



# CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

## INCIDENCIA DEL MARKETING SOCIAL EN LA REDUCCIÓN DEL ABANDONO DE ANIMALES DE COMPAÑÍA

**Joselyn Stefania Espinoza Santana**

Egresada. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Ecuador  
[jespinozasa@ulvr.edu.ec](mailto:jespinozasa@ulvr.edu.ec)

**Félix David Freire Sierra**

Docente. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Ecuador  
Magister en Administración de Empresas  
<https://orcid.org/0000-0002-7393-3229>  
[ffreires@ulvr.edu.ec](mailto:ffreires@ulvr.edu.ec)

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad reconocer la influencia del marketing social en la reducción del abandono de animales de compañía, identificando las consecuencias del abandono de animales en las calles, para la prevención de riesgos con la ayuda del Marketing Social. La metodología de la investigación aplicada fue a través del enfoque cualitativo, utilizando el método inductivo; con el tipo de investigación exploratoria, permitiendo una aproximación a la problemática que se está investigando, empleando la técnica de la entrevista, que fue aplicada a personas que dirigen entidades que se encargan de rescatar animales de compañía en situación de total abandono, con la finalidad de obtener información sobre que campañas de marketing social han realizado para la solución de la problemática social identificada y cuyos resultados se obtuvieron después de las campañas sociales. Entre los principales hallazgos que se identificaron a través de la investigación realizada, se determinó que las entidades dedicadas a rescatar animales abandonados, no han logrado implementar campañas de marketing social de mayor impacto social debido a la ausencia de recursos económicos, pero lo poco que han logrado hacer han sido charlas educativas en comunidades y en planteles educacionales, publicidad por flyers y el uso de medios sociales para la difusión de información, donde todas estas acciones implementadas por poco tiempo han logrado obtener un resultado positivo en el cambio de ciertas conductas que perjudican al ser humano pero sin embargo aún falta mucho por hacer frente a esta gran problemática social en Ecuador.

**Palabras clave:** Marketing, Social, Abandono, Animales de compañía.

## **INCIDENCE OF SOCIAL MARKETING IN REDUCING THE ABANDONMENT OF COMPANION ANIMALS**

### **ABSTRACT**

The purpose of this research work was to recognize the influence of social marketing in reducing the abandonment of pets, identifying the consequences of abandoning animals on the streets, for risk prevention with the help of Social Marketing. The applied research methodology was through the qualitative approach, using the inductive method; with the type of exploratory research, allowing an approximation to the problem that is being investigated, using the interview technique, which was applied to people who direct entities that are in charge of rescuing pets in a situation of total abandonment, with the purpose to obtain information on what social marketing campaigns have been carried out to solve the identified social problem and whose results were obtained after the social campaigns. Among the main findings that were identified through the research carried out, it was determined that the entities dedicated to rescuing abandoned animals have not been able to implement social marketing campaigns with greater social impact due to the lack of economic resources, but the little they have been able to do have been educational talks in communities and educational establishments, advertising by flyers and the use of social media for the dissemination of information, where all these actions implemented for a short time have managed to obtain a positive result in changing certain behaviors that harm to the human being but nevertheless there is still a long way to go to face this great social problem in Ecuador.

**Keywords:** Marketing, Social, Abandonment, Companion animals.

## **INCIDÊNCIA DO MARKETING SOCIAL NA REDUÇÃO DO ABANDONO DE ANIMAIS DE COMPANHIA**

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho de pesquisa foi reconhecer a influência do marketing social na redução do abandono de animais de estimação, identificando as consequências do abandono de animais nas ruas, para a prevenção de riscos com o auxílio do Marketing Social. A metodologia de pesquisa aplicada foi por meio da abordagem qualitativa, utilizando o método indutivo; com o tipo de pesquisa exploratória, permitindo uma aproximação ao problema que está sendo investigado, utilizando a técnica de entrevista, que foi aplicada a pessoas que dirigem entidades que se encarregam de resgatar animais de estimação em situação de abandono total, com a finalidade de obter informações sobre quais campanhas de marketing social foram realizadas para solucionar o problema social identificado e cujos resultados foram obtidos após as campanhas sociais. Entre as principais constatações identificadas através da pesquisa realizada, apurou-se que as entidades dedicadas ao resgate de animais abandonados não têm conseguido implementar campanhas de marketing social com maior impacto social devido à falta de recursos económicos, mas o pouco que têm conseguido fazer foram palestras educativas em comunidades e estabelecimentos de ensino, publicidade através de flyers e utilização das redes sociais para a divulgação de informação, onde todas estas ações implementadas a pouco tempo conseguiram obter um resultado positivo na mudança de determinados comportamentos que danos ao ser humano, mas ainda há um longo caminho a percorrer para enfrentar este grande problema social no Equador.

**Palavras-chave:** Marketing, Social, Abandono, Animais de Estimação.

## INTRODUCCIÓN

La sociedad en la actualidad está pasando por diversas dificultades y problemas de carácter social entre esos principales problemas está la problemática del abandono de animales de compañía que afecta a la sociedad a nivel mundial, el diario abandono de perros y gatos es una de las principales causas por la que existe sobrepoblación de animales de compañía. Esta problemática en combinación con otros factores como es la reproducción inintencionada e intencionada, la ausencia de esterilización de perros y gatos y con eso la tenencia irresponsable desencadena no solo el aumento de animales en la calle, sino que también desencadena otras consecuencias que afecta a la sociedad.

Esta problemática se ve relacionado con la sensibilidad humana, aunque también hay otros factores que va ligado con en el abandono de animales de compañía factores como la economía y la ausencia de educación sobre la tenencia responsable. “La Fundación PR Animals de Puerto Rico plantea que es de gran importancia que el ser humano actúe con empatía, compasión, en pro del bienestar animal si se quiere trabajar en la reducción del abandono de animales de compañía” (Aragunde & Martinez , 2017, p.1).

Los resultados de un análisis llevado a cabo en el año 2014 por la Secretaria de Salud del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito-Ecuador, reveló la existencia en el país alrededor de 600,000 animales de compañía entre perros y gatos donde el 100,000 contaban con propietario responsable mientras que 100,000 se encontraban en general desamparo vagando por las calles y el 400,000 se encontraba en las calles con permiso de vagar es decir el animal a pesar de tener un dueño igual el animal vaga por las calles sin ningún cuidado.

El abandono de animales de compañía trae consigo varias consecuencias entre esas están las principales

Entre las consecuencias de más grande efecto es en la salud de una sociedad por la transmisión de enfermedades zoonótica, el incremento de mordeduras hacia personas y otros animales, el incremento de accidentes de tránsito donde tienen la posibilidad de ser causantes o víctimas del accidente, y también contaminación ambiental por medio de escarbación de fundas de basura para la búsqueda de alimento (lo que ocasiona desperdicios y alimento para otros animales en condición de plaga), (Pinillos et al., 2016, p.5).

La educación y concienciación es de vital importancia en temas sobre las responsabilidades y las obligaciones que tiene el dueño de un animal de compañía, logrando así la aplicación del marketing social a través de sus diferentes estrategias y acciones para conseguir un cambio positivo en la sociedad sobre esta problemática, el principal objetivo de esta investigación es conocer la influencia del marketing social en la reducción de la problemática del abandono de animales a través de su

diferentes estrategias y acciones.

El objetivo general del estudio es conocer la influencia del marketing social en la reducción del abandono de animales de compañía.

## **Marketing Social**

Es una disciplina de la mercadotecnia que tiene influencia desde los años 70 cuando Philip Kotler observó que el marketing tradicional podría aplicarse también para la solución de problemas que afectan a una sociedad llegando a la conclusión de que, así como vendían productos también se podría utilizar para vender comportamiento, actitudes e ideas.

Burbano et.al (2020) ha conceptualizado al marketing social como:

El marketing social presenta algunos beneficios desde el enfoque empresarial, por ejemplo, ser empática la empresa identificando las necesidades de la comunidad generando iniciativas para eliminar y reducir problemas sociales que inciden en la calidad de vida de la gente, dando como beneficios imagen de marca, entre otros, incrementando las ventas, pues los usuarios o consumidores se inclinarán en requerir servicios y productos que mejoren con sus actividades la situación de la sociedad.

El objetivo que tiene el marketing social es de incurrir en comportamientos y actitudes de la sociedad además de buscar soluciones para disminuir problemas de carácter social de cualquier tipo a lo largo de la historia el marketing social ha tenido aplicación en entorno de la salud, en el medio ambiente, en problemas comunitario y también en los derechos humanos con el fin de satisfacer necesidades de la sociedad que no están siendo satisfechas.

Para la aplicación del marketing social conlleva la aplicación de algunas herramientas como es la "investigación de mercados que ayudará a la realización de estudios prácticos sobre el público objetivo y a la segmentación de mercados que permitirá dividir desde un punto de vista psicográfico las personalidades, por actitudes y por estilos de vida" (Ciribeli y Miquelito, 2015, p.4), que mezclándose y dando como resultado comportamientos y conductas que permitirá la combinación de elementos como es el mix de marketing (producto, precio, plaza, promoción) con el fin de poner en marcha planes de marketing social, la práctica del marketing social es de carácter estratégico con el fin de llevar a cabo actividades que llevará al cumplimiento de los objetivos establecidos dentro del plan de marketing social.

Para la gestión del marketing social requiere llevar a cabo algunas etapas como es el análisis interno y externo que tenga relación con el producto o el servicio social, la selección del público objetivo, el diseño de estrategias que se emplearán para el cumplimiento de los objetivos y finalmente la ejecución y el control. Dentro del mix del marketing la "variable promoción hace referencia a los medios que se utilizará para la comunicación con el público objetivo y el medio por donde se va a persuadir, motivar e influenciar en la sociedad o público objetivo a dejar ciertos comportamientos"

(Cardozo, 2017, p.5), esta variable utiliza la publicidad, el marketing directo, patrocinio y otros instrumentos. La publicidad es una herramienta que aporta beneficios con las campañas de publicidad para el bien público.

### **Tipos de Marketing Social**

En los últimos años el marketing tradicional ha ido evolucionando, teniendo como resultado una variedad de métodos que impulsa las diferentes campañas incluso logrando un cambio de ciertas conductas por parte del consumidor, como prueba es la aplicación del marketing social el cual se divide en 3 diferentes tipos.

#### **1. Marketing Social Interno**

El principal objetivo es promover cambios de conductas por medio de actividades implementadas en el proceso de comunicación, con este tipo de marketing social interno se pretende que las personas acepten actitudes y que logren reflejar valores con los que se sientan reconocidos. Para este tipo de marketing involucra varios actores como son los políticos, empresarios, profesionales de diferentes áreas, intelectuales y comunicadores sociales quienes tienen una gran influencia en medios de gran impacto.

#### **2. Marketing Social Externo**

En este tipo de marketing social, la publicidad, las campañas sociales y culturales son métodos de comunicación social y se utilizan para promover el cambio de valores. Su propósito es crear un medio de comunicación de valores y actitudes en la sociedad y crear estereotipos de opinión sobre cómo debe pensar, sentir y actuar una persona. Los medios masivos son un ejemplo de un tipo de marketing que puede llegar a un gran número de personas en un momento y lugar.

#### **3. Marketing Social Interactivo**

Es un factor en el que la intervención de la sociedad (los humanos) como destinatarios de la campaña son factores negativos, ya que tienen la capacidad de criticar y analizar la información, y al mismo tiempo determinar la causalidad a través de un proceso lógico. cuando tienen valores, creencias y actitudes que inciden positivamente en el desarrollo de la sociedad.

### **Campañas de prevención**

La palabra prevenir es adelantarse para evitar que se presenten problemas o su vez reducir las consecuencias del problema, la prevención es la labor de todos en que una sociedad debe aportar para la reducción de los factores de riesgo por ejemplo una persona que toma prevenciones para evitar enfermedades reducirá la posibilidad de tener problemas de salud. "Las campañas de prevención sirven para difundir la preocupación de una problemática a la sociedad" (Marques et al. 2014, p.181), este tipo de campañas suelen ser asociados con la prevención de enfermedades

principalmente el síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA), como también suele ser empleada para crear conciencia hacia otros temas, por ejemplo: campaña de prevención de la violencia de género, campañas para prevenir accidentes de tránsito, campaña de prevención de consumo de alcohol y drogas, etc.

El principio de una campaña de prevención es difundir en la sociedad mensajes que logren un cambio de hábitos para mejorar la calidad de vida del individuo como también de las demás personas que lo rodean, por esta razón es de gran importancia utilizar un lenguaje comprensible en el mensaje que se va a transmitir, cuidando siempre que no se distorsione y que provoque malos entendidos en la sociedad evitando el tecnicismo lo más posible que sea, resaltando siempre las consecuencias de no prevenir ciertos riesgos.

### **Campañas de Conciencia social**

Es un tipo de conciencia que permite a las personas relacionarse con la sociedad teniendo relación de empatía con las personas que nos rodean, un individuo con conciencia social es consciente de que problemas sociales le puede afectar en el desarrollo de las personas. Es de vital importancia tener este tipo de conciencia para el preciso progreso de una sociedad con el fin de formar individuos con valores y con la capacidad de desarrollar su potencial.

Desde una perspectiva de la Agencia de la Organización de las Naciones Unidas para los refugiados ACNUR (2016) describe a la conciencia social como:

La capacidad de los seres humanos para percibir, reconocer y comprender los problemas y las necesidades de las personas de nuestra comunidad, entidad, grupo social o tribu, permite un conocimiento crítico del entorno en el que se desenvuelve el ser humano. Es la actitud reivindicativa de la gente que se resiste a situaciones de pobreza, desigualdad, exclusión, marginación, injusticia o exclusión.

Una campaña de conciencia social es el grupo de acciones que se llevan a cabo de una manera organizada y planeada en la sociedad para hacer visibles problemáticas que aquejan a una comunidad o a una sociedad en general con el objetivo de generar conciencia y sensibilizar a la sociedad de ciertas conductas que perjudica al ser humano, además que promueve la aceptación de soluciones para el cambio de comportamiento y de actitud.

### **¿Cómo se lleva a cabo?**

- Establecer un tema que genere impacto.
- Hacer investigación sobre el tema.
- Formular objetivos.
- Planear acciones que se llevará a cabo.

- Realizar la campaña mediante las acciones seleccionada.
- Evaluar la campaña a través de la forma de reaccionar de las personas.

### **Influencia del marketing social en el abandono de animales de compañía**

El abandono de animales de compañía es considerado como un problema mundial provocando que cada día a nivel mundial abandonen millones de perros y gatos, esto se debe a que en la actualidad existe una sociedad con una cultura de tenencia irresponsable hacia los animales debido a la ausencia de educación animalista y de valores en el ser humano, detrás de este gran problema se puede encontrar muchas causas por el que abandonan un animal de compañía entre las principales causas están las camadas no deseadas debido a la reproducción sin control de los animales, “se estima que la descendencia de una hembra canina en 6 años pueden tener hasta 67,000 cachorros, en el caso de una gata en 6 años puede reproducir hasta 420,000 gatitos” (Ramirez et al., 2019, p.42) con solo una pareja de perros y gatos abandonados y no esterilizados pueden reproducirse masivamente y sin ningún tipo de control, otras de las principales causas es el problema de comportamiento agresivo del animal que le resulta molestosos a los dueños de los animales, el factor económico otro principal factor por el que abandonan animales de compañía, la perdida de empleo trae el ajuste de gastos y buscar las formas de cubrir las necesidades de cada miembro de la familia dejando a un lado las necesidades del animal.

El abandonar un animal de compañía no solo se ve afectado el bienestar del animal sino que también se ve afectado toda una sociedad entre las principales consecuencias esta el aumento de enfermedades zoonóticas, son enfermedades que son transmitidas por animales infectados de la calle al ser humano son provocadas por hongos, bacterias, parásitos, etc., la insalubridad en las calles, accidentes de tránsito y la seguridad del ciudadano que se ve afectado por los ataques agresivos de animales callejeros a ciudadanos que transitan por las calles. “La tenencia irresponsable es un problema que aqueja a toda una sociedad por la ausencia de concienciación de la responsabilidad que contrae poseer un animal de compañía.” (Oña Mendoza, 2016, p.5).

Muchos expertos opinan que la solución para esta problemática social es concientizar a la sociedad sobre las responsabilidades y obligaciones que conlleva ser dueño de un animal de compañía , se ha demostrado que “la aplicación de marketing social a través de sus campañas de prevención o de crear conciencia en la sociedad de una problemática social han tenido resultados positivos en el cambio de conductas no deseadas” (Fernandez et al., 2017, p.2) como es el tabaquismo, las drogas, alcoholismo, el embarazo en adolescentes, etc., haciendo uso de las diferentes estrategias del marketing tradicional como es la publicidad, la investigación de mercado pero con diferente objetivos que va más allá de vender un producto o servicio.

Hoy en día muchas fundaciones nacionales e internacionales que se dedican a rescatar animales abandonados crean campañas para prevenir el abandono de animales de compañía, dar visibilidad a un problema que aqueja a la sociedad y lograr influenciar en las personas a través de la educación,

realizan actividades como charlas educativas en instituciones educativas tratando sobre el tema del abandono de animales de compañías, también realizan conferencias online donde expertos exponen temas de mucha importancia para la sociedad. Así mismo hacen uso de medios de sociales para difundir información a través de anuncios y videos que buscan concientizar a la sociedad sobre una problemática que es de nivel mundial con el único beneficio de crear vínculos positivos entre las personas y los animales de compañía.

## **METODOLOGÍA**

### **Diseño de investigación**

La metodología de la investigación que se utilizó para el proyecto de investigación presente fue el método inductivo. El método inductivo es una forma de recoger información a partir de lo particular a lo general (Andrade et al., 2018), el presente método está relacionado con el enfoque cualitativo con el tipo de investigación exploratoria el cual permite tener un mayor acercamiento a la problemática que se está investigando, con la técnica de investigación de la entrevista a profundidad estructurada que es de gran ayuda para la presente investigación a la obtención de información sobre los resultados de la campañas de prevención del abandono de animales de compañía realizadas por fundaciones que se dedican a realizar esta acción, la información recolectada servirá para validar y certificar esta investigación.

La herramienta por utilizar para realizar la entrevista es el formulario que consta de 3 preguntas de formato abierto dirigida a personas que dirigen entidades encargadas a rescatar animales en condición de abandono, mediante la entrevista ayudará a conocer que campañas de prevención han realizado y cual ha sido su impacto en la sociedad.

### **Muestra**

La entrevista será realizada a 2 personas que dirijan fundaciones que se encarguen en el rescate de animales abandonados las cuales serán: Nathaly Toledo (Fundadora de la residencia de animales rescatados: Distrito Animal), Lorena Bellolio (directora de Protección Animal Ecuador).

### **Resultados**

A continuación, se detalla los resultados de la entrevista realizada:

E1: Nathaly Toledo (Fundadora de la residencia de animales rescatados: Distrito Animal)

#### **1. ¿Cómo el abandono de animales de compañía representa un problema para la sociedad?**

El abandono de animales de compañía es un problema a nivel mundial y a su vez social porque los animales en situación de calle afectan a la salud de las personas ya que existen descontrol de camadas indeseadas de animales de compañía ya que a la larga puede llevar una extensión de

enfermedades como son las zoonóticas y zoonosis que puede llegar afectar tanto a los animales que tiene dueños como también a los propietario de los animales de compañía ya que pondría ser contagiados también, más allá de eso representa también representa un problema en cuanto a la educación en la forma de que el abandono de animales de compañía ya es considerado como maltrato animal que definiéndolo es el comportamiento irrazonable de una persona hacia un animal con el fin de provocarle sufrimiento, estrés o inclusive la muerte. No solo implica lastimarlo físicamente, sino también abandonarlo, privarlo de alimento, descuidar su higiene o salud, dejarlo a la intemperie, en azoteas o amarrado, entre otros., muchos psicólogos y expertos ven en este tipo de conductas un precursor de la violencia social. Hay estudios que muestran que los asesinos tienen un historial de abuso animal infantil, también muestra un signo de violencia doméstica hacia mujeres e inclusive hacia niños y por último crecen con vacíos en cuanto a principios éticos y valores hacia seres humanos como también a seres que sienten y sufren pero que no lo puede expresar y ni mucho hablar.

## **2. ¿Qué estrategias han aplicado para prevenir el abandono de animales de compañía?**

Distrito Animal ha realizado campañas publicitarias, pero ninguna ha durado mucho ya que para obtener resultados favorables por lo menos debe durar 7 años, pero ninguna ha llegado a esos años por falta de financiamiento por otro lado cuando estaba al frente de URRRA (Unidad de Rescate y Recuperación Animal) de la prefectura del Guayas en Ecuador, hicimos campañas de concientización dirigida a jóvenes que estaban en colegios en cursos avanzados que estaban por graduarse brindando charlas educativas como temas sobre el abandono de animales de compañía, cuidados y las consecuencias que conlleva el abandonar un animal en las calles, el resultado de estas campañas de concientización realizadas fueron positivas porque si obtuvimos un cambio en los jóvenes en cuanto hábitos y comportamientos frente a esta problemática además se pudo instruirlo de valores que son necesarios en los seres humanos para la sensibilización de animales en situación de calle.

## **3. ¿Cómo considera usted que se podría concientizar a la población para evitar el abandono de animales de compañía?**

La sociedad en general necesita ser educada y ser más responsables más que todo en el ámbito familiar que se reconozca que un animal de compañía desde el momento que se decide adoptarlo ya es como un miembro más de la familia y respetar sus derechos pero para conseguir un mayor impacto en la sociedad se tendrá que revisar que estrategias implementaron en otros países que lograron contrarrestar este problema como son los países europeos donde se puede evidenciar menos violencia a diferencia a nuestro país que se puede evidenciar un mayor número de violencia intrafamiliar y por ende también habrá un mayor número de violencia hacia los animales.

E2: Lorena Bellolio (Dirigente de Protección Animal Ecuador)

## **1. ¿Cómo el abandono de animales de compañía representa un problema para la sociedad?**

Es grave el porcentaje de animales abandonados a diferencia con el porcentaje de animales que cuentan con un propietario la fundación Protección Animal Ecuador se rescata en un promedio de 50

animales de compañía por semana con esta cifra se podría decir que promediamente se recata el 40% de animales que están en total abandono, tenemos un porcentaje tan bajo porque la sobrepoblación de perros y gatos es grave porque las personas tienen animales de compañía sin ningún control o son utilizados para la reproducción de camadas y vender los cachorros y obtener dinero por medio de una acción ilegal. Hay personas que tienen animales de compañía sin ser esterilizados y cuando toman la decisión de abandonarlos las hembras entran en celo y comienza con la reproducción teniendo camada de entre 3 a 8 cachorros y las gatas tienen de entre 4 a 8 gatos bebés con esto trae consigo la consecuencia de aumento de población de animales callejeros esto a su vez el aumento de transmisión de enfermedades zoonóticas que puede llegar afectar gravemente a la salud de las personas, la insalubridad en las calles del país es otra consecuencia que se da por el abandono de animales de compañía y que afecta a los territorios turísticos que basan la mayor parte de sus ingresos en el turismo, podrían verse afectados por una mala imagen turística producida por mascotas abandonadas en las calles, playas, etc.

## **2. ¿Qué estrategias han aplicado para prevenir el abandono de animales de compañía?**

La fundación no ha realizado campañas en medios de gran impacto por falta de dinero, más bien se ha realizado campañas de tipo BTL como son marchas, ir a escuelas, colegios y comunidades brindando charlas en cuanto a temas relacionado con el abandono de animales y la importancia de esterilizar a los animales para prevenir riesgos de enfermedades en los animales como también a nivel social, también hemos realizados campañas de corta duración por medio de flyers o por medios sociales la cual hemos tenido buenos resultados porque se ha logrado que la población tome conciencia sobre las diferentes situaciones por la que tiene que pasar un animal si es abandonado en la calle. Aunque pienso que una campaña para que tenga un gran impacto en la sociedad deben ser costeados con bastante dinero, en medios que tengan gran impacto y a su vez sean de mayor duración.

## **3. ¿Cómo considera usted que se podría concientizar a la población para evitar el abandono de animales de compañía?**

La existencia del abandono de animales de compañía en nuestro país es por la ignorancia, la ignorancia de no saber cómo cuidarlos o simplemente no saben el cachorro va a crecer y ya no será adorable, luego será un animal más grande la demandará más cuidados especialmente de veterinarios hay es cuando las personas se asustan porque no tienen los recursos económicos necesarios para mantener un animal de compañía llegando a la conclusión de abandonarlo. Ahí es cuando se mezclan la ignorancia con la maldad del ser humano y en específico la maldad de los ecuatorianos es sorprendente porque somos clasificados como uno de los países con más violencia hacia nuestros animales y con índices altos de maltrato animal y en abandono de animales de compañía es por eso que considero importante la creación de campañas para concientizar en la sociedad sobre el abandono de animales de compañía y a su vez concientizar sobre la importancia de esterilizar a los animales de compañía para así reducir la reproducción masiva de animales y las diferentes consecuencias que se da por el abandono de animales.

## **DISCUSIÓN**

En las dos entrevistas realizadas se obtuvo como principal información que el abandono de animales de compañía es un problema a nivel mundial y que se debe por la ausencia de información sobre este problema que no solo afecta a la salud o bienestar del animal sino también afecta a la salud y bienestar de la sociedad para reducir los efectos de esta problemática, la sociedad necesita ser concientizada sobre la problemática del abandono de animales de compañía que afecta a la sociedad en general por la ausencia de empatía hacia los animales como también la ausencia de valores y principios que es de vital importancia en el ser humano, por otro lado las campañas implementadas para la reducción de esta problemática no han tenido el gran impacto que deberían tener en la sociedad esto se debe por falta de recursos económico y de donaciones además que el tiempo en el que tuvieron implementadas las campañas no fue lo suficiente para generar resultados positivos en la sociedad. Lo poco que han hecho para reducir este problema como es la realización de charlas educativas en comunidades como también en instituciones educativas, publicidad en flyers, el uso de redes sociales como medio para difundir información han tenido como resultado el cambio de ciertas conductas por parte de la comunidad, sin embargo, para seguir en la reducción de este problema se debe hacer mucho más y donde también debería intervenir las autoridades competentes para la solución de este problema social para el bienestar de la sociedad.

## **CONCLUSIÓN**

De acuerdo a la problemática social que existe en cuanto al abandono de animales de compañía que afecta en aspecto del medio ambiente, económico y en aspectos culturales y donde miles de animales sufren diariamente por la irresponsabilidad del ser humano, es por eso que para lograr reducir el abandono de animales es primordial concientizar a la sociedad involucrando la creación de mensajes que logre crear conciencia sobre el tema en el que se quiere concientizar, se ha demostrado que logrando crear conciencia en la sociedad cambia actitudes y comportamientos sobre problemáticas sociales. Las campañas de conciencia social deben dar preferencia al mensaje que se quiere transmitir en este caso sobre el abandono de animales de compañía, las causas, sus consecuencias, derechos que los animales de compañía, obligaciones y prohibiciones de los propietarios de los animales de compañía, etc., cuidando siempre que el mensaje que se quiera transmitir sea claro y simple pero siempre con el cuidado de que no se distorsione el mensaje principal.

Además de eso, las campañas sociales deben contar con un logo o con una imagen que se mantenga con el pasar del tiempo y formar parte de una estrategia más organizada. Las campañas de concientización social también pueden incluir eventos sociales, campañas con posters, páginas webs, redes sociales, documentales, artículos en periódicos y revistas, anuncios por tv y radio hasta incluso podría considerarse los programas de teatro y par. Los medios creativos e innovadores para difundir mensajes con la sociedad pueden aumentar el éxito de la campaña para crear conciencia social. Finalmente, la campaña y los beneficios del cambio deben ser visibles en todos los medios elegidos para llegar a la audiencia, visibles para la mayor cantidad de personas posible en el

mercado objetivo. También es importante comprobar si la campaña está consiguiendo su objetivo final: el cambio de comportamiento necesario para corregir la situación problema. Este tipo de campañas, aunque muchas ocasiones lideradas por una organización gubernamental o social, pueden ser útiles cuando una empresa quiere realizar algún tipo de actividad en beneficio de la comunidad.

## REFERENCIAS

- ACNUR. (Julio de 2016). Fundamentos y evolución del concepto de “conciencia social”.  
<https://eacnur.org/blog/fundamentos-evolucion-del-concepto-conciencia-social/#:~:text=Entendemos%20por%20conciencia%20social%20la,entidad%2C%20grupo%20social%20o%20tribu.>
- Andrade Zamora, Fabrizio, Alejo Machado, Oscar J., & Armendariz Zambrano, Christian Ronald. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63), 117-122. Epub 08 de junio de 2018.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000300117&lng=es&tng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117&lng=es&tng=es)
- Burbano, J., Prieto, J., & Álvarez, S. (2020). Importancia del Marketing Social en Colombia. Repositorio institucional UNICATÓLICA.  
<https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/2047>
- Cardozo, S. (2017). La comunicación en el Marketing. *Visión Gerencial*, 12.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876009.pdf>
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo. *Visión de Futuro*, 19.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>
- Fernandez Lorenzo, A., Perez Rico, C., Mendez Rojas, V., Fernandez Garcia, C., Mendez Rojas, A., & Calero Morales, S. (2017). Marketing social y su influencia en la solución de problemas de salud. *Revista cubana*, 5. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03002017000300011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002017000300011)
- Marqués, E., Sáez, S., & Guayta, R. (2014). Métodos y medios en promoción y educación para la salud. Barcelona.  
<https://books.google.com.ec/books?id=R3e850qjWA0C&pg=PA181&dq=campa%C3%B1a+de+prevencion+definicion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjD25D-xoz4AhXssoQIHYG6AVUQuwV6BAgJEAY#v=onepage&q=campa%C3%B1a%20de%20prevencion%20definicion&f=false>
- Oña Mendoza, M. (Julio de 2016). La Tenencia Irresponsable de Animales de Compañía (perros y gatos) en el Sector de Quitumbe, Atenta el Derecho de la Población a Vivir en un Ambiente Sano. La Tenencia Irresponsable de Animales de Compañía (perros y gatos) en el Sector de Quitumbe, Atenta el Derecho de la Población a Vivir en un Ambiente Sano.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7428/1/T-UCE-0013-Ab-353.pdf>
- Ramirez Garcia, J., Arvizu Tovar, L., Soberanis Ramos, O., Sanchez Zamorano, L., & Tellez Reyes, E. (2019). Guía de animales de compañía para dueños responsables. México: Universidad

Nacional Autónoma de México.

[https://paot.org.mx/micrositios/sabias\\_que/BIENESTAR\\_ANIMAL/pdf/Guia\\_Animales.pdf](https://paot.org.mx/micrositios/sabias_que/BIENESTAR_ANIMAL/pdf/Guia_Animales.pdf)