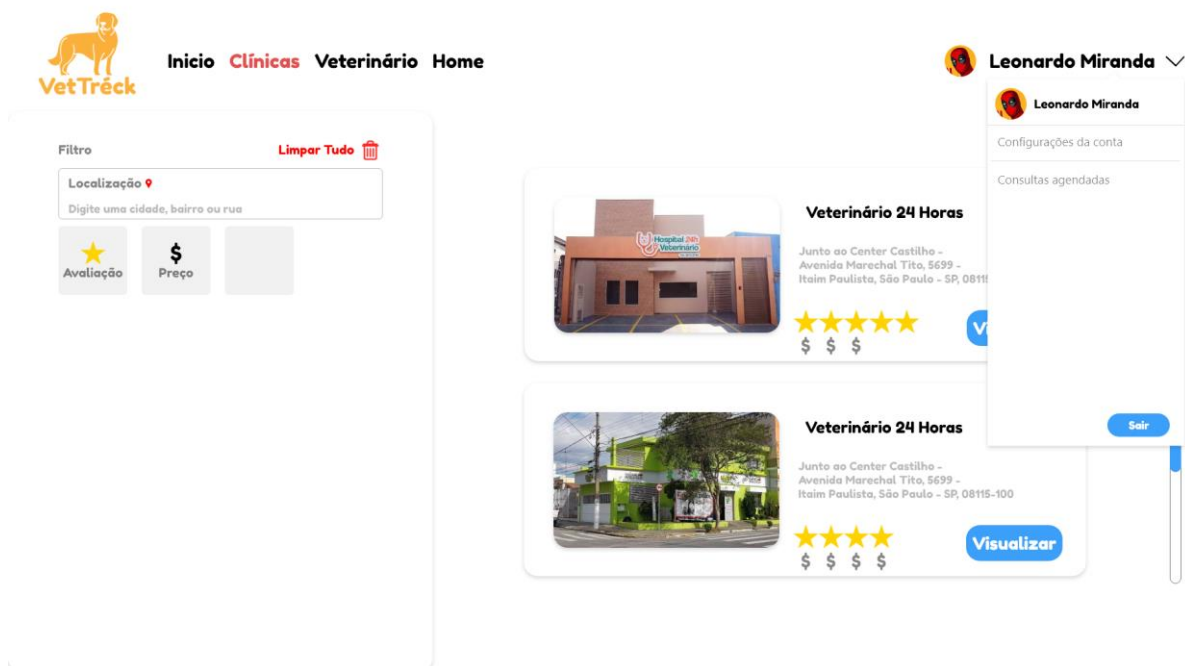


Figura 18 - Funcionalidades do Usuário

- Principal - 3

Esta aba será apresentada após o usuário clicar no botão “visualizar” em algum estabelecimento veterinário, onde será mostrado informações adicionais do estabelecimento de interesse, tais como as imagens do local, endereço e número.

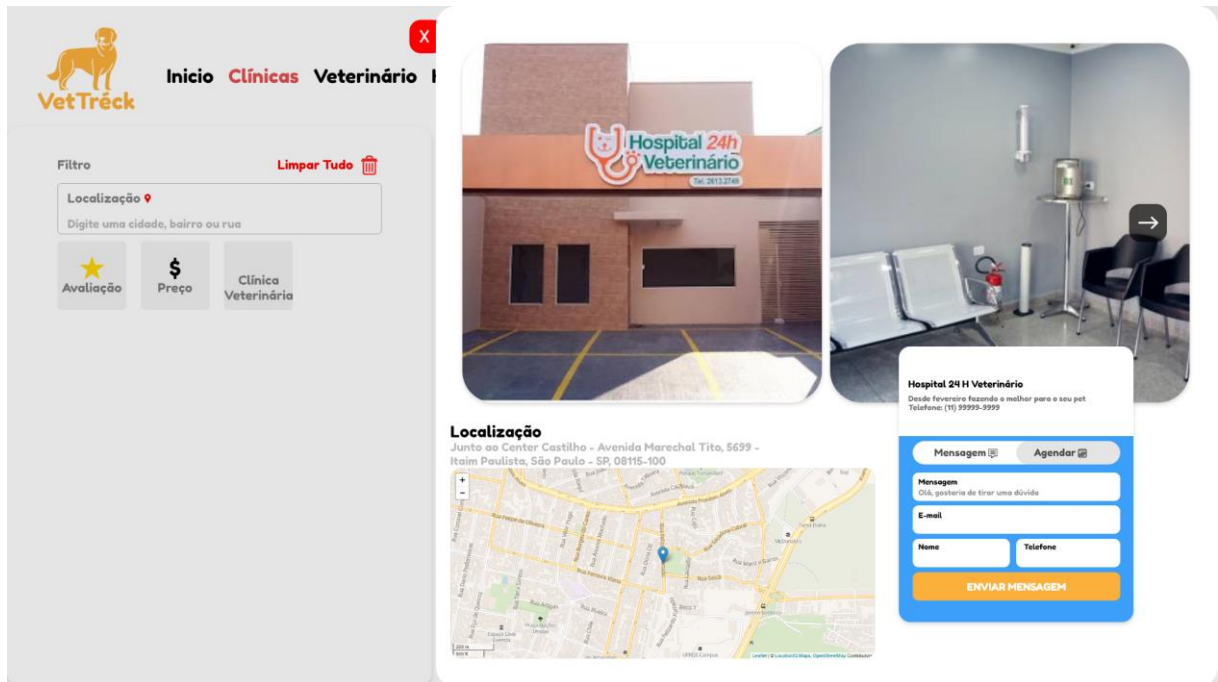


Figura 19 - Visualizar Clínica

- Principal - 4

Aqui mostramos a função do calendário, onde o usuário poderá escolher o serviço de interesse, olhar a agenda do estabelecimento pelo calendário e escolher o melhor dia para sua consulta.

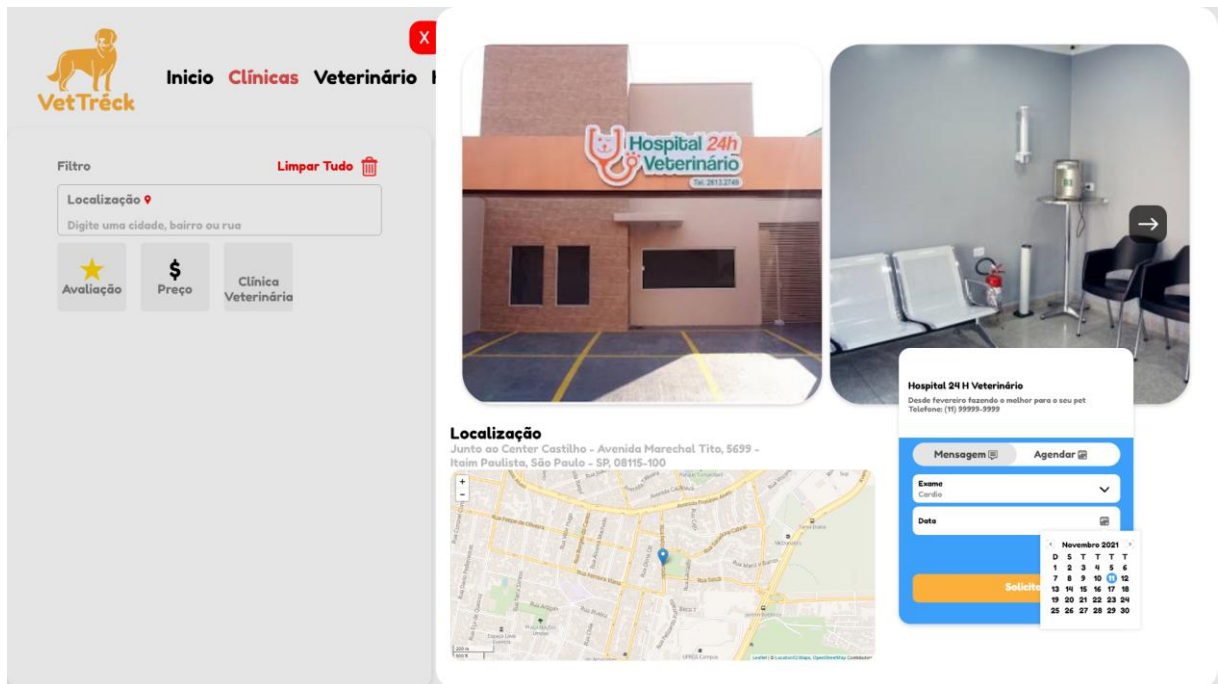


Figura 20 - Mensagem - Clínica

- Principal - 5

Aqui mostramos a funcionalidade do campo de horário, onde o usuário poderá escolher o horário que deseja agendar sua consulta.

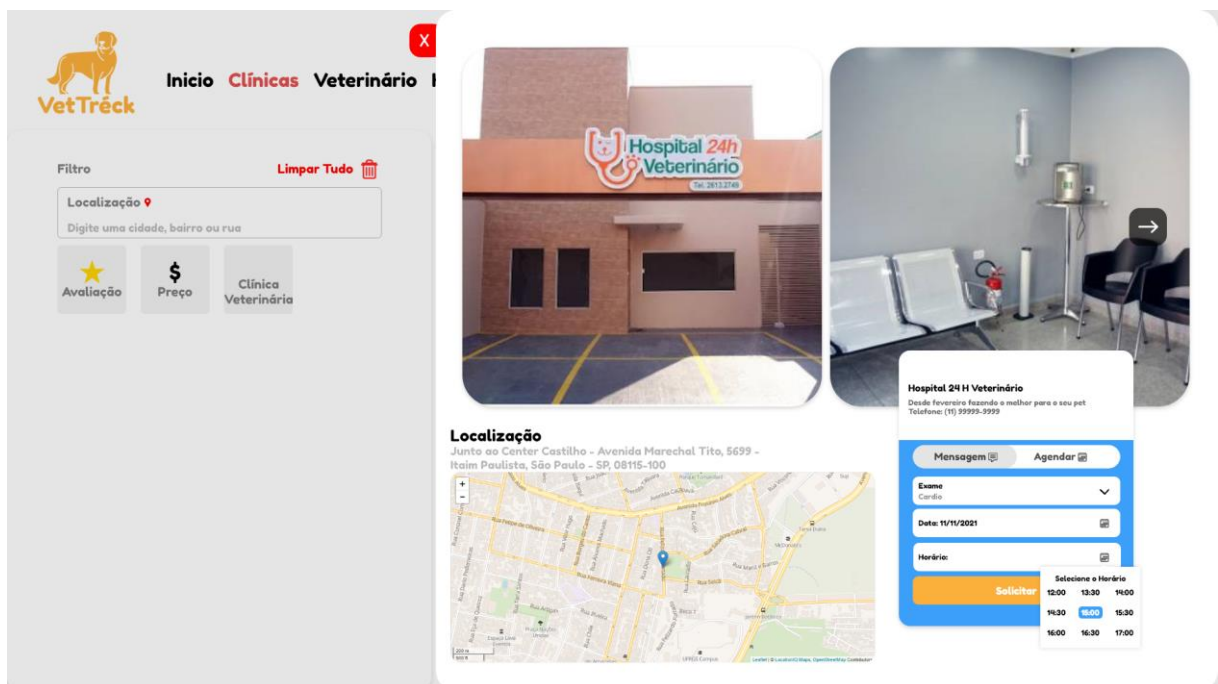


Figura 21 - Agendar - Clínica

- Principal - 6

Após escolhido o serviço, data e horário o usuário poderá agendar a sua consulta.

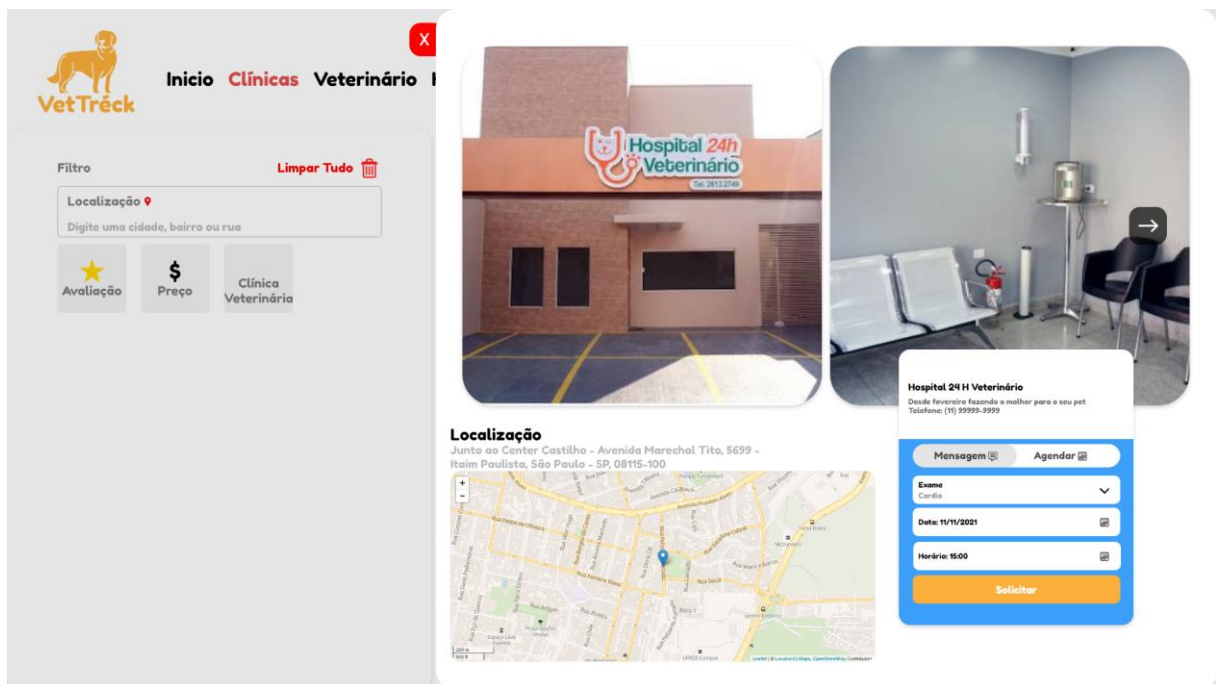


Figura 22 - Data - Clínica

- Principal - vet

Esta aba será exibida quando o usuário for clicar no botão “Veterinário” localizado no cabeçalho do site. Aqui o usuário poderá observar os usuários autônomos que mais se enquadram no seu perfil além de poder filtrar de acordo com seu interesse.

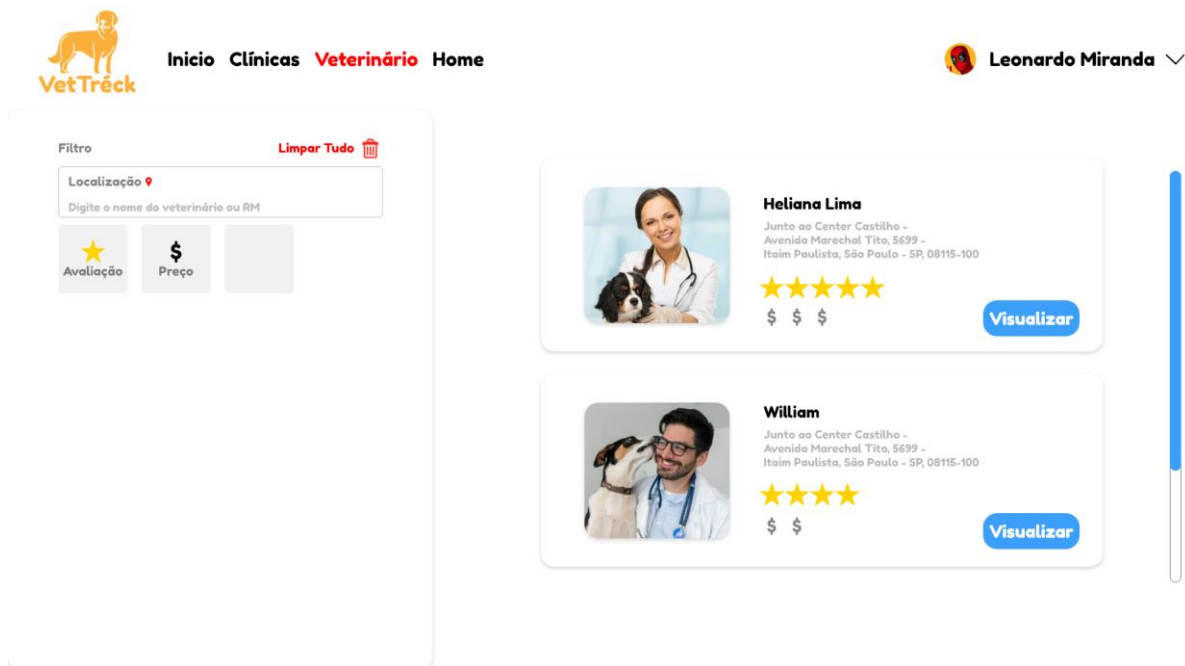


Figura 23 - Veterinário

- Principal - vet - admin

Esta página é restrita apenas ao usuário com login de administrador, onde ele poderá gerenciar o conteúdo do site, bem como os perfis estabelecimentos veterinário e de veterinários autônomos.

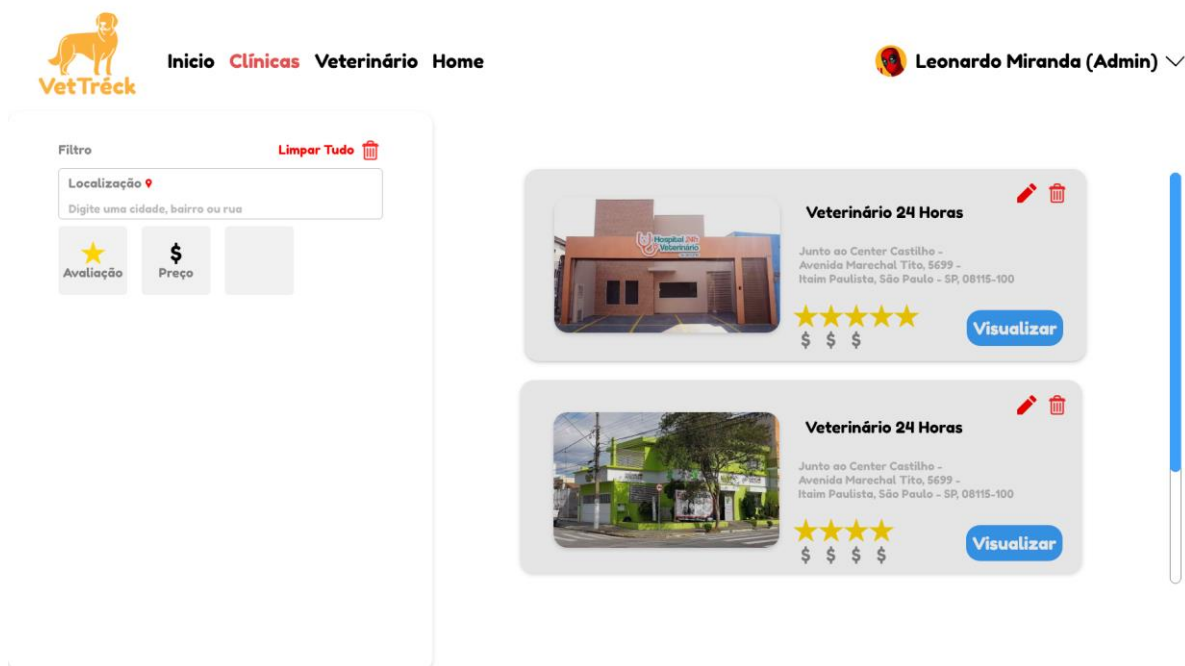


Figura 24 - Clínica - Admin



Filtro Limpar Tudo

Localização
Digite o nome do veterinário ou RM

Avaliação Preço



Heliana Lima

Junto ao Center Castilho -
Avenida Marechal Tito, 5699 -
Itaim Paulista, São Paulo - SP, 08115-100

★★★★★
\$ \$ \$

[Visualizar](#)



William

Junto ao Center Castilho -
Avenida Marechal Tito, 5699 -
Itaim Paulista, São Paulo - SP, 08115-100

★★★★★
\$ \$

[Visualizar](#)

Figura 25 - Veterinário - Admin

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A falta de acessibilidade na área veterinária ficou evidente ao nos aprofundarmos na área, uma vez que o constante crescimento deste segmento não foi recíproco quanto à informatização deste. Por mais que o mercado veterinário cada vez mais tomando seu espaço, ainda vemos diversos problemas relatados devido à inviabilidade que o acesso à estabelecimentos veterinários vêm apresentando

Pensando em ajudar não só as pessoas que necessitam destes serviços, mas também auxiliar os provedores destes através de um site que relacionasse os dois, o projeto foi elaborado e executado pela equipe, que aprendeu ao mesmo tempo.

Durante a análise de mercado e outras pesquisas especializadas, aprendemos muito sobre como funciona este segmento, tanto economicamente quanto socialmente para que desta forma pudéssemos entender a área por completo. Com isso, nós entendemos as dores do mercado e como poderíamos saná-la efetivamente.

Aprendemos, também, a trabalhar em equipe para manter uma constância de produtividade e um bom relacionamento enquanto parceiros de projeto. A divisão de tarefas, o cumprimento de metas, tudo dentro de prazos previamente estipulados. A partir disto, pudemos concluir que foi um trabalho edificante por ambos os lados, os valores adquiridos são únicos e serão de grande serventia no mercado de trabalho. Quanto ao produto, temos muito orgulho e satisfação pelo resultado alcançado.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ BONA. **Microeconomia e Macroeconomia: quais as diferenças?** Disponível em: <https://andrebona.com.br/microeconomia-e-macroeconomia-quais-as-diferencas/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

BIO BRASIL. **O futuro do mercado de clínica médica veterinária.** Disponível em: <https://biobrasil.com.br/o-futuro-do-mercado-de-clinica-medica-veterinaria/>. Acesso em: 08 abril. 2021.

CENSO PET. **Censo Pet: 139,9 milhões de animais de estimação no Brasil.** Disponível em: [http://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-de-estimacao-no-brasil/#:~:text=A%20maior%20concentra%C3%A7%C3%A3o%20de%20gatos,Gerais%20\(10%2C0%25\)](http://institutopetbrasil.com/imprensa/censo-pet-1393-milhoes-de-animais-de-estimacao-no-brasil/#:~:text=A%20maior%20concentra%C3%A7%C3%A3o%20de%20gatos,Gerais%20(10%2C0%25).). Acesso em: 16 mar. 2021.

CLÍNICA VETERINARIA. **Informática na medicina veterinária.** Disponível em: <https://revistaclinicaveterinaria.com.br/blog/informatica-na-medicina-veterinaria/>. Acesso em: 16 mar. 2021

ESTADO DE MINAS. **No Brasil, 44,3% dos domicílios possuem pelo menos um cachorro e 17,7%, um gato.** Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2016/07/28/interna_nacional,788614/no-brasil-44-3-dos-domicilios-possuem-pelo-menos-um-cachorro-e-17-7.shtml. Acesso em: 16 mar. 2021.

VETEDUKA. **O crescimento do mercado veterinário no Brasil.** Disponível em: <https://veteduka.com.br/o-crescimento-do-mercado-veterinario-no-brasil/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

CFMV. **História institucional.** Disponível em: <https://www.cfmv.gov.br/historia-4/institucional/2019/10/29/>. Acesso em 16 mar. 2021.

ELIZEIRE, MARIANE BRASCHER. **Expansão do mercado pet e a importância do marketing na medicina veterinária.** Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/80759>. Acesso em 25 nov. 2021

ADRIANA LEÃO DE CARVALHO et. al, 2009. **A importância do marketing pessoal para o médico veterinário atuante no mercado pet.** Disponível em: <http://sustenere.co/index.php/rbadm/article/view/CBPC2179-684X.2019.004.0002/1804> Acesso em 25 nov. 2021

FREDERICO JOSÉ SOUTO DE FREITAS. **Ensino de administração nos cursos de medicina veterinária.** Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/74/74134/tde-16032017-095538/publico/ME8899623COR.pdf>. Acesso em 25 nov. 2021

RAÍSA DUQUIA GIUMELLI. **Convivência com animais de estimação: um estudo fenomenológico.** Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-68672016000100007 . Acesso em 25 nov. 2021

GABRIELA OLIVEIRA FONSECA. **Análise Mercadológica do segmento PET: estudo de caso utilizando aprendizado de máquina.** Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/324951034_Pet_segment_market_analysis_case_study_using_machine_learning. Acesso em: 25 nov. 2021

CARLA TATIANE GRAF. **O comportamento do consumidor no mercado PET e a relação entre os cães e as pessoas.** Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/4643/Carla%20Tatiane%20Graf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 nov. 2021

APÊNDICE A e B – Termos de Uso e Privacidade

Termos e Condições de Uso

Seja bem-vindo ao VetTréck!

Estes termos e condições descrevem as regras de uso do site da empresa VetTréck, localizada no endereço vettreck.com.br.

Ao acessar este site, consideramos que você está de acordo com os termos e condições abaixo. Não continue a usar o VetTréck caso você discorde dos termos e condições descritos neste contrato.

Cookies:

O site usa cookies para ajudar na personalização da sua experiência na internet. Ao acessar o site VetTréck, você concorda com o uso dos cookies requeridos.

Cookies são arquivos de texto inseridos no seu disco rígido por um servidor de página web. Os cookies não têm permissão para executar programas ou transferir vírus para seu computador. Os cookies são associados exclusivamente a você e só podem ser lidos pelo servidor web do domínio que emitiu o cookie.

Nós podemos usar cookies para coletar, armazenar ou rastrear informações para finalidades estatísticas e mercadológicas do nosso site. Você tem a opção de aceitar ou rejeitar os cookies opcionais. Existem alguns cookies obrigatórios, que são necessários para o funcionamento de nosso site. Esses cookies obrigatórios são requerem seu consentimento. Por favor tenha em mente que, ao aceitar os cookies obrigatórios, você também estará aceitando cookies de terceiros, que podem ser usados por terceiros caso você utilize serviços fornecidos por eles em nosso site – por exemplo, uma janela de reprodução de vídeo fornecida por empresas terceiras e integrada ao nosso site.

Licença:

Exceto em casos em que for indicado o contrário, VetTréck e seus licenciados têm direito à propriedade intelectual de todo o material postado no VetTréck. Todos os direitos à propriedade intelectual são reservados.

Você não tem permissão para:

- Copiar ou republicar materiais do VetTréck
- Vender, alugar ou sublocar materiais do VetTréck
- Reproduzir, duplicar ou copiar materiais do VetTréck
- Redistribuir conteúdos do VetTréck

Este Acordo terá efeito a partir da data presente.

Partes deste site oferecem ao usuário a oportunidade de postar e discutir opiniões e informações em determinadas áreas. VetTréck não filtra, edita, publica ou revisa Comentários antes que eles sejam apresentados no site. Comentários refletem as opiniões da pessoa que os posta. Na extensão em que as leis aplicáveis permitem, VetTréck não se responsabiliza legalmente pelos Comentários ou quaisquer danos, riscos ou despesas causadas ou sofridas como resultado do uso, e/ou postagem e/ou aparência dos Comentários deste site.

VetTréck reserva para si o direito de recomer quaisquer Comentários que possa ser considerado inapropriado, ofensivo ou quebre os Termos e Condições deste contrato.

Você declara e garante que:

- Você tem o direito de postar Comentários em nosso site e tem todas as licenças e consentimentos para tal;
- Os Comentários não invadem qualquer propriedade intelectual, incluindo direitos autorais, patentes ou marcas registradas de terceiros;
- Os Comentários não contêm material difamatório, injurioso, ofensivo, indecente ou de alguma forma ilícito, que é invasão de privacidade.
- Os Comentários não serão usados para solicitar ou promover negócios ou apresentar atividades comerciais ou atividades ilícitas.

Você por meio deste concede a VetTréck a licença não-exclusiva de usar, reproduzir, editar e autorizar outros a usar, reproduzir ou editar qualquer um de seus Comentários em qualquer e todas as formas, formatos e mídias.

Criação de links para nosso conteúdo

As seguintes organizações podem criar links para nosso Site sem a necessidade de aprovação prévia por escrito:

- Agências governamentais;
- Mecanismos de busca;
- Organizações de mídia;
- Distribuidores de diretórios online podem inserir links para nosso Site na mesma maneira que inserem hiperlinks para Sites de outras empresas listadas; e
- Empresas credenciadas, exceto organizações angariantes sem fins lucrativos e grupos de arrecadação de fundos para instituições de caridade, que não podem inserir links para nosso Site sem aprovação prévia.

Essas organizações podem postar links para nossa página inicial, nossas publicações ou outras informações do Site, contanto que o link: (a) não seja, de forma alguma, enganoso; (b) não insinue falsamente a existência de uma relação de patrocínio, endosso, ou aprovação nossa a produtos e/ou serviços; e (c) seja apropriado ao contexto em que está sendo inserido.

Nós podemos considerar e aprovar solicitações de link feitas pelos seguintes tipos de organizações:

- fontes de informação bem conhecidas sobre produtos e negócios;
- sites comunitários ponto.com;
- associações e outros grupos que representem instituições de caridade;
- distribuidores de diretórios online;
- portais de internet;
- firmas de contabilidade, advocacia e consultoria; e
- instituições educacionais e associações de classe.

Nós vamos aprovar solicitações de link feitas pelos tipos de organização listados acima se julgarmos que: (a) o link não é desfavorável para nossa imagem e/ou para a imagem de empresas credenciadas; (b) a organização solicitante não possui histórico negativo conosco; (c) o benefício que ganhamos com a visibilidade do link compensa a ausência do VetTréck; e (d) o link será inserido em um contexto geral informativo.

Essas organizações podem postar links para nossa página inicial contanto que o link: (a) não seja, de forma alguma, enganoso; (b) não insinue falsamente a existência de uma relação de patrocínio, endosso, ou aprovação de produtos e/ou serviços da nossa parte; e (c) seja apropriado ao contexto em que está sendo inserido.

Se você representa uma das organizações listadas no parágrafo 2 acima e está interessado em postar um link para nosso site, você deve nos informar de seu interesse enviando um e-mail para VetTréck. Por favor, inclua seu nome, o nome da sua organização e suas informações de contato, assim como a URL do seu site, uma lista das URLs do nosso site que você pretende usar como links, e uma lista dos sites nos quais você pretende publicar nossas URLs. Aguarde entre 2 e 3 semanas para receber uma resposta.

Organizações aprovadas poderão publicar links para nosso Site das seguintes formas:

- Usando nosso nome corporativo; ou
- Usando a URL para onde o link redireciona; ou
- Usando qualquer outra descrição do nosso Site que faça sentido dentro do contexto e do formato do conteúdo onde o link está sendo inserido.

Não será permitido o uso ou a publicação de links para o logo e/ou outros elementos visuais da VetTréck sem um acordo de licença para o uso da marca registrada.

Responsabilização pelo Conteúdo:

Não seremos responsabilizados legalmente por qualquer conteúdo que apareça em nosso Site. Você concorda em nos proteger e nos defender contra todas as acusações que forem levantadas contra nosso Site. Nenhum link deve aparecer

em qualquer Site que possa ser interpretado como difamatório, obsceno, criminoso, ou que infrinja, viole ou defenda a violação dos direitos de terceiros.

Reserva de Direitos:

Reservamos nosso direito de solicitar que você remova todos os links ou quaisquer links que redirecionem para nosso site. Você concorda em remover imediatamente todos os links para nosso site assim que a remoção for solicitada. Também reservamos nosso direito de corrigir e alterar estes termos e condições a qualquer momento. Ao publicar continuamente links para nosso site, você concorda a seguir estes termos e condições sobre links.

Remoção de links postados em nosso site:

Se você encontrar qualquer link em nosso Site que seja de qualquer forma ofensivo, você tem a liberdade de entrar em contato conosco e nos informar do problema a qualquer momento. Vamos considerar as solicitações de remoção de links, mas não somos obrigados a remover quaisquer links do nosso site nem a responder diretamente à sua solicitação.

Nós não garantimos que as informações contidas neste site são corretas. Nós não garantimos integralidade ou exatidão do conteúdo. Não garantimos que o site se manterá disponível ou que o material do site se manterá atualizado.

Declaração de Isenção de Responsabilidade:

No máximo possível permitido por lei, nós excluimos todas as representações, garantias e condições relativas ao nosso site e ao uso deste site. Nada nesta declaração de isenção de responsabilidade vai:

- limitar ou excluir nossa responsabilidade ou sua responsabilidade por mortes ou danos pessoais;
- limitar ou excluir nossa responsabilidade ou sua responsabilidade por fraudes ou deturpações fraudulentas;

- limitar nossa responsabilidade ou sua responsabilidade de quaisquer maneiras que não forem permitidas sob a lei; excluir quaisquer responsabilidades suas ou nossas que não podem ser excluídas de acordo com a lei aplicável.

As limitações e proibições de responsabilização listadas nesta Seção e em outras partes desta declaração: (a) estão sujeitas ao parágrafo anterior; e (b) regem todas as responsabilizações que surgirem sob a declaração, incluindo responsabilizações surgidas em contrato, em delitos e em quebra de obrigações legais.

Enquanto o site e as informações e serviços do site forem oferecidos gratuitamente, nós não seremos responsáveis por perdas e danos de qualquer natureza.

APÊNDICE C – Direitos Autorais

Todo material contido no site está sob uma licença da Creative Commons, especificamente, Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Essa licença pode ser vista no site: [Creative Commons — Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional — CC BY-NC-ND 4.0](#).

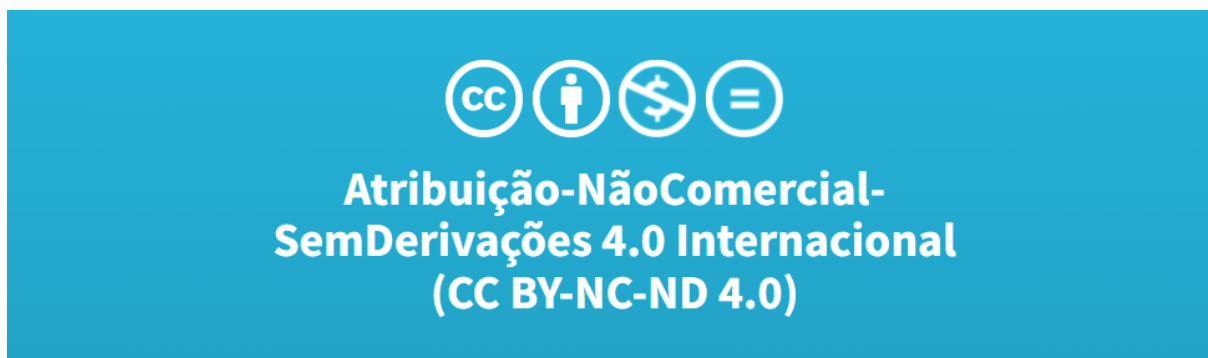


Figura 26 - Licença

Esta licença dá o direito de:

Compartilhar – copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato.

De acordo com os termos seguinte:

Atribuição – Você deve dar o crédito apropriado, prover um link para a licença e indicar se mudanças foram feitas. Você deve fazê-lo em qualquer circunstância razoável, mas de nenhuma maneira que sugira que o licenciante apoia você ou o seu uso.

NãoComercial – Você não pode usar o material para fins comerciais.

SemDerivações – Se você remixar, transformar ou criar a partir do material, você não pode distribuir o material modificado.

Sem restrições adicionais – Você não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de caráter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.

APÊNDICE D – Identidade Visual

Usos devidos e indevidos da logomarca

Qualquer edição ou adição de componentes e cores da logomarca são caracterizados como uso indevido.

A logo da marca VetTrêck deve estar disposta apenas em fundos claros e escuros. Fundos que estejam próximos da paleta de cores do laranja RGB (247, 147, 30), têm um maior potencial de dificultar a inteligibilidade e identificação da marca.

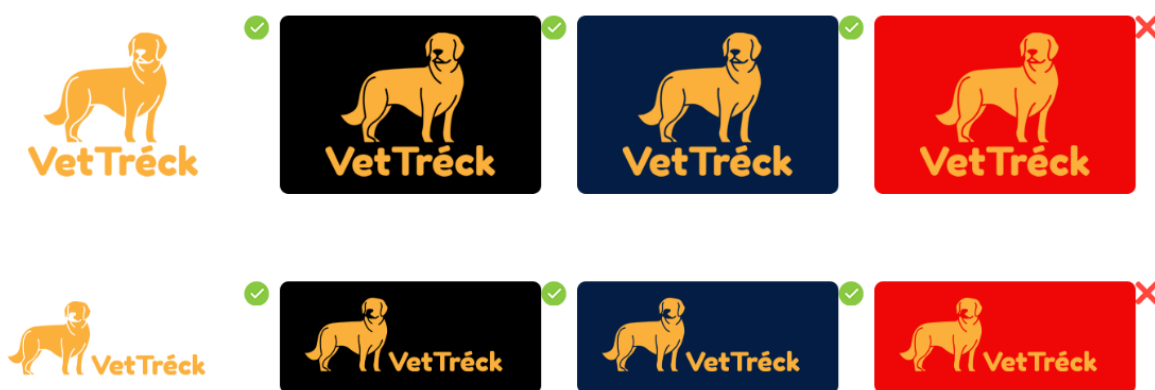


Figura 27 - Diversificações da logo

Paletas de Cores


	COLOR NAME	RGB	HEX
	Yellow Orange	247, 147, 30	#fbb03b

Figura 28 - Paleta de cores



Tipografia

- A uniformização da tipografia é um recurso capaz de conferir unidade e profissionalismo à imagem de uma empresa e, conseqüentemente, otimizar a experiência da marca nos pontos de contato com os públicos internos e externos. Sendo assim, usando as famílias Red Hat/ Fredoka One, nas seguintes variações.

Fredoka One
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
1234567890

Red Hat Display
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
1234567890

Red Hat Display Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
1234567890

Red Hat Text
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
1234567890

Red Hat Text Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 29 - Tipografia