



Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Campus María Zambrano (Segovia)

Máster Oficial en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas.

Trabajo Fin de Máster

**Investigación Social y Plan de Comunicación para la adopción de perros**

Autora: Azucena Alfonso Recio

Tutor: Manuel Montañés Serrano

Fecha: 1 de septiembre de 2014

## **Resumen**

Esta obra se ha realizado para que se adopten perros en vez de comprarlos. Para tal fin, la investigación ha indagado los motivos por los cuales las personas deciden adquirir un perro mediante la compra o la adopción.

Tras analizar datos de fuentes secundarias que evidenciaban la sobrepoblación de perros que existe en España a causa del abandono, y como consecuencia la saturación de las protectoras y las perreras, se estimó la necesidad de diseñar una campaña de comunicación integral con las que conseguir que aumentara el número de perros adoptados, independientemente de su raza, edad, o cualesquiera otras características.

Para que el diseño de la Campaña fuera eficiente y eficaz se ha realizado una encuesta -no representativa estadísticamente, pero de utilidad para la comprensión de la problemática objeto de estudio-, entrevistas individuales y grupales y Grupos de discusión de acuerdo con una muestra estructural confeccionada ad hoc.

Con los resultados obtenidos, tras el análisis de las encuestas, entrevistas y Grupos de discusión, se procedió a implementar una matriz DAFO y posteriormente una campaña de comunicación de acción integral para anular las debilidades, amortiguar las amenazas, mantener y/o ampliar la fortaleza y aprovechar las oportunidades detectadas.

Algunas de las actividades de la campaña, se han puesto en marcha por la *Protectora de animales y plantas Scooby Medina* en Medina del Campo (Valladolid) con unos resultados muy positivos. E igualmente, han tenido unos resultados muy satisfactorios otras de las actividades realizadas sin la participación de la mencionada asociación, como son las que se llevaron cabo en colegios, en la calles o en las redes sociales. Estas actividades han favorecido que tanto la infancia como la población en general se sensibilizaran y tomaran conciencia de este problema que en nuestro país afecta a 110.000 perros anualmente y asimismo se visualizara la adopción como una gran medida con la que contribuir a su solución.

Palabras clave: adopción y venta de perros; investigación y campañas de comunicación integral; y protectoras.

## **Abstract**

This project has the ultimate purpose of increasing the number of adopted dogs in relation to the ones sold. To this end, the research made has explored the motivations behind the decision that makes someone buy or adopt a pet.

After the analysis of secondary data sources which indicated the overpopulation of dogs in Spain due to abandonment, and as a result of the overcrowding of private and public dog shelters; it became apparent the need for creating a comprehensive media campaign with which increase the amount of dogs adopted yearly, regardless of age, breed or any other circumstantial characteristics.

To ensure the efficiency of the campaign, an indicative poll -not statistically significant, but a powerful tool to understand the depth of the problem exposed- has been created, as well as sets of interviews, both individual and collective, and discussion groups in accordance with an 'ad hoc' structural sample.

With the results obtained after a thorough analysis of the previously stated methods, a SWOT Matrix was implemented, and subsequently a comprehensive communication campaign in order to nullify the Weaknesses, to soften up the Threats, to keep and/or increase the Strength, and to exploit the Opportunities detected.

Some of the campaign activities have been implemented by "Scooby", a local animal welfare association located in Medina del Campo (Valladolid), obtaining very satisfactory results from the experiment. Furthermore, the vast majority of the activities and initiatives that have been taken into practice -both with and without the collaboration of "Scooby"- have rendered very positive results. As examples of these actions, we can highlight the efficient awareness campaigns conducted in local schools and social networks in general. All the initiatives taken have stimulated the awareness of the population -and especially the younger sectors of it- about this problem that affects more than 110.000 animals yearly; and they have also favored the strengthening of the adopting concept as an efficient option to contribute in solving it.

**Key words:** Adoption and animal trading; investigation and comprehensive communication campaigns; animal welfare societies.

## **Agradecimientos**

Especialmente quiero agradecer este trabajo a mi abuelo, por tenderme siempre la mano y ayudarme a cumplir todos mis objetivos, como es hacer este Máster.

Por supuesto, a Felipe, por su paciencia, por su apoyo, por su incondicional apoyo en todos los momentos de este trabajo, y, sobre todo, en los más duros.

A Manuel, mi tutor, porque sin su ayuda este TFM no se habría hecho, por confiar en mí, y acompañarme en este camino en el que he aprendido muchísimo.

A todas las protectoras de animales o personas, que de manera individual, luchan día a día por la defensa de los animales y aportan su grano de arena por cuidar de los más indefensos, por dar voz a quienes no la tienen, por luchar por un mundo más justo y no tener miedo a las consecuencias.

A Mickey y a Ares, mis chiquitines felinos, por pasarse horas haciéndome compañía cuando no me separaba del ordenador y demostrarme el valor que tiene un animal y todo lo que puede ofrecer a un ser humano.

Y por último, a todas las personas que siempre me han apoyado y han estado a mi lado, sobre todo cuando más lo necesitaba.

# ÍNDICE

- 1. Presentación, 1**
- 2. Justificación, 4**
- 3. Finalidad, problemática y objeto de estudio, 6**
- 4. Objetivos de la investigación, 8**
- 5. Marco teórico y Estado de la cuestión, 10**
- 6. Metodología, 33**
- 7. Resultados y análisis e interpretación de los discursos, 39**
- 8. Conclusiones, 58**
- 9. Propuestas, 60**
- 10. Propuesta comunicativa, 83**
  - Tema o problemática, 83
  - Necesidades de la campaña, 83
  - Estado de la cuestión, 85
  - Objetivos, 85
  - Finalidad, 85
  - Alcance, 86
  - Ámbito de actuación del plan, 86
  - Estrategia de comunicación, 86
- 11. Inacabamiento, 124**
- 12. Fuentes, 125**

## 1. Presentación

Siempre se ha dicho que el perro es el mejor amigo del hombre, y sin duda es el animal más cercano a él.

Según datos no oficiales hay más de 5 millones de perros censados en España. Ahora bien, a esta cifra hay que sumarle los perros que no tienen dueño, los que tienen dueño pero no están censados y los que se venden en el mercado negro.

Existe un hecho importante que no se debería ignorar: existe sobrepoblación, es decir, mayor número de perros que hogares dispuestos a tenerlos. Unas cifras preocupantes que afectan directamente a las perreras y a las protectoras de animales, las cuales, siempre sufren por la falta de recursos y de espacio, para cobijar y mantener a todos los perros sin hogar.

En las mencionadas entidades se puede adoptar un perro a precio de mantenimiento, de tratamientos veterinarios o incluso muchas veces menor. Cualquiera puede adoptar uno, con el único requisito, en algunas ocasiones, de haber cumplido la mayoría de edad.

Para comprar un perro contamos con las tiendas de animales, los criadores legales y, también mercados clandestinos. Dentro de esos mercados clandestinos nos encontramos con los criadores ilegales, que se dedican a hacer lo mismo que aquellos que cumplen la ley, pero recortando gastos y aumentando el volumen, dando lugar a unas precarias condiciones, y por otra, se encuentran los propietarios particulares de perros, que hacen reproducir a sus mascotas para después vender los cachorros, obteniendo ingresos económicos al margen de la ley.

Teniendo en cuenta las opciones para adquirir un perro (la adopción y la compra) y la situación generada por cada una de ellas ¿Por qué una persona paga una alta cantidad de dinero en una tienda o criadero cuando puedes adquirir un perro en una protectora por un mínimo coste y además ayudar a acabar con un problema grave?

Existen diferentes razones por las cuales una persona prefiere comprar a adoptar un animal. Algunas de las más comunes son las de asegurar la raza del animal, que asocian con un determinado comportamiento (y cuya compra viene acompañado de un documento que certifica el pedigrí, es decir, la raza pura del animal), porque creen que pagar por un animal asegura su estado de salud, y la edad del animal, normalmente llama más la atención un cachorro que un perro adulto.

La raza diferencia a grupos de perros que tienen características muy similares o casi idénticas en su aspecto o incluso algunos lo asocian también al comportamiento. Estos perros han sido apareados selectivamente para conseguir características específicas durante cientos de años. La mayor diferencia se distingue entre aquellos que tienen una raza específica, y los mestizos, cuya ascendencia es generalmente desconocida, que tiene características de dos o más tipos de razas, o es descendiente de poblaciones de perros salvajes o callejeros. Cuando alguien tiene preferencia por comprar un perro de una raza es por la creencia de que ese perro se comportará de una forma determinada siguiendo unos patrones determinados acordes a su raza. Por ejemplo, según la página “comportamiento animal”, el caniche en miniatura se caracteriza principalmente por su gran capacidad de aprendizaje y obediencia, en cambio, mientras, que el siberian husky no suele ser un perro obediente ni fácilmente entrenable. No olvidemos además, el gusto por la estética. El tamaño, el color o el tipo de pelaje, son, a veces, las características que anteponen la compra a la adopción.

Como se ha dicho, otra de las causas, es la simpatía de la población por los cachorros. Muchos usuarios que quieren adquirir un perro exigen que su edad sea corta, incluso de dos o tres meses como máximo. Son graciosos, muy bonitos, muy juguetones y muy atractivos para ante el comprador. Además, piensan que su aprendizaje es más rápido que el de un adulto, y por lo tanto, educarle será más fácil recién nacido, que cuando alcancen su edad adulta.

Esto conlleva varias consecuencias fatales. La primera es que cuando dejan de ser cachorros, en algunos casos, dejan de quererlos. El animal crece, su comportamiento evoluciona y dejan de ser aquel pequeño que compraron en un primer momento. Todo esto provoca que miles de animales sean abandonados en las calles, en las perreras o en las diversas protectoras, y además, que los perros que se dan en adopción sean la mayoría adultos.

La finalidad de esta Obra, es lograr que aumente el número de adopciones de perros y eliminar, o, al menos, reducir su venta. Para lograr esta finalidad, se propone la realización de una campaña de comunicación integral que haga que la sociedad tome conciencia de este problema y se decante por la adopción en vez de por la venta. Para diseñar la campaña, se ha estimado necesario la realización de una investigación social al objeto de ampliar el conocimiento sobre las causas y factores que inciden en el hecho por el cual hay personas que se inclinan por la venta a la hora de adquirir un perro y

otros por la adopción, y a partir de estos conocimientos, intentar frenar la sobrepoblación canina y sensibilizar a la sociedad sobre un problema que a día de hoy, es ignorado por muchos.

El Trabajo Fin de Máster consiste en una investigación y en una campaña de comunicación integral, estructurándose como sigue: Justificación, Finalidad y Problemática objeto de estudio; Objetivos, Marco teórico y Estado de la Cuestión, Metodología, Análisis de los resultados, Conclusiones, Propuestas, y Campaña de comunicación integral.

Para la investigación se ha recurrido a una metodología que ha combinado la explotación primaria de fuentes secundarias, el recurso a una encuesta –sin valor representativo, pero de utilidad para un acercamiento inicial a la problemática objeto de estudio- y a técnicas cualitativa, como entrevistas individuales, grupales y grupos de discusión. Por su parte, la campaña de comunicación integral contempla un conjunto de acciones, actividades y piezas creativas (una página web, actividades educativas, jornadas de puertas abiertas, mesas informativas, recogida de alimento para perros, video, conciertos, etc.) con la finalidad de informar y sensibilizar a la sociedad sobre la adopción animal.

## 2. Justificación

Cada cinco minutos un perro pierde su hogar en España, todo un récord en el ámbito europeo. Algunas de las causas del abandono de perros son que los integrantes de la familia no se ponen de acuerdo en tener un perro; cambio de domicilio; a su pareja no le gustan los perros; mascotas de regalo para los niños; su perro no es el adecuado para tu estilo de vida; falta de tiempo para pasear a su perro; falta de tiempo para educar a su perro; no se tienen paciencia con el perro; es un perro viejo que requiere cuidados especiales; la llegada de un bebé; las alergias; el mal comportamiento del perro; el fin de la temporada de caza etc.

El destino de estos perros suele ser el de las perreras municipales o el de las protectoras de animales. En las perreras sufren el riesgo de ser eutanasiados sino encuentran un hogar en un breve periodo de tiempo. En las protectoras se les ofrece las necesidades básicas hasta que una familia se decida a adoptarlo, pero por desgracia, no todos tienen la misma suerte de encontrar un nuevo hogar.

En España, mientras se venden perros por cifras bastante elevadas, otros perros, abandonados, o que han nacido sin dueño, vagan por las calles de los pueblos, ciudades etc. sin tener a nadie que les alimente, que les proteja del frío o de distintas enfermedades, por lo cual, muchos acaban muriendo, o llevados a perreras y protectoras con un futuro incierto. La sobrepoblación canina es una realidad que no se debería ignorar.

Además del negocio de la venta de animales, se ha de tener en cuenta otro factor que aumenta la sobrepoblación de perros en España, y es la falta de esterilización de las mascotas.

La esterilización es el método por el cual se hace infecundo y estéril a un animal, evitando su reproducción. Por diversas razones sin fundamento, muchos dueños de perros se niegan a operar a sus mascotas. Por ejemplo, creen que la operación es peligrosa, que los hace engordar, que las hembras deben criar al menos una vez, que les cambia el carácter etc.

Si se considera que una hembra tiene una media de cuatro perros por cada camada, una hembra que tenga sólo dos camadas en su vida, y contando con que la mitad de su crías

sean hembras que crían en la misma proporción (dos veces en su vida), y supervivencia 100% de las hembras, al realizar los cálculos nos encontramos con las siguientes cifras:

	1 PERRO
1 año	8
2 años	40
3 años	200
4 años	1.000
5 años	5.000

Al cabo de 5 años, la sucesiva descendencia de un perro, puede dar lugar a 5000 animales, cuya mayoría serán depositados en las calles, perreras o protectoras, multiplicando exponencialmente la sobrepoblación.

La sobrepoblación canina provoca que las protectoras se encuentren saturadas. Sin embargo, se siguen comprando perros en vez de adoptarlos.

Conocer los factores, causas y motivaciones por las cuales se adquieren perros es de vital importancia para diseñar una campaña de comunicación integral con las que lograr acabar con la venta de perros, o, al menos, aumentar considerablemente sus adopciones.

En las páginas que siguen se dará cuenta tanto de la investigación como del plan de comunicación.

### **3. Finalidad y problemática objeto de estudio**

La finalidad del TFM es lograr que las personas adopten en vez de comprar perros. Para lograr esta finalidad, se propone como objeto de estudio –esto es, lo que se va a estudiar- la adquisición de perros en España, tanto la adopción como la venta, dos formas muy distintas de adquirir animales. La venta se está convirtiendo en un problema social al que no se le está dando la importancia que merece, puesto que provoca la cría indiscriminada de animales sin pararse a pensar el futuro que éstos tendrán. Este estudio quiere conocer por qué se compran o adoptan perros o mejor dicho, qué se ha de hacer o sobre qué se ha de incidir para que aumente el número de personas que adoptan perros.

El estudio se centra en perros, ya que su venta y adopción es mayor que en el resto de animales domésticos de convivencia según el Partido Animalista Contra el Maltrato Animal (PACMA), que también denuncia la legalidad de la venta de estos seres a diferencia de lo que sucede en otros países de la Unión Europea, donde únicamente se apoya la adopción como forma de adquirir un perro.

No existen estudios sobre este tema en España. Las protectoras de animales no poseen recursos para llevarlos a cabo y las empresas privadas relacionadas con los animales domésticos no están interesadas en investigar el problema de la saturación de animales en las protectoras y, por lo tanto, las condiciones de vida de cada perro que habita en ellas no parece que vaya a mejorar en un futuro próximo.

Respecto a la venta, muchos animales poco después de nacer son introducidos en una urna de cristal, sin apenas espacio para correr o jugar y aislados de la luz solar, esperando a que cualquier persona lo lleve a su casa, sin tener la plena certeza de cómo va a ser tratado o utilizado. Además, en el caso de que el perro no se adapte a sus dueños o a su nuevo hogar, las tiendas o criaderos no permiten la devolución del mismo, lo que provoca en muchas ocasiones el abandono del animal. También hay que destacar, que en la venta animal no se obliga a la castración ni al microchipado del perro. Esto significa que si el perro es abandonado, puede seguir reproduciéndose, generando nuevos perros sin hogar, y además, en caso de encontrar al perro, al no estar identificado, no podrá responsabilizarse a nadie de su situación.

En cambio, en las protectoras antes de ofrecer cualquier adopción, realizan un análisis sobre el hogar en el que vivirá el animal, así como las características de las personas que

va a cuidarlo, garantizando así su bienestar. El perro, además se entrega siempre microchipado y esterilizado, y en caso de no adaptarse al nuevo hogar, se puede devolver a la protectora.

Para acabar con el problema de la sobrepoblación deberemos entender por qué la gente compra en vez de adoptar un animal, de esta forma, podremos realizar campañas de comunicación que ayude a acabar con la idea de que comprar es mejor que adoptar.

La finalidad de esta obra es realizar un estudio para entender por qué hay personas que prefieren comprar perros a adoptar y viceversa, así diseñar un eficaz y eficiente plan de comunicación integral, con el que lograr que un mayor número de personas adopten, y valoren a los perros más allá de una edad y de una raza.

Si entendemos por qué las personas actúan de una manera u otra, podremos obtener soluciones a la saturación de protectoras y perreras y mejorar la calidad de vida de sus inquilinos.

Dado que el problema viene causado muchas veces por la falta de información y el desconocimiento del proceso de adopción animal y la falta de sensibilización, parece evidente que la realización de un plan de comunicación integral es tan urgente como eficaz ante este problema.

## **4. Objetivos de la investigación**

### **a. Objetivo general**

- Conocer por qué la gente prefiere comprar o adoptar.

### **b. Objetivos operativos**

- Sensibilizar a la opinión pública sobre la necesidad de encontrar un hogar para los perros abandonados.
- Sensibilizar a la opinión pública para que se adopten perros en vez de comprarlos.
- Crear una imagen atractiva de la protectora de animales.
- Romper con la imagen de que en las protectoras solo hay animales con alguna tara.
- Romper con la imagen que asocia la raza de un perro con un a priori determinado.
- Informar sobre las ventajas que conlleva adoptar un perro.

### **c. Objetivos cognitivos**

- Conocer qué busca una persona cuando adquiere un perro.
- Conocer cómo condiciona la raza (u otras características) en la adquisición de un perro.
- Conocer la opinión de las protectoras de animales.
- Conocer la opinión de los propietarios de las tiendas de animales.
- Conocer la información que se tiene sobre la venta y la adopción animal.

Para cumplir con todos los objetivos se ha seguido una metodología basada en la revisión de documentación y fuentes oficiales, públicas y privadas que proveen en la actualidad datos y análisis respecto del tema de estudio.

Por otra parte, se ha recurrido a una metodología cuantitativa a través de una encuesta con la que se han recopilado datos mediante un cuestionario diseñado para averiguar la

opinión de la sociedad sobre la importancia que se le da a diferentes características de los perros, como es su carácter o su raza, sabiendo que no se pueden inferir datos estadísticos representativos sino información con la que aproximarse a la problemática objeto de estudio.

También se ha utilizado una metodología cualitativa mediante entrevistas tanto individuales como colectivas y grupos de discusión a aquellas personas que colaboran o trabajan con protectoras y perreras, han adoptado y/o comprado un perro o se dedican a la venta de perros.

Mediante esta investigación se intentará averiguar qué buscan las personas que quieren un perro, por qué se compra o se adopta, la opinión de la venta y de la adopción animal, entre otras.

Por último, la parte aplicada de este estudio es una campaña de acción integral, con la que se intenta acabar con el problema social de la saturación de perros en protectoras y perreras, mostrar a la sociedad la responsabilidad que conlleva tener un perro, recaudar donativos para las entidades que cubren las necesidades básicas de los perros abandonados, e informar a la sociedad sobre la adopción animal etc.

Mientras algunas actividades del Plan han sido realizadas, otras están programadas para que se hagan durante el curso 2014-2015, mediante la colaboración de las distintas protectoras españolas, a las que se las cederá este Trabajo Fin de Máster con el fin de contribuir a eliminar, o al menos disminuir la venta de perros e incrementa sus adopciones.

## **5. Marco teórico y Estado de la cuestión**

### **¿Qué es la sobrepoblación de mascotas caninas y cuál es su origen?**

El problema de la sobrepoblación se origina por el crecimiento incontrolado de la población canina, el cual puede en 10 años crecer en un 85% comparado con el crecimiento en la población humana.

Miles de cachorritos nacen cada día, cuando estas figuras se comparan al número de humanos nacidos diariamente. Es obvio que nunca va a haber suficientes casas para todos ellos.

La tenencia irresponsable da origen a la sobrepoblación de mascotas.

Además del sufrimiento de los animales de la calle, otros animales con hogar sufren silenciosamente a consecuencia indirecta de sobrepoblación de mascotas.

Muchos animales actualmente viven en varias casas de nuestra ciudad, no porque el dueño sea muy favorable a tener una mascota, sino que fueron presionados por un vecino o familiar, desesperado por deshacerse de las crías de sus mascotas. Estos animales no fueron adquiridos por elección, por lo mismo no es sorprendente que el dueño lo abandone, lo regale o simplemente lo mantenga en las azoteas o patios, atados y viviendo a la intemperie. Existen ocasiones en las cuales ni las mínimas necesidades son cubiertas (alimentación, cobijo, cuidados veterinarios).

El único método que es 100% efectivo en controlar la reproducción de perro.

La sobrepoblación canina es preocupante y tiene muchas ramificaciones, tanto desde el punto de vista de la Salud Pública como desde el punto de vista Humanitario.

Numerosos son los problemas que generan los perros abandonados y sin hogar en las vías públicas tales como, la transmisión de enfermedades zoonóticas, las mordeduras provocadas a las personas, la ruptura y vaciamiento de las bolsas de basura en busca de comida, peleas entre perros, etc.

También se debe tener en consideración las malas condiciones de vida que llevan estos animales que se encuentran expuestos a accidentes del tráfico, mala alimentación, enfermedades, falta de abrigo y reproducción descontrolada entre otras.

Nuestra sociedad ha aceptado la crueldad hacia a los animales, nuestros hijos reciben constantemente lecciones de crueldad y de falta de solidaridad cuando ven animales abandonados o desatendidos.

El sufrimiento de los animales no es el único problema. La sobrepoblación de mascotas es también un problema humano que ha resultado en una crisis costosa para la salud y la seguridad y el ambiente.

El problema de la sobrepoblación canina tiene un efecto directo en la salud humana ya que existen más de 65 enfermedades zoonóticas como la rabia, leptospirosis, anquilostomiasis, larva migrans, erliquiasis, brucelosis, cestodiasis, salmonelosis, entre otras que los perros pueden transmitir.

Muchos dueños de mascotas no saben el gran número de animales que son sacrificados en perreras municipales, puesto que no existen datos abiertamente publicados o discutidos.

Tristemente, hay muchos mal entendidos y desafortunadamente las tendencias sobre la crianza de mascotas prevalecen. Un ejemplo es el deseo de generar ingresos con la venta de mascotas. Muchos dueños cruzan a sus mascotas sin ningún control de calidad genética, sólo para ganarse un dinero extra.

No hay responsabilidad por parte de los dueños en el control de la reproducción de sus mascotas y éstas son abandonadas en la calle con o sin intención expresa, produciéndose una gran cantidad de mascotas que acarrea otros problemas.

### **Compra-venta:**

El negocio de la cría-venta ilegal de cachorros de raza mueve muchísimo dinero, los márgenes de ganancia son altísimos, un cachorro que cuesta en origen 50 € puede ser vendido en las tiendas de mascotas y por internet por más de 600€ o 1200€, dependiendo de la “moda” del momento.

Países como Eslovaquia, Hungría o Rumanía han creado una industria floreciente de producción en masa de cachorros en las denominadas “fábricas de cachorros” o “granjas de cachorros” donde los animales malviven en condiciones de explotación.

No son casos aislados las noticias que podemos encontrarnos en los medios de comunicación.

Por ejemplo, este titular “**Seprona detiene a tres personas que regentaban un criadero clandestino**”, cuya noticia explica que el pasado día 28 de agosto el SEPRONA desmanteló dos criaderos clandestinos en Navalafuente y en el Molar. En la operación “**Dálmata 2**” fueron detenidos tres personas, el propietario de los criaderos y

dos veterinarios por supuesta falsificación de documento público y estafa. Los veterinarios firmaban las cartillas y los documentos de identificación en blanco y era el propio criador quien vacunaba a los animales sin ser veterinarios. En el lugar se pudo encontrar varias jeringuillas y medicamentos que solo se podían utilizar en ganado y lo utilizaban para medicar a los perros.

Vendía los perros por Internet en su Web nada tenía que ver el aspecto de los perros que se veían en la Web con las horribles condiciones en las que vivían los animales.

También podemos encontrar la siguiente noticia de marzo del 2014, cuyo titular es: **“La Guardia Civil se incauta de 180 cachorros de perros introducidos en España de forma irregular”**. Los agentes tuvieron conocimiento de que se estaba comercializando con **500 cachorros de perros al mes** mediante envíos que estaban amparados por el sistema Traces.

Posteriormente, la Guardia Civil, acompañada de un perito-veterinario y de veterinarios oficiales, efectuó una inspección en el criadero donde estaban depositados los animales, pudiendo determinar que la **edad real de los cachorros** no se correspondía con la que figuraba en el pasaporte sanitario. Asimismo, se observaron **irregularidades en la vacunación** de los animales.

Desde diciembre, el Seprona ha **intervenido 595 animales de compañía procedentes de la República Eslovaca** que estaban siendo introducidos en España y Portugal de forma irregular.

Tras la emisión de estas noticias la Guardia Civil ha recordado que, al adquirir una mascota, se debe atender y el animal requiere de unos **mínimos cuidados** (comida, bebida, atención permanente). Se deben comprar en centros autorizados para la venta de animales y el comercio tiene que ofrecer la suficiente garantía sobre su seriedad.

Vender un animal es una actividad muy sencilla. Existen diferentes páginas web, como “milanuncios.com”, en las cuales ofrecen un apartado para la venta de mascotas. Los únicos requisitos que debes cumplir son cumplimentar una ficha con tus datos y del animal que quieres vender.

3

Escribe los datos del anuncio, cuanto más detallado mejor.

Título*	Vendo husky	Nombre	Azucena
Descripción*	146 de 510 caracteres Vendo <u>husky</u> en muy buen estado y ganador de varios concursos de belleza. Muy obediente. Tiene varios cursos de adiestramiento. Solo por 1200 euros	Vendedor*	Particular ▼
		Precio Euros	1.200
		Email*	vendoperro98@hotmail.com
		Repetir Email*	vendoperro98@hotmail.com
		Teléfono1	Llamar...
		615467200	a cualquier hora. ▼
		Teléfono2	Llamar...
		983256745	a cualquier hora. ▼
		Caducidad	30 días ▼

< ATRAS

-

SIGUIENTE >

**milanuncios**.com

¡¡ La mayor web de anuncios gratis !!

**MENÚ**

- PÁGINA PRINCIPAL
- PUBLICAR ANUNCIOS
- MODIFICAR MIS ANUNCIOS
- AGREGAR A FAVORITOS
- MI SELECCIÓN DE ANUNCIOS
- CONTACTAR CON MILANUNCIOS
- BUSCADOR DE ANUNCIOS
- Ej.: bmw airbag madrid
- Buscar en contactos
- 

COMUNICAR ERRORES

BUZÓN DE SUGERENCIAS

4

Por último, si lo deseas puedes insertar fotos.

Los anuncios con foto llaman más la atención de posibles compradores.

Pulse sobre **Examinar** o **Seleccionar archivo** (dependiendo de tu navegador) para seleccionar una imagen en tu disco duro. *Sólo se admite los formatos **JPG, GIF o PNG** y de un **máximo de 5Mb**.*

No se ha seleccionado ningún arc



#### ANUNCIO SIN FOTO

OFERTA  
**MOLINO DE VIENTO** CON SUS 4 ASPAS EN PERFECTO ESTADO. VENDO POR USAR MUY POCO. SITUACIÓN INMEJORABLE EN UN ALTO DE LA MANCHA. TOLEDO  
PUBLICADO: 17-03-1534. PRECIO: **230 REALES** ☎ 912345678 / 61234567

#### ANUNCIO CON FOTO



OFERTA  
**MOLINO DE VIENTO** CON SUS 4 ASPAS EN PERFECTO ESTADO. VENDO POR USAR MUY POCO. SITUACIÓN INMEJORABLE EN UN ALTO DE LA MANCHA. TOLEDO  
PUBLICADO: 17-03-1534. PRECIO: **230 REALES** ☎ 925343458 / 687347364

En ningún momento comprueban que los datos descriptivos del “perro” sean reales, por lo tanto, es sencillo mentir acerca de la edad y de las características del animal, que puede no haber ganado ningún concurso.

Por lo tanto, muchos pueden ver un buen negocio en reproducir a sus mascotas y venderlas a través de estas páginas web, que lejos de garantizar nada, se lucran fácilmente de una actividad ilegal aprovechándose de animales que pueden no cumplir con la normativa sanitaria exigida, y además, sin recibir los derechos que todo animal merece, como vivir en una buena residencia, limpia, ser bien alimentados, ser respetados etc.

Esto multiplica la sobrepoblación e implica que el número de perros sin hogar sea aún mayor.

### **Abandono de perros**

Cada cinco minutos un perro pierde su hogar en España, todo un récord en el ámbito europeo. Más de 110.000 perros son «desahuciados» de sus hogares cada año, según la Federación de Asociaciones Protectoras de Animales de Madrid.

La crisis ha disparado los casos. Según el estudio del Observatorio de la Fundación Affinity (2010), los problemas económicos representan un 15% entre las causas que han acrecentado de manera alarmante la cifra de abandonos.

A la hora de incorporar una mascota como nuevo miembro de la familia, la mayoría de las personas no tienen en cuenta el desembolso económico que requiere su cuidado. El pelaje y peso son dos variables que determinan el volumen de gasto que implica el animal en cuanto a higiene y alimentación.

A esto debemos sumarle las consultas veterinarias, posibles problemas de salud, sistemas de seguridad, descanso, productos para su esparcimiento... Multitud de variables que no se consideran a priori y ocasionan que las perreras y las protectoras estén desbordadas.

Otra de las causas por la que se producen los abandonos es la llegada del verano. Muchas personas se sienten abrumadas con la responsabilidad que conlleva planificar sus vacaciones considerando a su mascota.

Kiwoko, que es la mayor cadena de tiendas de animales con más de 45 establecimientos por toda España, recomienda responsabilidad a la hora de gestionar el periodo vacacional, ya que existen multitud de opciones como los hoteles donde permiten el acceso de animales de compañía, paseadores, residencias caninas, casas de acogida, familiares, amigos...

También podemos hablar de que con el paso del tiempo, el animal va creciendo y deja de ser tan gracioso, ocupa más espacio, demanda atención y cuidados.

Además, hace las necesidades donde no debe y está cada vez más inquieto, así que la solución suele ser el abandono del perro donde nadie lo vea y lejos de casa.

El Partido Animalista Contra el Maltrato Animal nos recuerda que **la irresponsabilidad de los “dueños”, hace también que el animal sea abandonado**: las camadas indeseadas llegan por la tacañería ante el gasto que supone una esterilización, por la falta de educación animalista, la escasa implicación de muchos veterinarios y la obsesión de algunos propietarios en cruzar a sus animales para tener camadas que solo aumentan el problema de la superpoblación de animales domésticos en nuestro país.

Otras causas del abandono de perros son que los integrantes de la familia no se ponen de acuerdo en tener un perro; cambio de domicilio; a su pareja no le gustan los perros; mascotas de regalo para los niños; su perro no es el adecuado para tu estilo de vida; falta de tiempo para pasear a su perro; falta de tiempo para educar a su perro; no le tienen paciencia al perro; es un perro viejo que requiere cuidados especiales; la llegada de un bebé; las alergias etc.

Dejar abandonados a los perros en carreteras solitarias es una práctica terrible para el animal, causada por la poca sensibilidad de sus amos y la falta de previsión con lo que supone tener un ser vivo a cargo. Además esta práctica puede tener consecuencias negativas a terceros incluso accidentes de tráfico graves.

También se produce un número masivo de abandonos con el fin de temporada de caza. Las técnicas de abandono de los cazadores suelen ser distintas. Entre las menos crueles está el abandono de individuos jóvenes a los que aún no han puesto el chip y no les sirven para la caza. Una vez que les ponen el chip, las opciones que les quedan son: cortar el cuello y sacar el chip, o matarles y quitarles el chip. Cuando el animal es mayor y lo abandonan después de haberles servido para la caza, los cazadores que según ellos querían al perro, les “regalan” un tiro, y le ofrecen una muerte rápida. Si merecen o no esta muerte, se determinará en función de cómo valore el cazador la labor del animal. Pueden ahorcarles de un árbol poniéndoles un palo abajo o tocando el suelo con una pata para que no mueran en el momento, o lo atarán a un árbol dejando la cuerda unos centímetros más corta del sitio donde les ponen comida y agua para que se ahorquen ellos mismos.

El abandono es la solución fácil a la inconsciencia de los dueños de los animales, que sufren las consecuencias de esto. Pero existen otras víctimas colaterales de ese abandono de perros en masa durante el verano.

Estos animales suelen acabar en perreras. En la mayoría de estos centros se practica la eutanasia apoyándose en la superpoblación y en la imposibilidad de coger a todos los animales que les llegan, por lo que estos animales suelen ser sacrificados al mes de su estancia allí. Algunas, si son viejas o presentan alguna enfermedad, son eutanasiadas antes. Otras, por muy enfermas que estén, permanecerán allí el tiempo que se les queda hasta su muerte sin recibir tratamiento médico.

En algunos casos, los animales abandonados acaban en protectoras, centros que los recogen pero no los eutanasian. Para en estos centros es imposible acoger a todos los que llegan, ya que las adopciones son muy pocas y, al no haber salida de animales, éstos se hacen mayores y se reducen con ello las opciones de ser adoptados. De este modo se forma un bucle que da lugar al estado en el que están la mayoría de las protectoras: reducidas adopciones y animales que permanecen años bajo su custodia -algunos incluso llegaron de cachorros y terminan allí sus vidas, sin haber conocido nunca una familia.

Según la misma nota de Kiwoko, por lo visto la mitad de los perros abandonados terminan siendo adoptados. Pero teniendo en cuenta las cifras ya citadas, son 55000 los que no encuentran un hogar el resto de su vida.

Sólo en España, según la Dirección General de Tráfico (DGT), en el 2008 cerca de 3.000 accidentes de tráfico fueron causados por el abandono de perros en la carretera. Lo que supone el 23 % del total de accidentes causados por la irrupción en la vía de un animal.

Esto, además, convierte el abandono de perros en un problema más allá de la infracción de los derechos de los animales siendo un problema de ámbito público, que requiere tomas de medidas al respecto.

## **La adopción:**

NO ES REGALAR, no se da al animal sin ningún tipo de estudio, y sí, hay dinero de por medio, pero no se paga por el animal, ya que el dinero que hay que dar por la adopción siempre es el mismo, sea un animal de raza o no, tenga pedigrí o no lo tenga, tenga un año o tenga 10, ya que se paga por los gastos veterinarios de ese animal, y un veterinario cobra lo mismo por la castración de un perro sin raza que por un pastor alemán.

Cuando se da un animal en adopción se exigen unos requisitos como rellenar un cuestionario pre-adopción para ver más o menos como es ese posible adoptante y en qué condiciones va a estar ese animal (piso, casa con jardín etc.), de esta manera se le busca un animal conforme a sus circunstancias.

En la gran mayoría de las veces, adoptar significa tener un animal con todas las garantías de estar sano y en el caso que esté enfermo, que hay animales que lo están, que tienen enfermedades crónicas, el adoptante lo sabe de antemano, nunca se le engaña.

Además si se piensa cuidar al animal, llevarlo a un veterinario etc. es beneficioso para el adoptante, adoptar al animal con todo lo necesario puesto. Con una adopción se paga mucho menos dinero por esos gastos veterinarios de lo que uno mismo pagaría si lo llevara a un veterinario corriente, ya que no es el importe íntegro sino una parte para seguir ayudando a otros animales.

Existe la excusa de “deseo adoptar un animal pero no tengo dinero para pagar”, en este caso, si no tiene dinero para pagar esos gastos veterinarios, ¿cómo piensas pagarlos si el animal se pone enfermo? ¿Y si sufre un accidente y tiene que ser operado? ¿Cómo pagarás sus vacunas? ¿Sus revisiones?

Cuando adoptas a un animal, firmas un contrato de adopción en el que te comprometes a darle todo lo necesario para que lleve una vida digna: una alimentación adecuada, revisiones veterinarias periódicas, vacunación, desparasitación y amor, mucho amor. Te

comprometes a no entregar al animal a otra persona sin previo conocimiento y aprobación de la persona o asociación que te lo dio en adopción y si, en algún momento tienes que dejar de convivir con el animal, te comprometes a devolvérselo a la persona o asociación que te lo dio en adopción.

En el caso de que el animal no esté castrado cuando se adopta, el adoptante se compromete a castrar al animal cuando llegue a la edad adecuada para ello y antes de que pueda procrear una nueva camada, y por supuesto, a no desungularlo (operación para quitarle las uñas), práctica que está prohibida en muchos lugares porque supone una amputación que deja al animal inútil para muchas de sus necesidades cotidianas y, con el tiempo, inútil hasta para caminar.

Asimismo, te comprometes a aceptar visitas de seguimiento y a informar a quien te lo dio en adopción de como se encuentra el animal etc.

El **sistema legal español** proscribe el maltrato y el abandono de animales tanto penal como administrativamente.

A través de la tipificación en el **Código Penal** del delito de maltrato animal (o como falta de maltrato, si no tiene la entidad suficiente para ser considerado delito) y la falta de abandono animal, el Derecho Penal sanciona tales conductas con penas pecuniarias, con **pena privativa de libertad de hasta un año** y con la pena accesoria de inhabilitación especial de uno a tres años para el ejercicio de profesión, oficio o comercio que tenga relación con los animales.

Además del **Derecho Penal**, de aplicación en todo el territorio nacional, en todas las Comunidades Autónomas sus respectivos parlamentos, dentro de sus competencias, **han legislado leyes administrativas** de protección y de derechos de los animales, que regulan con mayor detalle todas aquellas conductas que tengan que ver con el respeto y la tenencia responsable de animales. De este modo, nos encontramos con **tantas legislaciones de protección animal como Comunidades Autónomas tiene el país**, y esta diversidad geográfica también se traduce en diferentes grados de protección, ya que no todas son igual de garantistas.

Según la información publicada por “Observatorio: justicia y derecho animal” son las siguientes:

**ANDALUCÍA.** Ley 11/2003, de 24 de noviembre. Es de las más actuales.

- Sanciones para faltas leves. De 75 a 500 euros
- Sanciones para faltas graves. De 501 a 2.000 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 2.001 a 30.000 euros

El **abandono** está considerado una falta muy grave. Eso sí, el maltrato ha de causar invalidez o muerte para que entre en esta designación. Además de la sanción económica se contempla el cierre de locales e instalaciones para los que regenten un negocio, pero no especifica si los individuos particulares serán castigados de otra manera, además de con la multa.

**ARAGÓN.** Ley 11/2003, de 19 de marzo. Relativamente actual.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 600 euros
- Sanciones para faltas graves. De 601 a 6.010 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 6.011 a 150.253 euros

El maltrato únicamente se considera **muy grave si causa la muerte** del animal. En caso contrario únicamente es grave, incluso aunque le provoque lesiones, deformidades y mutilaciones. El **abandono no entran** la categoría de muy grave, de manera que las máximas sanciones, a pesar de ser las más altas de todas, son improbables.

**ASTURIAS.** Ley 13/2003, de 23 de diciembre. Relativamente actual.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 600 euros
- Sanciones para faltas graves. De 601 a 3.005 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 3.005 a 90.151 euros

Cualquier tipo de maltrato, aunque no cause la muerte, y el abandono son catalogados de muy graves. Además de las económicas se contemplan **sanciones administrativas y legales**, como inhabilitación profesional para desempeñar trabajos o regentar negocios relacionados con animales. También se puede impedir la **adquisición de animales durante un periodo** variable o definitivamente en caso de individuos particulares.

**ISLAS BALEARES** Ley 1/1992, de 8 de abril. Es antigua. De hecho, las sanciones figuran en pesetas.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 301 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 15.025 euros

**El abandono** figura en el epígrafe de faltas muy graves, pero no se menciona en qué categoría se encuentra el maltrato con consecuencia de la muerte del animal ni se especifica qué tipo de lesiones se catalogarían como muy graves. No se menciona ningún tipo de castigo no pecuniario para los infractores.

**CANARIAS** Ley 8/1991, de 30 de abril. Es de las más antiguas, aunque no la peor. El importe de las multas también figura en pesetas.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 150 euros
- Sanciones para faltas graves. De 150 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 15.025 euros

**Cualquier maltrato o abandono se considera muy grave** y susceptible de recibir la sanción máxima. El resto de normativas prohíben expresamente las peleas entre animales o contra el ser humano. Sin embargo, debido a la tradición existente en Canarias de **peleas de gallos**, la ley autonómica recoge que el espectáculo se haga en recintos cerrados, que no reciba ni apoyo ni promoción por parte de entidades públicas, que no deje entrar a menores de 16 años y que se vaya extinguiendo de manera natural y con el tiempo a fuerza de no inculcarlo en las generaciones futuras.

**CANTABRIA** Ley 3/1992, de 18 de marzo. Es antigua y farragosa. Las sanciones también están en pesetas.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 300 euros
- Sanciones para faltas menos graves. De 300 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas graves. De 1.502 a 6.010 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 6.010 a 30.050 euros

Si bien cualquier tipo de maltrato es considerado muy grave, el abandono está establecido en la categoría de grave.

**CASTILLA LA MANCHA** Ley 7/1990, de 28 de diciembre. Muy antigua. Sanciones ridículas que también están registradas en pesetas.

- Sanciones para faltas leves. De 6 a 150 euros
- Sanciones para faltas graves. De 150 a 300 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 300 a 6.000 euros

El maltrato será considerado muy grave **cuando el animal muera**. De lo contrario queda incluido en la categoría de grave, salvo que las **lesiones sean de poca importancia**, en cuyo caso será una infracción leve. El abandono es grave.

**CASTILLA Y LEÓN** Ley 5/1997, de 24 de abril. Antigua y poco actualizada.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 150 euros
- Sanciones para faltas graves. De 150 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 15.025 euros

El maltrato en cualquier grado y el abandono son considerados muy graves. Las sanciones no son cuantiosas, pero por contra **se contemplan castigos administrativos** además de los económicos; algo que no todas las normativas reflejan.

**CATALUÑA.** Ley 22/2003, de 4 de julio. La mejor, según los especialistas.

- Sanciones para faltas leves. De 100 a 400 euros
- Sanciones para faltas graves. De 401 a 2.000 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 2.001 a 20.000 euros

Las sanciones no son las más cuantiosas, pero **la protección es mayor**. Se prohíbe la exhibición de los **cachorros en los escaparates de las tiendas** de animales para evitar la compra compulsiva, así como la utilización de ponies en norias rotatorias en atracciones infantiles. **Se descarta el sacrificio del animal** debido a una irresponsabilidad de los dueños. Define al animal como ente propio con sensibilidad física y psíquica. **Cualquier maltrato o abandono es considerado muy grave.**

**EXTREMADURA** Ley 5/2002, de 23 de mayo. Es de las más actuales, pero poco protectora, en opinión de los expertos.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 301 a 1.500 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.501 a 15.025 euros

**No contempla sanciones no pecuniarias.** Las cantidades económicas no son muy gravosas. La categoría de **muy grave** únicamente se da cuando el animal muere o el sujeto es reincidente de infracciones graves en un periodo corto (dos años). **El abandono es grave.**

**GALICIA** Ley 1/93, de 4 de abril. Es antigua y poco concreta.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 300 a 3.005 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 3.005 a 15.025 euros

**El abandono es grave y el maltrato sólo es muy grave si el animal muere.** El resto de daños se consideran graves. No se menciona la posibilidad de sanciones no económicas para sujetos individuales. **Curiosamente recoge maltrato leve si éste no causa dolor.**

**MADRID** Ley 1/1990. Es la más antigua y está obsoleta.

- Sanciones para faltas leves. De 300 a 1.202
- Sanciones para faltas graves. De 1.202 a 2.404 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 2.404 a 15.025 euros

Abandono y maltrato son considerados muy graves, sin importar el grado de lesiones o la muerte del ejemplar. No contempla sanciones no pecuniarias. Se le critica su falta de actualización y que las sanciones económicas son bajas.

**MURCIA** Ley 10/1990, de 27 de agosto. Junto con la de Madrid, la más antigua.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 301 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 3.005 euros

Cualquier maltrato o abandono es considerado muy grave, aunque **la cuantía de las multas es asombrosamente baja**. No contempla otras de tipo no económico y, sin embargo, **introduce el concepto de no exhibir a los cachorros en los escaparates** de las tiendas de animales (algo mucho más actual).

**NAVARRA** Ley Foral 7/1994, de 31 de mayo. Antigua y poco desarrollada.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 150 euros
- Sanciones para faltas graves. De 150 a 600 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 600 a 3.000 euros

Cualquier maltrato y el abandono son considerados muy graves. Es poco específica en cuanto a sanciones de tipo no económico y la cuantía de las que sí lo son no es muy gravosa para el bolsillo. Figuran en pesetas.

**PAÍS VASCO** Ley 6/1993, de 29 de octubre. Antigua y poco articulada.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 300 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 15.025 euros

El maltrato sin muerte es grave. Sólo asciende a **muy grave cuando el animal fallece**. El abandono se considera muy grave. Contempla sanciones de tipo administrativo para locales y negocios relacionados con animales y **la prohibición de adquirir** uno a sujetos maltratadores durante periodos de hasta cuatro años.

**LA RIOJA** Ley 5/1995, de 22 de marzo. No es actual.

- Sanciones para faltas leves. De 60 a 300 euros
- Sanciones para faltas graves. De 300 a 1.502 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 1.502 a 15.025 euros

El abandono y el maltrato en cualquier grado se catalogan como muy graves. También se registran sanciones no pecuniarias. Por lo demás no es de las más desarrolladas.

**COMUNIDAD VALENCIANA** Ley 4/1994, de 8 de julio. Antigua, pero con muchos anexos posteriores.

- Sanciones para faltas leves. De 30 a 600 euros
- Sanciones para faltas graves. De 600 a 6.000 euros
- Sanciones para faltas muy graves. De 600 a 18.000 euros

No es muy detallada, pero **el abandono y el maltrato son muy graves en todas sus formas**. No contempla aspectos no pecuniarios y el importe de las multas sigue figurando en pesetas.

**Ceuta y Melilla**, al ser ciudades autónomas y no Comunidades Autónomas, no tienen Parlamento. Por lo tanto, no tienen leyes autonómicas de protección animal. **Sí pueden tener Ordenanzas Municipales** que regulen la tenencia y protección de animales.

Sin embargo, **Ceuta**, hasta la fecha, **no tiene** Ordenanza municipal o Bando municipal al respecto.

**Melilla**, por su parte, cuenta con una **escasa regulación** de la materia en su Ordenanza Reguladora de la Sanidad Animal.

España, cuando tuvo que legislar sobre esta materia, decidió no imitar a sus socios europeos más avanzados en legislación proteccionista como Holanda o Inglaterra, donde se pueden castigar los actos extremos de crueldad con animales con penas de cárcel. España, en cambio, generó una legislación similar a la de Portugal o Grecia que, como nosotros, castiga la crueldad más salvaje con meras multas administrativas siempre fáciles de evadir con declaraciones de insolvencia, falta de ingresos y propiedades...

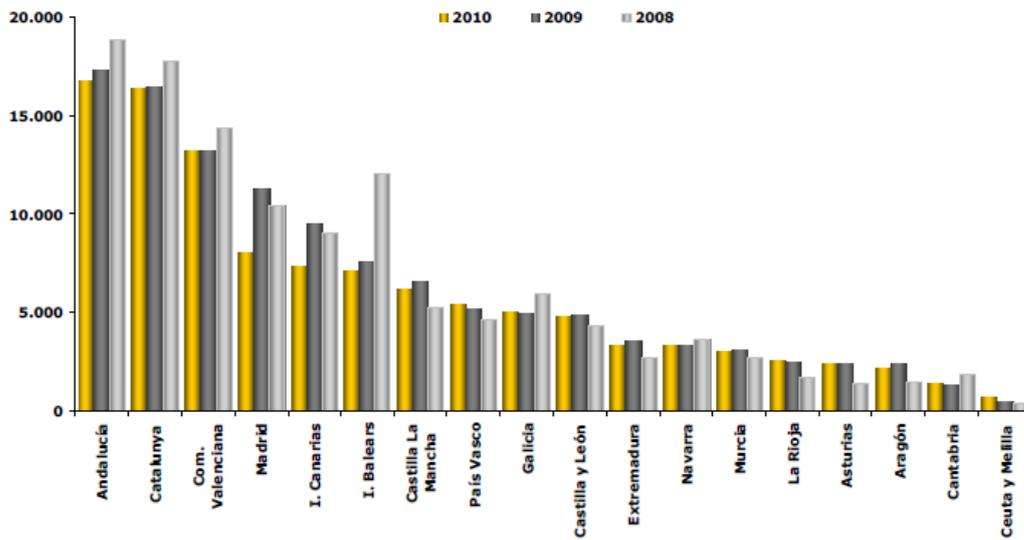
Es cierto, que el año pasado el Consejo de Ministros aprobó la remisión a las Cortes Generales del Proyecto de Ley de reforma del Código Penal. Una profunda reforma que revisa nuestro actual sistema penal para dar respuesta a las nuevas exigencias de una sociedad del siglo XXI.

La reforma **incrementa el castigo al maltratador de animales**, ya sean domésticos, a los habitualmente domesticados, a los que viven bajo control humano y a todos los que no viven en estado salvaje. La pena se ve agravada cuando se causa la muerte y se añade la posibilidad de imponer una inhabilitación para la tenencia del animal.

Gracias a la Fundación Affinity podemos analizar distintos datos de los perros, como el número de adopciones, el número de abandonos, estado de los animales cuando se recogieron, las razas etc.

En el siguiente gráfico, podemos comprar la evolución de recogida de perros por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta el 2010. En él observamos que Andalucía es la comunidad en la que más perros se recogen, y Ceuta y Melilla en las que menos.

**Gráfico 2.3. Comparación de los perros recogidos por Comunidades Autónomas (2008-2010)**



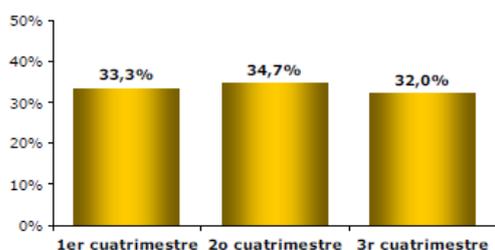
Esta tabla nos muestra el número recogido por cada 1000 habitantes en las comunidades autónomas españolas. En primer lugar está “La Rioja” y en el último Madrid.

**Tabla 2.1. Ratio de perros recogidos por cada 1.000 habitantes, según Comunidades Autónomas.**

	Perros 2010	Pobl. 2010	Perros recogidos por cada 1.000 hab.	
			2010	2009
La Rioja	2.529	322.415	7,8	7,7
I. Balears	7.107	1.106.049	6,4	6,9
Navarra	3.338	636.924	5,2	5,2
Ceuta y Melilla	632	156.613	4,0	3,2
I. Canarias	7.346	2.118.519	3,5	4,5
Extremadura	3.343	1.107.220	3,0	3,2
Castilla La Mancha	6.206	2.098.373	3,0	3,2
Com. Valenciana	13.212	5.111.706	2,6	2,6
País Vasco	5.410	2.178.339	2,5	2,4
Cantabria	1.360	592.250	2,3	2,3
Asturias	2.428	1.084.341	2,2	2,2
Catalunya	16.392	7.512.381	2,2	2,2
Murcia	3.032	1.461.979	2,1	2,1
Andalucía	16.780	8.370.975	2,0	2,1
Castilla y León	4.781	2.559.515	1,9	1,9
Galicia	4.973	2.797.653	1,8	1,8
Aragón	2.189	1.347.095	1,6	1,8
Madrid	8.016	6.458.684	1,2	1,8
<b>ESPAÑA</b>	<b>109.074</b>	<b>47.021.031</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>

El mayor número de perros recogidos se registra en el segundo cuatrimestre. Ergo, se podría concluir, que este es el periodo de mayor abandono.

**Gráfico 2.4. Perros recogidos por cuatrimestres**



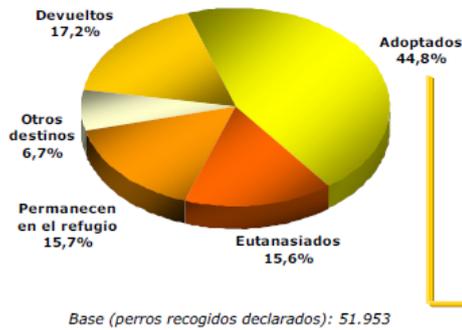
Base (perros recogidos declarados): 51.953

**Tabla 2.2. Perros recogidos por cuatrimestres (2007-2009)**

	2007	2008	2009
1er cuatrimestre	35,5%	32,4%	32,5%
2o cuatrimestre	33,3%	34,8%	35,2%
3er cuatrimestre	31,2%	32,8%	32,3%

Durante el 2010, el 44,8% de los perros recogidos fueron adoptados y el 17,2% fueron devueltos. El 15,7% permanecieron en el refugio, mientras que el 15,6% de los perros recogidos fueron eutanasiados y el 6,7% tuvieron otros destinos.

**Gráfico 3.2. Destino de los perros abandonados**



**Tabla 3.1. Destino de los perros abandonados (2008 y 2009)**

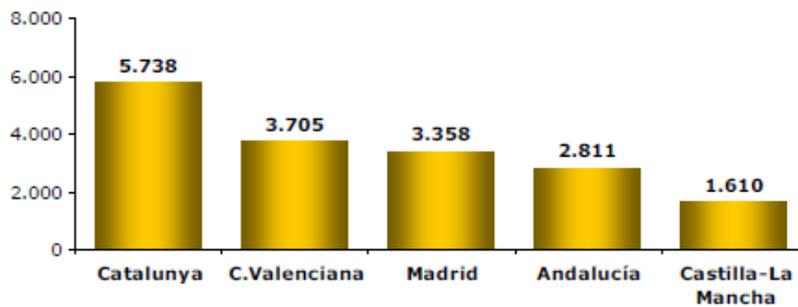
	2008	2009
Adoptados	29,4%	39,2%
Permanecen en el refugio	30,7%	25,5%
Eutanasiados	14,7%	15,5%
Devueltos	14,0%	16,8%
Otros destinos	11,1%	3,0%

**Adoptados en España: 78,5%**  
**Adoptados en el extranjero: 21,5%**

Las cinco comunidades autónomas con más perros adoptados son Cataluña, la Comunidad Valenciana, Madrid, Andalucía y Castilla la Mancha.

La Comunidad Valenciana (3.705) y Madrid (3.358) han adoptado más de 3.000 perros, en Andalucía se han realizado más de 2.000 adopciones (2.811) y en Castilla-La Mancha han sido adoptados un total de 1.610 perros.

**Gráfico 3.3. Ranking de las cinco CCAA con más perros adoptados**



Base (total perros adoptados declarados): 23.292

El 31,2% de los perros recogidos en las sociedades protectoras y los ayuntamientos ya llevan el microchip.

En el 2010 se han recogieron más machos que hembras. Exactamente 56,2% son machos y el 43,8% son hembras.

El 57,6% de los perros son adultos, el 26,3% son cachorros y el 16,1% son senior.

La mayoría de perros recogidos (81,6%) son de raza mestiza.

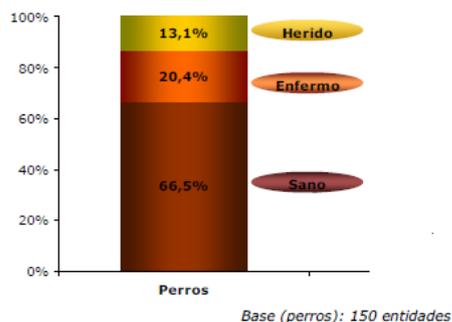
El 43,6% de los perros abandonados es de raza mediana, mientras que el 29,3% es de raza grande y el 27,1% de raza pequeña, manteniéndose la tendencia de los años anteriores.

**Gráfico 4.4. Distribución de los perros abandonados según tamaño de la raza**



El 66,5% de los perros tienen buena salud, el 20,4% presenta alguna enfermedad y el 13,1% tiene alguna herida.

**Gráfico 4.5. Distribución de los animales abandonados según estado de salud**



**Tabla 4.2. Distribución de los animales abandonados según estado de salud (2007-2009)**

Perros	2007	2008	2009
Sanos	61,2%	68,5%	61,5%
Enfermos	24,7%	21,6%	26,6%
Con heridas	14,1%	9,9%	11,9%

Los perros adultos y/o seniors son los que permanecen más tiempo en la entidad (6,7 meses).

La tendencia general en comparación con el 2009 es que los períodos de estancia de las diferentes edades y razas aumenten.

Los perros de raza pura han duplicado su estancia en el refugio (de 2,4 meses el 2009 a 4,7 el 2010), mientras que los perros cachorros siguen siendo los que menos meses permanecen en los centros (2,1 meses el 2009 y 2,3 meses el 2010).

Más del 60% de los animales que están en las sociedades protectoras han sido encontrados o recogidos en la calle, mientras que aproximadamente 4 de cada 10 son llevados personalmente a la protectora.

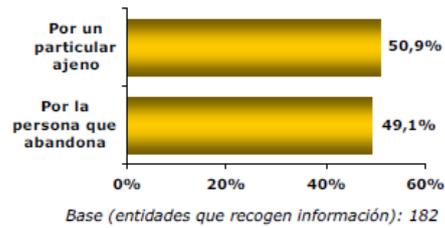
Aproximadamente la mitad de las personas que traen perros a la entidad, son particulares ajenos al animal, mientras que la otra mitad se corresponde con la persona que realiza el abandono.

Cabe destacar que cada vez más animales son traídos por particulares ajenos (el 2009 el porcentaje era del 45,3% mientras que el 2010 pasa a ser del 50,9%), superando, de esta forma, el porcentaje de los animales traídos por las personas que abandonan al animal.

Gráfico 5.2. La llegada de los animales a la entidad



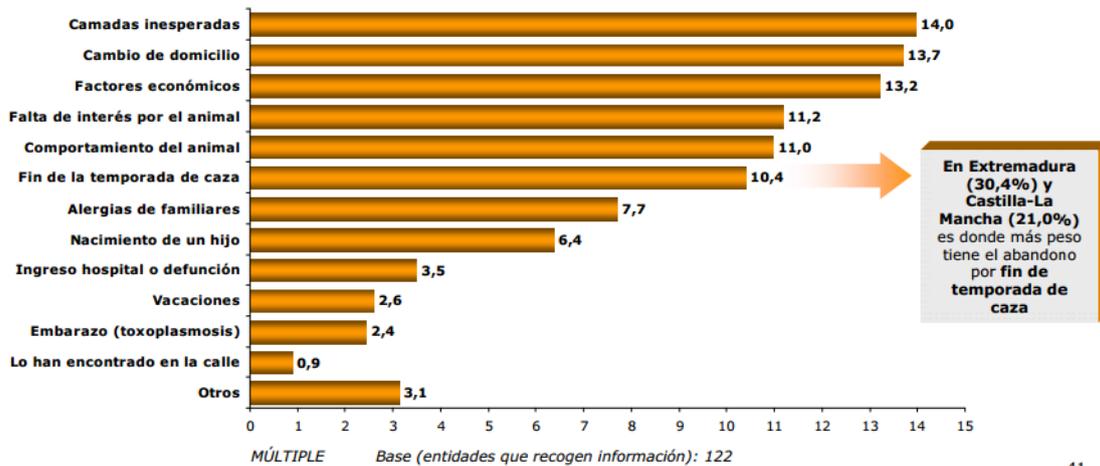
Gráfico 5.3. Los animales son traídos a la entidad...



El 11,2% se corresponde con regalos de Navidad

Algunos de los motivos por los cuales se abandonan los perros son los siguientes:

Gráfico 5.4. Motivos para el abandono del animal en la entidad



Destaca ante todo las camadas inesperadas y el cambio de domicilio (o bien porque es más pequeño, o porque no permiten mascotas en el nuevo hogar). La crisis y la reducción de ingresos en las familias o la pérdida de interés en el perro son el tercer y cuarto motivo.

Como se puede apreciar en el gráfico 1, los motivos por los cuales se adoptan perros en España son la sensibilización con el problema del abandono, la colaboración con las distintas protectoras o porque encuentran en la adopción mayor rentabilidad económica entre otras:

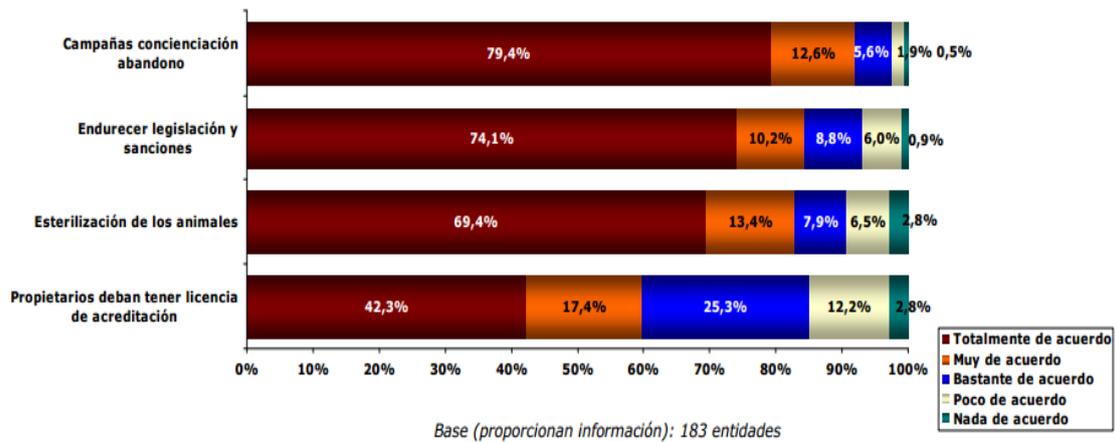
**Gráfico 5.5. Motivos para la adopción de animales en la entidad**



Las protectoras no siempre se ponen de acuerdo en la aplicación de las diferentes medidas posibles para paliar o erradicar el abandono.

Hasta ahora, la actividad con la que más han coincidido para acabar con este tipo de maltrato ha sido la sensibilización a través de campañas de concienciación, y con la que menos concuerdan es en la esterilización de los animales y en la licencia de acreditación que deberían tener los dueños:

**Gráfico 7.1. Nivel de acuerdo con diferentes medidas para paliar o erradicar el abandono**



Entre las otras medidas mencionadas por las entidades para erradicar o paliar el abandono, se insiste en la necesidad de realizar campañas de sensibilización (25,3%), dando también especial importancia a la identificación obligatoria del animal (20%). La necesidad de prohibir la venta de animales (18,7%), así como también la exigencia en cuanto al cumplimiento de la legislación vigente (12,0%) y la mayor implicación de las autoridades y profesionales (12%, respectivamente) son otras medidas también mencionada por las entidades.

**Gráfico 7.2. Otras medidas para paliar o erradicar el abandono mencionadas por las entidades**



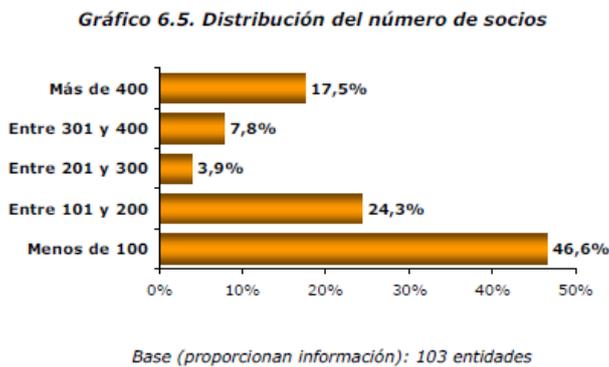
El presupuesto medio inicial para el 2010 de las entidades se situó entorno los 48.644 euros.

De este presupuesto, 11.379 euros (el 23,4%) fueron destinados a gastos en alimentos y 19.157 euros (39,4%) fueron gastos en salud y veterinarios.



El 46,6% de las protectoras tienen menos de 100 socios y el 28,2% tienen entre 100 y 300 socios, seguido de las entidades con más de 400 socios que representan el 17,5%. El 7,8% restante tiene entre 300 y 400 socios.

La media de socios de las entidades es de 259,3, que si la comparamos con la del 2009, supone una reducción del 26% (351,5 socios en el 2009).



La media de socios de las entidades es de 259,3

El 50% de las entidades tienen 112 socios o menos

## 6. Metodología

El diseño de la investigación ha requerido consultar a expertos temáticos, metodológicos (además de las reuniones con el tutor) y convivenciales, así como la consulta de fuentes y la lectura de la literatura especializada sobre esta temática.

La información proporcionada en esta fase fue de gran ayuda para definir la formulación de los objetivos operativos y cognitivos ya enunciados., así como las hipótesis, así como determinar las técnicas que se deberían emplear.

Objetivos operativos	Objetivos cognitivos	Hipótesis	Técnicas
Sensibilizar a la opinión pública sobre la necesidad de encontrar un hogar para los perros abandonados	Conocer qué sabe una persona o cómo se imagina, el tema del abandono animal y de las protectoras	La desinformación perjudica a la adopción animal	Encuestas y entrevistas personales
Sensibilizar a la opinión pública para que se adopten perros en vez de comprarlos	Conocer qué busca una persona cuando adquiere un perro  Conocer la información que se tiene sobre la venta y la adopción animal	Conocer las motivaciones de que quien compra y no adopta un perro ayudará o facilitará el diseño de la campaña integral de comunicación	Encuesta y entrevistas personales
Crear una imagen atractiva de la Protectora de animales	Conocer cómo son y cómo funcionan las protectoras de animales	Demostrar el funcionamiento de una protectora aumentaría el número de adopciones	Grupos de discusión
Romper con la imagen de que en la Protectora sólo hay animales con alguna tara	Conocer las características de los perros que viven las protectoras	Los perros de las protectoras pueden ofrecer lo mismo que los perros que se venden en tiendas	Grupos de discusión, entrevistas
Romper con la imagen que asocia la raza de un perro con un a priori determinado	Conocer la opinión de los propietarios de las tiendas de animales, protectoras y	Si la raza y la edad de un animal no influye en su personalidad los interesados pueden	Grupos de discusión y entrevistas

	veterinarios	optar a cualquier opción busquen lo que busquen en un perro	
Informar sobre las ventajas que conlleva adoptar un perro.	Conocer la opinión de las protectoras de animales y veterinarios	Entender si la adopción puede tener ventajas ante la compra	Grupos de discusión y entrevistas

Lo primero que se hizo fue diseñar una encuesta, para saber conocer cómo se evaluaban las características de un perro a la hora de adquirirlo: edad, raza, cariño, respeto y compañía.

Valore ahora en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante), la importancia que concede a cada uno de los siguientes aspectos del animal a la hora de decidirse por una mascota [Corta edad]	Valore ahora en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante), la importancia que concede a cada uno de los siguientes aspectos del animal a la hora de decidirse por una mascota [Salud]	Valore ahora en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante), la importancia que concede a cada uno de los siguientes aspectos del animal a la hora de decidirse por una mascota [Carácter]	Valore ahora en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante), la importancia que concede a cada uno de los siguientes aspectos del animal a la hora de decidirse por una mascota [Cariño al dueño]	Valore ahora en una escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante), la importancia que concede a cada uno de los siguientes aspectos del animal a la hora de decidirse por una mascota [Obediencia]	¿A través de qué vía (conocido, centro veterinario, tienda de mascotas, protectora de animales...) le ha llegado esta encuesta?
--	---	--	---	--	---

Si se entiende qué busca la gente en un perro, será más fácil hacerse una idea de por qué se decide ir a un sitio u otro para tener una mascota.

Después, se realizó una muestra estructural para profundizar la investigación y realizar entrevistas y grupos de discusión al objeto de captar todos los discursos sociales sobre la problemática objeto de estudio:

## MUESTRA ESTRUCTURAL PARA DAR CUENTA DE LOS DISCUSOS SOCIALES SOBRE LA ADQUISICIÓN DE PERROS

Discursos estructurado	Sí				No						
	a (1)	b (2)	c (3)	d (4)							
	Adquisición				Adopción (5)	Compra					
					Tipo/ raza/ personalidad	e (6)	f (7)	g (8)	h (9)	i (10)	J (11)

- a) Compradores de perros
- b) Veterinarios/as
- c) Protectora de animales
- d) Tienda de animales
- e) Socialización/diversión niños/as
- f) Compañía
- g) Caza
- h) Competición (galgos)
- i) Agresivos
- j) Status social

- Veterinarios.
- Tiendas de animales.
- Responsables de protectoras de animales.
- Personas que han adoptado.
- Personas que han comprado.

Se ha de decir que cada entrevista o reunión grupal no es necesariamente representativa de su grupo de referencia, así, por ejemplo, el discurso de quienes tienen un galgo no necesariamente es representativo de todas las personas que tienen galgos, pero por

inferencia discursiva del material recogido, nos ha de permitir dar cuenta de los grandes discursos que se estructuran respecto a la problemática objeto de estudio.

Las preguntas que se dirigiría a todos los grupos fueron las siguientes:

- ¿Por qué se adquiere un perro?
- ¿Por qué se elige a un perro u otro?
- ¿Qué piensan de la venta/adopción animal?
- Relación de la raza y la personalidad de los perros en la realidad.

A aquellos que han comprado resaltaría las preguntas:

- Importancia de comprar un cachorro y una determinada raza.
- Experiencia de la compra: salud, trato...
- Sorpresas de la raza y de la personalidad esperada en esa raza.
- La razón por la cual no adoptó.
- ¿Dónde se informan de las características de cada raza?

A aquellos que han adoptado:

- ¿Por qué ha adoptado y no ha comprado?
- Experiencia de la adopción
- Opinión de la venta animal

A los veterinarios:

- Por qué cree que la gente adquiere un perro
- Qué puede aportar un perro a la vida de un ser humano
- Qué piensa que es lo más influyente a la hora de que una persona compre y no adopte
- ¿Qué le diría a una persona para que adopte y no compre?

Tiendas de animales

- Razones de las personas a la hora de comprar un perro.
- Qué motivos ofrecen para querer un perro u otro si los dan.
- Si piden consejos.
- Por qué se venden unos perros y otros (modas, rutina...).

- Si existen los encargos.
- Si existen compras espontáneas.
- En qué condiciones se venden los perros.
- Si hacen seguimientos.
- Si preguntan a la persona de forma profunda, sobre lo que quiere realmente.
- Si permiten devoluciones en algún caso.
- Opinión sobre las protectoras de animales.
- Qué influye en la decisión de comprar o adoptar un perro.

Protectoras de animales:

- ¿Por qué es preferible adoptar?
- proceso de adopción: entrega del animal, seguimiento, devolución (si es posible).
- Funcionamiento de las protectoras.
- ¿Qué creen que debería hacerse para promover la adopción?
- ¿Qué busca la gente cuando adopta y no compra?
- ¿Por qué creen que la gente a veces prefiere comprar?

Tras realizar el análisis de las entrevistas y grupos de discusión por campos temáticos se sacaron diversas conclusiones de este análisis para la creación de campañas y mejora de la adopción.

Con los resultados obtenidos, tras el análisis de las encuestas, entrevistas y Grupos de discusión, se procedió a implementar una matriz DAFO y posteriormente una campaña de comunicación de acción integral para anular las debilidades, amortiguar las amenazas, mantener y/o ampliar la fortaleza y aprovechar las oportunidades detectadas.

En definitiva, las fases que estructuran el camino a seguir fueron las siguientes:

1ª FASE: (Conversación inicial)

- Recabar información preliminar sobre el tema.
- Recabar información sobre metodologías.
- Se redacta el proyecto.

2ª FASE: (Trabajo de campo)

- Se recoge información ya producida (información secundaria).
- Se aplican las técnicas que se estimen convenientes.

3ª FASE: (Análisis)

- Se procede al análisis del material recogido.
- Se elabora el informe con las conclusiones y las propuestas

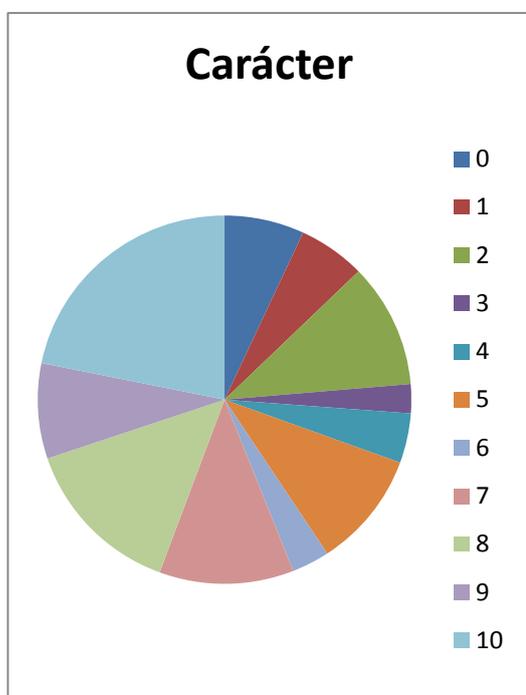
4ª FASE: (Presentación)

- Se entrega el informe.
- Se presenta y debate las conclusiones y propuestas.

## 7. Resultados y análisis e interpretación de los discursos

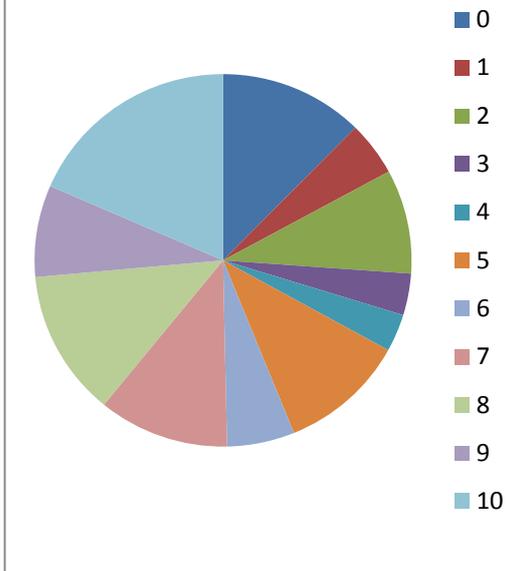
### Análisis encuesta

El análisis de la encuesta realizada a 280 personas, destaca que las características que menos importancia se tiene a la hora de adquirir un perro son la raza y la edad, un dato totalmente contradictorio con la información proporcionada en las entrevistas y Grupos de discusión. Ello se explica porque en esta encuesta participan tanto quienes han comprado como quienes ha adoptado perros. Lo que viene a corroborar el análisis de los discursos, solo entre algunos compradores en un factor que puede decantar adquirir uno u otro perro. Como se puede observar en el último gráfico, la mayoría de las encuestas han llegado mediante las protectoras (58,36%), un 33,46% vía –Internet (33,46%), y por último por amigos o conocidos (8,18%). Estas dos últimas, también pueden haber llegado mediante las protectoras, al ser publicadas en sus redes sociales o divulgando el cuestionario entre amigos y/o conocidos que se relacionan también con el mundo de la adopción.



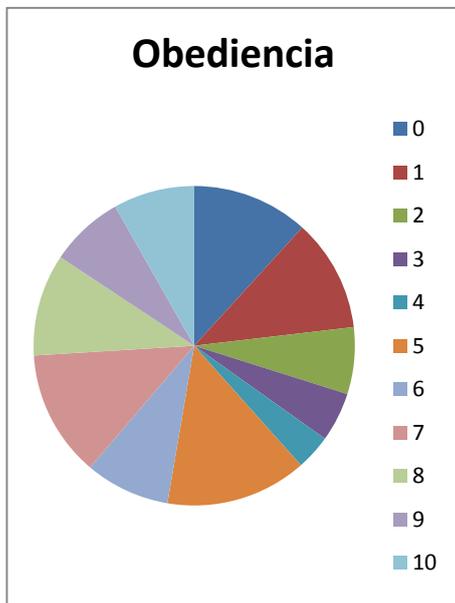
Puntuación	Porcentaje
0	6,91
1	5,82
2	10,91
3	2,55
4	4,36
5	10,18
6	3,27
7	11,64
8	14,18
9	8,36
10	21,81

## Cariño

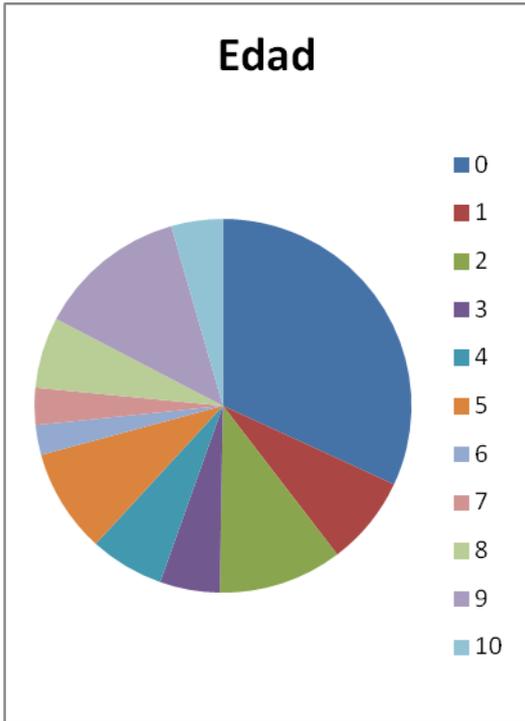


Puntuación	Cariño
0	12,39
1	4,71
2	9,06
3	3,62
4	3,26
5	10,87
6	5,8
7	11,23
8	12,69
9	7,98
10	18,48

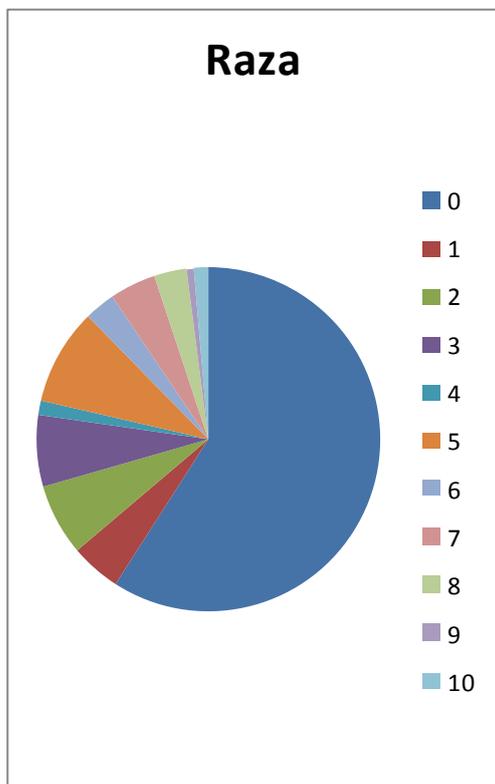
## Obediencia



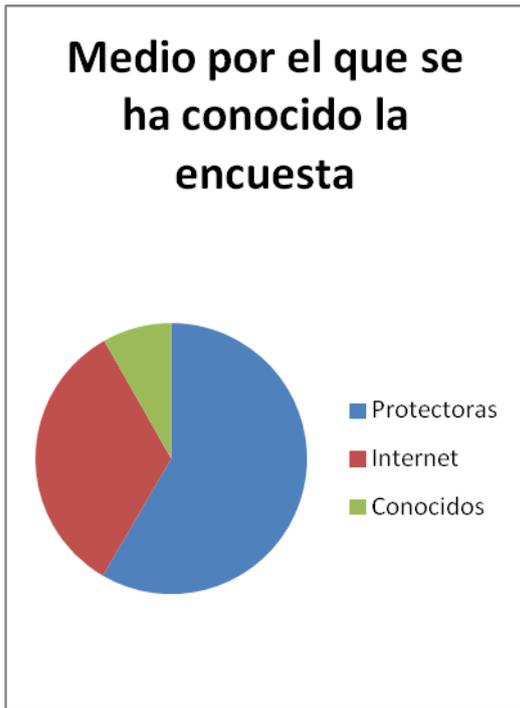
Puntuación	Obediencia
0	11,74
1	11,39
2	6,76
3	4,98
4	3,56
5	14,23
6	8,54
7	12,81
8	10,32
9	7,47
10	8,18



Puntuación	Edad
0	35,9
1	8,7
2	12
3	5,8
4	7,2
5	10,1
6	2,9
7	3,6
8	6,9
9	14,5
10	5



Puntuación	Raza
0	61,2
1	4,9
2	7
3	7
4	1,4
5	9,4
6	3
7	4,5
8	3,15
9	0,7
10	1,4



Puntuación	Medio
Protectoras	58,36%
Internet	33,46%
Conocidos	8,18%

### **Análisis entrevistas y grupos de discusión**

El análisis de las entrevistas nos desvela los aspectos que son valorados por quienes deciden adquirir un perro y cómo estos influyen en el modo de adquirirlo, estos es, inclinarse por la compra o la adopción.

Podemos hablar por ejemplo de la importancia de la edad a la hora de adquirir una mascota. Una de las mayores razones por las cuales se prefiere un cachorro es porque las personas creen que educar a un perro es más fácil si se hace desde una edad temprana. Como dice uno de los compradores de perros: “Era lo que queríamos, que fuera un cachorro para que creciera con nosotros claro y educarle nosotros” (E, 5).

Otra de las razones por las cuales se prefiere un cachorro es por un eventual miedo a los perros. Existen personas que les gustan los perros, pero un perro adulto no le ofrece suficiente confianza, y deciden comprar un cachorro, ya que su tamaño y personalidad (más juguetón y en la mayoría de las ocasiones, con menos carácter) se percibe o se considera más manejable que un perro adulto y la seguridad que brinda es mayor. En el grupo de discusión una de las participantes confesaba que “lo quería pequeño y lo quería cachorro, porque tenía miedo y tenía que acostumbrarme”. Años más tarde, la

misma participante, tras acostumbrarse a este tipo de animal, adopta animales de todos los colores, edades y tamaños sin excepción, preocupándose de aquel que más lo necesite según ella misma decía.

Es por eso, que en muchas ocasiones, una persona prefiere comprar a adoptar un perro. En las tiendas de animales o en los criaderos los perros que se venden tienen tan solo unos meses de vida, en cambio, en una protectora, las edades son muy diversas, desde recién nacidos hasta perros que pueden haber cumplido los catorce años.

Otra de las razones que valoran las personas a la hora de adquirir un perro es la raza. Existen estudios que relacionan razas determinadas con una personalidad concreta, a parte de las características físicas que tienen cada una de ellas. En Internet, que es, en algunos casos, la única fuente de consulta de quienes están interesados en comprar perros, hay múltiples referencias a este aspecto. Una de las entrevistadas decía que había comprado ese perro porque le gustaba “Físicamente y porque miré también en Internet el carácter y todo eso y son tranquilos y me gusta” (E,2). No es el único caso. Otros entrevistados manifestaron igualmente que el medio que utilizaron para conocer qué personalidad tendría el perro que comprasen, había sido Internet, donde existen varias páginas en las que se define una por una cada una de ellas y se añade una foto con la que se puede comprobar el tamaño, el pelaje, entre otras características.

La búsqueda de la personalidad de un perro que se ha tenido con anterioridad o aquel que tiene un amigo, también influye en la elección de una determinada raza. Muchos asocian la raza del animal con su comportamiento. Por ejemplo, una de las entrevistadas aseguraba que el pastor catalán era la única raza que querían acoger en su familia ya que “Son muy cariñosos, y bueno pues porque me gusta, ya la conocía de que la tienen unos amigos y me gustaba mucho” (E,5). Lo mismo opinaba su acompañante, que explicaba por qué había comprado esa determinada raza: “Porque tuve otro negro durante trece años y era una delicia de perro. También le había comprado, ese era de Palencia y por eso fui a por este, pero éste me ha salido muy revoltoso” (E, 6).

Además de la personalidad y las características físicas, para algunas personas también es importante a la hora de decidirse por una raza u otra es la apariencia. En el grupo de discusión, una de las participantes adoptante y colaboradora de una protectora de animales, lo explica a la perfección: “pues un pitbull suelen querer o porque les gusta muchísimo la raza porque es buena raza, o porque quieren aparentar ser más potentes de lo que son. Se compran un perro que parece muy peligroso, también parecen más

peligroso, no todos los que tienen un pitbull son así, pero, muchas veces ves un tío que es poca cosa, con un perro así, y vamos parece más potente, aunque no lo sea”. Asimismo, una de las participantes en la entrevista colectiva, responsable de comunicación de una protectora de animales, comparte la misma opinión: “Y bueno, también es como todo ¿no?, el tema de los coches, ¿Por qué un Ferrari, o por qué un Audi o por qué un BMW? todo depende también de la gente y de la apariencia que quiera dar”.

El tamaño es otro de los motivos por los cuales se elige una raza concreta. Dependiendo del lugar en el que uno viva, un piso o una casa en el campo, las personas prefieren un perro más grande, o un perro más pequeño. Sería el motivo por el cual las personas se inclinan por ejemplo por un mastín (de tamaño muy grande) o un caniche (un perro pequeño). Como dice un participante en el grupo de discusión: “por el tema del tamaño. Si viven en un piso pues quieren perros más pequeños, si vivo en un patio tal, luego los mastines para granjas, depende también un poco de la adecuación”. Aunque no siempre se elige un perro de una estatura concreta. Guillermo Couto una eminencia del mundo veterinario con varios premios en medicina animal, en la educación universitaria, muy concienciado con la adopción animal y colaborador de varias protectoras de animales, contaba lo siguiente: “hay mucha gente que entra en el refugio con la idea de que quiere un labrador negro, y el primer carril por el que pasan es un perrín pequeñito, rubio, chiquitito y se enamoran y se llevan ese perro”.

En muchas ocasiones el tamaño también lo relacionan con el comportamiento. Un perro pequeño normalmente no da tanto miedo como un perro grande. Al perro pequeño se le ve menos potente, menos agresivo, con una dentadura más pequeña y por ello se les asocia a una mejor conducta. Según una de las participantes en el grupo de discusión adoptante y colaboradora en una protectora de animales: “Es el físico, de hecho la gente, cuando compra un perro, quiere un perro pequeño porque se piensa que en casa el perro pequeño se va a portar mejor, y yo no creo que un yorkshire se porte mejor que mi perra, pero sí que mucha gente viene a preguntarme a mí porque están en protectoras y me dicen “yo quiero un perro pequeño porque se portan bien, para poder tenerlo en casa”, y a lo mejor luego te destroza la casa, pero es todo mucho por el físico, más que por la personalidad del perro”.

Ahora bien, no podemos olvidar otro motivo importante por el cual una persona adquiere un perro de una raza u otra, es la moda, como afirma la dueña de una tienda de animales en Valladolid: “hay temporadas que hay razas que están más de moda”.

¿Por qué hay razas que se ponen de moda? el cine es uno de los ejemplos más claros. Mucha gente conoce la serie “Lassie”, se trata de una perra collie de la que se diría con el tiempo que era “la perra más famosa del mundo”. Una perra que caracterizó su raza con su personaje bondadoso, familiar, inteligente y excelente con los niños. En el año 2005 se grabó la última película dedicada a esta protagonista, y hasta entonces muchos desearon esta raza por admiración al personaje, no diferenciando a un perro único, con el resto de perros de la misma raza. Una de las participantes en el grupo de discusión nos contaba su experiencia como voluntaria en una protectora: “la gente ve una película como antes Lassie, y piensan que todos los collies son súper inteligentes, que no lo son, pero que da igual. Y porque está de moda, por ejemplo, si has visto después de algunas películas, la gente quiere Akita, después de otras dálmatas, después de otras pues si ven una peli con chihuahuas, quieren chihuahuas, para ser iguales, y no”.

De las participantes del grupo de discusión, añadía: “en general, la gente sí que compra por la raza, porque él quiere “ese perro”, si se pone de moda el Bulldog Francés todo el mundo tiene un Bulldog Francés, se pone de moda el carlino, todo el mundo tiene un carlino, en mi barrio la mitad tiene un bulldog francés, la otra mitad tiene un carlino y es que además todos con un montón de problemas, porque los bulldogs vienen todos con un montón de problemas, la respiración con ese morro chato que tienen y todos con el perro, y cuando les preguntas porqué tienen ese perro, porque querían “ese perro”, no quieren un perro, quieren “ese perro””.

En las tiendas de animales o criaderos, se puede encontrar el tipo de raza que uno busca. Además, en muchos de ellos entregarán el certificado del pedigrí, que es un documento que asegura que el tipo de sangre del los antepasados del perro es de pura raza y las características del animal son las deseadas por el comprador.

Ahora bien, en una protectora, la mayoría de los perros son mestizos, es decir, que no se conocen los orígenes del animal, y éste puede ser un cruce de varias de ellas. Por ello, aquellos que son exigentes con el tema de la raza, prefieren comprar a adoptar.

Para finalizar este apartado se ha de tener en cuenta la compra compulsiva. Algunas personas no buscan una raza, y en muchas ocasiones tan si quiera un perro, pero son cautivados por el marketing de las tiendas de animales, tanto en centros comerciales

como en las calles de la ciudad. Los cachorros (siempre cachorros), son expuestos en las vitrinas del escaparate y con su mirada pueden cautivar a todo aquel que pasee por su lado, hasta tal punto, que muchos son seducidos y deciden comprar ese precioso y simpático animal que no deja de mirarlos. Una de las entrevistadas nos explica por qué hoy en día tiene un shih tzu como mascota: “Pues el shih tzu fue porque pasé por delante de la tienda y me enamoré de él” (E, 11). Otro de los entrevistados nos cuenta cómo consiguió a su perra actual: “un día pasando por esa tienda, vieron al perro que tengo actualmente y a mi madre le gustó y nos dijo que si queríamos ese perro que a ella no le importaba porque le gustó, porque era pequeñito, ella no quería un perro grande, que no diese mucha guerra y entonces por eso fuimos a esa tienda. Directamente vieron el único perro que a mí madre le gustó. Mi madre era antiperros pero ese perro le gustó y cedió” (E, 10).

Otro entrevistado nos confirma lo dicho: “Estaba allí, me miró a la cara, y es que fue así, me robó el alma, entonces en ese momento, tenía el dinero en el bolsillo y la compré” (E, 14).

Guillermo Couto también participa de la misma opinión sobre este aspecto: “Pasan por una tienda que vende mascotas y el nene quiere el perro, el gato, el conejo, se meten ahí y es compra compulsiva”

Ahora, también es importante destacar que perros de una misma raza pueden ser totalmente distintos respecto a la personalidad, a causa del carácter único que tiene cada perro. Personas que han tenido varios perros de la misma raza, así lo certifican. Por ejemplo, uno de los entrevistados que ha comprado cinco caniches porque era su raza preferida nos confiesa cómo es su actual perra: “Bueno esta es un poco chula, esta es muy...muy posesiva, es envidiosa”, y al preguntarle si los otros cuatro caniches habían sido igual que la actual, contestó: “No, ¡que bah! No, no...es esta que está muy mimada, y como está muy mimada, ¿sabes? pues se cree que es la dueña del mundo” (E, 3).

Otra de las entrevistadas que ha comprado dos eurasier asegura la diferencia entre ambos: “No, éste tiene que ir atado porque no hace caso hija, entonces tiene que ir atado. Es un perro que no se mueve, es muy tranquilo y no... pero en la calle no te hace caso, esa es mi experiencia. Y con el otro era completamente distinto, iba suelto, iba a mi lado, no se movía. Lo bueno que tiene es que no se pelea con nadie, ni ladra ni nada de nada”.

Una de las participantes en grupo de discusión, adoptante de galgos, y voluntaria en una protectora de animales nos asegura: “Cada perro tiene su carácter, como las personas, entre los de una raza, por ejemplo, entre los galgos también hay diferencias, los hay muy muy muy mansos, hay algunos que son más dominantes, con las personas suelen portarse muy muy bien, pero hay algunos que nos tienen miedo porque los han maltratado.”

Además, también influye mucho la educación del perro y el trato que tenga con el dueño. Así nos lo cuenta una de las entrevistadas: “Se aprecia mucho en el shih tzu que ha vivido conmigo dos años, solo conmigo y ahora acabo de volver a vivir con José (su pareja) y el schnauzer lo compró José cuando él estaba solo, y aunque yo estaba en su casa los fines de semana y tal no ha sido una influencia tan grande en su educación como la influencia de la persona con la que vivía, y realmente cada uno a parte de las condiciones específicas de cada raza que tienen un carácter distinto, cada uno es muy diferente porque se ha criado con gente diferente y con el carácter de cada persona. Arthur es más mimoso, más tontorrón, hace...es más ñoño y Lolo es más, más capullo.” (E, 11).

La dueña de una tienda de animales afirma lo mismo que la anterior entrevistada: “hay un factor como los niños, que depende de la educación, hay una parte genética, y hay otra parte que depende de la educación que tú le des, porque no es lo mismo dos perros que van a distintas casas, si tú le vas a consentir todo al perro, pues el perro, será luego como sea, que el que sea más estricto con la educación, es como todo. Pero vamos, yo creo que el perro es más lo que tú le enseñas que otra cosa” (E, 18).

En la entrevista colectiva, una de las participantes, que es la responsable de comunicación nos confiesa: “hay obviamente animales que si el dueño ha sido violento con ellos y el dueño les ha maltratado van a estar a la defensiva, pero como haría cualquier persona.”

De acuerdo con las opiniones recogidas, los perros, según las razas, están especializados para una labor u otra. Los pastores alemanes acompañan a la policía, los galgos son usados para la caza, los mastines como protectores del hogar etc. porque a pesar de que entre ellos tienen una personalidad distinta, sus características físicas son prácticamente iguales. Según una de las participantes en el grupo de discusión, adoptante y colaboradora en una protectora: “Un pitbull a lo mejor tiene unas características, más fuerzas que un perro normal, a lo mejor, el empujón que te puede dar un labrador no es

el mismo que te puede dar un pitbull, por ejemplo. No es que sea más agresivo o menos agresivo, sino que las condiciones físicas de cada animal, pues hace que también sea como un poco especializado. La gente suele querer para los chalets, perros grandes, y que impongan, cuando luego a lo mejor tienes un perro, un pastor alemán o un mastín en tu casa y como te entre alguien se lo come a lametazos”.

Si hablamos de la decisión a la hora de tener un perro, según el discurso de los entrevistados, que puede ser tomada por los responsables de la casa, contando con la opinión de todos los miembros que viven en ella o de forma individual. En algunos casos: “Pues la verdad es que me animaron sobre todo mis hijas y la verdad tampoco pensé que se podían llegar a querer tanto” (E, 4). “Ha sido una coincidencia, porque no queríamos perros, lo único que el chico mayor me lo ha traído a mí a casa” (E, 9). Pero en otras situaciones la decisión es: “De mis padres” (E, 12); “Más de mi padre que mía” (E, 13).

A la hora de preguntar por qué adquirieron un perro las respuestas fueron bastante similares, tanto por aquellos que habían comprado como por quienes han adoptado un perro. Por ejemplo, una de las entrevistadas dijo que había comprado a su American porque buscaba: “Pues compañía... y no sé...” (E, 2). Otra de las entrevistadas, aseguraba que la finalidad con la que había comprado su pastor alemán era: “por animal de compañía, pero...también es verdad que lo llevamos a adiestrar para que hiciera guardia por las noches” (E, 12). Otra de las razones era: “en realidad no buscaba nada, en sí, cuando tienes un perro, si eres un animal humano, la consecuencia es que vas a compartir lo que genéticamente de alguna manera, te ha transmitido la humanidad a través de los siglos, digamos esa simbiosis” (E, 14).

Entre aquellos que han adoptado, uno de ellos dijo que adoptó a su perro: “para jugar con él y eso” (E, 1). Otro de los adoptantes, aseguraba que lo único que buscaba cuándo adoptó a su perro era: “Simplemente que fuera dócil y que me hiciera compañía no buscaba más” (E, 6). Otro de ellos, nos confesaba que lo que realmente buscaba era: “lo que me pudiese ofrecer, yo tampoco iba buscando algo específico. Yo quería una mascotita, un perrín”. Entonces, ¿Qué es lo que puede aportar un perro sea de la raza que sea? ¿Por qué es recomendable tener uno?. Una de las entrevistadas, responsable de comunicación de una protectora confiesa que: “Yo creo que es bueno que los niños empiecen a tener animales desde pequeños, que conozcan o que tengan cercanía, porque les influye en su forma de ser también, les das responsabilidad, les das cariño, es bueno

para el desarrollo de cualquier persona tener cerca un animal”. Los perros no solo benefician a los más pequeños de la casa, Guillermo Couto nos explica qué puede ofrecernos un perro: “los perros te dan un montón de cosas intangibles, pero sobre todo satisfacción. Están siempre contentos de verte, nunca están enojados, nunca tienen mala cara cuando llegas, siempre están contentos cuando les das de comer o les das mimos, a si que, es muy diferente de los de dos patas digamos”.

Uno de los participantes en el grupo de discusión cree que un perro lo que más aporta es: “Compañía, te obliga a hacer cosas que a lo mejor sin él no harías, como salir, un perro yo siempre lo recomiendo para gente mayor, que esté dentro de sus posibilidades pero les obliga a salir a la calle todos los días, lo mejor que puede tener una persona si vive sola, y sobre todo, respecto a niños pequeños, responsabilidad, educarles una responsabilidad, y tener algo, que aunque ellos sean pequeños puedan cuidar, sea sacándoles, o dándoles de comer algo, la responsabilidad diaria”.

Junto con las razones mencionadas para comprar un perro en vez de adoptarlo se encuentra, en algunas ocasiones, la desinformación respecto a las protectoras de animales y su labor. Así lo confirman varios de los entrevistados cuando se les pregunta si creen que hay suficiente información sobre este tipo de entidades: “No, no sé, tampoco he averiguado mucho, sé que hay pero... no sé los nombres en concreto ni nada” (E, 2); “No, no tanto como deberían, no tanto, si conocen, pero no tanto como deberían” (E, 4); “No, pues yo creo que no, siempre es poca” (E, 8); “No conozco mucho la verdad, no tengo mucha información sobre el tema” (E, 10).

En algunos casos, la cuestión no es solo la falta de información, sino las ideas erróneas que se tiene de las protectoras. Guillermo Couto dice que: “la gente piensa que los perros de protectoras, los perros de perreras municipales son... van a tener problemas de salud, y los perros que se compran en tiendas en EEUU es mucho más factible que tengan problemas de salud que los que adoptas en una protectora. Y en EEUU supongo que será igual que en España”. También lo explica uno de los integrantes del grupo de discusión: “Yo pienso que la idea que tiene la gente de una protectora es un sitio sucio, lleno de perros que ladran, llenos de cacas y que sobreviven como pueden, y que se da de comer a los perros lo que se puede”

Además, se puede decir, de acuerdo con los discursos de los entrevistados, que la dura realidad aleja en muchas ocasiones a las personas de la adopción. En una protectora se aprecia el gran número de abandonos, las malas situaciones por la que han pasado los

perros que allí habitan, etc. Así lo cuenta una de las participantes del grupo de discusión: “Lo que pasa es que hay gente que tan si quiera quiere ir a las protectoras, porque yo tengo amigas que quieren adoptar un perro, y dicen es que yo no puedo ir a una protectora, porque es que yo los veo, y es que me pongo mala, yo no puedo, no puedo, prefiero ir a la tienda y comprarlo, y vamos a ver, si te da tanta pena, pues adóptalo de ahí, ya simplemente por el hecho de entrar y ver lo mal que están, prefieren cerrar los ojos a eso”. Otra de las participantes es de la misma opinión: “al final uno prefiere no pensar, ya tiene una vida muy caótica y no quiere más problemas y no quiere ir a una protectora”. Una voluntaria en una protectora, que también formó parte del grupo de discusión, confirmaba las ideas anteriores: “duele verlos, y hay gente que dice que no puede, y cierras los ojos y te compras uno, pero, no sé, por ejemplo aquí los voluntarios vienen una vez, nunca vienen más porque no pueden ver esto o vuelven todos los años, o cada seis meses, o se quedan o... pero eso o lo rechazas y piensas yo con esto no puedo, o quieres hacer más, pero, no sé, es más fácil no entrar”.

Aún así, la opinión sobre la adopción de perros es muy positiva. Una de las entrevistadas, que tiene dos perros comprados, decía que: “yo estoy más a favor de la adopción, yo creo que, me gustaría que la compra de los animales que se extinguiera, porque realmente estamos provocando unos niveles de reproducción de animales que el mercado no los puede asumir y por lo tanto hay muchos perros que se quedan sin familia o gente que va a los centros comerciales ve un perrito muy mono, se lo lleva, y luego, realmente no se quiere o no se puede hacer cargo de él, o se dan cuenta de que el perro ensucia, y que no gusta, o que exige unas responsabilidades, entonces pues bueno. Yo te digo que mis perros, les saqué de allí y estaban llenos de mierda, les estaban tratando fatal, ¿Tuve que pagar dinero? Sí, pero les saqué de ahí, y les di una buena vida” (E, 11). Otro comprador, hoy en día piensa lo siguiente sobre la adopción: “Yo hoy por hoy pues me iría directamente a cualquier protectora, hoy día a quien no adopte es ya porque, no acabo de entender muy bien por qué la gente, existiendo la adopción, sigue comprando” (E, 14). Otro adoptante, cree que “la adopción va a ser más barato, es más humano desde el punto de vista animal, no se fomenta la cría indiscriminada de animales, no se fomenta el uso de hembras de manera continuada para que tengan camadas, y la adopción lo que hacemos es una labor doble: rescatar a esos animales de una muerte segura y segundo lado el no fomentar que es uno de los aspectos más importantes, la cría de animales, me parece absurdo, que en España con las tasas de

abandono animal, se permita que se críen en este caso perros, sin ningún control, para ponerlos en venta, y si no se dan en adopción, o si no se sacrificarán, o se hará lo que sea con ellos” (E, 15). La dueña de una tienda de animales también apoya el trabajo de las protectoras y la adopción de perros: “Es una necesidad, y a mí me parece estupendo, a mí me parece necesario, porque tú dime a mí, todos los perros que se abandonan, yo creo que necesitan... necesitan salida, tienen que encontrar un hogar de alguna manera, yo personalmente no lo tomo como competencia, de hecho el que va a una protectora no va buscando un cachorrito que digas qué bonitos, vas y eliges el que te va a... yo qué sé, te da un sentimiento, una cosa, que a lo mejor es mayor” (E, 18).

Entonces, ¿Por qué se sigue comprando cuándo hay una generalizada opinión favorable a la adopción?. Una de las personas que compraron un perro y está a favor de la adopción aseguraba: “Si fui a una perrera, pero tampoco vi ningún perro que me... así pequeñito y así, porque lo quería de meses, entonces al final no lo cogí” (E, 2). Otra de las entrevistadas confesaba que el motivo por el cual no adoptó era: “Por qué yo quería la misma raza que él, y como él no hay ninguno por aquí” (E, 7). Otra de las entrevistadas nos cuenta por qué compraron en vez de adoptar: “No lo sé, pero no se nos pasó por la cabeza en ningún momento, fue más bien repentino, llegó mi padre y yo...y no se nos pasó por la cabeza nada de eso, no sé por qué” (E, 13). Una de las participantes en la entrevista colectiva considera que no se adopta: “porque se creen que comprándolo tienen más garantías en el aspecto sanitario, creen que tienen más garantías de que el animal es de raza, o animales más saludables, más bonito...”. Otra de las personas que formaron parte de la entrevista colectiva considera que: “Yo creo que es un poco como el tema de “No voy a ir al mercadillo, voy al centro comercial, algo así”. Una de las participantes en el-grupo de discusión cuenta por qué compró y no adoptó su primer perro: “En mi caso solo porque quería un perro pequeño, quería estar segura de que se quedaba pequeño, y cuando fui a un refugio a por un cachorro, nunca sabes cómo sale el perro”.

Las diferencias entre la compra y la adopción animal son evidentes, según la experiencia de los entrevistados. Uno de ellos confiesa: “era un pingajillo, además cobró muy caro, porque es que venía sin rabo, no tiene rabo, totalmente amputado” (E, 3). Otro de los entrevistados nos cuenta: “Sí, tenía la primera vacuna puesta, el resto se las pusimos nosotros”, “El chip también lo tiene, se lo pusimos nosotros” (E, 5). El precio, y la falta del chip y de algunas vacunas no es la situación más negativa que se vive a la

hora de comprar un animal. Una de las entrevistadas nos cuenta su mala experiencia en dos casos distintos: “están en unas condiciones malísimas. Realmente les he sacado de un sitio horrible, o sea, Arthur, era blanco, y estaba amarillo, no tenía dientes, porque le separaron de la madre antes del tiempo específico que hay para destetarlo, no tenía dientes, ha tenido un montón de problemas de socialización precisamente por eso, sucio no, lo siguiente, luego con el tiempo me he enterado que son perros los situé en concreto vienen de los países del este y llegan en unas condiciones horribles desde allí, y el bóxer que compré allí también, me mintieron en cuanto a la edad, yo me lo olía porque le llevaba viendo mucho tiempo en la tienda y me dijeron que tenía tres meses y yo echando cuentas, yo creía que el perro tenía más, me lo confirmó el veterinario, el perro estaba desnutrido, tenía la flora intestinal totalmente destruida, hacía caca con sangre, no toleraba ningún tipo de comida, estaba destrozado” (E, 11).

Antes se mencionaba que la raza era una de las razones por las cuales hay personas que prefieren comprar a adoptar, pero ¿en una tienda de animales asegura el pedigrí de un animal?. Al respecto es ilustrativo lo que cuenta un entrevistado: “Pues recuerdo que la llevé al veterinario y no supo identificar su raza. Luego me enteré pasado el tiempo, que realmente no era un samoyedo en sí, debe de ser como el hijo bastardo de un samoyedo, su procedencia debía ser de criaderos ilegales, y aunque venía con su tarjeta, y su cartilla y todo, pero... cuando lo compras en una tienda, siempre acabas teniendo dudas, cuando es un perro de ese tipo que es de producción en serie” (E, 14).

La dueña de una tienda de animales conoce casos en los que tiendas de animales venden perros sin garantías sanitarias ni de raza: “yo sé que hay gente y sé que hay tiendas, y sé que tiendas trabajan en esas condiciones, y sé que hay gente que trabaja con perros con Países del Este, [...] El problema de estos perrines, pues que vienen en unas condiciones lamentables. Yo como ya te he contado, yo trabajo con perros de raza, ¿estos perros son de raza? pues bueno, de cachorros puede alguno parecerlo, pero cuando crezca pues sale lo que sale, y requiere pues eso, el estándar de la raza, y sobre todo, sobre todo, sanitariamente, están...y bueno, los problemas que tienen luego, es lógico, en las condiciones que los tiene esta gente y como los crían y como todo, pues eso es normal que luego tengan problemas, entonces yo, por supuesto claro que nos dan una mala imagen, porque no son animales sanos, entonces” (E, 18). Asimismo, la misma persona nos cuenta que el precio de los animales puede aumentar si el vendedor es conocido por ejemplo, por criar animales que en un futuro puedan tener posibilidades

de ganar concursos de belleza: “tú puedes encontrarte un mastín por 100 euros, y esto es como todo, por un perro puedes pagar, hasta 3000, 4000, 5000 euros, de un criador de renombre, que tiene sus campeonatos, con 50000 títulos, y ¡ojo!, no quiere decir que sea más bonito ni más feo, pero bueno es como todo” (E, 18). También nos cuenta cómo tratan otros vendedores a sus crías: “hay gente que le da igual que sean animales que sean zapatos, no lo tratan como un animal, sino como mercancía, y ya está, entonces... No lo sé, yo nunca, ya te digo, jamás he trabajado con perros de importación, entonces no lo sé, sé que se hace, y vamos, y que cualquiera lo puede hacer, pero es que no hace falta una tienda de animales, que tu coges Internet y... todos los criadores que son multiraza, son perros de importación, porque tú dime a mí quién puede tener 50 razas distintas, es imposible que tú tengas 50 razas distintas, un criador especializado, pues tiene como mucho dos, tres razas”. Uno de los adoptantes también tiene su opinión sobre la venta animal: “Si estuvieran bien tratados en las tiendas de animales y todo, pues no me importaría dentro de lo que cabe, pero ahora mismo como está, no me gusta nada, nada, nada. Creo que no se les trata bien. Un amigo mío, se pilló un bulldog francés en Madrid, 500 euros, mucho pedigrí, y a los dos días le tuvimos que llevar al veterinario porque se había quedado paralítico de las patas de atrás, y fue por culpa de los de la tienda, nos lo dijeron, que le habían estado dando unas historias y la quedaron a la pobre paralítica. Luego les ves ahí como están en las vitrinas los pobres, a mí me da una penita eso...” (E, 8). Uno de los participantes en la entrevista colectiva opina que: “Si mucha gente conociera los animales que venden por ejemplo en tiendas de dónde vienen, pues se lo pensarían dos veces. A lo mejor a una hembra, la tienen 3 ó 4 años criando todo lo que se pueda, a lo mejor saca adelante 5 camaras ó 6 o los que sean, sobrevivirán a los cachorros que sobrevivan, y cuando esa hembra no vale pues se coge otra, y se explota al animal para tener el mayor número de crías posibles”. Una de las participantes en el grupo de discusión también mostró su inconformidad sobre lo que hay detrás de la venta animal: “ves tú los cachorrines súper bonitos, súper cuidados porque los han limpiado antes de venderles, pero la madre se pasa toda la puta vida en la jaula, porque apenas la limpian ya que tienen como rejillas, sale la caca para abajo, sale el pis para abajo, no la peinan, no la limpian, no la sacan, y cuando ya no pueden más, pues la sustituyen por otra. Hay criadores que crían hasta 20 razas. Tú no puedes tener bien hasta 20 razas diferentes, es imposible”.

---

En el caso de que un animal no esté a gusto en su nuevo hogar, o los dueños no puedan o no quieran tenerlo con el paso del tiempo, ¿se puede devolver a la tienda de animales?, la responsable de una tienda de animales nos dice que: “a no ser que sea por un caso de alergia, no, porque un animal, el animal no es... hombre, si lo ves muy mal y yo que sé, me dice la persona “pues lo tiro”, pues entonces sí, pero, pero no...”. También es importante saber si se realiza un seguimiento por parte de quienes venen perros, para saber cómo les va a éstos en su nueva familia, varios compradores nos han hablado de su experiencia: “no, no he vuelto a saber nada” (E, 2); “No, ya no hemos vuelto a tener noticias”(E, 5); “No, en ningún caso, ni en las tiendas ni en los criadores” (E, 11); “Ellos te lo venden, te lo llevas, y tú verás lo que haces con él, me imagino que eso será así, porque no volví a la tienda por temas de la perra” (E, 14).

En cambio, las protectoras, según una colaboradora de una protectora que participó en el grupo de discusión nos cuenta cómo entregan en las sociedades sin ánimo de lucro a los perros: “no se dan cuenta que lo que pagan aquí, incluye la castración, la vacuna y todo”. Otro de los participantes nos habla de la situación de aquellos que se llevan un cachorro de una protectora: “Yo siempre le digo a la gente que se lleva cachorros, que si les pasa algo, que nos lo traigan, que como siguen al nombre de Scooby, que cualquier cosa nos ocupamos nosotros”. Destaca además la política de la protectora: “la política que tenemos es, o el perro o va a mejor o si no se queda aquí. Hay mucha gente que intenta engañar, [...] y yo cuando vienen a adoptar intento hablar lo máximo posible, y si intentas tirar un poco el anzuelo, muchos pican.”.

En la entrevista colectiva se expusieron algunas de las preguntas que se les hace a quienes quieren adoptar un perro: “¿Quieres tener un perro? Vale, ¿Tienes tiempo? ¿Tienes recursos económicos?” puesto que lo que quieren es conocer a las personas que quieren llevarse a uno de los perros que allí habitan, para asegurar su bienestar. Además, su trabajo no acaba en el momento en el que adoptan al animal, para las protectoras es muy importante saber cómo está el animal con su nueva familia, así nos lo cuenta uno de los adoptantes: “Sí, sé de las personas que me lo dieron, voy todos los días para que lo vean” (E,1)

Una de las entrevistadas, conocedora del trabajo de las protectoras y que ha comprado sus perros, nos habla así de ellas: “Es gente con buena intención, y por lo que yo he podido ver, hacen todo lo posible para recoger a perros, asignarlos a familias que los quieran, que los traten bien...me parece que hacen una labor muy importante”. Uno de

los participantes del grupo de discusión nos habla de otra de las ventajas de una protectora: “si conoces en España, el problema del abandono animal, pues ve a una protectora a darle una segunda oportunidad a los animales, que ir a una tienda, que seguramente que venga el perro de un criadero, que tengan ahí a unas cuantas madres produciendo cachorros pues hasta que se pueda y luego ...”. La responsable de una perrera municipal añade más detalles respecto al funcionamiento de una protectora de animales: “En la protectora te van a hacer un cuestionario previo, van a ver si lo que dices es cierto o mentira, van a intentar asesorarte para ver qué tipo de animal va mejor contigo, te lo van a dar castrado sobre todo y con un paquete veterinario X” (E, 19). Además, de acuerdo con lo dicho en las entrevistas, un hecho importante a destacar es que en el caso de que el perro no se adapta, o en un futuro la familia no puede hacerse cargo de él, la protectora te vuelve a acoger al animal. Así nos lo cuenta uno de los participantes de la entrevista colectiva: “un caso por ejemplo, vino un matrimonio, que la madre había comprado un perro o había adquirido un perro, hacía seis o siete años, que la señora era mayor, se había puesto enferma, y la familia de alrededor no podía hacerse cargo de él, ¿Qué pasa? cuándo tú adquieres ese animal, tienes 15 años de vida por delante, entonces una señora mayor, no puede hacerse con un perro con esa edad, porque no es responsable, ¿Al final ese perro qué pasa? Que vienen aquí, a intentar dejarle”. Teniendo en cuenta que el abandono de perros, y su recogida para después darlos en adopción es un problema social, una de las preguntas a contestar sería: ¿Qué papel tienen las Administraciones Públicas en todo esto? La responsable de una perrera municipal nos lo cuenta: “Las perreras en España por legislación, se sacrifica a la luz del día. Perro que entra, a los diez días por legislación se le puede sacrificar, si nadie lo reclama o si nadie lo adopta, entonces hay perreras que se pasan por el forro eso y les sacrifican antes[...] Ahora mismo la legislación facilita tanto el abandono como el sacrificio. Entonces, quitando en Cataluña, que en Cataluña en las perreras no se sacrifica por ley, en el resto de España si que se sacrifica. Aunque ya te digo que ahora hay un anteproyecto de ley en el que aparece ya el tema de sacrificio cero en perreras [...] Las perreras, que ahora se llaman centros de protección animal, dependiendo del número de habitantes de un municipio tienen obligación de tener perrera. Si son pueblos pequeños lo que tienen normalmente son convenios con perreras colindantes o con empleados de protección que el ayuntamiento le cede el terreno a lo que sea a cambio de la recogida. El edificio y las instalaciones son del ayuntamiento [...] Hay perreras que

igual hablan con protectoras, tienen convenios, y las protectoras les sacan perros, otras que, intentan eso, que a no ser que estén llenas, no los sacrifican, y luego las de las raticidas, que esas, pues eso, diez días y si llegan a los diez, y si pueden antes, pues antes [...] la perrera, la gestora final es el ayuntamiento o el propietario, el responsable final, es el ayuntamiento del municipio, y se mantienen con dinero de la administración [...] Lo normal es que tu vayas allí, que te des un paseo, ves al perro que te gusta, te lo llevas puesto, y pagas a lo mejor cincuenta euros y te lo dan con antirrábica y chip [...] por lo general, a las perreras va gente que quiere un perro por capricho, barato y que le da igual como esté el perro. En teoría a una protectora no va a ir nunca un cazador, porque sabe que no van a darle el perro. Pues eso, a las perreras todo este tipo de energúmenos y bicharracos pues van a las perreras [...] La perrera como digo yo es una tienda de ropa, llegan, se meten en las estanterías donde están los perros, dicen me gusta ese y te lo van a dar, le da igual el estado en el que esté el animal, les da igual que te estés llevando un perro hiperactivo y sea con una persona mayor, o cosas así, él se va a llevar el perro que le entra por los ojos [...] Por lo general no potencian el tema de las adopciones desde las administraciones” (E, 19).

De acuerdo con las opiniones recogidas para conseguir un mayor apoyo social hacia la adopción y que el número de perros adoptados y la responsabilidad sobre los animales aumente, se ha de incidir en: “la educación, como yo me dediqué a la educación toda mi vida, la educación funciona pero lleva tiempo, traemos gente, educamos gente, hacemos caminatas con los perros, vienen a visitarnos, que es lo que se hace en las protectoras va a llegar un momento que nadie se le ocurre comprar un perro” (E, 16); En el grupo de discusión también se propuso: “Trabajar mucho con los niños, los niños aprenden de sus padres, de lo que ven, y si ven que los galgos para sus padres son unos galgos de mierda, es lo que van a ser para ellos [...] Todos los niños son el futuro, y para bien o para mal es así, pero yo ahora dudo muchísimo, salvo en muchos colegios que sea iniciativas de protectoras, o iniciativas privadas, se hagan labores de concienciación desde el punto de vista animal. Yo recuerdo de pequeño, que apenas nos hacían charlas ni nada, desde el punto de vista del medioambiente y de la naturaleza, imagino que de defensa a los animales... [...] Trabajar con los colegios también, que los niños desde pequeños sepan el tema cómo va. Que el niño cuando te pida comprar un perrito, no quiera comprar un perrito, que quiera adoptar al perrito, que sepan un poco como funciona, porque al final si la gente no sabe, tampoco va a ir a preguntar”. Otro aspecto

que destacan en el grupo de discusión es la esterilización de las mascotas: “Yo creo que en España, obligatorio por ley, esterilización de animal doméstico [...] si tú te llevas un perro, si es un cachorro, que sea una obligación, igual que vengo yo ahora a esterilizar a la mía, que estés obligado a ese perro a esterilizarlo, es que no estarían las perras como están”.

Muchos creen que la ley podría poner freno a este problema social: “Tiene que hacer más la policía y el gobierno [...] Es un vacío legal” (G D). “Para empezar, que no se permitan comprar en tiendas y exponer animales en el escaparate. Entonces, para empezar, que todo eso se legisle mejor, que se controle la venta de animales en tiendas, los criadores ilegales que son muchísimos, de estos de por Internet, raro es el día que no te encuentras por Internet es que quiero cruzar a mi carlino, busca novio, no sé qué, y son personas particulares, que al final también se lucran. Entonces, desde mi punto de vista, el primer punto sería controlar la cría, para que la gente no pueda ir a comprar, encima perros de raza que al final te los dan como te los dan, que no sabes si el padre tenía un problema mental, no sabes cómo es el perro y te lo estás llevando” (E, 19).

Por último, y no menos importantes, los entrevistados otorgan un papel muy importante a las campañas de comunicación: “Mucha publicidad, mucho, mucho trabajo, mucha paciencia... [...] se mueven mucho en publicidad, Facebook, ferias...están haciendo un montón de cosas, la gente a nivel de calle tú vas paseando y te ves en un jardín que están con exposiciones y galgos, la gente lo ve. De hecho hay mucha gente que me pregunta ¿Ese perro qué perro es?, y no saben ni que perro es, y ya se van enterando, pero porque hay muchas asociaciones que se implican un montón. Ahora creo que hay un documental también, que por Facebook se está moviendo mucho, que la gente se va enterando, claro, porque si la gente desconoce (G D); “Hacer más campañas de concienciación a partir de la administración, del tema de la adopción, e intentar pues eso, intentar hacer ver a la gente, que los perros que se dan en adopción, que necesitan un hogar y que son perros que están bien, a ver, que hay perros con problemas, pero hay perros que están bien, y sobre todo eso, es concienciar” (E, 19).

---

## 8. Conclusiones

- A. La edad de un perro influye en que las personas prefieran comprar a adoptar.
  - a. Creen que educar a un perro es más fácil si se hace desde una edad temprana.
  - b. A los perros de más edad, algunas personas los tienen algo de miedo, o cree que pueden provocarlo.
  
- B. La raza de un perro influye en que las personas tengan preferencia por comprar antes que adoptar.
  - a. Relacionan determinadas razas con una personalidad concreta.
  - b. Características físicas.
  - c. Apariencia.
  - d. Tamaño.
  - e. Modas.

Si bien, los perros de una misma raza pueden ser muy distintos entre sí a causa de su carácter único.

En una tienda de animales no siempre aseguran ni la raza ni la edad ni el estado de salud del animal.
  
- C. El marketing utilizado en las tiendas de animales exponiendo los perros en vitrinas, atrae la atención de los viandantes que ni siquiera buscaban un perro, generando, en no pocas ocasiones, la compra compulsiva.
  
- D. La educación y el trato que haya recibido a lo largo de su vida influyen en la personalidad del perro.
  
- E. La decisión a la hora de adquirir un perro puede ser de forma colectiva o individual.
  
- F. Un perro se adquiere por:
  - a. Compañía
  - b. Guardia
  - c. Juego
  - d. Dar responsabilidad a los más pequeños de la casa.

- e. Satisfacción, alegría.
  - f. Obliga a salir de casa a los más mayores.
- G. Falta información respecto a las protectoras de animales.
- H. Esta son algunas de las ideas erróneas que se tiene de las protectoras:
- a. Los perros de las protectoras tienen más problemas de salud
  - b. Suciedad y mala alimentación de los perros
- I. La dura imagen que ofrece una protectora (el alto número de abandonos, el reflejo del maltrato que han recibido algunos perros etc.) aleja a las personas de estas entidades.
- J. La opinión sobre la adopción animal es muy positiva.
- K. Existen dos opiniones totalmente distintas de la venta animal:
- a. Aquellos que están totalmente a favor, y que creen que es necesario para poder adquirir perros de raza cachorros.
  - b. Aquellos que piensan que a través de la venta a los perros se les maltrata.
- L. La grandes diferencia entre la compra y la adopción son las siguientes:
- a. Comprar es mucho más caro.
  - b. Cuando compras un perro, éste solo tiene la primera vacuna, y en algunas ocasiones el chip. En la adopción te lo dan castrado, vacunado y desparasitado.
  - c. En una protectora las hembras están esterilizadas y su estancia consiste en esperar a que las adopten en las mejores condiciones que la entidad les pueda ofrecer, mientras que en la venta, las hembras y madres de las crías sufren toda su vida al mantenerlas encerradas en malas condiciones teniendo dos camadas por año.

- d. En la adopción se realiza un test de compatibilidad con el perro que adquieres. En la compra no.
  - e. En la adopción se realiza un seguimiento posterior del animal. En la compra no.
- M. En las protectoras se intenta acabar con el problema de sobrepoblación canina.
- N. Con la compra aumenta la cría y el abandono de los perros.
- O. En algunos casos, la falta de responsabilidad es muy grande. Algunas -personas que compran perros no se preocupan de si pueden ofrecerles lo que ellos necesitan: tiempo, dinero y espacio.
- P. Las Administraciones Públicas no asumen con la atención que requeriría el problema del abandono y la sobrepoblación canina.
- Q. Existen muy pocas leyes en España que protegen los derechos de los animales. Tanto es así, que hoy por hoy permiten sacrificar a los perros que lleven diez días en la perrera y asimismo los entregan a cualquier persona que se interese por ellos, sin contar y aplicar un protocolo que asegure su bienestar.
- R. Para conseguir aumentar el número de adopciones y mayor responsabilidad respecto a los derechos de los perros se aconsejan:
- a. Educación.
  - b. Concienciación.
  - c. Campañas de comunicación y publicidad.
  - d. Trabajar con niños.
  - e. Endurecer las leyes.
  - f. Controlar la venta y la cría animal.
  - g. Que las Administraciones públicas trabajen más en potenciar la adopción.
- S. Las personas entrevistadas que han comprado un perro lo han hecho por desconocimiento sobre la adopción, por la raza y/o por la edad del animal.

Aquellas que han adoptado sentían que era más humano y necesario hacerlo por la cuestión del abandono y sobrepoblación animal.

T. Las mayores irresponsabilidades a la hora de tener un perro son:

- a. No se tiene en cuenta que un perro puede vivir 15 años e incluso más.
- b. No tener tiempo para cuidarlo.
- c. No tener dinero para atender sus necesidades.
- d. No tener espacio suficiente para que el perro pueda moverse como necesite.
- e. No tener en cuenta que un perro no va a ser un cachorro toda la vida.

## 9. Propuestas

Con el propósito de elaborar las propuesta con las que orientar el Plan de Comunicación Integral, se ha estimado pertinente la elaboración de una Matriz DAFO con el fin de exponer, sistematizar y ordenar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades presentes respecto a la adopción de perros.

Antes la Debilidades se proponen acciones y actividades con las que anularlas o reducirlas; ante las Amenazas se proponen acciones y actividades con las que eludirlas o amortiguarlas; ante las Fortalezas se proponen acciones con las que ampliarlas o mantenerlas; y ante las Oportunidades se proponen acciones y actividades con las que aprovecharlas.

### Matriz DAFO

#### DEBILIDADES

#### AMENAZAS

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los perros adultos tienen muy pocas posibilidades de ser adoptados en las protectoras.</li> <li>- Quienes eligen un perro por su raza, es difícil que acudan a una protectora, ya que la mayoría de los perros acogidos en las mismas carecen de pedigrí.</li> <li>- Las compras compulsivas no permiten a la sociedad preguntarse si la mejor opción es la adopción, directamente compran.</li> <li>- Algunos perros han sufrido un maltrato y cuándo son acogidos en las protectoras tienen una personalidad agresiva y no pueden ser dados en adopción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las protectoras se saturarán si aumenta el acogimiento de perros adultos que no son adoptados.</li> <li>- Las tiendas de perros no exigen que los compradores cumplan requisito alguno, excepto que abonen el dinero estipulado. Asimismo, no son pocos los compradores irresponsables. En el futuro el número de perros abandonados puede aumentar y, por lo tanto saturarán las protectoras.</li> <li>- El número de perros traumatizados que no pueden ser dados en adopción pueden saturar a las protectoras.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los cachorros de las protectoras tienen muchas probabilidades de ser adoptados.</li> <li>- Los perros con raza tienen muchas posibilidades de ser adoptados.</li> <li>- La personalidad de la mayoría de los perros de las protectoras es visible con tal solo acercarse a la entidad, lo que permite conocer cómo se va a comportar el perro en su futura casa evitando sorpresas desagradables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al ser los cachorros adoptados en protectoras, éstas serán cada vez más conocidas y visitadas, ello puede redundar en la adopción de perros adultos.</li> <li>- Los perros tienen una personalidad u otra por el trato y la educación recibida a lo largo de su vida, por lo tanto, no es necesario comprar un perro de raza para llevarnos a casa un perro con un comportamiento u otro. Es</li> </ul>

	suficiente con ir a una protectora y conocer a los animales que habitan allí para no llevarnos sorpresas.
--	---

**FORTALEZAS**

**OPORTUNIDADES**

**DEBILIDADES**

**AMENAZAS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las decisiones individuales tienen menos posibilidades de adoptar, pues en el caso de querer comprar, no hay nadie que intente convencerle de que adopte.</li> <li>- Algunos piensan que determinadas razas están caracterizadas para cumplir una cosa y otra, por ejemplo, el labrador para estar con niños, el pastor alemán para ser guardián etc.</li> <li>- Al no tener información, las tiendas de animales tienen más posibilidades de vender que las protectoras de dar en adopción.</li> <li>- Estas ideas impiden que muchas ocasiones las personas vayan a las protectoras a adoptar.</li> <li>- Las protectoras pierden adoptantes que no se atreven a enfrentarse a la dura situación de estas entidades.</li> <li>- Necesitamos convertir esa opinión en acción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La falta de información sobre las protectoras hace que la personas compren en vez de adoptar perros.</li> <li>- Cada vez que alguien busque un perro con un determinado fin pueden preferir comprar una raza concreta para que cumpla con su función.</li> <li>- Las protectoras pueden fracasar en su actividad, y no conseguir adoptantes, al no saber cómo funcionan y cómo adoptar.</li> <li>- La actividad de las protectoras puede fracasar al existir ideas erróneas sobre éstas.</li> <li>- Aquellos que están dispuestos a adoptar pero no se atreven por el ambiente de las protectoras, acaban convirtiéndose en compradores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las decisiones colectivas tienen más posibilidades de inclinarse hacia la adopción, pues alguno de ellos puede informar al resto sobre la adopción.</li> <li>- Los perros de las protectoras pueden ofrecer todas estas características.</li> <li>- Al tener una opinión positiva, las personas estarán dispuestas a informarse sobre la adopción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si uno de la familia se inclina hacia la adopción el número de familias adoptantes cada vez será mayor y la información circulará entre amigos y conocidos de esa familia.</li> <li>- Todos los perros de las protectoras que son adoptados pueden satisfacer a cada persona lo que buscan sin necesidad de comprar.</li> <li>- Grandes posibilidades de que aquellas personas que tienen una idea positiva sobre la adopción, acaben prefiriendo adoptar.</li> </ul>

**FORTALEZAS**

**OPORTUNIDADES**

**DEBILIDADES****AMENAZAS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultades para concienciar a personas con un comportamiento y actitud negativa hacia la adopción.</li> <li>- La desinformación de la adopción y de la compra impide estas comparaciones en las personas.</li> <li>- Desinformación sobre este aspecto. La sociedad no sabe el problema que la venta provoca con la sobrepoblación.</li> <li>- Apenas existe información sobre este aspecto.</li> <li>- Se resta el apoyo de instituciones importantes a la adopción.</li> <li>- Los perros pueden ser sacrificados o acabar en cualquier familia a través de las perreras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuos con preferencia de mascotas con pedigrí y cachorros.</li> <li>- Las protectoras seguirán perdiendo adoptantes mientras no se informe a la sociedad sobre la realidad.</li> <li>- Al no valorar este aspecto de las protectoras, apenas puede competir sobre este aspecto con la venta.</li> <li>- Con la venta, se asegura la saturación de las protectoras de animales.</li> <li>- Si las Administraciones Públicas no dan ejemplo, los ciudadanos puede que no estén a la altura de las circunstancias.</li> <li>- Los perros pueden sufrir un futuro incierto al no asegurarse de su bienestar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuos con comportamiento positivo hacia la adopción y negativo hacia la compra.</li> <li>- Las protectoras tienen más puntos positivos respecto al estado del animal y el trato que se les da en comparación con las tiendas de animales.</li> <li>- Los objetivos de las protectoras pueden sensibilizar a parte de la población para que adopte.</li> <li>- La adopción acaba con un serio problema social.</li> <li>- Aunque sean pocas, las Administraciones Públicas ofrecen un pequeño punto de apoyo a la adopción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grandes oportunidades para los perros dados en adopción de salir de la protectora por el segundo grupo.</li> <li>- A medida que informemos sobre las ventajas de la adopción, más éxito tendrá.</li> <li>- En el momento de que se informe sobre este aspecto, la imagen de las protectoras mejorará.</li> <li>- La adopción intenta promover el nivel de vida que los perros merecen.</li> <li>- Con la presión ciudadana las Administraciones Públicas están empezando a moverse para conseguir mayor bienestar animal.</li> </ul>

**FORTALEZAS****OPORTUNIDADES****DEBILIDADES****AMENAZAS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad para llevar a cabo estas necesidades.</li> <li>- La desinformación sigue restando adoptantes.</li> <li>- Muchos de estos perros acaban abandonados por esta falta de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al no poder aplicarse estos consejos la adopción puede perder adoptantes.</li> <li>- Si no se acaba con la desinformación la venta puede superar a la adopción.</li> </ul>
---	---

responsabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumenta el número de perros pero no el número de adoptantes, las protectoras se saturan.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existen muchos voluntarios dispuestos a llevar a cabo esta planificación.</li> <li>- Existen personas con una gran sensibilidad por los animales.</li> <li>- Las protectoras siempre se preocupan de dónde va a estar el perro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco a poco y trabajando desde la infancia, las personas estarán más concienciadas aportando pequeños granos de arena.</li> <li>- Todas las personas con esta sensibilidad animal puede influir e informar sobre los que compran.</li> <li>- Las personas que adoptan al ser informadas no suelen llevarse sorpresas desagradables a casa, saben lo que es tener un perro y el abandono es muy bajo.</li> </ul>

## FORTALEZAS

## OPORTUNIDADES

<b>DEBILIDADES</b>	<b>¿QUÉ SE HARÁ PARA ANULARLAS O REDUCIRLAS?</b>	<b>POR QUÉ LA ACTIVIDAD O ACCIÓN PROPUESTA LOGRARÁ ANULAR O REDUCIR LA DEBILIDAD</b>
Los perros adultos tienen muy pocas posibilidades de ser adoptados en las protectoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> </ul>	Mostrar la imagen de los perros adultos y su personalidad hará que la sociedad vea el gran error que implica rechazar a un perro por tener una edad u otra.
Quienes eligen un perro por su raza, es difícil que acudan a una protectora, ya que la mayoría de los perros acogidos en las mismas carecen de pedigrí	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> </ul>	Mostrar la imagen de los perros mestizos y su personalidad, hará que la sociedad vea el gran error de rechazar a un perro por no tener pedigrí.

<p>Algunos perros han sufrido un maltrato y cuándo son acogidos en las protectoras tienen una personalidad agresiva y no pueden ser dados en adopción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> </ul>	<p>Conocer a la sociedad que muchos de estos perros pueden rehabilitarse con cariño y trabajo constante contribuirá a la adopción de este tipo de perros.</p>
<p>Las decisiones individuales tienen menos posibilidades de adoptar, pues en el caso de querer comprar, no hay nadie que intente convencerle de que adopte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	<p>Si a los niños se les enseña la importancia de la adopción, el día que tomen decisiones propias como la de tener un perro en casa, será más fácil que se inclinen por la adopción. Además, acercando las protectoras a la sociedad, se verá que es mejor adoptar que comprar.</p>
<p>Algunos piensan que determinadas razas están caracterizadas para cumplir una cosa u otra, por ejemplo, el labrador para estar con niños, el pastor alemán para ser guardián etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	<p>Demostrar que todo perro es único por su carácter y que la raza de un perro no asegura una personalidad, ayudará a que se den cuenta de que un mestizo puede aportar lo mismo o más, que un perro de raza.</p>
<p>Al no tener información, las tiendas de animales tienen más posibilidades de vender que las</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	<p>Dar información tanto a niños como adultos sobre el funcionamiento de una protectora, sobre cómo se puede adoptar, así como qué perros hay en las misma, etc. , contribuirá al</p>

protectoras de dar en adopción.		aumento de la adopción de perros
Estas ideas impiden que muchas ocasiones las personas no vayan a las protectoras a adoptar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornadas educativas</li> <li>- Campaña de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Desfile de moda de perros en adopción</li> </ul>	Dar a conocer que los perros de una protectora comen bien, son muy bien tratados, tienen revisiones veterinarias periódicas, hará que mejore la imagen de estos perros, y, por ende, aumente el número de adopciones.
Las protectoras pierden adoptantes que no se atreven a enfrentarse a la dura situación de estas entidades (abandonos, maltrato...).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Mostrar los perros que hay en las protectoras fotografías y vídeos por ejemplo, es un paso importante para que las personas elijan qué perro quieren adoptar sin necesidad de acercarse a las instalaciones y así conseguir aumentar el número de adopciones.
Dificultades para concienciar a personas con un comportamiento y actitud negativa hacia la adopción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de calle</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornadas educativas</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Si se informa y conciencia a la población sobre lo que puede aportar un perro, independientemente de que se encuentre o no en una protectora, logrará aumentar el número de adopciones.
La desinformación de	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> </ul>	Mostrar a la sociedad las grandes

<p>la adopción y de la compra impide estas comparaciones en las personas.</p>	<p>puertas abiertas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Centros de información en centros comerciales</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	<p>diferencias entre adoptar y comprar, aumentará la adopción.</p>
<p>Desinformación sobre este aspecto. La sociedad no sabe el problema que la venta provoca con la sobrepoblación.</p>	<p>Jornada de puertas abiertas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Centros de información en centros comerciales</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Jornadas educativas</li> </ul>	<p>Mostrar la vida que tienen los animales que están en venta y el problema del abandono y de la sobrepoblación de perros, sensibilizará a la sociedad para que se inclinen por la adopción.</p>
<p>Se resta el apoyo de instituciones importantes a la adopción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas</li> <li>- Concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog</li> </ul>	<p>Demostrar a las administraciones públicas la necesidad de actuar ante este problema social a través de la presión ciudadana conseguirá que intervengan y den un ejemplo al resto de los ciudadanos</p>
<p>Los perros pueden ser sacrificados o acabar en cualquier familia a través de las perreras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas</li> <li>- Concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog</li> </ul>	<p>Pedir a las administraciones públicas que un perro no debe morir por haber nacido en la calle o haber sido abandonado y demandar que todo perro merece ir a un hogar donde se asegure su bienestar, logrará -que éstas actúen a favor de los derechos de los</p>

		animales.
Dificultad para llevar a cabo estas necesidades: campañas de educación, concienciación etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas en medios de comunicación</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornadas de puertas abiertas</li> <li>- Desfiles de moda con perros...</li> </ul>	Informar a la sociedad y pedir ayuda a través de los medios de comunicación así como, actividades culturales etc. conseguirá mayor-concienciación, a favor de la adopción.
La desinformación sigue restando adoptantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas en medios de comunicación</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornadas de puertas abiertas</li> <li>- Desfiles de moda con perros</li> </ul>	Informar sobre la adopción a la sociedad conseguirá aumentar el número de adopciones.
Muchos de estos perros acaban abandonados por esta falta de responsabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades educativas</li> <li>- Blog</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Informar sobre lo que significa tener un perro y cómo hay que cuidarlo y mostrar los perros que habitan en las protectoras a causa de esa irresponsabilidad, reducirá las probabilidades de maltrato y aumentará el número de adopciones

<b>AMENAZAS</b>	<b>¿QUÉ SE HARÁ PARA ELUDIRLAS O AMORTIGUARLAS?</b>	<b>¿POR QUÉ LA ACTIVIDAD/ACCIÓN PROPUESTA LOGRARÁ ELUDIR O AMIORTIGUAR LA AMENAZA?</b>
Las protectoras se saturarán si aumenta el acogimiento de perros adultos que no son adoptados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> </ul>	Mostrar la imagen de los perros adultos y su personalidad hará que la sociedad vea el gran error que implica o rechazar a un perro por tener una edad u otra.
Las tiendas de perros no exigen que los compradores cumplan requisito alguno, excepto que abonen el dinero estipulado. Asimismo, no son pocos los compradores irresponsables. En el futuro el número de perros abandonados puede aumentar y, por lo tanto saturarán las protectoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Información en centros comerciales</li> </ul>	Informar a la sociedad sobre la ausencia de seguimiento de las tienda de venta de perros, así como la irresponsabilidad de algunos dueños sensibilizará a la opinión pública sobre la necesidad de la adopción, ya que las protectoras además de hacer un seguimiento, acogen de nuevo a los perros cuyos amos no quieren seguir teniéndolo.
El número de perros traumatizados que no pueden ser dados en adopción pueden saturar a	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> </ul>	Mostrar la importancia del trabajo de las protectoras y la ayuda que éstas necesitan, dará

las protectoras.		a conocer a la sociedad que muchos de estos perros pueden rehabilitarse con cariño y trabajo constante y de esta forma aumentará el número de adopciones y así evitar la saturación.
La falta de información sobre las protectoras hace que la personas compren en vez de adoptar perros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Si a los niños se les enseña qué es la adopción, cuando quieran tener un perro preferirán adoptarlo.
Cada vez que alguien busque un perro con un determinado fin pueden preferir comprar una raza concreta para que cumpla con su función.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Demostrar a la sociedad que un perro es único por su carácter y no por su raza, y, por lo tanto, que un perro de una protectora mestizo puede satisfacer las mismas necesidades que un perro de raza de una tienda, convencerá a la sociedad para que apoye y prefiera adoptar a comprar.
Las protectoras pueden fracasar en su actividad, y no conseguir adoptantes, al no saber cómo funcionan y cómo adoptar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Dar información tanto a niños como adultos, sobre el funcionamiento de una protectora, cómo se puede adoptar, y qué perros hay etc. acercará a

		la sociedad.
La actividad de las protectoras puede fracasar al existir ideas erróneas sobre éstas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornadas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Desfile de moda de perros en adopción</li> </ul>	Dar a conocer que los perros de una protectora comen bien, son muy bien tratados, tienen revisiones veterinarias periódicas etc. logrará que aumente el número de adopciones.
Aquellos que están dispuestos a adoptar pero no se atreven por el ambiente de las protectoras, acaban convirtiéndose en compradores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Mostrar a la sociedad los perros que hay en las protectoras sin tener que acercarse a ellas conseguirá mayor número de adopciones.
Individuos con preferencia de mascotas con pedigrí y cachorros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de calle</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Anuncio</li> <li>- Jornadas educativas</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Mostrar lo que vale un perro por sí mismo, y no por su tipo de sangre o edad, conseguirá que aquellos que se inclinan por la compra acaben prefiriendo la adopción.
Las protectoras seguirán perdiendo adoptantes mientras no se informe a la sociedad sobre la realidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Centros de información en centros comerciales</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Mostrar a la sociedad las grandes diferencias entre adoptar y comprar, conseguirá que el número de adopciones aumente.
Al no valorar este aspecto de las protectoras, apenas puede competir sobre este	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> </ul>	Demostrar el tipo de vida que llevan los animales en la venta y el problema

aspecto con la venta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros de información en centros comerciales</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Jornadas educativas</li> </ul>	del abandono y de la sobrepoblación de perros hará entender a la sociedad que seguir criando animales no es necesario ni justo.
Con la venta, se asegura la saturación de las protectoras de animales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Mostrar el futuro incierto que tienen muchos de los perros comprados sensibilizará a la sociedad para que prefiera adoptar.
Si las administraciones públicas no dan ejemplo, los ciudadanos puede que no estén a la altura de las circunstancias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas</li> <li>- Concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog</li> </ul>	Pedir a las administraciones públicas que sean ejemplares en la defensa de los derechos de los animales conseguirá que los ciudadanos sean igualmente respetuosos con los perros.
Los perros pueden sufrir un futuro incierto al no asegurarse de su bienestar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas</li> <li>- Concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog</li> </ul>	Pedir a las administraciones públicas que un perro tenga unos derechos mínimos hará que estos animales estén protegidos por la ley y que durante su espera para ser adoptados tengan las necesidades básicas cubiertas.
Al no poder aplicarse estos consejos la adopción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas en medios de comunicación</li> </ul>	Informar a la sociedad y pedir ayuda a través de

puede perder adoptantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de calle</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornadas de puertas abiertas</li> <li>- Desfiles de moda con perros...</li> </ul>	los medios de comunicación, actividades culturales etc. conseguirá mayor participación en la concienciación, educación... y con ello mayores adopciones.
Si no se acaba con la desinformación la venta puede superar a la adopción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas en medios de comunicación</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornadas de puertas abiertas</li> <li>- Desfiles de moda con perros</li> </ul>	Informando a la sociedad sobre la adopción aumentará el número de adopciones.
Aumenta el número de perros pero no el número de adoptantes, las protectoras se saturan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Campañas educativas</li> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Mostrar el futuro incierto que tienen muchos de los perros comprados, sensibilizará a la sociedad para que prefiera adoptar.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>¿QUÉ SE HARÁ PARA AMPLIAR O MANTENER LA FORTALEZA?</b>	<b>¿POR QUÉ LA ACTIVIDAD O ACCIÓN PROPUESTA LOGRARÁ AMPLIAR/MANTENER LA FORTALEZA?</b>
Los cachorros de las protectoras tienen muchas probabilidades de ser adoptados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> </ul>	Informar a la sociedad de todos los perros de corta edad que esperan un hogar en las protectoras asegurará su pronta

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	adopción.
Los perros con raza tienen muchas posibilidades de ser adoptados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Informar a la sociedad de todos los perros con pedigrí que esperan un hogar en las protectoras conseguirá que sean adoptados.
La personalidad de la mayoría de los perros de las protectoras es visible con tal solo acercarse a la entidad, lo que permite conocer cómo se va a comportar el perro en su futura casa evitando sorpresas desagradables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Mostrar a la sociedad que lo que buscan está en el carácter propio de un perro y no en su raza, aumentará el número de adopciones.
Las decisiones colectivas tienen más posibilidades de inclinarse hacia la adopción, pues alguno de ellos puede informar al resto sobre la adopción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Informar a la sociedad sobre la adopción aumentará las posibilidades de que uno de los integrantes de la familia apoye la adopción y convenga al resto para que así sea.
Los perros de las protectoras pueden ofrecer todas estas características.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> </ul>	Hacer ver a la sociedad que todo lo que buscan pueden encontrarlo en una protectora

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	aumentará la adopción.
Al tener una opinión positiva, las personas estarán dispuestas a informarse sobre la adopción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Al mostrar cómo funciona una protectora y los perros que habitan en ella, convertiremos las actitudes negativas en positivas y con ello aumentará el número de adopciones.
Individuos con comportamiento positivo hacia la adopción y negativo hacia la compra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> </ul>	Al mostrar cómo funciona una protectora y los perros que habitan en ella, reforzaremos las actitudes positivas y con ello la adopción.
Las protectoras tienen más puntos positivos respecto al estado del animal y el trato que se les da en comparación con las tiendas de animales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	Mostrar a la sociedad los puntos positivos de la adopción respecto a la venta supone cambiar las actitudes negativas o neutras en positivas y aumentará la adopción.
Los objetivos de las	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> </ul>	Informando a la sociedad sobre

<p>protectoras pueden sensibilizar a parte de la población para que adopte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>los objetivos de las protectoras, la adopción se convertirá en la manera preferente de adquirir un perro.</p>
<p>La adopción acaba con un serio problema social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Dar a conocer la de los perros, así como y mostrar el trabajo que realizan las protectoras aumentará la sensibilidad de la sociedad y con ello el número de adopciones.</p>
<p>Aunque sean pocas, las administraciones públicas ofrecen un pequeño punto de apoyo a la adopción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas y concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog.</li> </ul>	<p>El apoyo de las administraciones públicas a la adopción, propiciará que los ciudadanos se inclinen por la adopción.</p>
<p>Existen muchos voluntarios dispuestos a llevar a cabo esta planificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de</li> </ul>	<p>Divulgar las acciones del voluntariado que presta su servicio en las protectoras, es probable que redunde en el incremento del número de adopciones.</p>

	<p>información en centros comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	
<p>Existen personas con una gran sensibilidad por los animales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Si las personas sensibilizadas con los animales se manifiestan a favor de la adopción de perros, ello contribuirá a que disminuya , en un principio, y más tarde desaparezca la venta de canes.</p>
<p>Las protectoras siempre se preocupan de dónde va a estar el perro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Si en los centros comerciales se difunde que las protectora hacen un seguimiento de los perros, y siempre se podrán devolver a las mismas, al contrario de lo que hacen las tiendas de animales, se creará una opinión favorable a la adopción</p>

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>¿QUÉ SE HARÁ PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES?</b>	<b>¿POR QUÉ LA ACTIVIDAD/ACCIÓN PROPUESTAS LOGRARÁ APROVECHAR LA OPORTUNIDAD?</b>
<p>Al ser los cachorros adoptados en protectoras, éstas serán cada vez más conocidas y visitadas, ello puede redundar en la adopción de perros adultos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>La divulgación de las imágenes de los cachorros se puede aprovechar para dar a conocer otros perros más adultos.</p>
<p>Los perros tienen una personalidad u otra por el trato y la educación recibida a lo largo de su vida, por lo tanto, no es necesario comprar un perro de raza para llevarnos a casa un perro con un comportamiento u otro. Es suficiente con ir a una protectora y conocer a los animales que habitan allí para no llevarnos sorpresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Si se muestra a la sociedad que lo que buscan está en el carácter propio de un perro y no en su raza, es probable que aumente el número de adopciones.</p>
<p>Si un miembro de la familia se inclina hacia la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> </ul>	<p>Al informar a la sociedad sobre la adopción, se</p>

<p>adopción el número de familias adoptantes cada vez será mayor y la información circulará entre amigos y conocidos de esa familia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>aumentará las posibilidades de que uno de los integrantes de la familia apoye la adopción y convenza al resto para que así sea.</p>
<p>Todos los perros de las protectoras que son adoptados pueden satisfacer a cada persona lo que buscan sin necesidad de comprar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornada de</li> <li>- Puertas abiertas</li> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Hacer ver a la sociedad que todo lo que buscan pueden encontrarlo en una protectora, aumentará la adopción.</p>
<p>Grandes posibilidades de que aquellas personas que tienen una idea positiva sobre la adopción, acaben prefiriendo adoptar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Informando a la sociedad sobre los objetivos de las protectoras y el estado de los perros convertirá la adopción en la manera preferente de adquirir una mascota.</p>
<p>Grandes oportunidades para los perros dados en adopción de salir de la protectora por el segundo grupo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	<p>Al informar y convencer a la población de todas las ventajas de la adopción, los perros tendrán más posibilidades de ser adoptados.</p>
<p>A medida que informemos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> </ul>	<p>Al informar de los</p>

sobre las ventajas de la adopción, más éxito tendrá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	aspectos positivos de la adopción, ésta aumentará.
En el momento de que se informe sobre este aspecto, la imagen de las protectoras mejorará.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	Informar a la sociedad de qué es una protectora y cómo funciona, mejorará su imagen y aumentará el número de adopciones.
La adopción intenta promover el nivel de vida que los perros merecen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en centros comerciales</li> <li>- Actividades educativas</li> </ul>	Si se difunde la labor y los objetivos de las protectoras se creará una buena imagen sobre éstas y, por ende aumentarán las adopciones.
Con la presión ciudadana las administraciones públicas están empezando a moverse para conseguir mayor bienestar animal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recogidas de firmas y concentración popular en acciones de calle e internet</li> <li>- Blog.</li> </ul>	Si las administraciones públicas emprenden acciones a favor de la adopción animal, la sociedad se concienciará sobre a la pertinencia de adoptar en vez de comprar perros.
Poco a poco y trabajando desde la infancia, las personas estarán más concienciadas aportando	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Acción de calle</li> <li>- Puntos de información en</li> </ul>	Si los niños de hoy se conciencian sobre lo acertado que es adoptar y no comprar perros, los

pequeños granos de arena.	centros comerciales - Actividades educativas	adultos del mañana no tendrán dudas a la hora de adquirir un perro: la adopción será la decisión que adoptarán.
Todas las personas con esta sensibilidad animal puede influir e informar sobre los que compran.	- Blog - Acción de calle - Puntos de información en centros comerciales - Actividades educativas	Si las personas sensibilizadas con los animales se manifiestan a favor de la adopción de perros, ello contribuirá a que disminuya y desaparezca la venta de canes.
Las personas que adoptan al ser informadas no suelen llevarse sorpresas desagradables a casa, saben lo que es tener un perro y el abandono es muy bajo.	- Blog - Acción de calle - Puntos de información en centros comerciales - Actividades educativas	Difundir testimonios de personas que han adoptado un perro potenciará la adquisición de perros por esta vía, en detrimento de la compra.

## **10. Propuesta comunicativa**

### **a) Tema o problemática**

En nuestro país se abandonan más de 100,000 perros según la Federación de Asociaciones Protectoras de Animales de Madrid. Las protectoras acogen a la mayoría de los perros abandonados, intentan buscarles una familia..., pero no es suficiente, el trabajo cada vez es mayor y se necesita crear una nueva forma de acercar la adopción animal a la sociedad y concienciarla del problema social que existe respecto al abandono de perros.,

Además, el aumento de la cría canina como consecuencia de la venta, complica aún más la situación, por lo tanto, es importante promocionar la adopción y convertirla en la forma preferente de adquisición de perros.

La crisis está afectando en la decisión de adquirir una mascota. Los gastos que esta origina a una familia, es uno de los motivos por los cuales no solo no se adquieren perros, sino que los que ya se han adquirido en no pocas ocasiones se abandonan. Estos perros que vaguean por las calles acaban siendo recogidos por las protectoras, que con muchas dificultades, lo mantienen en las mejores condiciones en sus refugios o en sus casas de acogida.

### **b) Necesidad de la campaña**

- Es necesario que todos los perros tengan un hogar en el que vivir y satisfacer sus necesidades.

- Es necesario concienciar a la sociedad sobre el problema social del maltrato animal, considerando que el abandono es un tipo de maltrato.

- Es necesario que la sociedad conozca la adopción y la tome como prioridad a la hora de adquirir un perro.

Hasta ahora no ha existido un plan que satisfaga todas las carencias que tiene la adopción animal en la actualidad.

La gran marca de diferenciación de esta campaña con otras que favorecen a la adopción, es la falta de una investigación previa sobre el problema social, a la realización de la misma.

La principal razón es satisfacer las necesidades básicas de los perros del país. Para ello es necesario conseguir un hogar para cada uno de ellos a través de la adopción, además de reducir la venta de los canes.

Además se cree necesario el endurecimiento de las leyes para asegurar los derechos de estos animales.

### **c. Estado de la cuestión**

Hoy por hoy existe mucha desinformación sobre la adopción animal, un hecho que perjudica seriamente esta forma de adquirir un perro. Además, en muchas ocasiones, lo poco que se conoce, son ideas erróneas sobre la adopción, como la mala salud de los perros o la suciedad que presentan las instalaciones donde éstos residen.

Hay que tener en cuenta además que la dura realidad que existe en las protectoras (perros abandonados, algunos de ellos con signos de maltrato físico), aleja a la sociedad de la adopción animal.

En muchas ocasiones, los puntos positivos que tiene la adopción frente a la venta se desconocen. En algunas circunstancias, la sociedad no es consciente de que mientras la venta aumenta el número de perros, (cuando existen más de 100.000 abandonados al año), las protectoras trabajan para frenar la sobrepoblación y satisfacer las necesidades básicas de todos los perros sin hogar.

Algunas de las razones por la cuales aquellos que quieren tener un perro, prefieren comprar a adoptar son:

1. La raza pura del animal.
2. La edad temprana del perro.
3. La compra compulsiva, que impide a algunas personas pensar en cuál sería la mejor forma de adquirir un perro.

#### **d. Finalidad**

La finalidad es aumentar el número de adopciones de perros y eliminar, o, al menos, reducir su venta

Además, es importante que la sociedad valoren a los perros por lo que son y no por una estética. También es imprescindible ofrecer mucha más información sobre la adopción y de las entidades que la gestionan y conseguir que las Instituciones de cada comunidad ofrezca a sus ciudadanos el ejemplo necesario para que las personas respeten el derecho de los animales y se preocupen por su bienestar.

Asimismo, no se ha de olvidar la importancia de sumar voluntarios a la causa, que aporte ayuda económica o su tiempo para continuar con la labor de encontrar un hogar para cada perro que está en la calle.

#### **e. Objetivos**

Objetivos: se ha definido un conjunto de objetivos que tiene el plan de acción integral, entre los que están:

- Aumentar el número de adopción de perros.
- Conseguir más apoyo de las Administraciones Públicas para acabar con el abandono de animales y evitar así la sobrepoblación de las protectoras
- Que la sociedad conozca las protectoras de animales.
- Hacer entender a la sociedad el valor de un perro por sí mismo y no por su raza o su edad.
- Concienciar a la sociedad desde edades tempranas para que se sensibilicen y conciencien sobre el tema de la adopción.
- Conseguir mayor número de colaboradores que ayuden a mejorar, incluso acabar con este problema social (voluntarios, donantes...).
- Conseguir que la sociedad conozca el trato que reciben los animales que se venden en tiendas o en criaderos.
- Que las personas puedan adoptar sin tener que ir directamente a las protectoras.

- Mostrar a la sociedad que un perro tiene unas necesidades básicas y hay que cumplirlas diariamente, sin olvidarse de ellas una vez adquirido el perro.

**f. Alcance:**

Se trata de un proyecto a largo plazo; ya que se considera que los objetivos (el conocimiento de las protectoras, la concienciación de la sociedad etc.) se lograrán poco a poco, con la ayuda de medios de comunicación, instituciones, asociaciones protectoras de animales etc.

**g. Ámbito de actuación del Plan**

El ámbito de actuación del Plan será el conjunto del estado español, dado que el problema de la sobrepoblación canina es estatal, centrándose, sobre todo en las regiones con mayor porcentaje de abandono animal, ya que las protectoras de esas regiones son las que están más saturadas.

**h. Estrategia de comunicación**

**1. Mensaje**

El mensaje es: “Quiero adoptar una mascota”. Engloba todas las finalidades que se pretende conseguir en el proyecto. Si la población adoptara, la sobrepoblación se reducirá considerablemente con el paso del tiempo y los derechos de los animales se respetarán, además de cumplir con las necesidades básicas de cada perro.

**a. Tipo de mensaje**

- **Principal:** “Quiero adoptar una mascota” con el que se pretende conseguir la promoción de las protectoras de animales y de los perros que se dan en adopción.

- **Secundarias:** estaría implícito, ya que es la solidaridad y la participación de la sociedad, de las protectoras de animales, los centros educativos, las Administraciones Públicas... De esta forma, si todos quieren adoptar o ayudan a que los demás adopten y mientras tanto aportan su grano de arena para mantener a los perros que se dan en adopción, el problema desaparecerá.
- **Logo:** La imagen que vamos a utilizar es la de una perrita adoptada, negra, que tras encontrar a una familia que quiso adoptarla está en impecables condiciones.

Es importante el color del animal, pues existe “el síndrome del perro negro”, es decir, que aquellos perros negros tienen menos posibilidades de ser adoptados.

La imagen es una imagen real hecha por sus dueños en uno de sus paseos diarios, y creo que es una buena imagen representativa porque refleja la belleza de un animal precioso, cuidado y feliz gracias al proceso de adopción que vivió, dejando atrás cualquier tipo de trauma o maltrato vivido, ya que estuvo encerrada en una jaula, sin recibir ningún tipo de higiene ni medicación, con el agua y la comida justa, en sus primeros tres meses de vida.

La vida de un animal tras ser adoptado se transforma, gracias a los cuidados y el cariño de una familia que le quiere de verdad, ofreciéndole en todo momento lo que necesita.



## **b. Actividades**

En esta labor será muy importante crear una corriente favorable para que se impulse la adopción, ya que esta forma de adquisición se preocupa realmente por el presente y el futuro de los más indefensos y demuestra una sensibilidad humana que la venta no ofrece.

En cuanto al alcance hay diferentes plazos marcados para conseguir los diversos objetivos que son los siguientes:

- A corto plazo: Dar a conocer la asociación al mayor número de personas posibles.
- A medio plazo: Conseguir mayor número de voluntarios y donaciones para seguir adelante con el trabajo de las protectoras.
- A largo plazo: Aumentar el número de adopciones. Conseguir el apoyo de las Administraciones Públicas y el endurecimiento de las leyes para quienes no respetan los derechos de los animales.

Tras finalizar una larga investigación sobre la adopción y realizar un análisis DAFO en el que explicaba paso por paso todas las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, y aplicar a cada una de ellas diferentes actividades para eliminar los puntos negativos y potenciar aquellos positivos, voy a explicarlas a continuación de forma detallada.

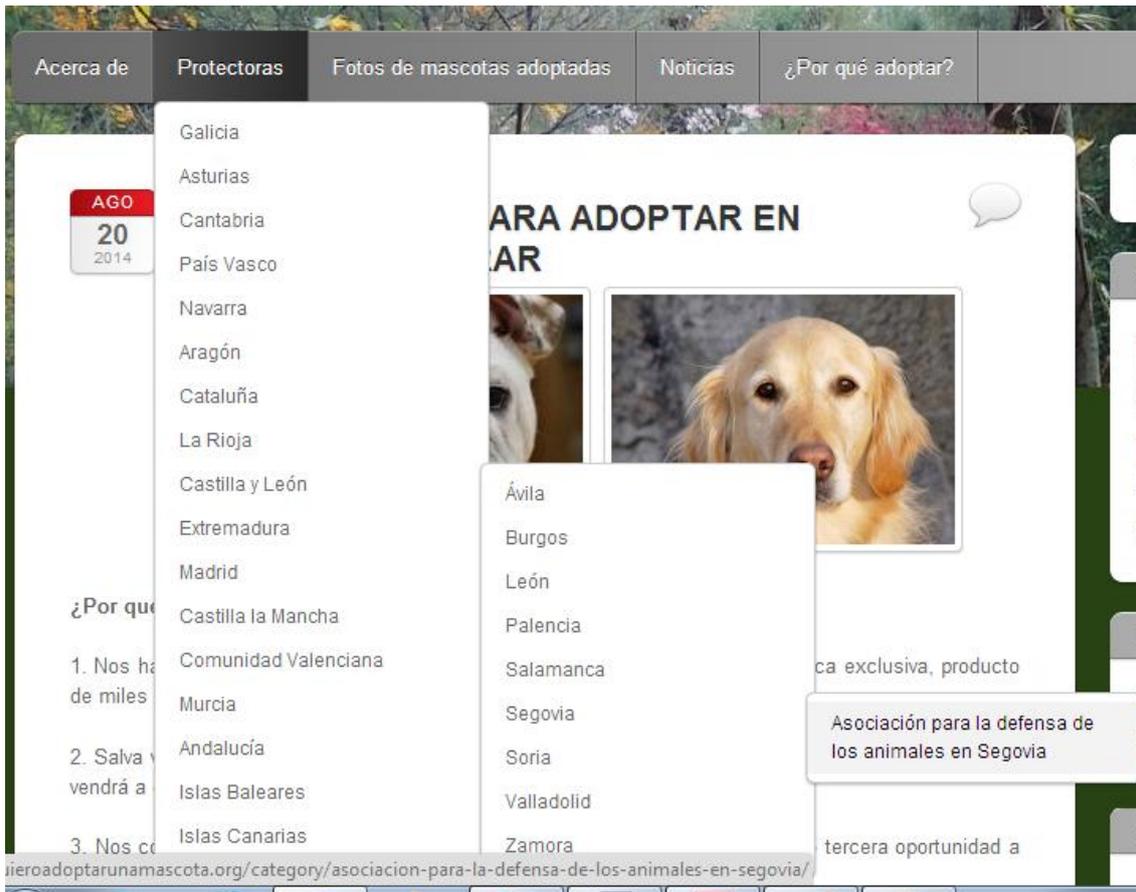
- **Página web**



Tras comprobar, que la información existente sobre la adopción animal es escasa, he decidido crear una página web

**[www.quieroadoptarunamascota.org](http://www.quieroadoptarunamascota.org)**, la cual va a tener diferentes apartados.

Uno de ellos, consiste en organizar todas las protectoras españolas que quieran participar en este proyecto, por comunidades autónomas y a su vez por provincias. De esta forma, si yo vivo en Segovia, y no sé dónde puedo encontrar en esta provincia una protectora, lo único que tendría que hacer es acceder a la página e informarme a través del espacio de Segovia, en el que aparecerán las diferentes asociaciones que existen en este territorio.



A su vez, en este apartado, encontrará todos los datos sobre la protectora en cuestión: teléfono, correo electrónico, Facebook, Twitter, su historia, cómo ayudar, página web, fotos de los animales que actualmente residen en la entidad, las actividades que realizan para sacar adelante a la protectora etc.



La Asociación para la Defensa de los Animales de Segovia se constituyó legalmente en marzo de 1993 por un pequeño grupo de amigos, con la finalidad de sustituir a la Perrería Municipal.

Es una asociación sin ánimo de lucro con el objetivo de defender a los animales en general y acoger, hasta dar en adopción, a los perros y gatos abandonados en Segovia.

Para ver los perros y gatos que esperan ser adoptados entra en nuestra página web:

<http://www.perritosdesegovia.com>

Facebook: [protectorasegovia@hotmail.com](mailto:protectorasegovia@hotmail.com)

Teléfono: 659 91 42 11

**Actividades:**

En definitiva, con este apartado, se resolverán las dudas de dónde adoptar, cuándo, cómo y dónde.

Además, en los espacios de cada protectora, las personas pueden mostrar sus opiniones sobre ellas. De esta manera, la fiabilidad del resto de personas será mayor, ya que tendrán como base la experiencia de algunos de los adoptantes para tener una idea de si ellos quedarán satisfechos o no, al colaborar con una de estas asociaciones.

## 4 comentarios el “SOCIEDAD PROTECTORA DE ANIMALES SCOOBY”



**Vanessa**

RESPONDER

28 MARZO, 2014 @ 1:41 PM [EDITAR](#)

Adoptamos hace mas de 5 años a Braulio, en scooby de Medina y no hay suficientes palabras para agradecer el cariño que mi perrin nos da. Al principio venia con miedo y ojitos triste pero en una semana se combirtio en el rey de la casa. Cuando lo adoptamos estaba fenomenal super sano y desando que le dieran cariño. Y evidentemente claro que recomiendo adoptar, porque Braulio es de las mejores cosas que me han pasado el mi vida , se ha convertido en una parte muy importante de mi familia. El me da todo y solo me pide cariño, quien se puede negar.



**Cristina**

RESPONDER

2 ABRIL, 2014 @ 2:35 PM [EDITAR](#)

Adopté a Tibby en Scooby Medina cuando fui a ver a otra perrita q pusieron en Facebook, pero acababan de adoptar. Buscaba una perrita buena. Me daba igual raza, color, etc y ellos me dijeron q Biti (así se llamaba allí) reunía los requisitos. No la mire apenas, pero dije, PARA MÍ. Cuando la fui a recoger días después, ya desparasitada y esterilizada, la fueron a despedir y se notaba q le habían dado 'mimos', porque era muy cariñosa con la cuidadora. Lo mejor q me ha pasado en muchos años y se lo debo a ellos, q la cuidaron hasta q yo la encontrara. Es una perrita tan buena, q cuando tengo q trabajar, mis vecinas se pelean por cuidarla. Es mi PERRHIJA.

Otro de los apartados es “fotos de mascotas adoptadas”. En este caso, quiero informar de la preciosidad que puede llegar a ser cualquier animal que reside en una protectora. Como en muchas ocasiones existen prejuicios de que los animales que son dados en adopción no tienen unas buenas cualidades físicas y no alcanzan el mismo valor que un perro en venta, con este apartado quiero demostrar el gran valor que tiene cualquier perro, sea dado en adopción o esté puesto en venta.

Si hay algo que está claro, es el increíble [TRABAJO](#) de las protectoras, transforman la vida de los animales abandonados de forma incondicional. Éste es Lolo, y fue adoptado hace 6 meses. Como todos veis está precioso. ¿Qué hubiera sido de él sin la labor de la [Asociación para la Defensa de los Animales de Segovia](#)?



Además, con este apartado también quiero demostrar que aunque a las protectoras algunos animales a causa del maltrato llegan en terribles condiciones (delgadez extrema, heridas etc.), gracias al trabajo de las protectoras y de las personas que quieren adoptar, el cambio del animal en poco tiempo es espectacular.

Otro de los apartados de esta página son las noticias relacionadas con la adopción animal. Es muy importante tener informada a la sociedad sobre esta forma de adquisición de perros, las diferentes opiniones de los partidos

políticos etc. para que sean conscientes de la situación actual, de su necesidad, de la cantidad de perros que necesitan ayuda etc.



## PERRERAS DESBORDADAS



El verano es una mala época para los animales de compañía. En un mes las jaulas de las perreras y de las asociaciones de animales empezarán a verse desbordadas. Por Navidades la gente inconscientemente regala animales sin pensar en la responsabilidad a corto y largo plazo que esto supone. No acabo de entender a la gente que gasta su dinero en comprar un animal habiendo tantos abandonados esperando un [HOGAR](#)  donde les cuiden, les quieran y se responsabilicen de ello. La compra de un animal tiene en muchas ocasiones detrás a gente que no declara su venta, que tiene a perras criando una vez tras otra para lucrarse. Es cierto que muchos criadores tienen licencia para ello, pero realmente son menos que más los que lo hacen legalmente. Deberíamos educar más la sensibilidad de los niños hacia la naturaleza y los animales, hacerles más conscientes de las necesidades y obligaciones que requiere un animal para así evitar que en épocas de vacaciones cientos de ellos sean abandonados.

Jueves, 8 de mayo del 2014 Laura González (El Prat del Llobregat)



Y por último, un apartado muy importante “¿Por qué adoptar?”. Es imprescindible explicar a la sociedad porqué es tan importante adoptar y las principales diferencias que tiene con la venta animal. De esta forma será más fácil concienciar de la necesidad que tienen muchos perros que están a la espera de que una familia se fije en ellos.

AGO  
20  
2014

## SIETE RAZONES PARA ADOPTAR EN LUGAR DE COMPRAR



### ¿Por qué adoptar?

1. Nos hace únicos. Porque [CADA](#)  perro y cada gato viene con una mezcla genética exclusiva, producto de miles y miles de cruces al azar..
2. Salva vidas. Porque supone rescatar de la muerte o el abandono a dos animales: el nuestro y el que vendrá a ocupar su hueco en la [protectora](#).
3. Nos convierte en mejores personas. Porque le estamos dando una segunda o tercera [OPORTUNIDAD](#)  a un ser vivo que no ha tenido [suerte](#) con los humanos.
4. Es un desafío lleno de satisfacciones. Sacamos un animal [adelante](#), le devolvemos la salud, la felicidad y la confianza en los hombres.
5. Es un acto de responsabilidad. ¿No le parece increíble que se sigan vendiendo cachorros mientras cientos de animales pasan sus días esperando un nuevo [HOGAR](#) ?
6. Es más barato. [Los costes](#) de adoptar son infinitamente inferiores a los de comprar una mascota en un criadero.
7. Entre gustos no [hay](#) disgustos. Hay tantos animales buscando una [nueva OPORTUNIDAD](#)  que no tendrá problemas en encontrar uno que se acomode a su carácter y estética.

Como sé que en la comunicación es esencial que ambas partes, tanto la asociación como el interesado en la adopción, se expresen, vi indispensable crear un Facebook de la página en la cual todos nos informáramos de nuestra situación.



En esta página, informo constantemente de los perros que se dan en adopción de las diferentes protectoras, muestro a la sociedad casos en los que un animal recupera su salud, su aspecto físico etc. gracias a las asociaciones protectoras de animales, a las casas de acogida y a sus adoptantes, comunico necesidades económicas que tengan las protectoras porque han encontrado a un animal que necesita ser operado de urgencia, explico por qué es tan importante la adopción e informo del valor que tiene un perro por todo lo que puede ofrecer: compañía, cariño, lealtad... En definitiva, toda la información que considero importante para concienciar y acercar la adopción a los ciudadanos.

Como tras la investigación se ha descubierto que muchas personas asisten a una tienda de animales buscando un modelo de animal concreto (una raza, un color...), gracias a esta página puedo coordinarme con las diferentes protectoras para satisfacer a las personas cuyo mayor fin es encontrar este modelo de animal, sea a través de la adopción o de la compra. Como en las protectoras existe tanta variedad, es posible que en muchas ocasiones se pueda cumplir con sus expectativas, y que si esta persona quiere concretamente un cocker negro, por ejemplo, podamos ofrecerle un cocker negro a través de la adopción, ya que no es tan difícil, que en una de las 300 protectoras/perreras que existen en España, se encuentre un perro de estas características.

¿Soy yo la única que informo y comunico? No. Las personas que siguen la página me escriben interesadas por los animales que publico en el Facebook para saber cómo pueden adoptarlos, me informan acerca de actividades solidarias a favor de la adopción, me piden ayuda cuando han encontrado un perro abandonado y quieren buscarle un hogar...

Por ejemplo:

**Jorge González** Acciones

 **Jorge González** 10 de julio de 2014 21:01  
Hola, podrías difundir este caso por favor? Muchas gracias  
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=343150689171175&set=a.337797853039792.1073742070.100004287402402&type=1>

 **Quiero adoptar una mascota** 11 de julio de 2014 23:40  
Hecho! 😊

 **Jorge González** 11 de julio de 2014 23:47  
Muchísimas gracias!!!

**Alex Ideo** Acciones

 **Alex Ideo** 23 de junio de 2014 15:50  
Hola, si lo publicarais ayudariais a esta cachorrita que tienen unos vecinos míos, aquí, en La Flecha.  
Un saludo y gracias



 **Quiero adoptar una mascota** 23 de junio de 2014 15:51  
Ahora mismo! 😊

Leonides Riesco

Acciones ▾ X



**Leonides Riesco**

31 de marzo de 2014 13:46

necesito ayuda para que adopten estos dos cachorritos ,los otros 6 hermanos ya conseguí que los adoptaran pero estos dos fieras ya llevan en casa 4 meses y no los puedo tener por que tengo la madre y al abuela y 4 perros es mucho por que me dan la lata mi familia ..gracias ...



**Quiero adoptar una mascota**

31 de marzo de 2014 15:10

Hola Leonides! Esta misma tarde difundo sus fotos en la página. Un saludo!



**Joan Rubió Pubill** Ya esta hecho ahora solo falta esperar una semanita y unos kms  
Ya no me gusta · Responder · 👍 2 · 17 de abril a la(s) 16:57



**Bernadette Alauzun** absolutament adorable!  
Ver traducción  
Ya no me gusta · Responder · 👍 1 · 20 de abril a la(s) 1:29



**Quiero adoptar una mascota** Joan Rubió Pubill llama al 983481065 y pregunta por Pablo o Dani. Es la Sociedad Protectora de animales y plantas Scooby. O sino llama al número que aparece en la parte inferior de la foto 😊  
Me gusta · Responder · 👍 2 · 14 de abril a la(s) 10:59 · Editado  
👍 40



**Joan Rubió Pubill** Me gustaria adptarlo, ustedes diran como puedo hacerlo  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 14 de abril a la(s) 11:00

Cargando...



**Joan Rubió Pubill**  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 13 de abril a la(s) 23:42

También “Quieroadoptarunamascota” dispone de un Twitter a través del cual se puede informar de toda la actualidad de la página.



Para regular mejor la página, y que las protectoras de animales o cualquier persona de forma individual puedan consultarme cualquier duda, o pedirme que publique cualquier tipo de información, tengo creado un correo electrónico: [quieroadoptarunamascota87@gmail.com](mailto:quieroadoptarunamascota87@gmail.com)

Asociación Lara <difusiones2@asociacionlara.org>  
para Asociación

#### PICNIC PERRUNO EN EL RETIRO DE MADRID



¿Cómo he dado a conocer esta página web? quería hacerlo de una forma original, que llamara la atención y que transmitiese al ciudadano un sentimiento positivo, por lo que creé una nueva forma de hacer publicidad.

Realicé de forma manual y con goma eva cajitas en forma de mariposa de diferentes colores y tamaños. Dentro de cada mariposa había un papel en el cual estaba escrita únicamente la dirección: **[www.quieroadoptarunamascota.org](http://www.quieroadoptarunamascota.org)**.

Estas mariposas las repartí de forma secreta por parques, bibliotecas, portales, bancos... de varias ciudades, para que las personas se las encontraran inesperadamente y sintieran plena curiosidad por aquel objeto y el mensaje que guardaba en su interior. De esta forma quería que relacionaran de forma subconsciente la adopción, con algo atractivo y bello como es un regalo inesperado es un lugar sorprendente.

Otra de las opciones fue repartirlas también en clínicas veterinarias para que estas se las entregaran directamente a sus clientes. Teniendo en cuenta que a todas las personas que asisten a estas clínicas les gustan los animales, ofreciéndoles información sobre la adopción, si el día de mañana quieren adquirir un perro, existirán más posibilidades de que se acerquen a una protectora a por él.



Otra de las actividades que he realizado ha sido la de un anuncio. Tras ser consciente de la importancia que se le da la raza y la edad a un animal, he querido que la sociedad compare ese rechazo de ciertos perros por ser mestizos y ser adultos, con el hecho de que se realice la misma acción con un ser humano.

Con las preguntas “¿discriminas a las personas por su raza?” y “¿y por su edad?” he querido hacer entender a las personas que vean el vídeo que un animal merece el máximo respeto sea cual sea su tipo de sangre o su edad.

Además, en él muestro varias imágenes en las que aparecen perros que se dan en adopción, en muy buenas cualidades físicas, de diferentes razas y edades.

Por último ofrezco varias razones por las cuales se debe adoptar: cariño, lealtad, compañía... y el último gran consejo: No compres, ¡adopta!.

La música ha sido cedida por el grupo salmantino “The Krazy Band” que apoya la adopción animal y respeta los derechos de los animales. Con la canción “I will come true” he querido sensibilizar a todo aquel que sea testigo de este anuncio, primero con una música suave y tranquila, en la parte en la que invito a reflexionar a la sociedad y realizo esa comparación entre rechazar a un perro por ciertas cualidades, y lo que significa hacer lo mismo con un ser humano. Después, en la segunda parte, cuando ya han sido realizadas todas las preguntas que llevan a pensar, he decidido utilizar un solo de guitarra eléctrica que tiene más fuerza y presenta a algunos de los animales que pueden adoptarse en diferentes protectoras de animales del país.

La última imagen promociona la página [www.Quieroadoptarunamascota.org](http://www.Quieroadoptarunamascota.org) en la cual pueden encontrar todo lo explicado con anterioridad.

Este vídeo ha sido publicado en “YouTube” y se ha divulgado por el Facebook de la página [www.quieroadoptarunamascota.org](http://www.quieroadoptarunamascota.org) y las redes sociales de otras protectoras de animales.



Quiero adoptar una mascota compartió un enlace.  
8 de julio

Merece la pena verlo: NO COMPRES, ¡ADOPTA!

<https://www.youtube.com/watch?v=-lofQGFTKkk&feature=youtu.be&hd=1>



#### - **Actividades educativas**

Si hay algo imprescindible para que la sociedad entienda el significado de la adopción y luche por los derechos de los animales, es la educación.

Si trabajamos en diferentes centros educativos conseguiremos que el futuro de la sociedad tenga como preferencia la adopción como forma de adquirir un perro.

Mi propósito es que los niños aprendan a la vez que se divierten, y reflexionen sobre todo aquello que se les enseña.

Las actividades que se realizaría con ellos dependería de la edad de los niños. Por eso he creado varios grupos:

- 3, 4 y 5 años: tomarán como eje de actividad el cuento y otras actividades complementarias ligadas a éste (pintar un dibujo...). El cuento toma como protagonista a Ralph, un perro abandonado que busca un nuevo hogar apropiado para él. Aunque en un principio las dificultades de encontrar un nuevo dueño le hacen sentir muy triste, el cuento tiene un

final feliz, cuya moraleja le enseñará a los más pequeños el valor de un perro y las necesidades que éste necesita para ser cuidado y tratado como animal doméstico merece.

- 6, 7 y 8 años: tomarán como eje de actividad el cuento, otras actividades complementarias ligadas a éste y además añadiremos actividades plásticas relacionadas con el mundo de los perros: crear perros con toallitas de rostro y goma-eva, mariposas de goma-eva en las cuales se introducirán mensajes positivos hacia la adopción escritos por los niños etc.
- 9, 10 y 11 años: representarán una obra de teatro siguiendo el guión del cuento y para ello realizarán manualidades para crear los diferentes personajes. Además, se les presentará un power point que les hable de la adopción y de todos los perros que necesitan y necesitarán su ayuda. Con cada diapositiva del power point, aparte de leérselo paso por paso, se les ofrecerá una explicación más desarrollada de todos los puntos informativos.

Cuento: “Ralph busca dueño”



Power Point:



Manualidades de temática canina:



Esta actividad (concretamente la de ofrecer una charla en un colegio ayudándome del Power Point), la puse en práctica a través de la protectora de animales “Scooby Medina” en Medina del Campo (Valladolid), cuyos responsables estuvieron dispuestos a colaborar desde el principio para mejorar el mundo de la adopción animal.

Además, tras conocer que el colegio “La Moraña” (Arévalo) muy cercano a la protectora de animales Scooby, disponía de una radio escolar, se propuso a la dirección del centro, que los alumnos que participaban en esta actividad, elaborasen un reportaje sobre Scooby el día de San Antón, patrón de los animales. Así, se introdujo a los niños en el mundo del respeto animal, concienciándoles de lo importante que es el buen trato a estos seres tan buenos y

cariñosos, y transmitiéndoles la necesidad de un cambio en la sociedad para mejorar la situación actual del maltrato animal que sufre nuestro país.

## El colegio de La Moraña (Arévalo) realiza un reportaje sobre la protectora Scooby en Medina del Campo

Dicen que las grandes actitudes empiezan a desarrollarse en el colegio, en una edad temprana donde los niños van eligiendo caminos a la hora de escoger actividades, de reaccionar ante distintas situaciones etc. Por eso, desde Scooby no solo nos alegramos de que el colegio La Moraña cuente con una radio para adentrarse poco a poco en los medios de comunicación, sino que además la utilicen con fines sociales, como en este caso, acordarse de nuestros inquilinos, los animales de los que se compone la protectora Scooby en Medina del Campo..

A partir del día de San Antón, el pasado 17 de Febrero, los alumnos de La Moraña decidieron dar voz a nuestros amigos más necesitados y pedir ayuda para que encuentren un hogar y tengan la vida digna que todo ser vivo merece.

Además, cerraron el reportaje hablando de un hombre que trataba a todos los animales como si fuesen sus mejores amigos: Félix Rodríguez de la Fuente, recordándonos con ello una canción que le dedicaron Enrique y Ana titulada "Amigo Félix".

Desde Scooby queremos dar las gracias a todos los niños que han participado en este bonito reportaje, por emitir la idea de respeto y cuidado de todos aquellos seres de los que nos hacemos cargo, además de pedir ayuda para nuestra Sociedad, en la que tratamos de cuidar y cumplir con todas las necesidades de toda una familia compuesta por perros, gatos, toros, cerdos, ocas, gallinas, caballos, cabras y burros, que, a causa de tener unos dueños irresponsables, han acabado en nuestra protectora en busca de un futuro mejor.

A todo el colegio de La Moraña: ¡GRACIAS!

### - **Acción de calle**

Una acción que todas las protectoras deberían organizar, serían las de acción de calle.

Consistiría básicamente en poner una mesa en una zona concurrida del pueblo o ciudad, en la cual informarían a los ciudadanos sobre la adopción.

En algunas ocasiones podría acompañar a la organización un perro, para dar a conocer en primera persona los animales que viven en las protectoras. Es importantísimo que en este tipo de actividades demos a la sociedad la valía de estos animales por el hecho de ser "perros" (lealtad, compañía, cariño...) y demostrarles el gran error que cometen en el caso de que le den mayor importancia a la raza o a la edad del animal.

Es evidente que apenas existe información real sobre las protectoras, por lo tanto, gracias a la acción de calle podríamos enseñar a la sociedad fotos,

vídeos, folletos... de lo que es una protectora de animales y ofrecer toda la información necesaria para que conozcan la adopción, las razones por las cuales se debe adoptar y cómo se adopta. Los folletos son especialmente importantes si éstos llevan escritos los principales datos de la protectora que lo organice, las principales razones por las cuales adoptar... de esta manera, aquellos que se queden con dudas o no tengan tiempo para estar unos minutos informándose en el stand, podrán llevárselo a casa y leerlo con calma.

Se puede aprovechar a su vez este evento para recoger donativos para poder mantener a los perros de la protectora, vender material cedido por los voluntarios: juguetes caninos, libros, material escolar... También para captar nuevos socios y voluntarios para facilitar el trabajo a las protectoras, demostrándoles que juntos, es todo más fácil.

Si la sociedad no se acerca a las protectoras, es importante que las protectoras se acerquen a la sociedad para eliminar esas dudas que existen sobre la adopción de perros y se familiaricen con ella.

Mostrar todos los puntos positivos, las necesidades que tienen miles de perros, las ventajas frente a la venta, el problema de la sobrepoblación... será crucial para que la sociedad se incline a favor de la adopción.

Teniendo en cuenta además, todas las personas que no adoptan porque no se atreven a acercarse a las protectoras de animales, por no ver la situación de abandono y maltrato que en algunas ocasiones se puede ser testigo, mostrar fuera de las instalaciones de las protectoras los perros que hay en ellas, su tamaño, su historia, su carácter... y poder gestionar allí mismo la adopción del animal, puede aumentar considerablemente el número de adopciones. El test de compatibilidad con el animal puede hacerse en el mismo stand, el encuentro con el perro también para conocer la reacción de ambos... así, todo sería más fácil para el adoptante que se muestra sensible a la dura realidad que a veces existe en las protectoras.

Con el conocimiento, la concienciación y la sensibilización de la sociedad, la adopción puede convertirse en la forma principal de adquirir un perro.

- **Puntos de información en centros comerciales.**

Consistiría en realizar el mismo tipo de actividad que en la acción de calle pero dentro de los centros comerciales, sobre todo si estos cuentan con una tienda de animales.

Además de intentar conseguir todos los objetivos que en la acción de calle, con los puntos de información en los centros comerciales se intentaría reducir el número de compras compulsivas.

Aquellos que se fijan en los cachorros que se encuentran encerrados en las vitrinas, podrán sentirse atraídos por el punto de información de la protectora, cuyo stand será atractivo para los viandantes, con fotos de los perros, en las que se incluyan fotos de los cachorros de la protectora para captar la atención de aquellos que le dan tanta importancia a la edad de un animal. Después de captar la atención de las personas, se aprovechará para mostrarles todos los perros que habitan en la protectora, sin darle importancia a la raza y la edad. De esta manera, se les demostrará que adquirir un perro por un tamaño o un color es un gran error, pues todo lo que busca en un perro puede encontrarlo en una protectora, aunque no sea de raza pura y/o tenga una edad más avanzada.

Es importante priorizar además en la comparación entre la venta y la adopción, para que a la hora de acercarse a una tienda de animales, se piense dos veces donde adquirir un perro, antes de dar el paso erróneo, de no ofrecer su hogar a un perro abandonado que espera una familia.

También se puede aprovechar el momento para recoger donativos, vender pequeños objetos, captar nuevos socios y voluntarios, informar de los puntos más positivos de la adopción, repartir folletos...

La gestión de las adopciones también podría realizarse en este mismo punto, realizando el test pre-adopción, siendo testigos del encuentro entre el perro y el futuro dueño el día que sea posible etc.

- **Jornada de puertas abiertas.**

Una actividad imprescindible para las protectoras de animales es la jornada de puertas abiertas. Si queremos demostrar a la sociedad los perros tan maravillosos que viven en una protectora a la espera de un hogar, es necesario mostrárselos personalmente.

Las protectoras deben demostrar que todos los perros son únicos por sí mismos, que la raza y la edad deben de ser indiferentes para los futuros dueños y que las personalidades en estos animales son infinitas. No hay mejor solución para que entiendan esta idea que viéndolo con sus propios ojos. Cuando uno es testigo de la situación que se vive en las protectoras o en las perreras se comprenderá que cada perro es diferente y tiene su propio carácter. Entonces, si una familia busca un perro pequeño y cariñoso, es tan sencillo como que asista a una jornada de puertas abiertas, conozca a los perros que viven allí y adopten el perro que desean. Pequeños, medianos, activos, tranquilos... de todos los tamaños y personalidades. Además de llevarse un compañero fiel que les acompañará el resto de su vida, pasarán un día estupendo acompañados de animales deseosos de que les den su compañía y su cariño.

La jornada de puertas abiertas será totalmente gratuita y se realizaría una vez al mes. Una de las voluntarias de la protectora se encargaría de enseñar a los visitantes el terreno, los animales y además explicaría el funcionamiento de la protectora, su financiación, sus actividades y todo aquello que pueda resultar interesante para los interesados en la adopción animal.

Podría aprovecharse la actividad además para gestionar las adopciones que se decidan ese mismo día.

- **Recogidas de firmas, manifestaciones...**

Ya hemos hablado de la importancia que tiene que las Administraciones Públicas apoyen esta causa y tengan disposición a querer solucionar el problema y a luchar por los derechos de los animales.

Como en muchos casos, conseguir este objetivo no es fácil, y el contacto directo con estas entidades tampoco, es más, hay que demostrarles que a los ciudadanos les preocupa realmente el problema del abandono y de la sobrepoblación animal, a veces es necesario realizar actividades en las cuales los ciudadanos aúnen fuerzas para luchar por la causa.

Para conseguirlo, cualquier lugar público sería suficiente para acercarnos a la ciudadanía, explicarles la situación y pedirles su firma para poder conseguir los objetivos planteados desde un principio:

- Endurecer las leyes para proteger los derechos de los animales.
- Mejorar las condiciones de las perreras municipales.
- Mayores exigencias a la hora de adquirir un perro: control del microchip, estudio de compatibilidad entre el futuro dueño y el perro, esterilización para no aumentar la sobrepoblación y con el fin de que nadie se lucre con la venta ilegal de perros...
- Control de criaderos para acabar con todos aquellos que sean ilegales y para asegurar el bienestar de todos los animales que utilizan para criar y aquellos que se venden.

Las manifestaciones para mostrar la disconformidad de la sociedad con las actuales leyes y condiciones que tienen los animales domésticos en la actualidad, también son muy importantes. No sólo para alzar nuestra voz para defender a aquellos que no la tienen, sino también para llamar la atención al resto de la sociedad e informarles de nuestro problema, así existirán más posibilidades de que se unan a nosotros.

- **Otras actividades**

- **Desfiles de moda** cuyos protagonistas serán los perros de las protectoras: aunque no estemos acostumbrados a este tipo de eventos, una actividad que resalte la belleza y el buen estado de salud de los perros que se dan en adopción es ésta.

Un precioso galgo negro, con un abrigo a su medida, un podenco con un bonito uniforme...desfilando en una sala destinada a este tipo de actividades, ante los medios de comunicación y las personas interesadas que quieran asistir, es crucial para demostrar que un perro que vive en una protectora está a la misma altura que cualquier perro que se vende en cualquier tienda o criadero.

Esta actividad puede causar tanta expectación demostrando la valía de los perros que viven en las protectoras y que buscan un hogar que la adopción puede aumentar de forma considerable respecto a la venta.

- **Conciertos solidarios:** Informar a la gente a la vez que se divierten es una buena forma de concienciar y sensibilizar a la sociedad, a la vez que aportan un mínimo donativo para los perros que dependen de las protectoras. Poder organizar un concierto, cuyo precio de la entrada vaya destinada a las protectoras y en el cual, se pueda colocar un stand para poder informar a los asistentes de la importancia de la adopción, cómo funciona, qué perros esperan un hogar, los puntos más positivos respecto a la venta, el problema de la sobrepoblación etc. puede reducir la desinformación que existe sobre la adopción, conseguir mayor número de adopciones, mejorar la imagen de la adopción y recaudar dinero para seguir luchando por esta causa.

- **Operación kilo:** Al igual que el banco de alimentos recoge comida para las personas sin recursos, la operación kilo consiste en preparar un stand en una zona pública concurrida (siempre cercana a un comercio que venda comida para animales domésticos) y a la vez que se reparten folletos, se informa sobre la adopción, sus puntos más positivos, los perros que esperan un hogar etc. se recogerá comida para los animales que habitan en las protectoras. Informar y recaudar las necesidades básicas que tienen los perros al mismo tiempo (comida, abrigo, productos de higiene), es una actividad con muchas ventajas para las asociaciones sin ánimo de lucro que se preocupan por el bienestar de los más indefensos.

Esta actividad la puse en práctica a través de la protectora de animales “Scooby Medina” de Medina del Campo (Valladolid) en el Centro Comercial Río Shopping (Valladolid), cuyos responsables estuvieron dispuestos a colaborar desde el principio con el fin de recaudar comida para los animales que habitan allí e informar a los ciudadanos sobre la adopción, sus necesidades, su funcionamiento etc.

### **c. Cronograma**

Las actividades pueden organizarse en el curso 2014-2015.

Para realizar este cronograma se ha tenido en cuenta principalmente las épocas de mayor abandono y el aumento de las ventas. Por ejemplo, en Navidad, suele aumentar la compra de animales domésticos para regalar en estas fechas, por ello es importante reforzar la concienciación y la sensibilización en los meses de noviembre y diciembre, y a su vez, realizar campañas de recogidas de firmas, para que las Administraciones Públicas castiguen con mayor dureza los abandonos que se producen con posterioridad, además de controlar las ventas ilegales que se realizan en esta época del año.

La Navidad también es una época en la que aumenta la solidaridad de la sociedad y es necesario aprovecharla para recaudar donativos y comida para los inquilinos de las protectoras.

Los meses de febrero y marzo son muy duros para los perros de caza, pues muchos cazadores tras utilizarlos para su trabajo, abandonan después a los animales si les resultan inservibles en un futuro, y en muchas ocasiones es cuando el perro no ha cumplido ni los tres años. En estos casos además de concienciar a la sociedad de la gravedad de este tipo de acciones, es necesario aumentar el número de voluntarios para cuidar de los animales abandonados y de aumentar el número de adopciones para encontrar un hogar a todas las víctimas que son desahuciadas de sus hogares. Es buen momento además para recordar a las Administraciones Públicas la importancia que tiene proteger los derechos de los animales.

Lo mismo sucede en verano. Con la llegada de las vacaciones, muchas familias no saben qué hacer con sus mascotas y deciden abandonarlas a su suerte. Es otro momento en el que hay que reforzar las ayudas de las protectoras, las adopciones, los donativos y hay que aprovechar para concienciar de nuevo a la sociedad del gran valor que tiene la vida de cualquier perro y la gravedad que tiene desahuciarlo. Además, hay que encontrar de nuevo un hogar para todos los perros que acaban en la calle. Es otro momento en el que es necesario recoger firmas y concentrarse en las distintas ciudades para dar cuenta a las Administraciones Públicas de lo desprotegidos que están muchos de los animales domésticos en esta época del año.

Los puntos de información en centros comerciales y las acciones de calle, sería importante que se hicieran a lo largo del año y trabajar en acercar la adopción animal a la sociedad, además de reflejar el valor de un perro por sí mismo y no por sus características físicas o su edad. Mejorar la imagen de las protectoras y todos sus puntos positivos en aquellos lugares concurridos aumentaría de forma considerable el número de adopciones.

El trabajo con los niños es bueno en cualquier época del año, pero habría que reforzarla en la época en la que escriben sus cartas a los Reyes Magos, para tratar con ellos la gran responsabilidad que significa tener un perro y para que prefieran que Sus Majestades les dejen en casa un perro que necesita urgentemente un hogar, a que les dejen un cachorro que puede tener fácilmente salida en otra casa.

Las jornadas de puertas abiertas sería interesante realizarlas una vez al mes, los domingos por la mañana para que todas las familias puedan disfrutar de una bonita jornada, jugando con los animales, dándoles de comer, conociéndoles por si en un futuro quieren adoptarles etc.

El concierto puede organizarse en abril, de esta manera no será uno de los días más fríos del año, pero tampoco se disfrutará de una temperatura agradable en la calle para que de esta forma las personas se animen a adentrarse en la sala de música en la que se realice el concierto.

Y por último, una buena fecha para organizar el desfile de moda sería mayo, cuando empieza el calor y se acercan el temible verano en los que se producen tantos abandonos.

La página web y las redes sociales funcionarán los 365 días del año.

CRONOGRAMA: CURSO 2014-2015

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Enero																																	
Febrero																																	
Marzo																																	
Abril																																	
Mayo																																	
Junio																																	
Julio																																	
Agosto																																	
Septiembre																																	
Octubre																																	
Noviembre																																	
Diciembre																																	

**Desfile de moda de perros que se dan en adopción**

**Recogida de firmas y concentración/manifestación**

**Jornada de Puertas abiertas**

19 de Abril: Operación Kilo

**Acción de calle**

**Concierto solidario**

Operación Kilo

**Puntos de información en centros comerciales**

**Actividades educativas**

### - **Limitaciones**

Al tratarse de una ONG, los gastos en material como son los folletos, la gasolina, los permisos etc. pueden superar el presupuesto de la protectora. Para evitarlo, deberían aumentar los beneficios, y podría conseguirse a través de estas mismas actividades que producen un gasto (acciones de calle, puntos de información en centros comerciales...).

Además, al tratarse de ONG's que trabajan directamente con animales, el tiempo de los voluntarios muchas veces es escaso, ya que necesitan pasar la mayor parte del tiempo con los perros, para darles de comer, pasearles, lavarles etc. Para remediarlo se necesitaría un número de voluntarios elevado para que puedan organizarse y estar acercando a la sociedad la adopción animal a la vez que se trabaja en el mantenimiento y desarrollo de las protectoras.

### - **Mantener el impacto**

Es importante que cada año se organicen actividades a favor de la adopción animal, impidiendo que nadie se quede sin la información necesaria acerca de las protectoras de animales ni se le olvide el problema social que existe con los perros en este país.

### - **Evaluación**

Las actividades que se han llevado a cabo son:

- La página web.
- Actividades educativas
- La operación Kilo.

La creación de la página web ha sido todo un éxito. En un principio estaba centrada en España, pero poco a poco ha traspasado fronteras y se han recibido mensajes desde Perú, México, Ecuador...pidiéndome consejos para adoptar, preguntándome por los perros que podían acoger en sus hogares... El mayor número de visitas provienen de España, pero otro alto número vienen de países como: Corea, Sudáfrica, Brasil, China, Argentina, Holanda, Bélgica...

Además, muchos han querido colaborar dejando sus opiniones en diferentes espacios. Algunos querían dar su opinión sobre las protectoras, otros querían comentar las noticias etc.

La colaboración de las protectoras para poder crear este proyecto ha sido óptima. Han cedido toda la información de sus respectivas entidades para crear su propio espacio dentro de la web ya fuera por vía telefónica o por email.

En varias ocasiones se han recibido emails de agradecimiento, porque gracias a la difusión a través del Facebook o del blog se han conseguido varias adopciones tanto de perros como de gatos.

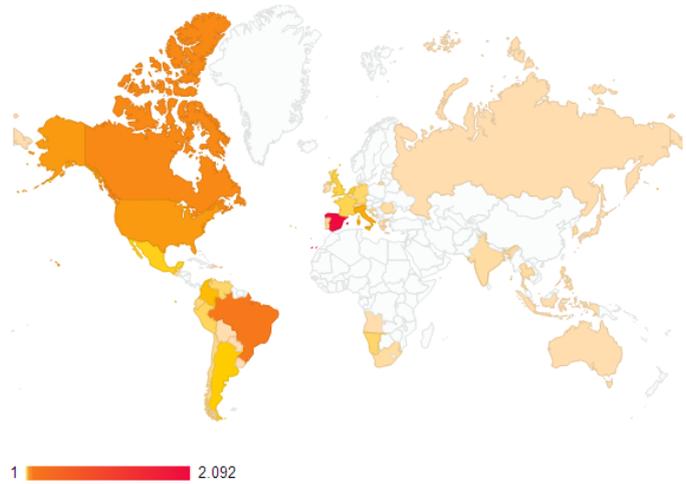
Las mariposas han tenido una gran acogida aumentando el número de visitas y con su reparto. El dato más curioso, es que cuantas más mariposas se repartían, más aumentaba el número de países que visitaban la página web.

Las visitas totales en la actualidad se sitúan en 2425 y se espera que aumenten a la vez que aumenta el número de protectoras que se vayan uniendo al proyecto.

### Top más vistos por país durante todos los días finalizando el 2014-08-24 (Resumido)

[7 días](#) | [30 días](#) | [Trimestre](#) | [Constantemente](#)

País	Visitas
 España	2.092
 Brazil	71
 Canada	56
 United States	35
 Italia	23
 Colombia	22
 Argentina	14
 Mexico	12
 Holanda	10
 Reino Unido	9
 Francia	8
 Perú	7
 Germany	6
 Venezuela	6
 Namibia	6
 Ecuador	5
 Chile	4
 Portugal	3
 Guatemala	2
 India	2
 Sudáfrica	2
 Croatia	2
 Filipinas	2
 Tailandia	2
 República de Corea	2
 Rumanía	2
 Ireland	1
 Japón	1
 Greece	1
 Suiza	1
 Indonesia	1
 Belgium	1
 Bolivia	1
 Dominican Republic	1
 Uruguay	1
 Federación Rusa	1
 Australia	1
 Paraguay	1
 Montenegro	1
 Angola	1
 Puerto Rico	1



En el caso del Facebook, la página ha tenido gran seguimiento diario consiguiendo hasta el día de hoy 1067 seguidores.

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 1 067



Descripción	Me gusta	Alcance	Visitas	<b>Publicaciones</b>	Personas	
<span style="color: orange;">■</span> Alcance: orgánico/pagado <span style="color: blue;">■</span> Clics en publicaciones <span style="color: red;">■</span> Me gusta, comentarios y veces que se compartió						
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
22/08/2014 2:16	Qué opináis de la página			168 <span style="color: orange;">■</span>	1 10 <span style="color: red;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
21/08/2014 0:14	Quiero adoptar una mascota compartió un			176 <span style="color: orange;">■</span>	25 5 <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
20/08/2014 20:58	Siete razones para adoptar en lugar de			301 <span style="color: orange;">■</span>	2 12 <span style="color: red;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
19/08/2014 22:39	Fotos subidas con el celular			677 <span style="color: orange;">■</span>	13 65 <span style="color: red;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
15/08/2014 14:27	Fotos subidas con el celular			233 <span style="color: orange;">■</span>	3 15 <span style="color: red;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
13/08/2014 1:26	Fotos subidas con el celular			729 <span style="color: orange;">■</span>	11 95 <span style="color: red;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
12/08/2014 11:35	Por qué lo más natural, lo más sano y			1,3K <span style="color: orange;">■</span>	65 33 <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>
10/08/2014 23:38	Se necesita ayuda para esta protectora			509 <span style="color: orange;">■</span>	96 11 <span style="color: blue;">■</span>	<a href="#">Promocionar publicación</a>

Chat (14)

## Me gusta, comentarios y veces que se compartió

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



El anuncio ha tenido gran difusión a través de las redes sociales y la página de “YouTube” con un total de 818 visitas alcanzadas a través de Facebook y 223 a través de la segunda aplicación nombrada.





Quiero adoptar una mascota compartió un enlace.

8 de julio

Merece la pena verlo: NO COMPRES, ¡ADOPTA!

<https://www.youtube.com/watch?v=-lofQGFTKkk&feature=youtu.be&hd=1>

	<p><b>No compres, ¡ADOPTA!</b></p> <p>Anuncio a favor de la adopción de animales</p>
---	--

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 23 💬 Compartida 2 veces

818 personas alcanzadas

Promocionar publicación

La operación kilo superó todas las expectativas. Al organizar la actividad en periodo de rebajas en el centro comercial más importante de Valladolid, Río Shopping, el número de personas que quisieron colaborar fue muy alto. El establecimiento de animales Kiwoko fue el primero en sumarse a esta actividad con una **donación de 200 kilos** de pienso para los animales de Scooby.

Las actividades educativas fueron todo un éxito gracias a la ilusión de los niños que estuvieron dispuestos a participar en todo momento.

Estuvieron muy activos hablándonos de sus animales domésticos, de sus experiencias, haciéndonos preguntas sobre la adopción y las protectoras de animales, sobre los perros... Y en el último momento de forma inesperada, los niños pidieron permiso a sus profesores para hacer un regalo a la sociedad, que consistía en que cada uno nos hizo un dibujo de su visión sobre las protectoras y el cuidado de los animales.

**Colegio Clemente Fernández de la Devesa de Medina del Campo:**



Con todo, el trabajo organizado por “Quiero adoptar una mascota” ha sido muy satisfactorio dado los resultados. Se espera con el paso del tiempo mejorar la situación actual y aumentar el número de personas que quieran adoptar, que apoyen la adopción, que colaboren con ella y que el número de perros sin hogar en este país sea nulo.

Como propuesta, sería una buena idea crear una coordinadora que organizarse todas las protectoras de animales, tanto a la hora de realizar la campaña de comunicación aquí planteada, como a la hora de organizarse entre ellas, por ejemplo, cuando se necesite encontrar un perro determinado que esté buscando una persona interesada en la adopción pero sea exigente en determinadas características del animal (que sea un pastor alemán mestizo de un año de edad).

## **Indicadores**

- Cuántas personas han participado en alguna de las actividades o acciones de la campaña en el ámbito en el que se han realizado
- Cuántas personas han tenido conocimiento de la campaña en el ámbito en el que se ha realizado la campaña
- Cuántas personas han asistido a alguna protectora el día de puertas abiertas
- Número de personas que han visitado la página web en un año
- Número de personas que han visualizado los anuncios de YouTube en un año
- Incremento de adopciones de perro en un año, en términos absolutos y porcentuales
- Número de personas que han tenido conocimiento de la existencia de las protectoras a raíz de la campaña
- Decrecimiento de venta de perros en un año, en términos absolutos y porcentuales
- Número de personas que han adquirido conciencia del problema del abandono de los perros tras la campaña
- Número de compradores de perros que tras la campaña si tuvieran que adquirir un perro, ahora lo adoptarían
- Número de personas (en términos absoluto y porcentuales) que han variado su percepción en positivo de la imagen de las protectoras
- Número de personas que han dejado de asociar la raza de los perros con un a priori determinado.
- Número de convenios firmados entre las administraciones públicas y las protectoras en un año
- Números de leyes, ordenanzas o normativas que las administraciones públicas han emitido a favor de la adopción de perros.
- Incremento del voluntariado relacionado con las protectoras en un año, en términos absolutos y relativos
- Incrementos de las donaciones recibidas por las protectoras en un año, en términos absolutos y relativos.
- Si se ha constituido o no la Coordinadora
- Número de protectoras que en un año se han incorporado a la Coordinadora, si la misma ha sido creada.

La información para saber si se está cumpliendo, y en qué grado, estos indicadores, será suministrada mediante una serie de encuestas. Unas realizadas, tras las actividades realizadas y otras tras la finalización de la totalidad de la Campaña de comunicación integral.

## **11. Inacabamiento**

Vivimos en un país en el cual aún nos cuesta darnos cuenta de los sentimientos que tienen los animales. Muchos los tratan como objetos, y no como seres capaces de sentir tanto o incluso más que las personas.

Los perros nos necesitan, debemos cuidar más de ellos.

Pero si hay algo que me ha demostrado este trabajo, es la capacidad que tienen muchos seres humanos de ayudar a los más indefensos sin recibir nada a cambio, excepto el cariño del mejor amigo del hombre.

Aún queda mucho trabajo por hacer en este campo, soy consciente, pero de lo que estoy segura es que a partir de pequeños granos de arena crecen montañas.

Existen pequeñas cosas que cambiaría dentro de este trabajo, y es mi miedo a enfrentarme a la gente a la hora de realizar entrevistas o Grupos de discusión, aunque estoy segura de que el tiempo y la experiencia ayuda a superarlo.

Con todo, quiero decir, que aunque a veces el camino ha sido difícil, he aprendido que donde más se aprende y como más se consigue es actuando.

Solo espero que las protectoras puedan aplicar el mejor método para aumentar el número de adopciones, espero que la obra que este TFM contiene, contribuya a ello.

## 12.FUENTES

### Bibliografía:

- Higuera Guimera, J. (1994). *Protección penal de los animales en España*. Madrid: Ministerio de Justicia e Interior.
- Montañés, Manuel (2009) *Metodología y Técnica participativa (Teoría y práctica de una estrategia de investigación participativa)*, Barcelona, Editorial UOC.
- Montañés, Manuel (2001) *Dinámica, funcionamiento y contenido de las entrevistas individuales y grupales*, Barcelona, Editorial UOC.

### Webgrafía

- “101 razas de perros” (n. d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://www.101razasdeperros.com/>
- 20minutos.es (2014, febrero 22). “Las protectoras de animales exigen la prohibición de la caza con galgos”. 20minutos.es. Extraída el 8/III/2014 desde <http://www.20minutos.es/noticia/2066361/0/protectoras-animales/prohibir-caza-galgos/abandono-animal-perros/>
- “Abandono animal” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://filipecachada.wix.com/abandono-animal-#!>
- “Acción para erradicar el maltrato animal” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://www.apema.org.ar/>.
- “Adopción animal” (n. d.). Extraída el 8/III/2014 desde [http://wn.com/adopcion\\_animal](http://wn.com/adopcion_animal)

- “Adopción animal” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://adopcionanimal-om13.blogspot.com.es/>
- “Adopción” (n. d.) Extraída el 4/I/2014 desde <http://www.anaaweb.org/>
- “Adóptalo y cuídalo” (n. d.) Extraída el 4/I/2014 desde <http://www.animalesadopcion.com/component/k2/itemlist/user/201-asociaci%C3%B3ncontraelabandonoanimal>
- “Adóptalo y cuídalo” (n. d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://www.animalesadopcion.com/>
- “Animais sen fronteiras” (n.d.). Extraída el 10/III/2014 desde <http://www.colectivoanimal.com/>
- “Animales en adopción” (n. d.) Extraída el 20/XII/2013 desde [http://www.mundoanimalia.com/animales\\_en\\_adopcion](http://www.mundoanimalia.com/animales_en_adopcion)
- “Bienvenido a adopción.org” (n.d.). Extraída el 10/III/2014 desde <http://www.adopcion.org/>
- “Bienvenidos a Perrilandia” (n.d.). Extraído el 11/III/2014 desde <http://www.perrilandia.com/>. (Directorio de todas las razas de perros con fotos y descripciones, enlaces de interés a criadores y clubes).
- Camps, J. (199?). Buenas exposiciones de animales en tiendas especializadas. En *Animalia: revista profesional de los animales de compañía*, núm. 92, pp. 52-55. Extraída el 17/II/2014 desde <http://ddd.uab.es/record/109734?ln=es>
- “Canal de mascotas” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://mascotas.facilisimo.com/>.

- “¿Cómo adoptar? animales en adopción” (n. d.) Extraída el 4/I/2014 desde <http://www.elrefugio.org/pagina.aspx?FrameWorkIdPagina=88>
  
- Cooke, S. (2012). El dolor y el sufrimiento de los animales no humanos. En *Carleton: Universidad de Carleton*. Extraído el 18/II/2014 desde [https://www.academia.edu/762850/Pain\\_and\\_suffering\\_in\\_non-human\\_animals](https://www.academia.edu/762850/Pain_and_suffering_in_non-human_animals).
  
- “Derecho animal. Defendamos nuestros compañeros del planeta” (n.d.). Extraído el 10/III/2014 desde [www.derechoanimal.es](http://www.derechoanimal.es)
  
- “Derecho animal. La Web Center de los animales con derecho” (n.d.). Extraída el 10/III/2014 desde [www.derechoanimal.info](http://www.derechoanimal.info)
  
- Elperiodic.com. (2014, febrero 12). “Valencia se vestirá de negro el próximo domingo en la manifestación convocada contra el maltrato animal”. *Elperiodic.com*. Extraída el 15/II/2014 desde [http://www.elperiodic.com/valencia/noticias/285587\\_valencia-vestira-negro-proximo-domingo-manifestacion-convocada-contra-maltrato-animal.html](http://www.elperiodic.com/valencia/noticias/285587_valencia-vestira-negro-proximo-domingo-manifestacion-convocada-contra-maltrato-animal.html)
  
- “España-animales” (n. d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://en.advisto.com/classifieds-auctions-spain/animals/find-venta-animal.htm>
  
- Expansión.com. (2014, enero 27). “España es uno de los países europeos con mayor abandonos de animales”. *Expansión.com*. Extraída el 28/I/2014 desde <http://www.expansion.com/2014/01/27/entorno/1390827998.html>
  
- “Firmas.org” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://firmas.org/>.

- “Foro de adopciones” (n.d.). Extraída el 10/III/2014 desde <http://www.perros.com/foros/general/adopciones/>
  
- Forte, D. (s. f.). La cosificación de los animales en los medios de comunicación. En *Universidad de Buenos Aires: Filosofía y Letras*. Extraído el 19/II/2014 desde [https://www.academia.edu/2285243/La\\_cosificacion\\_de\\_los\\_animales\\_y\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion](https://www.academia.edu/2285243/La_cosificacion_de_los_animales_y_los_medios_de_comunicacion)
  
- Frau Pascual, L. (2013-2014). Comercio de pequeños animales. En *Universitat Autònoma de Barcelona, (deontología veterinaria)*. Extraída el 17/II/2014 desde <http://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2013/115226/compeqani.pdf>
  
- “Fundación altarriba” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://www.altarriba.org/>
  
- Gutiérrez, G., Granados, D. & Piar, N. (2007). Las relaciones humano-animal desde su domesticación hasta la actualidad. En *Revista Colombiana de psicología*, núm. 16, pp. 163 -184. Bogotá (Colombia). Extraída el 18/II/2014 desde <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/viewFile/1013/1469>.
  
- “Iniciativa popular para cambiar el código penal” (n. d.). Extraído el 8/III/2014 desde <http://www.noalmaltratoanimal.org/>
  
- Lainformación.com (2013, octubre 4). “Aumenta un 10,6% la adopción de mascotas mientras cae un 2% el abandono”. *Lainformación.com*. Extraída el 7/I/2014 desde [http://noticias.lainformacion.com/interes-humano/animales/aumenta-un-10-6-la-adopcion-de-mascotas-mientras-cae-un-2-el-abandono\\_9r9NbnSmuTEBRfFFOIJPZ2/](http://noticias.lainformacion.com/interes-humano/animales/aumenta-un-10-6-la-adopcion-de-mascotas-mientras-cae-un-2-el-abandono_9r9NbnSmuTEBRfFFOIJPZ2/)

- Linares Maillo, C. & Martínez Andreu, S. (2012-2013). Comercio con cachorros. En Universitat Autònoma de Barcelona, (Facultat de Veterinària). Extraída el 18/II/2014 desde <http://ddd.uab.cat/pub/estudis/2012/103208/cachorros.pdf>
  
- “Lucha contra el maltrato y el abandono animal” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde [www.icanred.com](http://www.icanred.com).
  
- Narbe, S. (2013). Consejos útiles para adoptar un perro. En *Suite101*. Vancouver (Canadá). Extraída el 18/II/2014 desde <http://suite101.net/article/el-mejor-amigo-del-hombre-a14953>
  
- “No le abandones” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://www.peluzzo.com/campanya/index.htm>
  
- Orellana N. (s, f). “Ante el abandono de animales, la adopción de estas mascotas”. En Blog *Más que derecho penal*. Extraída el 2014, febrero 7 desde <http://www.masqderecho.com/colaboraciones/experiencias-abandono-de-animales/>
  
- “Razas de perro” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://www.perros.com/razas/>
  
- “Razas de perros” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://www.razas-de-perros.com/>
  
- “Refugio para perros-adopta una mascota” (2012, abril 27). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 15/II/2014 desde <http://www.youtube.com/watch?v=yfmD2QiIXAo&hd=1>.
  
- Roldán, R. (2009, septiembre 4) “Diferencias entre regalar y dar en adopción un animal”. En Blog *Perrygatos. Cosas de perros y gatos*.

- Extraída el 7/I/2014 desde <http://blogs.larioja.com/animales-de-la-rioja/2009/09/04/diferencias-entre-regalar-y-dar-adopcion-animal/>
- “San Borja promueve campaña de adopción de mascotas” (2013, mayo 18). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 15/II/2014 desde [http://www.youtube.com/watch?v=DMleA-VRr\\_A&hd=1](http://www.youtube.com/watch?v=DMleA-VRr_A&hd=1).
  - Sánchez, M. (2003). Normativa en Barcelona sobre las tiendas de animales. En *Animalia: revista profesional de los animales de compañía*, núm. 151, pp. 30-35. Extraída el 17/II/2014 desde <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3448425>
  - Sánchez Ortiz, J. (2013). Causas más comunes del abandono de perros. En *Suite101*. Vancouver (Canadá). Extraída el 18/II/2014 desde <http://suite101.net/article/causas-ms-comunes-del-abandono-de-perros-a1792>
  - Scarcella, S. (2007). Maltrato animal y legislación. En *REDVET. Revista electrónica de Veterinaria*. vol.8 núm. 12B. Extraída el 20/II/2014 desde <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n121207B/BA021.pdf>
  - “Sobre perros” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde [http://www.sobrerperros.com/articulos/abandono\\_animal](http://www.sobrerperros.com/articulos/abandono_animal)
  - “Sociedad protectora de animales y plantas en Madrid” (n.d.). Extraída el 11/III/2014 desde <http://www.spap.net/>
  - “Tienda de animales on line” (n. d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://animalesenventa.com/>.
  - “Wikianimales” (n.d.). Extraída el 8/III/2014 desde <http://wikianimales.com/tag/abandono-animal/>

Wyckoff, J.:

- (2013a). Conceptos en Derecho Animal: lo que revelan y qué hacen. En *Utah: Universidad de Utah*. Extraído el 18/II/2014 desde [https://www.academia.edu/3017936/Concepts\\_in\\_Animal\\_Law\\_What\\_They\\_Reveal\\_and\\_What\\_They\\_Do](https://www.academia.edu/3017936/Concepts_in_Animal_Law_What_They_Reveal_and_What_They_Do)
  
- (2013b). ¿Qué le debemos a los animales?. En *Colorado: Universidad de Colorado*. Extraído el 18/II/2014 desde [https://www.academia.edu/1704799/What\\_Do\\_We\\_Owe\\_to\\_Animals](https://www.academia.edu/1704799/What_Do_We_Owe_to_Animals)