



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TÍTULO:

**IMPACTO DEL MARKETING SOCIAL EN LA REALIZACIÓN DE
CAMPAÑAS CONTRA EL MALTRATO ANIMAL.**

AUTOR

JIMÉNEZ VARGAS SUSANA ABIGAIL

GUAYAQUIL, ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Susana Abigail Jiménez Vargas**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Marketing**.

TUTOR (A)

ING. CHRISTIAN RONNY MENDOZA VILLAVICENCIO MBA.

DIRECTORA DE LA CARRERA

LCDA. PATRICIA TORRES FUENTES, MGS.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Susana Abigail Jiménez Vargas**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Impacto del Marketing Social en la realización de campañas contra el maltrato animal** previo a la obtención del Título **de Ingeniera en Marketing** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo componente práctico del examen complejo referido.

Guayaquil, a los 25 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

SUSANA ABIGAIL JIMÉNEZ VARGAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Susana Abigail Jiménez Vargas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Impacto del Marketing Social en la realización de campañas contra el maltrato animal**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

AUTORA

SUSANA ABIGAIL JIMÉNEZ VARGAS

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por haberme dado la sabiduría y fortaleza necesaria para culminar con éxitos esta carrera. A mis padres por el apoyo incondicional, moral y económico, motivándome a seguir adelante. A Javier Cevallos Estarellas, director de la fundación Amigos con Cola por su colaboración desinteresada y arduo trabajo, ya que sus acciones hacen que muchos animales puedan dormir bajo un techo. A mi amigo José Lino Mero por su paciencia y ayuda constante. Por último, agradezco a todos los profesores y compañeros que me han ayudado durante toda la carrera. ¡A todos gracias!

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mi familia y a todos los que con sus esfuerzos han logrado un cambio de actitud hacia el beneficio de los animales. Lo dedico también a todos los animales que han sufrido alguna clase de violencia, porque al exponer este tema me hizo ver una realidad y a la vez una problemática que se tiene en la sociedad, en la cual me comprometo a ayudar a minimizar.

Índice

Resumen	1
Introducción	2
Desarrollo	4
Causas y consecuencias del maltrato animal	4
Contravención de maltrato y muerte de mascotas o animales de compañía.....	7
Art. 249.-Maltrato o muerte de mascotas o animales de compañía	7
Art. 250.-Peleas o combates entre perros.....	8
Marketing Social y sus herramientas	9
Producto social.....	10
Precios o costos de adopción	10
Distribución	10
Promoción y comunicación	10
Conclusión	17
Bibliografía	18

Resumen

De forma progresiva, las empresas de una u otra forma se han involucrado en acciones que benefician a la sociedad, dándoles nuevos objetivos que no son solo estrictamente de negocios. Son varios los motivos por los cuales las organizaciones han buscado una relación más directa con su público objetivo, muchas veces atribuyéndose una problemática social que con la ayuda de estrategias de marketing, logran una solución a la misma. Estas acciones les otorga un papel muy importante ante la sociedad, convirtiéndolos en agentes que impulsan y promueven un cambio, ya sea por la búsqueda de una mejor reputación o por efecto de ética. Sea uno u otro el motivo de sus actividades esto hace que su público objetivo las valoren mucho más, viéndolas como empresas responsables debido a su contribución para tratar de erradicar los problemas y ayudar con el desarrollo social.

El tema que se expone, es sobre el impacto que tiene el Marketing social a partir de la utilización de las campañas para ayudar a reducir el maltrato animal; no sin antes puntualizar las causas y consecuencias que conlleva esta problemática. También se presenta cuáles son las leyes vigentes y varios de los estándares de bienestar animal que están por legalizarse en Ecuador; las cuales ayudarán a combatir los sucesos que se presenten en un futuro. Finalmente se logra exponer los cambios que ha tenido la sociedad hacia este tema, que cada vez tiene mayor auge debido al impacto causado por los medios de comunicación y la información al alcance de todos.

Palabras claves: organizaciones, estrategias de marketing, agentes de cambio, Marketing Social, campañas, maltrato animal.

Introducción

En la actualidad todavía se presentan hechos lamentables que dejan entrever la falta de educación, sensibilidad y empatía que tienen muchas personas sobre la vida de los animales. Ecuador es uno de los países de Sudamérica con alto índice de maltrato animal, aunque no se tiene cifras exactas, se calcula que cerca de 500.000 animales son abandonados por año, convirtiéndose en una problemática social (Ecuavisa, 2012). Parte de nuestra cultura e idiosincrasia no nos ha permitido valorar a los animales como seres que merecen una vida digna; es por esto, que organizaciones y fundaciones dedicadas a su protección han emprendido campañas que buscan proteger a los animales de toda clase de maltrato, abusos y excesos por parte de la sociedad a la que pertenecen.

Se debe tener en cuenta que no es responsabilidad de uno sino de toda la sociedad conseguir un cambio de actitud y comportamiento frente a un hecho o suceso que la perjudique; por lo tanto, la responsabilidad social puede ser orientada hacia una estrategia de marketing para poder lograr sus objetivos, consiguiendo un marketing social o relacional. Observando los diferentes problemas que aquejan a la sociedad, las personas tienen la expectativa que no solo sean los gobiernos partícipes en búsqueda de soluciones, sino que además también contribuyan las diferentes empresas y organizaciones, haciendo que las mismas sean socialmente responsables (Gómez Samper, 2001); por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial se puede desarrollar a través del uso del Marketing Social, cuyas acciones y esfuerzos se centran en campañas o programas específicos con el apoyo de aliados estratégicos para lograr generar un beneficio en la comunidad.

Objetivos del ensayo:

- Conocer las principales causas y consecuencias del maltrato animal que se dan en la actualidad, a fin de poder plantear las posibles soluciones y aplicarlas en un futuro.
 - ✓ ¿Cuáles son las causas y consecuencias del maltrato animal?
 - ✓ ¿Existen leyes que penalizan tales actos?

- ✓ ¿Cuáles serían las posibles soluciones?
- Demostrar que a partir del uso adecuado del Marketing Social, se puede generar un cambio de actitud positiva en la sociedad a favor de los animales, con el propósito de disminuir el maltrato hacia ellos.
 - ✓ ¿Qué es el marketing social y cuáles son sus herramientas?
 - ✓ ¿Qué acciones han tomado las diferentes organizaciones a favor de los animales?
 - ✓ ¿Se logrará el cambio de actitud y comportamiento en la sociedad para el bienestar de los animales?

Los objetivos antes planteados nos sirven de guía para tener una perspectiva más real sobre el alcance del marketing social, claro está si se lo utiliza de manera responsable; por este motivo, se tratará de conocer el impacto que ha causado a través de los años en la búsqueda de soluciones ante esta problemática, con el apoyo de campañas que promueven nuevos valores y actitudes en la que se incita un cambio a favor de todos.

Desarrollo

Causas y consecuencias del maltrato animal

Son muchas las causas (como querer sentirse superior, falta de conciencia, fines de lucro, perversidad y morbo, querer castigar y corregirlos, creencias y culturas); y consecuencias (como el abandono, tráfico, muertes, experimentos, daños psicológicos, entre otros) del maltrato animal que no debe quedarse como un tema aislado, es por esto que se desarrollará varios puntos para tener una visión más amplia de lo que implica llevar a cabo estos actos de crueldad o violencia. Para poder hablar de los causantes del maltrato animal, no se puede dejar de lado el Proyecto LOBA (Ley Orgánica de Bienestar Animal), en el cual se expone los motivos sobre la violencia a los mismos. Investigaciones hecha por la Coordinadora Latinoamericana de Profesionales para la Prevención de Abusos (CoPPA), con presencia activa en Ecuador, han recogido información desde 1984, los cuales indican que las personas que maltratan a los animales tienen antecedentes penales, desequilibrios emocionales, conocidos por sus comportamientos violentos y homicidas; también reflejaron datos de agresión hacia los animales para poder controlar a sus víctimas (mujeres y niños), dando información relevante indicaron que las mascotas de las personas agredidas eran seres especiales para los mismos, teniendo sentimientos positivos hacia ellos, los cuales les ayudó a superar ese trauma (LOBA, 2013).

Aunque estos datos han sido recogidos muchos años atrás, refleja en la actualidad una de las causas de violencia o maltrato hacia los animales, el querer sentirse superior o tener dominio sobre su víctima, realizando actos contra seres que no puedan reaccionar de la misma forma. La psicoterapeuta Nelly Glatt F., (2009) afirma que:

La violencia es, un acto intencional que puede ser único o recurrente y cíclico, dirigido a dominar, controlar, agredir o lastimar a otros. Casi siempre es ejercida por las personas de mayor jerarquía, es decir, las que tienen el poder en una relación, pero también se puede ejercer sobre objetos, animales o contra sí mismo.

Las personas que han sufrido en una etapa temprana, violencia o algún tipo de trauma psicológico, pueden terminar descargando su ira o represión en los animales, debido a que son consecuencias de maltrato a los que ellos han sido expuestos (Josa Mutuberría & Makowski Zamora, 2009).

Esto nos lleva a reflexionar que los casos de maltrato a un ser humano, puede terminar en su gran mayoría causando una reacción en cadena o violencia interrelacionada que conlleva a que ese ser humano agredido en su niñez, maltrate a su mascota en su vida adulta. Es por esa razón que no se puede negar el hecho de que la violencia entre seres humanos va ligada al maltrato animal.

El maltrato animal es, a la vez, un factor que predispone a la violencia social y, al mismo tiempo, una consecuencia de la misma. Forma parte de la cascada de la violencia que nos va alcanzando a todos como individuos y como sociedad. (Glatt F., 2009)

No dejemos de lado el hecho de que los animales llegan a ser objetos de sentimientos positivos lo que provoca una especie de terapia relajante en las personas con problemas emocionales, al ver a sus mascotas más que como un animal, como un amigo en quien confiar.

Otros de los principales causantes de violencia hacia los animales es la falta de conciencia y respeto que tiene el ser humano hacia la vida de cada uno de ellos, pensando muchas veces, que sus actos de maltrato no tienen ninguna repercusión en la sociedad.

En el Ecuador no existe un registro o estadísticas de los casos de maltrato a animales, y este es un tema que preocupa a PAE (Protección Animal Ecuador) quienes han confirmado que los casos de maltrato animal se dan a diario y por falta de leyes no puede ser penalizados (LaHora, 2015).

Por otra parte, otras de las causas del maltrato que se dan hasta estos momentos es el hecho de ver a los animales como objetos con fines de lucro ya que estos generan grandes ingresos, tal es el caso de la corrida de toros en las fiestas taurinas que hasta la fecha se celebran en nuestro país en algunas ciudades como Ambato, Riobamba y Loja, (Estarellas, 2011) dándose también las peleas de gallos y perros, muy común en áreas rurales.

Esta causa antes expuesta se está tratando de abolir en el Proyecto LOBA en el capítulo II: De las conductas prohibidas art. 33, literal 13 en cual estipula el NO *“Auspiciar, promover, organizar, asistir, participar en apuestas, involucrar o intentar involucrar a un animal, en combates o peleas entre animales, o entre animales y humanos, como forma de entretenimiento de espectáculo público o privado”* (LOBA, 2013). Aunque todavía está en proyecto estas leyes, es importante que las personas tengan presente el hecho de que no es necesario que haya estatutos para terminar con la crueldad hacia otros seres.

Muchas veces se ha observado imágenes de las consecuencias de las reproducciones excesivas para la venta de sus crías o cachorros de raza, y experimentos que los exponen a químicos nocivos utilizándolos como “conejos de india”, lastimando diferentes partes de sus cuerpos (Cunningham, 2013). Es por esto que el Proyecto LOBA en el capítulo II, De las conductas prohibidas art. 33, literal 15, 18 y 22 en cual estipula NO *“Permitir la reproducción de un animal, sin aplicar los parámetros de bienestar animal”, “Vender o donar animales a laboratorios o clínicas para experimentación, sin ser un criador especializado en animales de experimentación autorizado por la autoridad competente. Los centros de rescate, albergues, refugios y los establecimientos de hospedaje cuyo fin no sea la venta de animales para experimentación, no podrán destinar animales para que se realicen experimentos con ellos”, “Incumplir las disposiciones relativas a cría, mantenimiento y comercialización de animales utilizados para la elaboración de pieles establecidas en el Reglamento de esta Ley”* (LOBA, 2013). No es necesario tanta crueldad hacia los animales para obtener una vestimenta, una mascota de compañía y conseguir productos que no lastimen la piel; no debemos permitir que en búsqueda de conocimientos y avances científicos aprobemos que sufran estos seres, no quiero decir que esté en contra, pero no a cualquier precio. Gracias al Proyecto LOBA que puntualiza en sus artículos la prohibición de estos y otros actos de violencia hacia los animales, esperamos que en un futuro no tan lejano se creen leyes que penalicen de forma más severa estos hechos, por el bienestar de ellos y de la sociedad.

Sin olvidar que en muchos países las creencias y culturas hacen del animal objeto de sacrificio (Olazábal, 2014). Todos estos hechos antes mencionados de maltrato animal son problemas que la sociedad todavía los tiene presente y que cada país los debería tomar en cuenta para la realización de leyes que permita abolirlos.

La crueldad hacia los animales tienen graves consecuencias como daños físicos y psicológicos como el estrés, la ansiedad, la tristeza, depresión e incluso comportamientos agresivos como efecto del maltrato sufrido (San Martín, 2012); los seres humanos involucrados ya sea directa o indirectamente con este abuso también son partícipes de estos efectos.

Otras de las consecuencias del maltrato animal es el tráfico y muerte de los animales como por ejemplo la obtención de aletas de tiburones, cuernos de rinocerontes y colmillos de elefantes llevándolos incluso al borde de la extinción; puesto que; se utilizan para el consumo humano, por creencias vanas, superficiales y sin fundamentos que no son comprobados, justificando que sirve para la cura del cáncer y otros utilizándolos como un afrodisiaco. (Hosea, 2015). El matar a un animal y más aun sin tener algún sustento científico que indique que parte del mismo sirve de cura para de alguna enfermedad y otros como alimentos afrodisiacos, es utilizado por gente que solo persigue su beneficio, a costa de la vida de otros seres. Para que una sociedad sea próspera debe tener equilibrio sobre sus acciones y creencias siendo tolerantes ante la vida de todos los seres que la conforman.

En Ecuador existen solo dos artículos vigentes para la penalización del maltrato hacia los animales, los cuales se encuentran en el Párrafo Único, Art 249 y Art 250 del Código Orgánico Integral Penal (COIP), el cual indica:

Contravención de maltrato y muerte de mascotas o animales de compañía

Art. 249.-Maltrato o muerte de mascotas o animales de compañía

La persona que por acción u omisión cause daño, produzca lesiones, deterioro a la integridad física de una mascota o animal de compañía, será sancionada con pena de cincuenta a cien horas de servicio comunitario. Si

se causa la muerte del animal será sancionada con pena privativa de libertad de tres a siete días.

Se exceptúan de esta disposición, las acciones tendientes a poner fin a sufrimientos ocasionados por accidentes graves, enfermedades o por motivos de fuerza mayor, bajo la supervisión de un especialista en la materia.

Art. 250.-Peleas o combates entre perros

La persona que haga participar perros, los entrene, organice, promocióne o programe peleas entre ellos, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez días.

Si se causa mutilación, lesiones o muerte del animal, será sancionada con pena privativa de libertad de quince a treinta días (Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos, 2014).

Leyendo los 2 artículos, se puede observar que las sanciones puestas por el COIP a estos actos de violencia hacia el animal son poco severas, las cuales podrían tener escasa respuesta antes los agresores, debido a que puede dejarse influir más por la ira del momento, que por el castigo que le impongan al mismo, si es que se lo logra capturar. Es por esto que animalistas y defensores de los derechos de los animales se pronuncian haciendo marchas pacíficas con los objetivos de fortalecer las disposiciones del COIP y que se aplique los estándares de bienestar animal citadas en el proyecto LOBA. Esto no quiere decir, que habiendo leyes se erradicará por completo el maltrato hacia los animales; sino que las mismas ayudarán a que estos seres sean menos propensos a la violencia.

No hay mayor acción que ayude con el progreso a la sociedad como lo es la de educar, ya que la educación nos proporciona conocimientos de cuáles serían las posibles consecuencias de nuestros actos; dándonos parámetros de cómo actuar ante cualquier hecho que se presente. El gobierno y los municipios con ayuda de las diferentes instituciones y organización deberían realizar programas de educación en diferentes partes del país, teniendo como principal objetivo dar charlas en las escuelas, para que esa futura generación desde ya tenga bases y conocimientos sobre el valor que tienen los animales en nuestra sociedad.

Haciendo referencia al tema de ensayo debemos puntualizar conceptos muy importantes que nos ayudará ahondar sobre los argumentos que poco a poco iremos observando.

Marketing Social y sus herramientas

Para poder hablar acerca del impacto que tiene el marketing social en la realización de campañas para la disminución del maltrato animal debemos conocer el concepto y sus diferentes herramientas; sin olvidar las actividades que se realizan en las campañas. Philip Kotler (2001) define el Marketing Social como: “El diseño, la implementación y el control de programas que buscan aumentar la aceptabilidad de una idea, causa o práctica social en un grupo meta”. (p249). No es fácil planificar un proyecto que involucra un producto (sea este bien o servicio), es aún más complicado el hecho de llevar una idea o causa ante la sociedad y que esta la acepte; cambiar la mente de las personas, su ideología, su forma de actuar y reaccionar ante situaciones inesperadas, es el reto que, las organizaciones realizan a diario. Las campañas que ejecutan estas instituciones conlleva un grupo de actividades estratégicas vinculadas entre sí, con la finalidad de que se alcance el objetivo, cuyas tareas van desde conectar a los grupos de interés, buscar recursos, proponer y ejecutar acciones, y llevar a cabo relaciones públicas, entre otras (Keck & Sikkink, 2000). Es el cumplimiento de sus metas lo que hace que estas organizaciones muchas veces no tengan horarios establecidos de atención, para poner en práctica las actividades antes mencionadas, siendo perseverantes en sus objetivos para llegar a disminuir alguna problemática.

También debemos tener presente las herramientas del marketing social, debido a que en cada una se puntualiza una estrategia concreta para poder llegar de manera correcta al público objetivo o grupos de interés. Estas herramientas nos ayudaran a enfocar y saber cuál es el objetivo de aplicarlas en un tema delicado e importante como son los animales. A continuación observaremos cada de sus definiciones:

Producto social

Es el bien, servicio, idea, causa o práctica social que se impone a la sociedad con el fin de satisfacer una necesidad, contando con la ayuda de agentes de cambio para lograr nuevos valores, actitudes y comportamientos ante un problema. (Reyes, 2004). En este caso serían todos los proyectos, ideas y causas que tienen las diferentes organizaciones, defensores y animalistas con el objetivo de buscar el bienestar de los animales y por ende la sociedad.

Precios o costos de adopción

Son todos los costos monetarios y no monetarios que debe asumir el público objetivo con el fin de alcanzar el producto social. (Reyes, 2004) Cuando se habla de costos monetarios las diferentes organizaciones, activistas y defensores realizan actividades para recaudar fondos (ventas de souvenirs, pedir colaboración a las personas en las calles o centros comerciales, etc.) para poder dirigirlos hacia algún caso de maltrato, no olvidemos que varios de estos hechos se exponen en las diferentes redes sociales, para los cuales muchas personas se pronuncian y ayudan con donaciones ya sea de medicamentos o alimentos. En los costos no monetarios se puede referir al tiempo de búsqueda de los diferentes veterinarios y organizaciones que prestan ayuda, el tiempo prestado para acudir al lugar donde se ha causado algún acto de maltrato, etc. Ambos costos van de la mano para poder alcanzar el objetivo en cuestión.

Distribución

Son los diferentes lugares que el producto social debe atravesar para llegar al público objetivo (Reyes, 2004). Esto nos ayuda a determinar cuáles son los sitios específicos con mayor necesidad que las organizaciones y personas deben acudir para su control y ayuda.

Promoción y comunicación

Son los diferentes medios a través de los cuales el agente de cambio u organizaciones pretenden informar y persuadir para conseguir la adopción del producto social (Reyes, 2004). En este punto debo indicar que los medios de

comunicación que se emplean para poder llevar el mensaje al público objetivo son de gran importancia para el desarrollo del cambio que se propone, estos con el apoyo de las redes sociales.

Además, se debe considerar que las organizaciones responsables de tratar de cambiar o persuadir con una nueva ideología a los grupos de interés deben garantizar los actos de cada uno de los miembros que las conforman, debido que son ellos los que llevan de forma directa o indirecta el mensaje, lo puede causar disonancia, que es la falta de coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.

El 73% de las empresas que forman parte el grupo económico en Ecuador como: Banco de Pichincha, Banco de Guayaquil, Corporación la Favorita, Empresa Bananera Noboa, Corporación el Rosado, La Fabril, Dinasec, etc., son parte de las organizaciones que practican o apoyan con la responsabilidad social empresarial. Sus colaboraciones con la sociedad va desde becas, capacitación, programas de concienciación, labor social en las áreas de salud, empleo y deporte (Ekos, 2009), pero de este conjunto de empresas todavía no hay una que se pronuncie contra el maltrato animal, dejando esta actividad para las organizaciones activistas. Según la ISO 26000 la responsabilidad social empresarial (RSE) es:

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de las partes interesadas; cumpla con la legislación y sea coherente con las normas internacionales de conducta; y sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones. (Romero, 2010)

Acciones emprendidas por empresas que ya practican Responsabilidad Social Empresarial son un claro ejemplo a seguir e imitar por parte de otras organizaciones gubernamentales y no gubernamentales cuyo objetivo debería ser, generar un modo de vida sostenible en la que se pretenda mejorar el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

También es necesario recalcar la diferencia que hay entre el Marketing Social y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) los cuales son conceptos totalmente diferentes, que llegan a confundirse. El Marketing Social está enfocado o dirigido a los consumidores (nicho o target), tiene una periodicidad, es decir, tienen un principio y un fin, y es realizado por el área de marketing, con apoyo de otras áreas. Mientras que la RSE está enfocada o dirigida a todos los grupos de interés, su compromiso es permanente y no es cuestión de un área, sino es colateral a toda la organización (Maram, 2012); es por este motivo que, el Marketing Social con la ayuda de sus herramientas y la Responsabilidad Social Empresarial crean estrategias poderosas usadas por las diferentes organizaciones, con el fin de contrarrestar la violencia en todos los ámbitos; expresar y persuadir a la sociedad en sus valores, actitudes y comportamientos negativos hacia situaciones inesperadas, llevando un mensaje preciso, congruente y de gran alcance, construyendo notoriedad para mantener esa relación entre el público objetivo y la organización, motivando a la acción o cambio.

Investigando campañas sociales en Ecuador se puede observar la unión de las diferentes instituciones como el Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Culto, Ministerio de Educación, etc., que desde años atrás se han enfocado con responsabilidad a erradicar el maltrato hacia la mujer, la educación, la salud y el medio ambiente, campañas como: “Ecuador actúa ya, violencia de género ni más”, “Dona un libro por la educación”, “Te quiero sano Ecuador” y “Mi futuro Yasuní”, se han visto en los diferentes medios, (Ministerio del Interior, 2014), Haciendo énfasis en la violencia de género, cifras sacadas de la Fiscalía General del Estado revelan que en el 2012 se registró 2.150 denuncias por violencia intrafamiliar, en el 2013 se terminó con 2.227, y en el 2014 fueron hechas 1.354 denuncias antes del 10 de agosto, en el cual para esta fecha se tipificó como delito la violencia psicológica y física en el COIP, después de este día hasta 31 de diciembre del mismo año se recibieron 3.748 denuncias más. (Fiscalía General del Estado, 2015). Esto no quiere decir que ha incrementado el número de maltrato de género, sino que las mujeres se sienten más seguras y confiadas

al denunciar estos tipos de delitos por tener el respaldo de las instituciones y las leyes que penalizan a sus agresores. Es por ello que, para poder tener una sociedad libre de maltrato ya sea hacia niños, mujeres y animales, los agredidos tiene que tener el apoyo de estatutos que ayuden a su bienestar.

El maltrato hacia los animales todavía es un tema que está adquiriendo gran apogeo en los últimos meses, por el cambio que se está dando en la sociedad antes los hechos de crueldad en todo el mundo. Es por esto que en Ecuador, se realizó el Proyecto LOBA (Ley Orgánica de Bienestar Animal) que con ayuda de organizaciones no gubernamentales como: Protección Animal Ecuador (PAE); Asociación Animalista Libera, Delegación Ecuador; Plataforma IDEA; Rescate Animal Ecuador, Colectivo Vegano y Colectivo Samay, no sería posible dicho documento, les tomó más de 2 años para su elaboración, el cual acoge no solo el bienestar de animales domésticos sino también de los silvestres, entregada en la Asamblea Nacional el 30 de octubre del 2014 para su primera revisión, con el objetivo de evitar el maltrato animal y que se fortalezcan las leyes puestas en el COIP que penalizan a sus agresores (Jiménez, 2014). No pasando el primer debate, el 11 de marzo del presente año la Comisión de Biodiversidad de la Asamblea Nacional debatió por segunda vez dicho proyecto, en el cual la asambleísta de Alianza País, Soledad Buendía por medio de una entrevista indicó que apoya estas normativas para poder eliminar el maltrato animal. Activistas y defensores propusieron del 9 hasta el 11 de marzo una jornada de twiteada masiva en defensa de los animales, la cual tuvo una gran aceptación, convirtiéndola en una tendencia. Según la cuenta especializada en métricas *trendinaliaEC* el día del debate se publicaron 306 mensajes en *Twitter*, que enlazaban 51 fotografías. (Jaramillo, 2015). Cuando se habla de moda es algo pasajero, pero cuando se habla de tendencias es algo que durará por mucho tiempo, este hecho es de gran ayuda para esta causa, debido que la sociedad desea tener una respuesta positiva inmediata. También se puede observar que las redes sociales para estas causas se convierten en instrumentos de gran eficacia donde la sociedad se involucra y deja su opinión sobre algún suceso que tiene ante sus ojos.

Otras de las redes sociales que se utiliza para las campañas contra el maltrato animal es *Facebook*, debido que las diferentes organizaciones antes mencionadas y demás, tienen sus propias cuentas, siendo estas el medio por el cual hacen conocer sus objetivos y metas, promueven reuniones, ideas y exponen diferentes casos de maltrato animal que se dan a diario, haciendo que las personas vinculadas con estas organizaciones apoyen para resolver dichos casos. Gracias a la tecnología y los medios de difusión se ha logrado que, ya sean pequeños o grandes los casos de maltrato animal, las personas estén informadas y no ajenas a situaciones que pasan en otras ciudades, países y los diferentes continentes, siendo estos medios de gran importancia, que sin la ayuda de los mismos no tendríamos información al alcance.

El marketing social que ha realizado las organizaciones en Ecuador es partir de los ideales que tienen los defensores por combatir el maltrato animal y lograr un cambio a favor de ellos, queriendo que la sociedad llegue a tener cero tolerancia ante situaciones que puedan afectar la vida de estos seres. Al observar campañas realizadas por diferentes organizaciones alrededor del mundo, se puede percibir grandes diferencias en los gráficos y mensajes explícitos e implícitos que utilizan, con respecto a los que maneja Ecuador; son imágenes mucho más agresivas, descriptivas y con un contenido de gráficos fuertes, que pueden herir la susceptibilidad de quienes las observan; sus mensajes son directos, los cuales llevan a la sociedad a reflexionar y a tener empatía de forma inmediata ante el sufrimiento al cual está sometido el animal, lo que hace que las personas muestren un cambio positivo en sus valores llegando a abogar por estas situaciones. No obstante las campañas realizadas por las diferentes organizaciones en Ecuador llevan imágenes superficiales que no muestran las verdaderas realidades que viven los animales al tener un acto de crueldad, sus mensajes llegan a no tener el impacto requerido, por ende la sociedad se vuelve más insensible ante los diferentes hechos.

Citando uno de los casos que se ha dado en Ecuador, fue el hecho ocurrido el 30 de abril del 2013 donde en los medios se propagó algunas fotos en la que aparecían varios sujetos y un cóndor muerto, hecho ocurrido en la ciudad

de Cuenca, en la parroquia Victoria del Portete, sector de Gualay; (El Universo, 2013) imagen difundida en las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* causaron gran indignación de los internautas, los cuales pidieron por estos medios que se capture al culpable; exigiendo que se sancione a los mismos con penas máximas, mucho más esta especie que está en peligro de extinción y corresponde al emblema de los símbolos patrios, animal que muchos indican que nos identifica como ecuatorianos. Los presuntos culpables indicaron que no fueron ellos los que le dieron caza a este animal, en la que pidieron que se hagan las respectivas investigaciones. Hasta la fecha no se ha logrado la captura del hombre que realizó dicha crueldad, pero la Ministra del Ambiente, Lorena Tapia, indicó que no se escatimarán esfuerzos para encontrar al culpable de dicho acto, dando también a conocer que se le pondría una pena máxima de 5 años por ser una especie en peligro de extinción. (Ministerio del Ambiente, 2014). Este es uno de los casos que han quedado impunes sobre los actos de maltrato o violencia en el Ecuador, no debemos de ser espectadores de crímenes como este, ya que seríamos parte del mismo y estaríamos generando a que se cometan muchos más.

Aunque solo hayan aproximaciones y no se posean cifras exactas de delitos o agresiones hacia los animales, por motivos que todavía no hay una institución del gobierno que acoja la idea de censarlos, desparasitarlos, esterilizarlos y promover su adopción, y así poder saber la magnitud de esta problemática, son varias las instituciones que con ideas propias y arduo trabajo impulsan acciones que benefician a los animales, tal es el caso de los dispensadores de comida para perros que ya se encuentran en las diferentes ciudades del país; acción que también tuvo críticas negativas indicando que la misma fomentaría que existan más perros en las calles; mientras que la impulsadora de esta idea, Marcia Carrera, indica que la meta de estos dispensadores es aliviar las malas condiciones que se encuentra el perro (Alarcon, 2015). Esperemos que en un futuro no tan lejano se aprueben los estándares de bienestar animal tipificados en el proyecto LOBA para que sean tratados con respeto, sin dejar de lado que los mismos tienen derecho a disfrutar una vida libre de maltrato.

También se puede puntualizar que parte de nuestra cultura es la celebración de las fiestas taurinas realizadas desde 1960 hasta la actualidad, las cuales contaban con el beneplácito de la sociedad, en la que participaban toreros ecuatorianos y extranjeros. A partir de las campañas contra el maltrato animal y la difusión de los efectos causado al animal, se activó un sentimiento de rechazo en la sociedad, llevando por primera vez este tema a una consulta popular, el cual ganó la prohibición de efectuar las fiestas taurinas con un 57% en la mayoría de los cantones del país. (Estarellas, 2011). Este hecho marca un precedente importante en la sociedad ecuatoriana que a poco a poco se ha ido sensibilizando por la oportuna y acertada intervención del Marketing Social a través de todas las campañas realizadas contra el maltrato animal, donde se expuso todos los efectos que se iba produciendo en el cuerpo del animal por cada acción realizada por el torero, año que registró poco audiencia y que para el 2012 se suspendió esta actividad consecuencia del año anterior.

Por último, debemos tener presente el eslogan utilizado en las campañas que realizan las diferentes instituciones estatales y que es plausible, “Ecuador ama la vida”, al leerla debemos preguntarnos ¿Qué imagen queremos proyectar ante la sociedad y el mundo entero?, ¿Cómo queremos posicionarnos entre otros países? y ¿Qué nos identifica? No es difícil responder cada una de estas preguntas antes mencionadas, que al solo nombrarla nos despeja las interrogantes. Basada en Sumak Kawsay que significa el “buen vivir” con referencia a una vida digna y en plenitud, busca el equilibrio en la naturaleza, la satisfacción de sus necesidades y goce efectivamente de sus derechos. No podemos dejar de lado una parte importante de nuestra sociedad que son los animales y basarnos solo en otras, ya que el equilibrio corresponde al bienestar de todos los que los conforman.

Conclusión

En base a todo lo investigado se puede concluir que Ecuador a través de los años ha tenido un gran avance en el desarrollo social, creando leyes que buscan disminuir el maltrato y salvaguardar la vida de los animales; contando con la ayuda de las diferentes organizaciones y fundaciones las cuales han tenido iniciativa para la creación de estatutos que busca el bienestar de los mismos.

No dejemos de lado la importante función que ha tenido el Marketing Social a través de las campañas, una herramienta de gran utilidad que ha ayudado a persuadir y a concienciar en la sociedad un estilo de vida más humanitario. La integridad de estos seres depende de nosotros, no seamos simples espectadores sino agentes activos en pro del cambio. Eduquemos y demos ejemplo a nuestras futuras generaciones para que se sumen en el compromiso de cuidar la vida de los animales, que prevalezca más el respeto hacia ellos y que no solo por leyes, puedan tener una buena actitud frente a estos.

Bibliografía

- Alarcon, I. (28 de Julio de 2015). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/dispensadores-comida-perroscalejeros-quito-balanceado.html>
- Cunningham, V. (6 de Septiembre de 2013). *PETALatino*. Obtenido de PETALatino: <http://www.petalatino.com/blog/14-imagenes-reveladoras-de-animales-en-laboratorios/>
- Ecuavisa. (3 de Septiembre de 2012). *ecuadorinmediato*. Obtenido de ecuadorinmediato: http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=184217&umt=en_ecuador_alrededor_500_000_animales_son_abandonados_por_anocifras
- Ekos. (2009). Responsabilidad Social de los grupos económicos del Ecuador. *Ekos*.
- El Universo. (30 de Abril de 2013). Hombres con cóndor muerto dicen que ellos no lo mataron . *Hombres con cóndor muerto dicen que ellos no lo mataron* , págs. <http://www.eluniverso.com/2013/04/30/1/1447/hombres-condor-muerto-dicen-ellos-lo-mataron.html>.
- Estarellas, J. C. (septiembre de 2011). Por un Ecuador antitaurino. *Amigos con Cola*, 22-23.
- Fiscalía General del Estado. (14 de Septiembre de 2015). *Estadística de violencia de genero*. Obtenido de Estadística de violencia de genero: <http://www.fiscalia.gob.ec/index.php/sala-de-prensa/que-opinan-los-medios/3949>
- Glatt F., N. (29 de Enero de 2009). La antesala de la violencia social. (E. universal, Entrevistador) Obtenido de El universal: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/573150.html>
- Gómez Samper, H. (2001). La respobilidad social de la empresa. En G. Samper, *La respobilidad social de la empresa* (pág. 39). Caracas: IESA.
- Hosea, L. (9 de Abril de 2015). *BBC*. Obtenido de BBC: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150405_el_animal_que_vale_mas_que_el_oro_hr

- Jaramillo, A. (11 de Marzo de 2015). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/hashtag-lobaeselcamino-tendencia-twitter-ecuador.html>
- Jiménez, G. (28 de Octubre de 2014). Proyecto de Ley Orgánica de Bienestar Animal se entregará el 30 de octubre. *Proyecto de Ley Orgánica de Bienestar Animal se entregará el 30 de octubre*, págs. <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/28/nota/4158591/proyecto-ley-organica-bienestar-animal-se-entregara-30-octubre>.
- Josa Mutuberría, J., & Makowski Zamora, M. (Abril de 2009). El maltrato animal como indicador de riesgo social. *Información Veterinaria*, 16-17. Obtenido de FAO: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/animalwelfare/maltrato_animal_abril2009%5B1%5D.pdf
- Keck, M., & Sikkink, K. (2000). *Activistas sin fronteras*. Mexico: Siglo XXI.
- LaHora. (11 de Mayo de 2015). El maltrato animal no tiene estadísticas. *LaHora*. Obtenido de El maltrato animal no tiene estadísticas: www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101816661+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec
- LOBA. (s.f. de 2013). *LOBA*. Obtenido de LOBA: <http://www.loba.ec/sitio/index.php/ley-organica-de-bienestar-animal/proyecto-de-ley-completo>
- Maram, L. (24 de Agosto de 2012). *expoknews*. Obtenido de expoknews: <http://www.expoknews.com/diferencias-entre-responsabilidad-social-y-marketing-social/#more-73854>
- Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos. (2014). Contravención de maltrato y muerte de mascotas o animales de compañía. En C. R. Romero, *Código Orgánico Integral Penal* (pág. 100). Quito: Gráficas Ayerve C. A.
- Ministerio del Ambiente. (22 de abril de 2014). *Ministra Lorena Tapia*. Obtenido de Ministra Lorena Tapia: <http://www.ambiente.gob.ec/tag/condor-felipe/>
- Ministerio del Interior. (10 de Abril de 2014). *ministeriointerior*. Obtenido de ministeriointerior: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/campana-ecuador-actua-ya-violencia-de-genero-ni-mas-sensibiliza-a-toda-la-comunidad/>

- Olazábal, V. (28 de noviembre de 2014). *ElMundo*. Obtenido de EIMundo:
<http://www.elmundo.es/ciencia/2014/11/28/547897e8268e3ed7378b4570.html>
- Philip Kotler, G. A. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Octava edición.
- Reyes, M. A. (3 de 12 de 2004). *Mailxmail*. Obtenido de Mailxmail:
<http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/herramientas-mezcla-marketing-social>
- Romero, M. A. (Noviembre de 2010). *Global Standards Certification ISO 26000*. Obtenido de Global Standards Certification ISO 26000:
<http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>
- San Martín, E. (30 de enero de 2012). *Fundación Eroski*. Obtenido de Fundación Eroski:
<http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/cuestiones-legales/defensa-animal/2012/01/30/206752.php>