



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y
DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN PERIODISMO

TEMA

PERIODISMO DIGITAL Y RESPONSABILIDAD
SOCIAL

AUTORA: GEANNELLA POVEDA AGUAYO

TUTOR: FEDERICO VARAS CHIQUITO

GUAYAQUIL

2020

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS			
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis de la creación de una página web que promueva la adopción de canes que habitan en refugios de la ciudad de Guayaquil			
AUTOR/ES: Geannella Poveda A.	TUTORES: Msc. Federico Varas Chiquito		
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura en Periodismo		
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Periodismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 82		
<input type="checkbox"/> ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información			
PALABRAS CLAVE: Adopción, redes sociales, Derecho animal, mascotas, pagina web.			
RESUMEN: La problemática de los canes abandonados supera el índice de cualquier tema de relevancia social. Las medidas correctivas urgen a la sociedad para mitigar el problema del abandono de perros en la ciudad. Por lo expuesto este proyecto plantea el análisis para crear un sitio web que promueva la adopción de canes e informe la situación de los animales abandonados para concientizar a estas comunidades.			
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL			
ADJUNTO PDF:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; text-align: center;"><input type="checkbox"/> SIX</td> <td style="width: 50%; border: none; text-align: center;"><input type="checkbox"/> NO</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> SIX	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> SIX	<input type="checkbox"/> NO		
CONTACTO CON AUTOR/ES:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">Teléfono: 0992458331</td> <td style="width: 50%; border: none;">E-mail: geannellap@gmail.com</td> </tr> </table>	Teléfono: 0992458331	E-mail: geannellap@gmail.com
Teléfono: 0992458331	E-mail: geannellap@gmail.com		
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decada Msc. Patricia Jurado Teléfono: 0939262437 E-mail: pjurado@ulvr.edu.ec		

Informe antiplagio:



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINALIZADA GEANELLA POVEDA.docx (D64995067)
Submitted: 6/6/2020 12:53:00 AM
Submitted By: geannellap@gmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:
Tesis final Abraham Castro Malave.docx(D45717815)
TESIS COPENAVE.docx (D50963923)

Instances where selected sources appear:

29

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Geanna".

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL AUTOR

En mi calidad de tutor en proyecto de investigación, nombrado por el consejo directivo de la facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la carrera de Periodismo

CERTIFICO

Yo, Federico Varas Chiquito, certifico que el proyecto de investigación con el título:

PERIODISMO DIGITAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL, de la ciudad de Guayaquil, ha sido elaborado por la egresada GEANNELLA GABRIELA POVEDA AGUAYO, reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador, que se designe al efecto.

Tutor:



Msc. Federico Varas Chiquito

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE
DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado, **GEANELLA POVEDA**, declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma

A handwritten signature in black ink that reads "Geanella Poveda". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

GEANELLA POVEDA A.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, por ser mi guía en todo y por tener a mi familia conmigo.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la facultad de Ciencias sociales y Derecho, en especial al Msc. Rolando Villavicencio, Msc. Patricia

Jurado quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, por abrirme las puertas, por su apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Msc. Federico Varas Chiquito, mi tutor y principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.

DEDICATORIA

A mis padres por su amor y consejos, son los mejores. A mi esposo Robert Pluas, por su apoyo y compromiso incondicional en todo este trayecto.

Pero principalmente esta dedicatoria surgió en el camino de la obtención de este título, a todas las personas que por razones de fuerza mayor abandonaron sus estudios y los retomaron con muchas dificultades familiares, económicas y sociales pero que demostraron que los sueños pueden más que la realidad e incredulidad de la sociedad en la que vivimos.

FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ABSTRAC	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1 EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Sistematización del problema.....	4
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos	4
1.5 Justificación	5
1.6 Delimitación del problema	6
1.7 Idea a defender o hipótesis	6
1.8 Variable Independiente	6
1.9 Variable dependiente	6
1.10 Líneas de Investigación de Facultad – Institucional.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2 MARCO TEÒRICO	7
2.1 Marco referencial.....	7
2.2 Marco conceptual	13
2.2.1 Canes en situación de calle	13
2.2.1.1 Mascotas y animales domésticos	13
2.2.1.2 Cuidado responsable de mascotas	14
2.2.1.3 Los beneficios de tener una mascota	15
2.2.1.4 Canes en situación de calle	16
2.2.2 Comportamiento de los canes en situación de calle	16
2.2.3 Problemas de salud pública provocada por los canes en situación de calles	17
2.2.4 Porcentaje de canes en situación de calles en la ciudad de Guayaquil.....	19
2.2.5 Maltrato de canes en situación de abandono	22
2.2.6 Proceso de adopción de canes en fundaciones	23
2.2.7 Factibilidad de campañas de adopción en la ciudad de Guayaquil	26
2.2.8 Evolución del internet.....	26
2.2.9 Internet como plataforma comunicacional	27

2.2.10 Ventajas de las páginas web	31
2.2.11 Marketing digital en las empresas	32
2.3 Marco conceptual	33
2.3.1 Activistas	33
2.3.2 Adopción de canes	34
2.3.3 Comportamiento	34
2.3.4 Donaciones	34
2.3.5 Esterilización	34
2.3.6 Fundación	35
2.3.7 Internet.....	35
2.3.8 Marketing digital	35
2.3.9 Mascota.....	35
2.3.10 Página web.....	35
2.3.11 Periodismo digital.....	36
2.3.12 Proceso de adopción	36
2.3.13 Refugios.....	36
CÁPITULO III.....	37
3.1 Marco legal	37
3.2 Control de la Población	42
3.3 MARCO METODOLÓGICO	43
3.3.1 Tipo de investigación	43
3.3.2 Investigación Documental	43
3.3.3 Niveles	44
3.3.4 Enfoque de la investigación.....	44
3.3.5 Investigación cualitativa	44
3.3.6 Investigación cuantitativa	45
CAPITULO IV	46
4.1 Técnicas de investigación	46
4.1.1 La entrevista	46
4.1.2 Las encuestas	46
4.2 Instrumentos de la investigación	46
4.2.1 Guía de entrevista	46
4.2.2 Cuestionario de preguntas	47
4.3 Población	47
4.4 Análisis de las entrevistas	60
4.5 Análisis de los resultados	62
CAPITULO V.....	63
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFÍA	65

ÍNDICE DE TABLAS

Table 1 Distribución porcentual de edad	48
Table 2 Distribución porcentual de género.....	49
Table 3 ¿Considera que los canes que habitan en las calles de Guayaquil acarrear un problema para los habitantes?.....	50
Table 4 ¿Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?.....	51
Table 5¿Conoce usted los refugios de canes que existen en la ciudad de Guayaquil?.....	52
Table 6¿Considera que los guayaquileños están en la facultad de tomar acciones para ayudar a la situación de canes en situación de calle?	53
Table 7¿Estaría usted dispuesto a adoptar un can rescatado por los refugios?.....	54
Table 8 ¿Conoce usted el proceso que se debe seguir para adoptar un can?.....	55
Table 9 ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?.....	56
Table 10 ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?.....	57
Table 11 ¿Considera usted que el proceso de adopción de canes debe presentarse en una plataforma streaming para informar a los ciudadanos?	58
Table 12 ¿Cuál cree usted que sería la plataforma idónea por la cual deba difundirse los procesos de adopción de canes?.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figure 1 Lugares donde habitan caninos en Guayaquil.....	21
Figure 2 32 zonas de Guayaquil en la que abandonan canes.....	21
Figure 3 Hogares con acceso a internet	28
Figure 4 Rango de edades de personas que usan internet.....	28
Figure 5 Motivos de uso de internet	29
Figure 6 Estrategias de marketing digital	33
Figure 7 Distribución porcentual de edad.....	48
Figure 8 Distribución porcentual de género	49
Figure 9 ¿Considera que los canes que habitan en las calles de Guayaquil acarrear un problema para los habitantes?.....	50
Figure 10 Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?.....	51
Figure 11 ¿Conoce usted los refugios de canes que existen en la ciudad de Guayaquil? .	52
Figure 12 ¿Considera que los guayaquileños están en la facultad de tomar acciones para ayudar a la situación de canes en situación de calle?	53
Figure 13 ¿Estaría usted dispuesto a adoptar un can rescatado por los refugios?	54
Figure 14 ¿Conoce usted el proceso que se debe seguir para adoptar un can?.....	55
Figure 15 ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?.....	56
Figure 16 ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?.....	57
Figure 17 ¿Considera usted que el proceso de adopción de canes debe presentarse en una plataforma streaming para informar a los ciudadanos?	58
Figure 18 ¿Cuál cree usted que sería la plataforma idónea por la cual deba difundirse los procesos de adopción de canes?.....	59

RESUMEN

En la actualidad una de las problemáticas que se presentan en las sociedades son los perros que habitan en las calles, para resolver esta situación la creación de refugios y fundaciones de canes ha aumentado, sin embargo, la adopción de los mismos no se da en la medida que se espera. Por este motivo el presente estudio buscó analizar la incidencia que tienen las páginas web, en la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil. Para lo cual se planteó una metodología de tipo documental, de nivel descriptivo y un enfoque cualicuantitativo, empleando la técnica de encuesta a una muestra de 383 personas que habitan en el sector de la Alborada, además se recolectó información por medio de entrevistas a activistas y profesionales que laboran en las fundaciones y refugios de la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo a los resultados, los procesos de adopción en la ciudad de Guayaquil cambian dependiendo de la fundación en la que se desee realizar. Determinando que entre los requerimientos existen puntos similares, como: llenar formulario de adopción, planilla de servicios básicos y copia de cédula. Además, las campañas de adopción organizada por las fundaciones y refugios de la ciudad de Guayaquil, no han tenido el alcance esperado. Para finalizar se determinó a las plataformas web contribuyen informando a los ciudadanos sobre las campañas de adopción, pero no brindan datos sobre los requisitos a cumplir para realizar el proceso por lo que se vuelve necesario crear una página web que exponga dichas condiciones.

Palabras clave: Canes en situación de calle, proceso de adopción, fundaciones, campañas de adopción, pagina web

ABSTRAC

Currently one of the problems that arise in societies is the dogs that live in the streets, to solve this situation the creation of dog shelters and foundations has increased, however, adoptions of them do not occur in the as expected. For this reason, the present study sought to analyze the incidence of web pages in the adoption of dogs in the city of Guayaquil. For which a documentary-type methodology was proposed, at a descriptive level and a qualitative-quantitative approach, using the survey technique to a sample of 383 people living in the Alborada sector, in addition information was collected through interviews with activists and professionals who work in the foundations and shelters of the city of Guayaquil.

According to the results, the adoption processes in the city of Guayaquil change depending on the foundation in which you want to carry out. Determining that among the requirements there are similar points, such as: filling out the adoption form, basic services form and copy of ID. Furthermore, the adoption campaigns organized by the foundations and shelters of the city of Guayaquil have not been as expected. To conclude, it was determined that web platforms contribute by informing citizens about adoption campaigns, but they do not provide data on the requirements to be met to carry out the process, so it is necessary to create a web page that exposes these conditions.

Keywords: Dogs on the street, adoption process, foundations, adoption campaigns, website

INTRODUCCIÓN

Los perros en situación de calle o perros callejeros como comúnmente suelen referirse a estos animales, habitan por las calles, parques y espacios públicos en las sociedades. Las condiciones de vida de estos canes son precarias, dado que, no tienen los cuidados y alimentación necesaria; de igual forma, es importante mencionar que, estos canes que habitan en las calles pueden propagar enfermedades, entre la más común se encuentra la rabia, así como, la reproducción descontrolada de estos perros (Jaramillo, 2016). Como producto de estos factores, los ciudadanos suelen ignorarlos y en el peor de los casos son maltratados.

Por esta situación, la vida de estos canes está en constante riesgo; desafortunadamente el destino de la mayoría de estos perros en situación de calle es el exterminio, arrollamiento, envenenamiento reproducción masiva, lo que acarrea una problemática para los pobladores de Guayaquil. Para resolver esta situación, se ha creado varias fundaciones y refugios, como: Rescate animal, Fundación Lucky Bienestar Animal, Narices & Bigotes, entre otras instituciones; con la finalidad de rescatar a estos canes en situación de calle, los esterilizan los curan y los ponen en adopción.

Al visualizar que las adopciones no alcanzan las cifras esperadas, las fundaciones han recurrido a elaborar campañas y eventos masivos, como “Deja tu huellita” y “Maraton de adopción”, para que los perros que estén en condiciones de ser adoptados sean llevados por buenos dueños (El Telégrafo, 2019). Es así como el presente trabajo de estudio se plantea analizar la incidencia que tienen las páginas web en la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de reconocer, el grado de factibilidad de las campañas de adopción organizadas por las fundaciones.

Se agrega que, el presente trabajo busca brindar una mejora al proceso de adopción de mascotas, llevada a cabo en los refugios, siendo esta temática la seleccionada al evidenciar el índice de canes en situación de calle. Además, porque aunque las fundaciones y refugios de canes obtengan donaciones por parte de los guayaquileños, la verdad es que al mantener la población de canes dentro de las instalaciones de la fundación, no se abastecen con la alimentación, ni medicamentos o espacio físico para poder ayudar a todos los canes que se rescata a diario.

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En el mundo se han creado campañas de adopción de mascotas que habitan en refugios, mencionadas campañas, resultaron ser un completo éxito y han dado que hablar, así como la campaña creada en Reino Unido por Battersea Dog & Cats Home, que consistía en un video para fomentar la adopción de mascotas titulada “Looking for you” (Alarcón, Las campañas publicitarias y su incidencia en la adopción de animales domésticos al norte de Guayaquil durante el segundo semestre del 2017, 2018), el cortometraje genero tal impacto que sus reproducciones en YouTube fueron de 111,176 visualizaciones.

Una problemática que se ha vuelto común en Ecuador, es la falta de interés que se tiene hacia los animales que andan en las calles, el desinterés por parte de los ciudadanos termina en la sobre población y muerte de estos animales callejeros, este problema aumenta con el pasar de los años (Bautista, 2016).

Además el abandono de mascotas aumenta la problemática de sobrepoblación de animales en las calles; según Munizaga (2019), el desamparo de animales en las calles se debe a varios factores, pero entre los principales se encuentran: los problemas económicos por los que puede pasar una familia, por lo cual mantener una mascota se convierte en un gasto que no puede ser costado; la reproducción inesperada de mascotas que no han sido esterilizadas y al no contar con estos nuevos miembros deciden abandonarlos a su suerte; el comportamiento del animal, esto porque las características de la mascota no están acordes con lo que los dueños esperaban; la pérdida de interés por el animal, lo que pasa más seguido de lo que se puede esperar, pues muchas veces las mascotas son regalos que no inesperados o simplemente la persona no siente una conexión sentimental con su mascota; se podría seguir desglosando los factores que obligan a un individuo a abandonar a sus mascotas, pero se con esta información se quiere enfatizar la problemática a tratar en este proyecto.

A esto se agrega que, al pensar en una mascota, los ciudadanos la primera idea que tiene no es de adoptar, sino de comprar un animal que les atraiga o les aporte un estatus, mismo

estatus que fue creado por las compañías que venden mascotas a través de campañas publicitarias.

En Holanda la problemática de compras de mascotas y sobre población de perros en las calles era tal que el gobierno tomo medidas para combatirlos, es así como el estado asumió los gastos de esterilización y castración organizando campañas gratuitas, tanto para perreras como para familias (Diez, 2016). Otra de las medidas que se implementaron fue aumentar los impuestos a las personas que compraban perros de raza, lo que facilitó que la persona que realmente deseaba un perro lo adopte en vez de comprarlo.

Existen muchos lugares en donde se pueden adoptar mascotas, tanto físicos (refugios de animales), como por internet (este tipo de sitios web son bases de mascotas y animales que son albergados por personas o grupos de rescate, por lo que pueden ser localizados con mayor facilidad).

Al tener Ecuador tan poco apoyo gubernamental y una escasa creatividad para elaborar campañas que fomenten la adopción de animales que causen el suficiente impacto sobre la población, esto se refleja en la elevada cantidad de gatos y perros registrados en los refugios (Moreno, 2018). En el país existen pocas instituciones que promueven la adopción por medio de campañas publicitarias, y aunque la intención era llegar a la mayor cantidad de población posible, estas carecían de difusión y creatividad, como consecuencia el resultado del objetivo planteado era una baja afluencia de ciudadanos en dichos eventos.

Para ayudar con la adopción de perros, algunas fundaciones y organizaciones han creado sus propias páginas para ayudar a este proceso, es así como Pro-can creo su página web denominada “Adopta un amigo”, por la cual se da una serie de pasos y requisitos a seguir para poder adoptar a un perro que este bajo el cuidado de esta organización; por su parte la fundación Narices y Bigotes tiene una página web a la cual nombraron “Adoptar es mejor”, misma por la cual no solo ofrece un servicio de adopción, sino que las personas que ya no deseen tener a sus mascotas pueden darlas en adopción, para no tener que dejarlas en la calle.

La adopción de animales y más específicamente de perros, no significa que se va a erradicar los problemas de sobrepoblación de animales callejeros, pero si es el primer paso para que los habitantes tomen conciencia del buen trato que estos seres vivos merecen, incluyendo a las mascotas que tienen un hogar, pero que no son tratados de manera correcta, esperando que se creen un vínculo afectivo con las familias. La falta de concientización por parte de los

ciudadanos, es lo que vuelve importante la necesidad de crear una página web que promueva la adopción de perros.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera incidiría la creación de una página web en el fomento de la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son los procesos de adopción en los refugios de perros en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuál es el grado de factibilidad que tienen las campañas de adopción de perros?

¿Qué plataforma sería la ideal para que la campaña de adopción de perros llegue a una mayor cantidad de población?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la incidencia que tienen las páginas web en la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los procesos de adopción en los refugios de perros en la ciudad de Guayaquil
- Analizar la factibilidad de las campañas de adopción de perros.
- Elaborar una página web con información de los procesos de adopción de perros en Guayaquil

1.5 Justificación

En la ciudad existen personas que han caído en la industrialización de animales de compañía, estos individuos suelen utilizar categorías que describen a las mascotas como objetos inanimados, que no sienten y que solo son accesorios o que dependiendo de la raza brindan un cierto estatus a el dueño que los posee, esta conceptualización contribuye con la dominación y explotación de las granjas de animales.

Adicional a esto, las cifras de abandono de canes en situación de calle son alarmantes en comparación con el número de animales adoptados, es por esto que se han creado múltiples campañas que fomenten la adopción de mascotas (Alarcon & Cuñas, 2018), sin embargo, estas no han tenido el alcance esperado, dado que las cifras de animales que son abandonados sigue siendo la misma y el porcentaje de adopción no aumenta conforme se espera.

En Ecuador existe una falta de información sobre la adopción de perros de la calle en las fundaciones, además de, mencionar las consecuencias de no adoptar y los beneficios que esto traería no solo a la persona que lo adopta sino a la sociedad. En gran medida la baja adopción de perros se debe a la falta de datos que los ciudadanos tienen sobre los procesos de adopción. Por esto, la presente investigación se realiza con la finalidad de brindar información sobre los procesos de adopción, con la intención de crear un cambio social en la ciudadanía de Guayaquil más en específico, a los habitantes del sector Alborada.

La presente investigación alcanza un aporte importante en los animales, dado que ellos son seres vivos, al igual que las personas, por tal motivo, se los debe respetar y dar una vida digna, con los cuidados que necesitan y la protección de una familia que les brinde su compañía.

Al ser los medios de comunicación streaming un elemento viable por el cual llegar a las masas, se determinó que el objetivo de esta investigación es analizar la incidencia que tienen las páginas web en la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil, para así dar a conocer a la ciudadanía sobre los procesos de adopción de perros, incentivando y fomentando en las personas la iniciativa de adopción y no comprar mascotas.

1.6 Delimitación del problema

- **ÁREA:** Comunicación

- **CAMPO:** Alborada

- **LUGAR DE INVESTIGACIÓN:** Guayaquil

- **PARROQUIA:** Tarqui

- **TEMPORALIDAD:** Periodo 2019 - 2020

1.7 Idea a defender o hipótesis

Con la creación de una página web se logrará que los habitantes del sector de la Alborada, tengan conciencia social respecto a sus mascotas y que adopten en los refugios que existen en la ciudad de Guayaquil.

Variable independiente: Creación de página web

Variable dependiente: Adopción de perros

1.8 Variable Independiente

Gestión estratégica

1.9 Variable dependiente

Know How Institucional

1.10 Líneas de Investigación de Facultad – Institucional

Línea 2 Sociedad civil, derechos Humanos y Gestión de la comunicación

Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÒRICO

2.1 Marco referencial

Para el correcto desarrollo de la investigación, se procedió a la revisión literaria de estudios creados por varios autores que han trabajado temas similares al presente estudio, esto a nivel internacional y nacional, por lo que se procede a presentar un resumen de dichas investigaciones:

Año: (2017) Políticas públicas de control en población canina en la ciudad de México

Autora: Said Krizia

Institución: Universidad Autónoma de Barcelona

La autora se propuso en su estudio analizar sobre la situación actual de la ciudad de México, además de evaluar la convivencia que existe en relación humano-perro, con el paso del tiempo. Esto con la intención de estudiar a fondo las diferentes campañas que se realizan en la ciudad de México sobre el cuidado animal.

En el cual se determinó que en la Ciudad de México existen más de 23 millones de perros y gatos, de estas cifras se estima que el 30% son domésticos, mientras que el otro 70% están en situación de calle, de estas cantidades solo 10 millones están esterilizados. La autora hace énfasis en que el término “perros callejeros” es un término que ya no se usa, este nombre cambio por el de “perros con dueños irresponsables”, sustentando que en gran medida los canes que son callejeros se encuentra en esas posiciones porque sus propietarios los abandonaron.

Para la estructuración de la investigación se abordó una metodología cualitativa en las que una revisión de documentos (libros, códigos, artículos científicos entre otros) documentos que aportaran al desarrollo y sustentación del estudio.

Los resultados de este trabajo de investigación comprobaron que: la CDMX tiene mejores planes de prevención, en los que procuran fomentar el derecho de los animales estado de abandono. Además de que esta cuenta con una ley que vela por los derechos de estos animales, sin embargo, aunque existan estos decretos considera que queda mucho por hacer, dado que aunque la ley tenga un extenso tiempo de vigencia, no es mucho el cambio que se evidencia en torno al maltrato y abandono de perros.

Se presenció que la educación tiene un rol fundamental en torno a la concientización del trato correcto de los animales domésticos, ya que aunque las leyes rigen para evitar que se maltraten estos animales, deben modificarse para ser más duras y que la población tema de la sanción que se le pueda imponer.

Para finalizar esta autora puso como ejemplo el caso de Holanda, el cual en el 2016 logro ser el primer país en no tener perros en sus calles. Sin embargo, resalta que este logro se debe a que este país a finales del siglo pasado ya contaba con leyes de protección animal, que estipulaban multas de hasta 17 mil euros, en los casos más extremos la sanción llegaba a tener tres años de cárcel.

Año: (2018) Diseño de un portal web de una red social para animal de compañía

Autora: Puche Aarón

Institución: Universidad Politécnica de Valencia

Puche en la investigación se enfocó en desarrollar una red social dirigida a las mascotas, los dueños de ellos serán quienes interactúen en la plataforma digital con un máximo de 6 mascotas, para después acceder e interactuar con perfiles de otras mascotas, esta plataforma permitirá realizar acciones similares a las que ofrecen las redes sociales como subir y visualizar fotos de otras mascotas, buscar amigos, enviar mensajes, compartir, entre otras herramientas.

Para realizar esta investigación se utilizó un enfoque cuantitativo que permitió realizar encuestas online a 384 ciudadanos de la ciudad de Valencia, lo que permitió recolectar la información directo de la fuente, misma que le sirvió para saber la aceptación de la plataforma diseñada.

Los resultados del estudio concretaron que los dueños de las mascotas estarían dispuestos a crear una cuenta en esta plataforma dirigida a las mascotas, además de esto lo expresado por los encuestantes permitió conocer que esta plataforma también podría ser de gran ayuda para que las personas creen más vínculos afectivos con sus mascotas y creen empatía por los animales que no los son, lo que fomentaría una cultura de respeto hacia los animales.

Año: (2016) Adopción y tenencia responsable de mascotas

Autores: Romina Jaramillo

Institución: Universidad de Chile

En esta investigación se planteó generar distintas iniciativas para promover la tenencia responsable de los animales de compañía por medio de tres componentes salud, educación y participación ciudadana. Con ello la autora buscaba mejorar el bienestar de los animales a través de servicios veterinarios, que mejoren la calidad de vida tanto de los animales como de los humanos, lo que acarrea bienestar para toda la nación. Para lograr esto se estableció capacitar a los municipios con la finalidad de que la ciudadanía se informe sobre la responsabilidad de compañía.

Jaramillo manifestó que la salud se sustenta basándose en el bienestar animal en conjunto con el de las personas, por lo que se vuelve importante saber el porcentaje de canes y felinos del territorio, para así poder comprender la situación en la que se encuentran. Acorde a la investigación realiza en la ciudad de Santiago de Chile, según el censo realizado en 2012, la población de canes tiene un aproximado de 3.444.475, de los cuales 487.425 son perros en situación de calle, mientras que 194.970 son canes que fueron abandonados por sus dueños. Se destacó que en comparación a los perros el índice de gatos era mucho menor dado que solo se contabilizaron 1.127.379.

Para desarrollo el trabajo de investigación se planteó una metodología cualitativa en la que se revisaron artículos científicos, tesis, entre otros documentos que estén corroborados por la comunidad científica, mismo que permitieron desarrollar el estudio.

Esto dio como resultado que se presencie que al ser Chile uno de los países miembros de La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), en donde los países participantes tienen programas efectivos para controlar las cifras de animales en las calles, al no tener Chile uno, daba a entender que a este país no le preocupaba esta situación, tiempo después se crearon los Parlamentarios por la dignidad animal en Chile (PARDA), misma que ha promovido campañas de prohibición de animales en los circos, prohibición de experimentos realizados en animales y la creación de leyes que sancionen a quienes maltraten animales.

Para culminar la autora manifiesta que el tema de una tenencia responsable de mascotas no debería ser un tema que importe solo a los amantes de los animales, sino que este debe ser tomado en cuenta por todos los ciudadanos del país, por lo cual se plantea que las leyes podrían solucionar esta problemática.

Año: (2018) Plan de comunicación digital y su influencia en los pobladores de Trujillo para la tendencia responsable y adopción de mascotas: caso “Amigo Fiel” 2018

Autora: Cotrina Cecilia

Institución: Universidad César Vallejo

El propósito de esta investigación fue demostrar la comunicación incide a la gente de

Trujillo a tomar como ejemplo el caso de “Amigo Fiel”, el cual era muestra de un dueño y su mascota leal que había sido adoptado, fomentando así la responsabilidad con las mascotas.

Se aplicó una metodología con un diseño pre experimental con un enfoque cuantitativo, aplicando una encuesta a una muestra conformada por los habitantes de Trujillo, respecto al tema de la responsabilidad y adopción de mascotas. Estos instrumentos servirán para recoger la información que se necesita para responder al objetivo del estudio.

Entre las conclusiones a las que llegó esta autora, se encontró que los pobladores de Trujillo manifiestan su aprobación a una correcta práctica de cuidado y responsabilidad de mascotas, al mismo tiempo los encuestados afirmaron que estarían dispuestos a adoptar si sus condiciones se lo permitieran. Por lo anteriormente mencionado Cotrina considero que por medio de la aplicación del plan de comunicación digital se logró difundir a los habitantes de Trujillo el mensaje del “Amigo Fiel”.

Año: (2018) Creación de campaña para el apadrinamiento de perros que se encuentran dentro de un albergue

Autores: Flores Diana

Institución: Universidad San Francisco de Quito

En este estudio se propuso una campaña denominada “Aperriname”, cuya finalidad es de recolectar fondos para los perros que se encuentra en albergues y fundaciones de la ciudad de Quito a través del apadrinamiento de los ciudadanos. Esta campaña está dirigida a las personas que sean amantes de los animales, que tal vez ya cuenta con el limitar de mascotas que les permite el tamaño de su hogar o que simplemente quieran apadrinar momentáneamente a los acnés que se encuentran es estos albergues, dado que también tienen la opción de proporcionarles un hogar temporal a esto canes.

Se planteó una metodología mixta en la que se entrevistó a 4 hombres y 3 mujeres, además de que se aplicaron encuestas por medio de internet a una muestra tomada que comprende a una población que maneja un rango de edad entre 24 a 37 años, mismo que pertenecen a un nivel socioeconómico medio o medio-alto a quienes son amantes de los canes.

Las aplicaciones de estos instrumentos permitieron conocer que los canes que se encuentran en la calles son un problema no solo para la localidades que los tienen sino también a nivel municipal, por este motivo de a poco se han ido creando cada vez más fundaciones y organizaciones que tienen como objetivo ayudar a estos animales.

Los ciudadanos están conscientes de que los perros que se encuentran en los refugios necesitan de quien les done alimentos, medicamentos o efectivo; para que estas organizaciones puedan mantener a los canes bien alimentados y saludables, hasta que llegue el momento de su adopción.

Al utilizarse una campaña que tiene un objetivo emocional y racional, las personas se motivaran donar lo que este dentro de sus posibilidades a los refugios. Con la recolección de los datos realizada por medio de los instrumentos de la investigación, se determinó que las plataformas por las cuales la campaña debía ser distribuida era por redes sociales y whatsapp dado que estas son las plataformas digitales que los ciudadanos utilizan diariamente.

Año: (2018) Campaña de concientización dirigida a estudiantes de establecimiento municipales para prevenir el maltrato animal. Caso Municipio de Quito

Autor: Granda Ricardo

Institución: Universidad de las Américas

En su trabajo de investigación Granda se propuso crear una campaña social que difundiera información sobre el maltrato que se da a animales domésticos. Esta campaña piloto está estructurada de tal forma que trabaje en conjunto con el Municipio de Quito, dado que esta es la institución encargada de sancionar a los infractores de las leyes establecidas. Además de proponer campañas de esterilización y vacunación.

La metodología que utilizada tiene un enfoque cualitativo, en la cual se aplicó la técnica de la entrevista a 4 psicólogos y 4 médicos veterinarios, que permitirán saber su punto de vista del maltrato animal, adicional a esto se espera saber su percepción del Municipio de Quito y si considera que este ha tomado las medidas y acciones necesarias para erradicar el maltrato animal.

Los resultados de estas entrevistas permitieron reconocer que el Municipio de Quito no ha realizado campaña que suprima el maltrato animal, sin embargo, se menciona que los colegios de esta ciudad si han realizado campaña que concienticen sobre los perros que existe en la calle y que estos pueden ser adoptados. Los encuestantes afirman que los animales tienen los mismos derechos que tienen las personas, que el hecho de que no puedan hablar no significa que no puedan sentir, por lo cual merecen protección y la garantía de una vida digna en un hogar en donde le ofrezcan los cuidados que necesitan.

Por los estudios presentados se puede decir que la situación de los canes en situación de calles no es una problemática que aquella solamente a Ecuador y más en específico a la ciudad de Guayaquil, dado que diferentes países y ciudades existe esta problemática, sin embargo, es importante empezar a crear conciencia en los ciudadanos obre la adopción de los perro que antes eran de la calle ya hora se encuentran en refugios esperando a ser adoptado. Lo que es el tema principal del estudio que se desarrolla,

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Canes en situación de calle

Desde la antigüedad, los antepasados de los perros domésticos que hoy se conocen fueron una de las mejores especies que acompañó a los seres humanos de las cavernas. La teoría estima que fueron los lobos quienes se sometieron a una domesticación realizada por el hombre hace aproximadamente 40,000.

Es importante recalcar que en Alemania se encontró uno de los mejores especímenes de restos y vestigios de los antepasados de los perros domésticos que datan de 14.700 años A.C. un estudio realizado por Nature Communications, corrobora que en efecto el territorio Alemán cumplió un rol importante en la domesticación y cría de lobos, lo que dio paso a la evolución de las razas de canes que se encuentran hoy por todo el mundo.

Lo que permite pensar que tal vez ese sea el motivo por el cual los perros son denominados como “el mejor amigo del hombre”. No es ajeno el hecho de que los canes domésticos muchas veces son acogidos desde cachorros por una familia, mientras son pequeños lo tratan como un miembro más de la familia, comprándole los accesorios que necesita para distraerse, llevándolos a pasear y dándole los cuidados que estos requieren.

Pero esta situación no es estática, pues los sentimientos que los dueños tienen hacia su mascota pueden cambiar; esta situación comprende muchos factores, entre los cuales pueden incidir el comportamiento del can, la falta de economía de la familia para mantenerlo, el crecimiento del perro fue más del esperado y su tamaño no se acopla a las dimensiones del hogar, entre otros factores; todas estas causas nombradas en la mayoría de los casos terminan en la misma resolución, el abandono de la mascota.

2.2.1.1 Mascotas y animales domésticos

La palabra mascota es un término que proviene del francés *mascotte*, la Real Academia Española (2020) define a una mascota como un animal de compañía. Por lo tanto, es un animal que está destinada a permanecer junto a los seres humanos en su diario vivir, es importante mencionar que al ser mascotas los animales no están destinados a realizar ningún tipo de trabajo.

Villalta (2018) considera que “las mascotas no son solo animales de compañía sino que pueden generar beneficios tenerlas, pues estas también son capaces de ayudar en aspectos

psicológicos, psicosociales y terapéuticos” (pág. 18). En algunos hospitales las mascotas de los pacientes son utilizadas para motivar a su amo en las terapias asistidas a las que deba someterse; se estima que al mantener cerca de los pacientes a sus mascotas les baja la ansiedad y stress a los que estos puedan estar expuestos antes de realizar la terapia.

Además de que se considera que tener una mascota reduce el riesgo de desarrollar enfermedades del corazón, reduce la sensación de soledad previniendo la depresión y ayuda a la relajación de sus dueños después de un arduo día de laboral. Es importante que los dueños estén conscientes de cuáles son los cuidados que deben realizarle a sus mascotas.

2.2.1.2 Cuidado responsable de mascotas

Según el acuerdo ministerial 116, en Ecuador el organismo encargado de que la convivencia entre seres humanos y animales sea armónica le compete netamente al Ministerio de Salud Pública (MSP), al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), los municipios y a la policía nacional; estos están obligados a regular de forma correcta el trato que se les da a las mascotas, garantizando así el cuidado de la población (Ministerio del Ambiente, 2016). Es necesarios citar el artículo 1 del Reglamento de Tenencia y Manejo Responsable de Perros el cual menciona que “El presente reglamento tiene como objetivo regular la tenencia responsable de perros, especialmente de aquellos no recomendados como mascotas dentro del territorio nacional, con la finalidad de salvaguardar la integridad y salud de la población” (MSP; MAGAP, 2009).

A nivel nacional se realizan campañas de adopción de mascotas, en su totalidad estas se llevan a cabo a través de redes sociales y diversas plataformas digitales para llegar a la mayor cantidad de población posible. En el norte de la ciudad de Guayaquil se realizan eventos de adopción masiva con sede en el parque Samanes; este es uno evento que se ha realizado ya 3 años seguidos el cual tiene como nombre Feria Expo Mascotas, la cual está organizada por instituciones como el Trastorno del Espectro Autista (TEA), la Unidad de Rescate y Recuperación Animal de la Prefectura del Guayas (URRA) y la fundación de Protección y Ayuda a Nuestros Animales (PANA).

Estas organizaciones se encargan imprimir gigantografías de perros y gatos que están en las condiciones de ser adoptados, dado que ellos no pueden estar físicamente en las instalaciones del parque. En conjunto con esta campaña de adopción brinda capacitación de cuidado de mascotas, las cuales abarca temas como las vacunas y chequeos que los dueños deben realizar a sus compañeros de cuatro patas.

Se estima que el comportamiento que tenga una mascota es el claro reflejo del ambiente de un hogar, por lo que el comportamiento de los miembros de la familia hacia el can incidirá directamente en su crianza. Por lo que imprescindible que estos sean llevados a conocer diferentes ambientes para que tengan contactos con otras personas y mascotas.

Así mismo dependiendo de la raza, se les debe proporcionar el espacio físico que ellos requieren, por lo que se vuelve de vital importancia que primero se conozcan las características del can que se va a adquirir, de esta forma se le podrán cubrir sus necesidades y la familia podrá elaborar un presupuesto direccionado solo para este miembro.

2.2.1.3 Los beneficios de tener una mascota

Una mascota no solo puede aportar compañía a una persona. En el estudio de Ochoa (2015) demuestra que los animales inciden significativamente en el estado emocional y físico de los seres humanos, por lo cual son considerados beneficios en el campo de la salud.

Beneficios en niños

Los aportes que las mascotas tienen en los niños abarca muchos aspectos, puesto que ellos elevan su autoestima, confianza y les permite desarrollar empatía hacia otros seres vivos. Además de estos aspectos, las mascotas pueden desarrollar en los menores valores como la amistad y la responsabilidad. Las mascotas ayudan a que los niños no sean sedentarios, pues al jugar con ellos evitan que estos tengan un prolongado tiempo de ocio viendo televisión o en dispositivos electrónicos.

Para que los niños desarrollen mejor sus sentidos de responsabilidad debe otorgárseles acciones que correspondan al cuidado de la mascota, entre las cuales se pueden estar: el mantenimiento del agua, darles comida y cepillarles su cabello; a medida que el niño crezca se le pueden sumar más acciones como puede ser el paseo del can.

Beneficio en adultos

Mantener una mascota en casa aporta muchos beneficios en la vida adulta, pues no solo tiene efectos positivos en el ámbito de la presión arterial, ayuda a la relajación y a la intención de querer más interacción con otros seres vivos y hay quienes aseguran que los perros ayudan incluso a erradicar el dolor. Se considera que tener una mascota es como estar permanentemente en terapia, puesto que estos fomentan el bienestar emocional y físico.

De la misma forma se han evidenciado casos en los que son las mascotas quienes advierten a otras personas sobre la condición de su dueño, pues al visualizar que si amo no responde o cae de una manera abrupta este busca ayuda. Existen casos en que personas han caído en coma y tener contacto físico con sus mascotas ha despertado.

2.2.1.4 Canes en situación de calle

Alarcón (2018), define a los canes callejeros como un animal mestizo que habita en las calles de las urbes, bien sea porque este ha sido abandonado por sus dueños o porque nació y se crió en ellas; contrario a lo que se podría pensar los perros domésticos no son capaces de vivir en el exterior por sí solos, esto porque ellos dependen en mayor medida de los humanos que los canes nacidos en las calles.

A pesar de que los estudios sobre la población de canes en situación de calle son limitados, existen investigación que corresponde a la cantidad total de perros por nación o continente, por lo que se procederá a presentar el caso de América Latina, se estima que existen aproximadamente 6,5 millones de canes, entre los cuales se visualiza que Argentina y Paraguay son los países que menos cantidad de perros tiene, esto porque existe 1 can por cada 10 personas, por su parte Chile y Bolivia son las naciones que más cantidades de perros posee, lo que da una cifra de 1 perro por cada 6 personas para Chile, y un perro por cada 5 habitantes en Bolivia (Rendón, y otros, 2018).

Adicional a esto según Mejía (2019) el país que más números de perros en situación de calle tiene es México con un total de 23 millones de perros en la calles, otro caso preocupante es la situación de Venezuela, que no solo vive una crisis socioeconómica y política, sino que también atraviesa por una cifra alarmante de canes dado que por año 200 mil de ellos son abandonados.

Estas cifras demuestran que la situación de canes en situación de calle es un tema que pocos Municipios han podido controlar y que las cifras de los mismos no han sido de gran interés en los estudios realizados a los canes callejeros.

2.2.2 Comportamiento de los canes en situación de calle

En el área social, se considera a los canes como animales que tienen la necesidad de vivir en mandas para sobrevivir. Sin embargo, los canes que habitan en las calles carecen de esta estructura social. Esto dado a que los grupos sociales de los perros que viven en las calles son asociaciones amorfas, que van aumentando a medida que pasa el tiempo; a diferencia de

los canes urbanos, lo cuales tienen un grupo social estático. Por su parte en la investigación de Kerkhove (citado en el estudio de Osorio, 2016) menciona que los canes en situación de calles de Valencia, conforman grupos con dominancia y jerarquía que se prolongan por periodos de tiempo extensos.

Es común observar el comportamiento agresivo de canes en situación de calle frente a los seres humanos, pero se debe destacar que, los gruñidos, ladridos y hasta mordeduras ocasionadas por estos perros se debe a que la mayoría de ellos son maltratados e incluso golpeados. Por otra parte, no todos presentan un cuadro agresivo, pues se pueden presentar comportamientos de sumisión y miedo; lo que significa una falta de confianza hacia los humanos.

2.2.3 Problemas de salud pública provocada por los canes en situación de calles

La problemática que presentan los perros en situación de calles, se ha manifestado en las sociedades hace muchos años atrás. Es así como en una encuesta realizada por Feldman y Carding (como se citó en Hurtado, 2017) a los habitantes de Watts, California, Estados Unidos, evidencio que uno de los problemas ambientales más graves que se percibía era la sobrepoblación de perros callejeros, seguida de la contaminación del aire. De la misma forma Hurtado (2017) afirma que:

“El crecimiento descontrolado de perros y gatos causa un impacto negativo sobre la salud pública de los países en vías de desarrollo (...) En 10 años la población canina puede crecer un 85%, comparado con el 23.5% de crecimiento en la población humana” (pág. 29).

Por lo anteriormente expuesto, se evidencia que la problemática de la sobrepoblación de perros callejeros es una situación que debe ser controlada por las autoridades competentes; dado que la falta de control de perros callejeros puede acarrear consecuencias como: provocar lesiones directas a seres humanos, a sus mascotas o ganado; propagación de enfermedades por medio de las heces fecales y orina, dado que estas necesidades biológicas las realizan en espacios públicos; e incluso daños en los hogares, al intentar alcanzar una hembra en celo.

Adicional a esto los canes en situación de calle pueden ocasionar problemas indirectos a las personas, provocando accidentes de tránsito, leves y graves. En caso de que los dueños de

los vehículos accidentados tengan lesiones graves que hallan ocasionado su muerte, provoca que la negativa de que sus mascotas en la mayoría de los casos sean abandonadas.

Para una mejor comprensión literaria, de las problemáticas que presentan los canes callejeros en la salud pública, se procederá a presentar a detalle cada uno de los problemas que estos representan:

2.2.3.1 Zoonosis

La sobrepoblación de los canes que habitan en las calles tiene una incidencia directa en la salud de los seres humanos, dado que estos albergan 60 enfermedades que pueden ser nocivas para el hombre, mismas que pueden presentarse a modo de virus, bacterias y parásitos: Histoplasmosis, Leptospirosis, Brucelosis, Echinococcosis, Tuberculosis, Toxocariasis, la rabia, Giardiasis, entre otras enfermedades. De estas enfermedades las que se registran con mayor frecuencia en el ser humano son la Rabia la Toxocariasis y la Echinococcosis.

Las consecuencias que tienen los canes en la salud del ser humano se complican en mayor magnitud cuando estos tienen libre acceso de realizas sus heces y orina en espacios públicos; siendo los niños los más propensos a enfermarse, pues estos juegan en las plazas, jardines y parques.

2.2.3.2 Echinococcosis.

En esta enfermedad se distribuye en países de América Latina como Uruguay, Argentina, Ecuador, sur de Brasil y Perú. Este tipo de infección de propaga por medio de animales herbívoros y es causado por el estado larvario de la tenía (*Echinococcus granulosus*). El proceso de infección se da al momento en que los adultos son expuestos al ambiente por medio de las heces fecales, estos ponen sus huevos en plantas, que a su vez pueden ser ingeridas por ovejas, vacas, cerdos, cabras.

Luego de ser engullidas, estas eclosionan, el embrión eclosionado penetra en las paredes del estómago, transportándose a través de la sangre a diferentes partes del cuerpo. Gran cantidad de los casos registrados de este parasito se encuentra en los órganos; vísceras con las cuales los perros de la calle suelen alimentarse. Luego de 45 días de ser comida este parasito alcanza su etapa adulta.

En este ciclo de vida el ser humano cumple un rol de portador intermediario accidental, las consecuencias de ser potador se reflejan a nivel hepático, pulmonar y otros órganos. El

contagio de los humanos, se da cuando este acaricia a un can. Es de esta forma en que las condiciones del can callejero y la falta de práctica de aseo personal, son los factores que ocasionan que el obre albergue este parásito.

2.2.3.3 Toxocariasis y Ancilostomiasis

La libertad que tiene los canes callejeros de hacer sus heces en un ambiente abierto, es la que facilita la propagación de parásitos como *Toxocara canis*, rpovocado el hombre síntomas que solo pueden ser causados por la larva migratoria visceral y ocular; y *Ancylostoma caninum*.

La población infantil es la más propensa a contagiarse de este parasito, dado que a estos están expuestos a un mayor grado de exposición con la tierra. Este parasito ene l ser humano provoca, comezón, picazón e incluso ardor en la piel.

2.2.3.4 Rabia

La rabia es una enfermedad en al que perros domésticos están igualo de expuestos que los canes silvestres, en el caso de las personas esta se puede contraer por medio de la saliva de un can infectado, que lo muerde o rasguña. Este tipo de patología considerada como mortal está presente en todas las zonas de la tierra, lo que permite decir que ningún continente está a salvo de ella. La rabia es capaz de ocasionar un deceso humano, y en un 95% de los casos registrados causados por las rabias, se dan en el continente africano y asiático.

2.2.4 Porcentaje de canes en situación de calles en la ciudad de Guayaquil

En la mayoría de países del mundo el problema de animales en la calle es un problema, esta problemática se da por muchos factores pero uno en el que la mayoría de naciones coincide, es que no hay espacio en los refugios destinados para estos animales sin hogar, por lo que estos están obligados a pasar frio y hambre por las calles, con el riesgo de que un individuo mal intencionado les haga daño.

Por estos motivos se han creado asociaciones y fundaciones que tienen como fin buscar una forma de inculcar en los ciudadanos la adopción de animales de las calles, dado que las

personas están acostumbradas a comprar sus mascotas en lugar de adoptarlas, la intención de estas instituciones de promover la adopción a no ha logrado dar los resultados que se espera dado que sus campañas no han sido difundidas como se debería, por ende las personas siguen eligiendo comprar antes que adoptar.

Como dato relevante Ecuador es uno de los países Sudamericanos, que presenta la cifra más alta de animales domésticos abandonados, centrándose en la ciudad de Guayaquil existen diferentes fundaciones que brinda ayuda a estos seres de la calles, que no tienen fines de lucro, estas fundaciones solo trabajan con la intención de darles una vida digna, además de sus intentos de campañas publicitarias para promover no solo la adopción de estos, sino, de encontrar viviendas temporales, esterilización o apadrinamientos, para aquellas mascotas que presenten un cuadro grave de salud.

Según Delgado (2017) entre las fundaciones más reconocidas en la ciudad de Guayaquil se encuentran:

- URRRA GUAYAS
- PAE (Protección Animal Ecuador)
- ERAH (Estudios de Relación entre Animales y Humanos)
- Yo Amo Animales
- Rescate Animal

No hay una cifra exacta de los perros que habitan en la calles de la ciudad de Guayaquil, pero según un estudio realizado por la Universidad agraria del Ecuador se revelo que hay un can en la calle por cada 94 habitantes en la ciudad de Guayaquil. En un artículo realizado por el diario El Telégrafo solo entre Guayaquil y Quito se registran un aproximado de 130.000 perros callejeros, por lo que se puede decir que este es un problema que está lejos de erradicarse. Para un mejor entendimiento de esta problemática se procederá a mostrar una gráfica en donde se visualizan la cantidad de perros abandonados y los lugares en donde más son dejados:

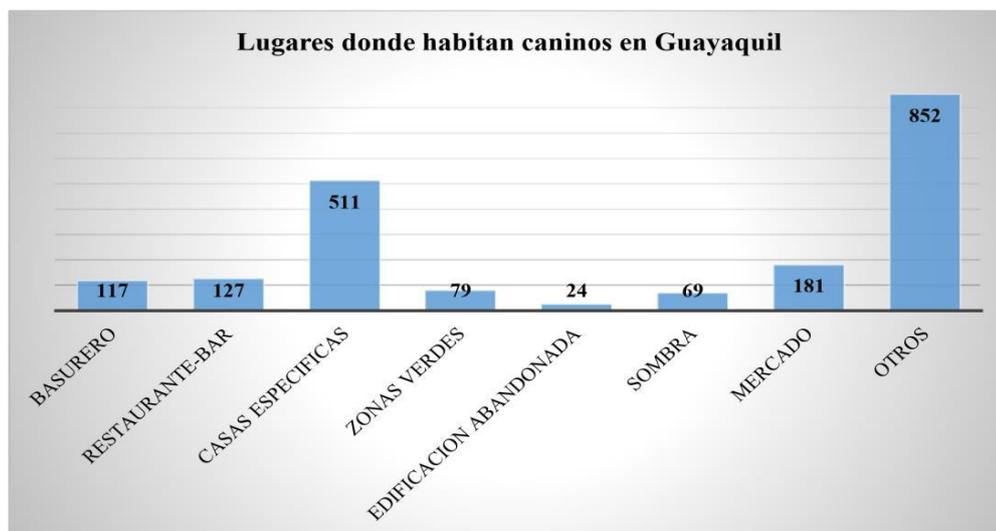


Figure 1 Lugares donde habitan caninos en Guayaquil

Fuente: El Telégrafo (2019)

En la ciudad de Guayaquil no existen estudios profundos sobre abandono de perros en las calles, pero según Alberto Orlando, uno de los investigadores de la Universidad Agraria las zonas en donde el número de canes abandonados aumenta es en El Cisne Y LA Juan Montalvo, estas son zonas que al mismo tiempo están densamente poblados, pero estos no son los únicos lugares en donde abandonas perros en la ciudad de Guayaquil.

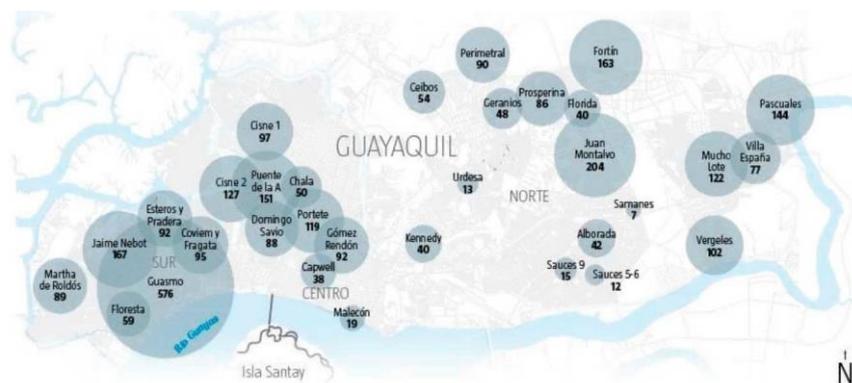


Figure 2 32 zonas de Guayaquil en la que abandonan canes

Fuente: El Telégrafo (2019)

En la gráfica se visualiza que Samanes es la zona en la que menos se abandonan perros, de acuerdo con el número presentado en la gráfica, se puede decir que hay un perro callejero

por cada 9 km en la ciudad de Guayaquil, en esta investigación no se dejó de lado a los cachorros pues estos forman parte del 5% de los datos presentados.

Al visualizar que el número de perros callejeros aumenta y esto acarrea un problema para la ciudadanía, se propuso en conjunto con la Oficina de Estudios de Relación entre Animales y Humanos (ERAH) realizar campañas que controlen la reproducción y esterilización de canes.

2.2.5 Maltrato de canes en situación de abandono

Para un mejor entendimiento de la literatura es importante destacar que la mayoría de estos canes en situación de calles (por no mencionar que todos) son maltratados. Cabe destacar que al ser los perros de la calle son más propensos a agredir a los transeúntes, siendo este, uno de los motivos por los que hay personas que consideran tener la potestad de responder a la agresión que los perros manifiestan con más violencia (Ballesteros, 2016).

Se vuelve casi incomprensible entender cómo piensan las personas que no se doblegan al ver la mirada triste de un can que pide no ser maltratado, abandonado por sus dueños o ser sometido a una inyección letal; como no se estremece el corazón de un ser humano que escucha el doloroso aullido de un can que acaba de ser arrollado por un auto, falleciendo lentamente frente a transeúntes que no realizan un esfuerzo por ayudarlos, mismo que piensan que simplemente el can “se atravesó” o “mucho mejor, un perro menos en las calles”.

Gran cantidad de los canes que se encuentran en las calles no corren con la suerte de ser rescatados por personas, o en su defecto por refugios o fundaciones, en lugar de ello, terminan siendo arrollados o maltratados en las calles.

Con lo anteriormente expuesto se demuestra que los perros que habitan en las calles sufre de un maltrato continuo, por lo que se vuelve necesario que los ciudadanos con mascotas los esterilicen, para luego no tener un problema de sobre población de canes que no pueden mantener. A su vez es relevante que se mencione que los perros que se encuentran en refugios no son adoptados en la medida que se espera, debido a la falta de información del proceso que se debe seguir para esto.

Por ello se procede a identificar los procesos de adopción en los refugios y cuál es la factibilidad de las campañas de adopción que se realizan en la ciudad de Guayaquil, respondiendo así a los objetivos del estudio.

2.2.6 Proceso de adopción de canes en fundaciones

El abandono, maltrato y exterminio de canes, es una gran problemática de crueldad animal que se visibiliza en la sociedad, esto debido a la falta de información de los ciudadanos y poca competencia de las autoridades para erradicar esta situación. Al presenciar que existe una sobre población de canes en situación de calle, el autor Chuquirima (2017), determino que existen diferentes factores por los cuales los canes pueden ser abandonados, pero entre los más comunes se encuentran:

- Falta de tiempo para cuidarlo
- Cambio de domicilio
- El can es destructor
- El cachorro es más grande de lo que se esperaba
- Se enfermó

Por otra parte, se presencia también que parte de los canes que se encuentran en las calles se derivan de 3 condiciones principales:

- **La tendencia irresponsable de animales de compañía:** esta problemática se da, porque muchas familias compran mascotas o aceptan mascotas a manera de regalo, sin tener en cuenta las condiciones en las que se encuentran para poder tener este animal, por lo cual se estima que 8 de cada 10 canes que son comprados o regalados, terminan siendo abandonados por sus dueños. Por lo que se vuelve importante que los ciudadanos estén conscientes de que los animales no son obsequios que se puedan dar si considerar la situación de la otra persona, dado que, por los factores anteriormente presentados, estos canes pueden ser abandonados.
- **La frecuencia con la que se compra un mascota en lugar de adoptarlo:** a causa del estatus social que la sociedad considera proporciona tener un perro de raza, los ciudadanos prefieren comprar una mascota que adoptarla, dado que se estima que uno adoptado vale menos que uno comprado; esta compraventa de mascota

es una actividad que se sigue practicando, aun con las campañas informativas que advierte a los habitantes que estas “granjas de mascotas” maltratan a los padres de los cachorros que venden.

Es importante que los ciudadanos entienda que adoptar a una mascota es más importante que comprarla a las “granjas de mascotas”, dado que los cachorro que no se venden terminan muertos, pues no representan una ganancia para las ya mencionadas granjas.

- **Falta de información de esterilización de animales:** la reproducción de las mascotas genera un problema para la familia del can, dado que no todos los cachorros correrán con la suerte de ser adoptados. La esterilización de mascotas es importante para que o se generen crías indeseadas y evitar que a las mascotas se le desarrollen enfermedades que tenga que ver con su aparato reproductivo.

La solución a esta situación que se da en la ciudad de Guayaquil se puede solucionar difundiendo un mensaje de adopción de canes, pero esto no debe quedarse solo en la campaña de adopción, pues en la ciudad se realizan varias de ellas; adicional a esta se deben informar a los ciudadanos sobre el proceso de adopción que se lleva a cabo para poder obtener a uno de estos canes.

Muchas veces la falta de adopción de los perros que se encuentra en fundaciones y refugios nos son adoptados, esto como consecuencia de que los ciudadanos consideran que el trámite para conseguir uno es un proceso largo y que se deben cumplir con requisitos que salen de sus capacidades.

Es así como se vuelve relevante puntualizar los requisitos a cumplir para adoptar una mascota, los cuales cambian dependiendo de la fundación en al que se vaya a realizar. Por lo que se presentara el proceso de adopción de canes en la Alcaldía de Guayaquil y dos fundaciones:

Alcaldía de Guayaquil

- Llenar el formulario de adopción
- Copia de cedula
- Una planilla de servicios básicos

- Llevar los documentos a la jefatura de Bienestar Animal
- En el caso de ser aprobado como adoptante, se procederá a escoger el nuevo miembro de la familia
- Firma del contrato en la que se compromete a darle al can los cuidados y respectivos chequeos.

Rescate animal

- Llenar ficha de adopción
- Copia de cedula
- Copia de planilla de servicios básicos del lugar de residencia

Yo amo a los animales

- Cedula de identidad
- Papeleta de votación
- Planilla de servicio básico a nombre de la persona que aplica
- Llenar la ficha de aplicación para adopción
- Entrevista personal
- Confirmación de datos
- En caso de que se apruebe la ficha, se procede a llenar el contrato de adopción y responsabilidad de tenencia animal, el cual es proporcionado por la fundación.

Se debe puntualizar que las fundaciones para poder hacer las respectivas visitas a los hogares de los aplicantes, estas se realizan los fines de semana, con la intención de que los aplicantes no se compliquen con los horarios.

Los proceso de adopción son fáciles de realizar, dado que las fundaciones brindan una facilidad de horarios para que el proceso sea llevado a cabo con eficacia, la transacción no

toma más que una semana en concretarse y en caso de concretarse la adopción se toma una foto del can adoptado y su nuevo dueño, con la finalidad de subirla a las redes de las fundaciones e inspire a otros ciudadanos a adoptar.

2.2.7 Factibilidad de campañas de adopción en la ciudad de Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil se realizan campañas de adopción dirigidas por fundaciones y organizaciones en conjunto con los entes municipales y provinciales, sin embargo es necesario resaltar que al ser estas Organización No Gubernamental (ONG) no rinden cuentas de los resultados de las campañas que realizan. Por lo que no existe un registro oficial presentado al público de cuál ha sido la cantidad de asistentes a estos eventos masivos, o el número de canes adoptados por campaña. Por lo que el presente estudio plantea responder a esta situación, en la metodología del mismo.

2.2.8 Evolución del internet

El inicio del internet no era más que el sucesor de otro sistema similar de uso limitado y exclusivo del personal militar del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. La tecnología mencionada era una red interna diseñada para intercambiar información entre los militares en sus diversos campos de conocimiento. Esta red se conocía como Arpanet; su invención respondió a la necesidad de proteger la información durante la Guerra Fría entre los Estados Unidos y la URSS (Ballina, 2015).

No se puede negar, el origen científico de Arpanet, incluso si se tratara de una herramienta militar, y aunque era una red primitiva para transmitir información, lo hizo posible, como cualquier herramienta de origen científico; ya que era capaz de mejorar cualquier necesidad de comunicación. Por esta razón, dicha cualidad fue agregada a la incursión de los grupos cívicos; convirtiéndose en un aspecto decisivo en una nueva forma de comunicarse con los demás.

De esta manera, se reconoce que el internet y sus predecesores en el campo de la tecnología de la información han sido concebidos como sistemas alfanuméricos diseñados para sistematizar la gestión e intercambio de información entre usuarios. Por lo tanto, el internet es uno de estos sistemas que se ha desarrollado de tal manera que puede reemplazar las

formas anteriores de gestión de la información tanto en los sistemas informáticos como en otros medios de comunicación.

Con el paso del tiempo, se ha hecho hincapié sobre la evolución del internet, de esta manera, se puede manifestar que el mismo se está convirtiendo en uno de los medios de comunicación más utilizados, ofreciendo mayores oportunidades de ganancias para grupos de compañías y organizaciones que buscan informar a una gran audiencia de su organización o sobre las actividades que llevan a cabo con el fin de obtener ganancias, científicas, sociales, entre otros afines.

Por otra parte, se dice que, en Ecuador, el primer proveedor de acceso a Internet fue

Ecuánex, un sitio de Internet creado en 1991 por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica de Intercom. En 1992, se creó el segundo sitio de Internet (Ecuánex) a través de la Corporación Ecuatoriana de Información, una organización sin fines de lucro patrocinada por el Banco del Pacífico, ESPOL, la Universidad Católica de Guayaquil y otros (Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones, 2015).

El internet inalámbrico permite a los usuarios conectarse a Internet a través de un punto fijo en la red, que está conectado a Internet mediante tecnología por cable. Ser un punto fijo significa que, si el usuario abandona su área de cobertura, tendrá que encontrar un nuevo punto de acceso para continuar con el servicio, de manera similar, a medida que se aleja del punto de acceso, la calidad será menor y habrá más interferencia de otros canales inalámbricos.

2.2.9 Internet como plataforma comunicacional

Antes de dar a conocer como el internet ha ocupado espacio en la sociedad como una plataforma comunicacional, es necesario mostrar el impacto o el acceso de internet en los hogares del Ecuador. Para ello, el INEC (2017) muestra que para el año 2017 el acceso a internet a nivel nacional, tuvo un incremento de 14,7 puntos a comparación del 2012; al igual que el área urbana; mientras que el área rural tan solo tuvo un incremento de 11,8 puntos; tal como lo evidencia la siguiente figura.



Figure 3 Hogares con acceso a internet

Fuente: INEC (2017)

Mientras que el porcentaje reflejado para aquellas personas que hacen uso del internet se ve en incremento del 50% entre el 2012 y 2017; representando el 59,3% en varones y 57,3% mujeres; en cuanto a edades, se muestra la siguiente figura para conocer su comportamiento ante el uso que le dan al internet.



Figure 4 Rango de edades de personas que usan internet

Fuente: INEC (2017)

Finalmente, se destaca que el motivo de uso de internet de las personas antes mencionadas, se da por las siguientes razones:

- Obtención de información
- Medio de comunicación
- Educación y aprendizaje
- Razones de trabajo

Tal como lo muestra la siguiente figura:

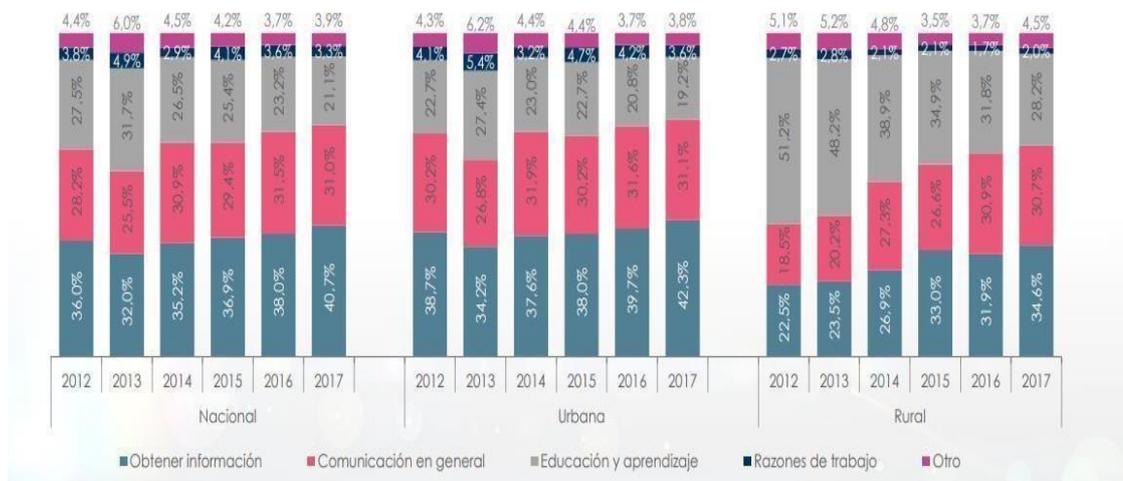


Figure 5 Motivos de uso de internet
Fuente: INEC (2017)

Con todo ello, se logra apreciar que el uso del internet a nivel nacional es de gran utilidad para la sociedad; sobre todo para aquellos que la utilizan por motivos de trabajo; por el proceso de innovación y desarrollo que requieren actualmente las empresas; como también para aquellos estudiantes que necesitan de un aprendizaje óptimo y eficiente.

A pesar de que el crecimiento de la infraestructura de acceso a Internet ha aumentado significativamente a nivel nacional, su impacto en la sociedad se vuelve tangible cuando la

población comienza a utilizar todo este desarrollo para sus propios intereses, ya sea con la llegada de nuevos empleos, promoción e innovación, desarrollo social, educación, salud, seguridad, etc.; como se lo detalló anteriormente. De lo contrario, estas inversiones, privadas y públicas, se vuelven ineficaces.

Es así como se da a conocer que el internet ha sido utilizado como una plataforma comunicacional por parte de la sociedad, debido a que ello permite una comunicación mucho más eficiente, innovadora; como también permite la satisfacción de necesidades presentadas por una población determinada.

El internet se ha vuelto una herramienta esencial no solo para la evolución de novedosos modelos de negocios, ya que también tiene lugar como herramienta social y democratizadora, con gran poder de fuerza ante diversas manifestaciones sociales y culturales (Asamblea Nacional del Ecuador , 2019).

El surgimiento de los medios sociales se ha convertido en un elemento definitorio que permite conectar páginas y perfiles de empresas comerciales de alta velocidad, lo que proporciona a individuos y marcas herramientas poderosas para compartir contenido y, sobre todo, transformar las relaciones en acuerdos bilaterales en los que el consumidor puede expresar su opinión sobre la experiencia de compra directa y el consumo (Carrasco, 2017).

De acuerdo a lo expuesto, según la utilidad del internet como plataforma comunicacional, en el caso de las empresas que ofrecen cualquier servicio o producto a los consumidores, estos mismos tendrán la oportunidad de distribuir dicha información a millones de usuarios; ya se trate de otras personas u otras marcas; causando, en este caso, una gran fuerza de influencia en los consumidores potenciales de la misma marca.

La aparición de Internet como repositorio de grandes cantidades de datos sobre productos y servicios le permite al usuario tener la oportunidad de comparar todas las alternativas, ver precios, configuraciones y, en general, todas las características de los productos o servicios que desee adquirir como proceso de compra.

2.2.10 Ventajas de las páginas web

Hoy en día el internet es un excelente medio de comunicación y como se ha venido mencionado anteriormente es más que un medio de influencia, que afecta el progreso y la adaptación constante de los usuarios y desarrolladores. Por esta razón, ha habido tendencias en el desarrollo web como una forma de seleccionar un modelo a seguir, así como proporcionar mejores servicios a los usuarios a tendencias tecnológicas.

Existen varios lenguajes de programación, herramientas y plataformas que permiten comprender claramente cómo ello proporciona una velocidad efectiva en el desarrollo de aplicaciones web, favoreciendo con una mayor ventaja a un grupo de trabajo en términos de reducir el tiempo en función de los requisitos predefinidos utilizados para crear sistemas web (Valarezo, Honores, Gómez, & Vences, 2018).

Las personas encargadas de desarrollar este tipo de aplicaciones, las pueden ver como un problema, ya que los avances tecnológicos en los últimos años requieren aplicaciones más rápidas, más fáciles y más confiables que permitan el uso de Internet. Sin lugar a dudas, Internet es una de las tecnologías más recientes y de más rápido crecimiento que se implementa en hogares, organizaciones, instituciones, entre otras entidades.

Por tal motivo, se considera a las aplicaciones web como herramientas donde los usuarios pueden acceder al servidor web en la red utilizando un navegador específico. Por lo tanto, se puede definir a las plataformas web como una aplicación accesible a través de Internet. En general, una aplicación son todos aquellos programas informáticos que son ejecutados a través de un navegador, indistinto del funcionamiento de interés por el cual se lo creado.

Por otra parte, se dice que unas de las ventajas que proporciona la creación y uso de una plataforma web; es el conocido comercio electrónico donde la mayoría de empresas en la actualidad, cuentan con sus respectivas páginas web para hacer del negocio un proceso mucho más eficiente e innovador.

De este modo, se dice que, con el comercio electrónico, las relaciones directas y personales entre el comprador y el vendedor se pierden, pero solo de la manera tradicional, como se entiende hasta ahora. El seguimiento de la información que cada usuario deja en Internet es tan grande y al mismo tiempo tan valioso para las tiendas en línea que permite con un alto grado de precisión que los gustos e incluso las necesidades de los consumidores puedan

identificarse y con ellos poder administrar y maximizar esa cantidad de información (Luna, 2019).

Una experiencia de compra exitosa para aumentar las ventas y aumentar la lealtad de los clientes es esencial para todas aquellas entidades que lo requieran, y si se menciona el comercio electrónico, este aspecto es doblemente importante; ya que es un factor esencial para aquellos negocios que están descubriendo cada vez más, aún incluso solo con la utilización de un teléfono móvil, ya que ello les permite realizar las compras en línea, por lo que ello, seguirá siendo uno de las mayores metas para las tiendas en línea en los próximos

años. Cuanto más intuitiva sea la navegación y más claro sea el proceso de compra, mayor será la probabilidad de que la visita se convierta en una venta (Luna, 2019).

El comercio electrónico es un término que hace referencias a las TIC's, conformando una nueva estructura a seguir en cuanto a los negocios para el desarrollo de sus actividades económicas, mismas que dentro de un entorno globalizado y en constante actualización necesita mantener las cadenas de valor de sus flujos comerciales vigentes y en constante participación con sus clientes.

2.2.11 Marketing digital en las empresas

El proceso de marketing incluye comprender la misión de la organización y el papel que desempeña el marketing en el cumplimiento de esa misión, establecer objetivos de marketing, explorar el entorno, desarrollar una estrategia de marketing seleccionando una estrategia de mercado objetivo, desarrollar e implementar una mezcla de marketing, implementar la estrategia, diseñando medidas de rendimiento, evaluando los esfuerzos de marketing y haciendo cambios si es necesario. (Cant, Strydom, Jooste, & du Plessis, 2006)

Por otra parte, se dan a conocer objetivos primordiales con respecto a la utilización de marketing digital en las empresas, siendo estos los siguientes:



Figure 6 Estrategias de marketing digital
Fuente: Información tomada de Maciá (2019)

El marketing digital está presente en la actualidad en todas las empresas que quieren dar a conocer un nuevo producto o que quieren introducir un nuevo producto o servicio para aumentar la afluencia de clientes a sus establecimientos, esto puede ser a través de campañas masivas online de promociones y propagandas donde se muestre los beneficios de adquirir su producto, también a través de descuentos por monto de compra entre otros aspectos.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Activistas

Los movimientos de liberación animal, los cuales son conocidos también como movimientos de animales, son movimientos que se dan a nivel global con apoyo de activistas. Los activistas son personas que, no importan el punto geográfico en el que se encuentren, defenderá su ideal de respeto hacia los animales.

2.3.2 Adopción de canes

La adopción de canes, es un proceso en el cual una persona se compromete a aceptar la responsabilidad de ser el dueño de un can, que ha sido previamente abandonado o dejado en una fundación de rescate animal. En la actualidad debido a la tecnología las adopciones ya no se dan solo a través de lugares físicos, sino que, se puede realizar por medio de plataformas digitales, en las cuales se plasma una base de datos que contiene todas los canes que están en condiciones óptimas para ser adoptados.

2.3.3 Comportamiento

Se define como comportamiento, a la manera en la que un ser vivo actúa en su vida diaria y en su entorno social. El comportamiento de los canes es la manera en la que estos reaccionan a diferentes condiciones y estímulos que recibe del entorno en que se desenvuelve.

Por medio del comportamiento se puede determinar la forma de ser en un can, es importante recalcar que este comportamiento dependerá en gran medida de los sucesos que ocurren en la vida del can, por lo cual se identifica que, el comportamiento de los canes de la calle, no es igual al de un perro doméstico.

2.3.4 Donaciones

Las donaciones se identifican por ser un contrato por el cual una persona transfiere de forma gratuita un bien a otra persona que acepta dicha transacción. Las parte que comprenden este proceso se denominan donante y donatario, en el cual el primero es el que transfiere y el segundo es que beneficiario de dicha transferencia.

Esta acción de tipo caritativa siempre implica que el donante reduzca su patrimonio, por su parte en donatario aumentara el suyo. Existen diferentes tipos de donaciones, entre los cuales se encuentran: donación de bienes materiales, donación de impuestos, donación de bienes culturales.

2.3.5 Esterilización

Comprende de la acción y efecto de esterilizar, refiriéndose a la destrucción de los gérmenes. Por otro lado, se entiende por esterilización a la acción de lograr que algo se vuelva infecundo en el caso de los canes, se trata de impedir la reproducción de estos, para moderar si

comportamiento y mantener controlado el índice de canes que se pueden mantener en el hogar.

2.3.6 Fundación

La creación de la acción o el efecto de la creación. Este término se emplea para hacer alusión a las organizaciones sin fines de lucro, sin impedir que esta tenga algún tipo de actividad lucrativa, con el objetivo de recaudar fondo para conseguir las metas esperadas del fundador.

Existen muchos tipos de fundaciones ya cada una con objetivos claros, entre los cuales pueden ser culturales, educativos, laborales, científico, deportivos, sociales, además de las fundaciones que se dedican a los servicios animales. Las fundaciones de forma directa o indirecta aportan al progreso de las sociedades.

2.3.7 Internet

Con el avance de la tecnología se crearon múltiples inventos que beneficiarían al avance de la humanidad, uno de ellos fue el internet, por medio de esta los dispositivos electrónicos pueden estar interconectados, permitiendo que estos tengan la posibilidad de intercambiar información en tiempo real y almacenarlo en plataformas online.

2.3.8 Marketing digital

Con la llegada del internet se innovaron muchas formas de hacer las cosas, una de ellas fue el marketing, dado que ya no hacia solo por medios tradicionales, sino que también se realizaba a través de las plataformas digitales y streaming, atrayendo una mayor cantidad de consumidores.

2.3.9 Mascota

La palabra mascota proviene de vocablo francés mascotte, empleado para referirse a los animales de compañía, por lo tanto, este hace compañía al ser humano. Se entiende por mascota entonces, que son animales que no pueden ser forzados a realizar ningún tipo de trabajo, o ser empleado para ser convertido en alimento para cualquier otro ser vivo.

2.3.10 Página web

También denominada página electrónica o página digital, es documento electrónico que es capaz de almacenar y presentar audios, videos, textos, imágenes u cualquier tipo de archivo,

por la cual solo se puede acceder con el empleo de un navegador web. Las páginas web se identifican por manifestarse en formato HTML o XHTML; adicional a esto con ayuda de los enlaces, hipertextos e hipervínculos se puede redireccionar a estas plataformas.

2.3.11 Periodismo digital

Periodismo digital, o también denominado periodismo en línea, periodismo web. Es el que designa el tipo de periodismo que se; e periodismo digital refiere al desarrollo de un hecho periodístico presentado a través de dispositivos digitales comunes, encontrados en plataformas a las que solo se puede acceder por medio de Internet y redes digitales. Se denomina periodismo digital, al periodismo que se efectúa en el ciberespacio, para la investigación periodística, especialmente para difundir contenidos de noticias populares.

2.3.12 Proceso de adopción

Los procesos de adopción, son los protocolos que se deben cumplir para lograr realizar una adopción. En dichos procesos, incluyendo el de adopción animal, primero se estudia a la persona que tramita la adopción, esto con la intención de saber si este individuo está en la facultad económica y psicológica para poder mantener a otro ser vivo.

2.3.13 Refugios

Solo de mencionar la palabra refugio es sinónimo de asilo, acogida e incluso de amparo, pero esta palabra también implica estar en un lugar adecuado en el cual se puede refugiarse. En la mayoría de los casos cuan se emplea la palabra refugio se hace para referirse a un lugar que servirá de resguardo. En el caso de los refugios de animales, estos comprenden organizaciones que brindan ayuda a los animales que se encuentran en situación de calle.

CÁPITULO III

3.1 Marco legal

Código Orgánico Integral Penal (COIP, 2018)

En agosto del 2014 en el Código Orgánico Integral Penal se incluyó como contravención, el artículo 249, el cual indica:

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.

En este apartado se reconoce como delito el acto del maltrato a las mascotas o animales de compañía, las sanciones que competen a esta ordenanza dependerá de la gravedad del estado en el que la persona haya dejado al animal. Aterrizando en el presente trabajo, se demuestra que las personas causantes de lesiones o muerte de animales no están al margen de la ley.

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

De la misma forma, las personas que se involucren en la organización y participación de peleas de perros, serán sancionadas. Dado que los canes son animales de compañía y no deben ser criados y expuestos a este tipo de actividades clandestinas.

Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA, 2018)

El proyecto de Ley Orgánica Bienestar Animal (LOBA), busca garantizar la convivencia en sociedades armónicas y funcionales, donde se respete el ejercicio de los derechos ciudadanos, de la naturaleza y los animales que la componen²⁵:

Art. 3. Fines.- Son fines de la presente Ley:

- a. Promover el bienestar de los animales y su cuidado;
- b. Prevenir y reducir la violencia interpersonal, así como entre los seres humanos y los animales;
- c. Fomentar la protección, respeto y consideración hacia la vida animal;
- d. Implementar medidas preventivas y de reparación, y fortalecer el control de las acciones y omisiones que provoquen sufrimiento a los animales;
- e. Detener el incremento de la población de animales callejeros o abandonados y de los animales silvestres mantenidos en cautiverio;
- f. Erradicar y sancionar el maltrato, actos de crueldad, negligencia y degradación a los que son sometidos los animales”.

En el tercer artículo se menciona el respeto hacia la vida animal, en donde también se plantea erradicar la reproducción de los animales que se encuentran en situación de calle. Es importante mencionar que en cuanto a este artículo, los refugios han ayudado a detener la reproducción masiva de los canes que se encuentra en las calles, sin embargo esta ayuda no ha logrado aumentarse, dado que los canes registrados en estas instituciones, permanecen en ellos, y no se ha logrado aumentar la tasa de adopción de los mismos.

Acuerdo ministerial 116 (MAPAG, 2009)

Reglamento de Tenencia y manejo Responsable de Perros

La Republica ecuatoriana por medio del acuerdo ministerial 116, publicado en el Registro Oficial 532 de 19 de Febrero del 2009, el Ministerio de Salud Pública y el Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, con el propósito de velar y garantizar la salud y vida de la población, se expide un reglamento basado en el fortalecimiento operativo, la coordinación y el trabajo conjunto de diferentes sectores e instituciones tendientes a lograr una tenencia responsable de canes. En el cual se expresa:

“Art. 3.- Todo propietario, tenedor y guía de perros, estará obligado

a:

- a) Cumplir con la vacunación antirrábica y otras determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional, de acuerdo a la situación epidemiológica del país o de la región;
- b) Proporcionar alimentación sana y nutritiva, según la especie;
- c) Otorgar las condiciones de vida adecuadas y un hábitat dentro de un entorno saludable;
- d) Educar, socializar e interactuar con el perro en la comunidad;
- e) Mantener en buenas condiciones físicas e higiénicas y de salud tanto en su hábitat como al momento de transportarlo, según los requerimientos de su especie;
- f) Mantener únicamente el número de perros que le permita cumplir satisfactoriamente las normas de bienestar animal;
- g) Mantener su mascota dentro de su domicilio, con las debidas seguridades, a fin de evitar situaciones de peligro tanto para las personas como para el animal;
- h) Pasear a sus perros por las vías y espacios públicos con el correspondiente collar y sujetos con trailla, de tal manera que facilite su interacción;

- i) Recoger y disponer sanitariamente los desechos producidos por los perros en la vía o espacios públicos;
- j) Cuidar que los perros no causen molestias a los vecinos de la zona donde habitan, debido a ruidos y malos olores que pudieran provocar;
- k) Cubrir todos los gastos médicos, prótesis y daños psicológicos de la o las personas afectadas por el daño físico que su perro pudiera causar, sin perjuicio de las demás acciones legales a que se crea asistida la persona que haya sufrido dicho daño”

“Art. 6.- Las propietarias o propietarios y tenedores de perros están prohibidos de:

- a) Maltratar, golpear o someter a cualquier práctica que le ocasione sufrimiento o daño al animal;
- b) Abandonar o mantener los perros en lugares que se encuentren en estado de aislamiento;
- c) Mantener instalaciones indebidas desde el punto de vista higiénico–sanitario y a animales sin cuidado, ni alimentación;
- d) Ubicar a los perros en espacios muy reducidos con relación a su tamaño y necesidades fisiológicas y etnológicas, expuestos a las inclemencias del clima, hambre, sed o aislamiento;
- e) Someter a perros de manera permanente a situaciones de encadenamiento, enjaulamiento en terrazas, patios, balcones, azoteas o similares;
- f) Obligar al animal que trabaje en condiciones de enfermedad o desnutrición;
- g) Comercializar perros de manera ambulatoria en la vía y espacios públicos o en aquellos lugares destinados al expendio de alimentos de consumo humano. No se requiere de denuncia verbal o escrita para que las Comisarías de Salud procedan a incautar los perros y llevarlos a los albergues de las entidades protectoras de animales u otras instituciones de ese tipo, para su adopción o eutanasia según el caso;
- h) Vender a menores de edad mascotas;

- i) Envenenar perros masiva o individualmente ya sean propios o ajenos;
- j) Entrenar, organizar o promover peleas entre perros o con otros animales y/o apostar en ellas;
- k) Entregar perros como premio o donarlos para fines científicos que se opongan a las normas de bienestar y bioética animal;
- l) Utilizar animales en espectáculos, actos religiosos, exhibiciones, propagandas o similares cuando esto implique sufrimiento o dolor;
- m) Circular el propietario, tenedor o guía por la vía pública con un perro, con antecedentes escritos de agresión;
- n) Sedar por vía oral o parenteral a los perros durante su permanencia en los establecimientos de comercialización y estética, a menos que responda a una prescripción del Médico Veterinario;
- o) Amarrar perros en árboles, postes, rejas, pilares o cualquier otro sitio ubicado en espacios públicos o áreas comunales, que impidan el normal tránsito peatonal o ponga en riesgo la seguridad de los transeúntes o de los mismos animales;
- p) Realizar la actividad comercial de adiestramiento de perros en espacios públicos no autorizados para tal efecto;
- q) Usar la imagen de perros para simbolizar agresividad, maldad, peligro o pornografía;
- r) Ejercer la bestialidad, sin perjuicio de las acciones penales que por este delito se puedan establecer;
- s) Filmar escenas con perros donde se los maltrate, suministre drogas, sustancias o tratamientos que alteren su comportamiento natural; y,
- t) Comercializar órganos o partes de perros” ,

3.2 Control de la Población

“Art. 18.- El Gobierno incentivará que los propietarios de perros realicen una tenencia responsable, apoyará programas de esterilización voluntaria de perros con la provisión de los recursos financieros y técnicos para la esterilización de perros pertenecientes a la población de los quintiles I y II.

Art. 19.- Los municipios trabajarán en forma coordinada con las entidades públicas y privadas en programas de control de perros callejeros y capacitación en tenencia responsable.

Art. 20.- Todo perro en evidente estado de abandono o perdido, deberá ser rescatado en forma tal que no le cause dolor, sufrimiento o angustia

Art. 21.- Es el único método programado, aprobado para la muerte de un animal que produce una muerte digna y sin sufrimiento, se practicará únicamente en los siguientes casos:

- a) Cuando el animal no pueda ser tratado por tener una enfermedad terminal e incurable;
- b) Cuando esté en sufrimiento permanente, físico o psicológico;
- c) Cuando sea agresivo y no pueda ser tratado;
- d) En perros de pelea recuperados de esta actividad no permitida;
- e) Cuando sea la única alternativa para un perro que suponga un riesgo epidemiológico real y confirmado técnicamente de enfermedad zoonótica grave; y,
- f) Por decisión firmada de parte del propietario del perro, de practicar eutanasia a su animal que no se determina en ninguno de los literales anteriores, lo que determinará la prohibición de identificar un perro a su nombre por un período posterior de años calendario

Es responsabilidad de la municipalidad y de la prefectura, organizar e implementar programas y campañas que ayuden a controlar el número de animales que se encuentran en situación de calle. Además deberán garantizar la calidad de vida de las mascotas y efectuar las sanciones de los ciudadanos que no acaten el respeto de la vida animal.

3.3 MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de esta investigación permitirá comprender los procedimientos que se realizaron para poder elaborar este trabajo de estudio, por lo cual este apartado debe atender a un enfoque y diseño que corresponde con la estructura del proyecto, así como responder a los objetivos que le mismo plantea, con la finalidad de darle un carácter científico en la correcta utilización de los procedimientos, técnicas y métodos más adecuados que puedan ayudar y beneficiar el desarrollo del mismo. Por lo que se procederá a presentar el siguiente orden metodológico:

3.3.1 Tipo de investigación

El presente trabajo es una investigación de tipo documental, dado que para recopilar los datos se tuvo que revisar documentos que se relacionan con la temática planteada en este proyecto. Es de nivel descriptivo correlacional, lo cual constituye los sujetos tomados para el estudio, esto porque permiten explicar las variables, las cuales son:

- Identificar los procesos de adopción en los refugios de perros en la ciudad de Guayaquil
- Analizar la factibilidad de las campañas de adopción de perros.
- Elaborar una página web con información de los procesos de adopción de perros en Guayaquil

3.3.2 Investigación Documental

Este tipo de investigación consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura crítica de documentos y materiales bibliográficos, en las ciencias sociales la investigación documental es una de las populares.

En el presente trabajo de investigación, se empleó la investigación documental para la recolección, revisión y análisis de documentos oficiales o personales relevantes que estén debidamente reconocidos como fuente de información, misma que sustentara el trabajo de estudio.

3.3.3 Niveles

Descriptivo

Acerca de la investigación descriptiva Fidias Arias (2012) señala que:

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación”

Es así como se define que el presente trabajo describe al fenómeno de estudio, investigando de lo general a lo particular, para delimitar el estudio se analizan las variables y se describen a medida que el trabajo se desarrolla, lo que le permite al lector un mayor entendimiento de la información presentada.

3.3.4 Enfoque de la investigación

El enfoque del trabajo de estudio es mixto, por lo que se procederá a darle un tratamiento a la información por medio de métodos cuantitativos, esto se da al momento de aplicar técnicas estadísticas que tienen la finalidad de medir las variables. Esta se determina cuantitativa por la forma en la que se les da tratamiento a los datos. Para lograr resultados en la presente investigación se desarrolló de forma cualitativa y cuantitativa, no obstante, es preciso aclarar que el enfoque cualitativo es el que más predomina, al atender los objetivos planteados.

3.3.5 Investigación cualitativa

Este tipo de investigación se centra en exponer el comportamiento y la apreciación de un acontecimiento o conflicto de un tema determinado del objeto de estudio, a través la observación directa e interpretar el comportamiento del objetivo de estudio. La investigación cualitativa en el presente trabajo sirvió para recolectar información de profesionales en el área de rescate canino, mismo que emitieron su opinión sobre la problemática del proyecto, esto datos recolectados fueron analizadas y comparadas, para aporta a la sustentación del objetivo de estudio.

3.3.6 Investigación cuantitativa

Acorde a la investigación cuantitativa, Sampieri (2014) señala que:

“La recolección de los datos se fundamenta en la medición. Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende medir, los fenómenos estudiados deben poder observarse o referirse al “mundo real”.

Es así como queda demostrado que la investigación cuantitativa es relevante para el presente estudio, dado que se recolectara información directamente del objeto de estudio, los cuales se determinó sean los habitantes de la ciudadela Alborada, la cual está ubicada al norte de Guayaquil, emitiendo su opinión sobre el tema a tratar, para posteriormente ser medidos y analizados, lo que aportara a la sustentación de la investigación del trabajo.

CAPITULO IV

4.1 Técnicas de investigación

4.1.1 La entrevista

Este recurso se utilizó para la recolección de datos importantes, vertidos por profesionales conocedores del tema tratado en el trabajo de estudio, para la recolección de datos de la entrevista se estructura una guía de preguntas las cuales la guiaran, permitiendo la contratación de ideas emitidas por los profesionales que laboran en los refugios de animales.

4.1.2 Las encuestas

Esta técnica de recolección de información se aplicó para obtener de forma directa de los habitantes de la ciudadela Alborada, por medio de una encuesta, para la presente técnica no se necesita que los encuestados tengan un conocimiento previo del tema de estudio, al ser la encuesta una técnica con versatilidad y que es aplicada ampliamente en los estudios de campo, puesto que esta técnica permite la recolección directa.

4.2 Instrumentos de la investigación

4.2.1 Guía de entrevista

Este instrumento es utilizado para poder elaborar preguntas abiertas dirigidas a activistas y profesionales sobre la adopción de perros en la ciudad de Guayaquil, dicha información se recolectará a través de un formulario estructurado por 4 preguntas abiertas, relacionadas con el abandono de perros en las calles y sobre la adopción de los mismos.

4.2.2 Cuestionario de preguntas

Por medio de las encuestas se recopiló información importante sobre aspectos esenciales de los procesos de adopción de perros en la ciudad de Guayaquil, además de la opinión que tiene el objeto de estudio para poder cuantificar y medir dichos puntos de vista. En este proyecto se utilizan las encuestas para obtener información medible, con una base de 10 preguntas cerradas en la que se utiliza la escala de Likert, para calcular las opiniones emitidas por los pobladores de la ciudadela Alborada, ubicada al norte de Guayaquil de Guayaquil.

4.3 Población

La población seleccionada para el presente trabajo la constituyen los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil, al ser esta una cifra alta, se procede a aplicar la fórmula de selección de muestra y dicha muestra, es a la que se le aplicará la encuesta del trabajo.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Se sabe que:

Z = nivel de confianza, 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0.5

Q = probabilidad de fracaso 0.5

N= Tamaño de la población 72443 e = error de estimación 0.05 n = Tamaño de la muestra

La muestra está compuesta por 383 personas que viven en el sector de la Alborada.

Análisis de los resultados

Categoría A

Table 1 Distribución porcentual de edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 - 27 años	186	49%
28 - 37 años	162	42%
38- 47 años	29	8%
48 – 57 años	6	2%
Total	383	100%

Elaborado por: G. Poveda (2020)

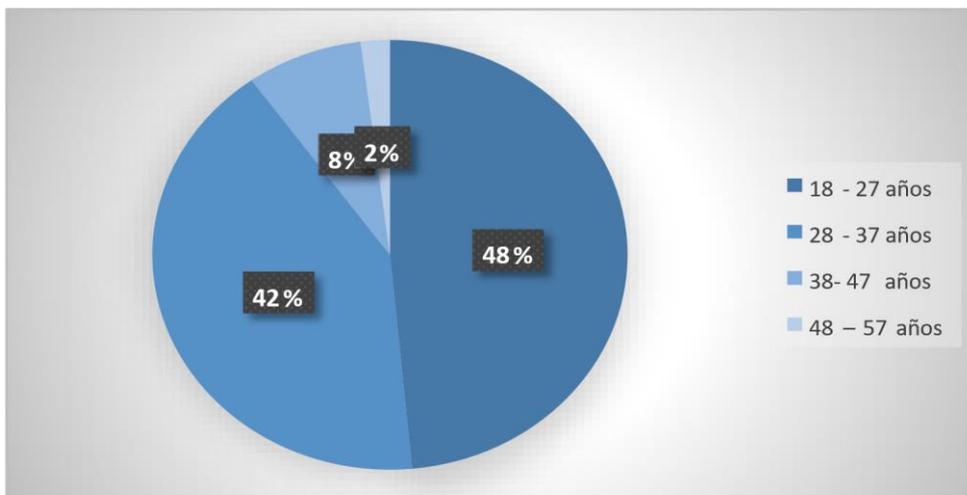


Figure 7 Distribución porcentual de edad
Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Se puede observar que el rango de edad de la mayor parte de los encuestados era entre 18-27 años que equivale al 49%, seguido por el rango de 28-37 con un 42%. Los rangos de 38-47 años y el de 48-60 años solo comprende el 8% y 2% respectivamente.

Categoría B

Table 2 Distribución porcentual de género

Categoría	Frecuencia	Porcentaj e
Femenino	107	28%
Masculino	276	72%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

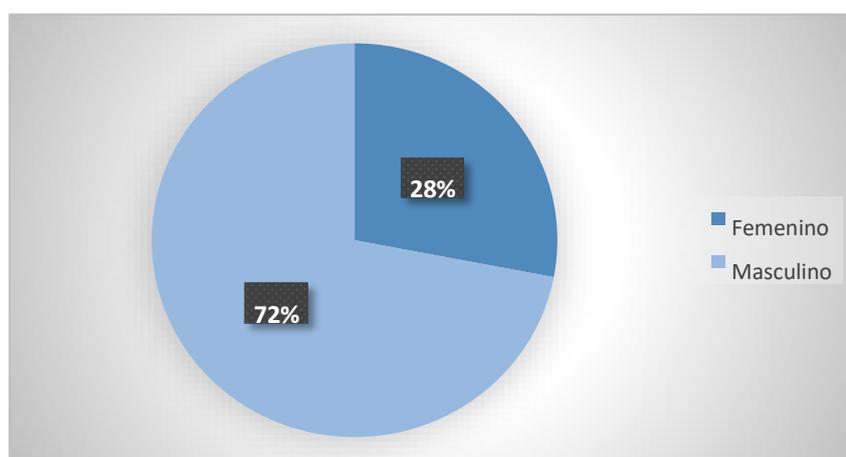


Figure 8 Distribución porcentual de género
Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Es destacable el hecho que el 72% de los encuestados para la recolección de datos de la presente investigación corresponden al género masculino, mientras que el 28% restante corresponde al género femenino.

1. ¿Considera que los canes que habitan en las calles de Guayaquil acarrear un problema para los habitantes?

Table 3 ¿Considera que los canes que habitan en las calles de Guayaquil acarrear un problema para los habitantes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	171	45%
De acuerdo	156	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	15%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

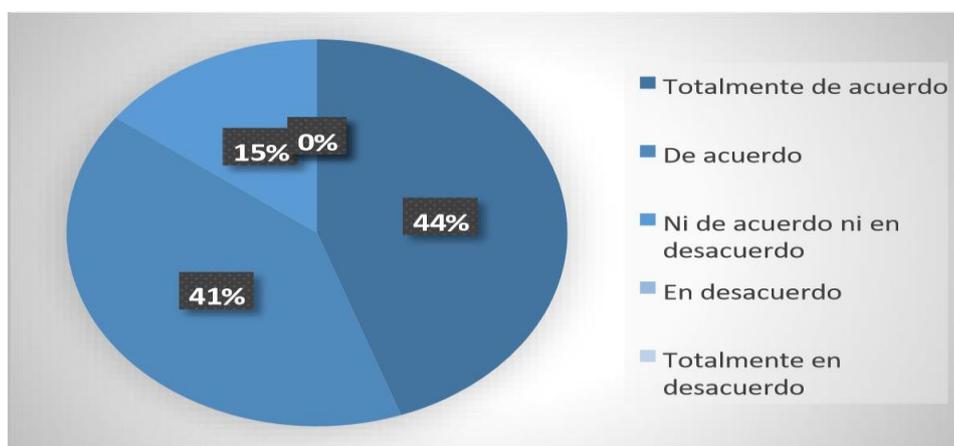


Figure 9 ¿Considera que los canes que habitan en las calles de Guayaquil acarrear un problema para los habitantes?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 45% manifestó estar totalmente de acuerdo, con que los canes que habitan en las calles acarrear un problema para los habitantes, 41% expreso estar de acuerdo en que los canes callejeros son una problemática local, mientras que el 15% restante no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que esta situación se pueda considerar un problema.

2. ¿Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?

Table 4 ¿Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	174	45%
Totalmente en desacuerdo	209	55%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

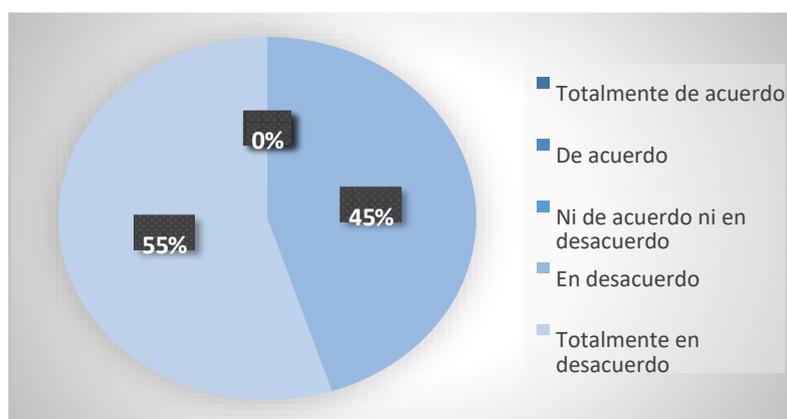


Figure 10 Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

De la totalidad de los encuestados, el 55% se encuentra totalmente en desacuerdo en que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle, mientras que el 45% manifiesta que está en desacuerdo en que la autoridad municipal de Guayaquil haya logrado controlar la situación de los canes que habitan en las calles.

3. ¿Conoce usted los refugios de canes que existen en la ciudad de Guayaquil?

Table 5: ¿Conoce usted los refugios de canes que existen en la ciudad de Guayaquil?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	95	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	126	33%
Totalmente en desacuerdo	162	42%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

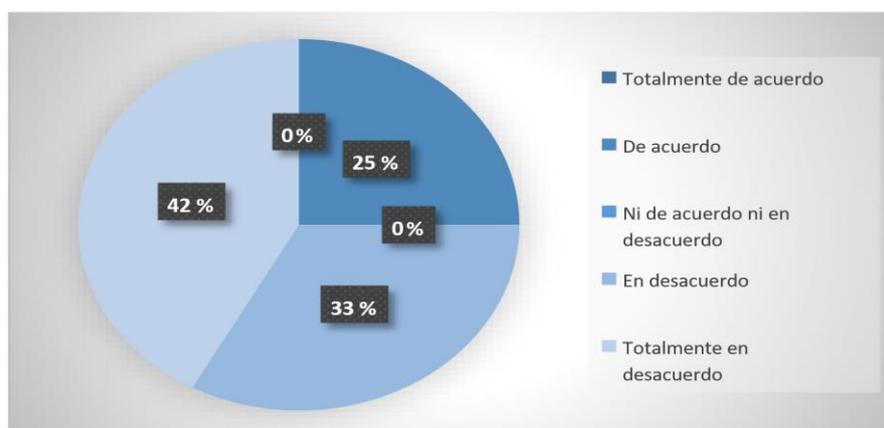


Figure 11 ¿Conoce usted los refugios de canes que existen en la ciudad de Guayaquil?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Los resultados de la tabulación a esta interrogante evidencian que, el 42% de los encuestados están totalmente en desacuerdo en conocer refugios de canes en la ciudad de Guayaquil, por su parte el 33% manifiesta estar en desacuerdo sobre tener conocimiento de un refugio de perros en la ciudad de Guayaquil, mientras que solo un 25% expresó saber un refugio de canes en la ciudad de Guayaquil.

4. ¿Considera que los guayaquileños están en la facultad de tomar acciones para ayudar a la situación de canes en situación de calle?

Table 6: ¿Considera que los guayaquileños están en la facultad de tomar acciones para ayudar a la situación de canes en situación de calle?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	285	74%
De acuerdo	98	26%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

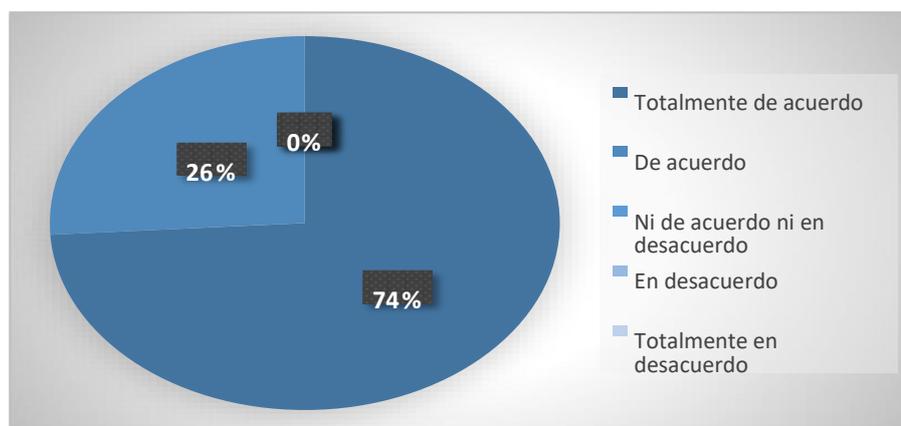


Figure 12: ¿Considera que los guayaquileños están en la facultad de tomar acciones para ayudar a la situación de canes en situación de calle?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

De la totalidad de los encuestados, el 74% se manifiesta totalmente de acuerdo en que los habitantes de Guayaquil pueden ayudar a la situación de los canes en situación de calle, a su vez el 26% está de acuerdo en que los guayaquileños pueden tomar acciones para solucionar la situación de los perros que habitan en las calles.

5. ¿Estaría usted dispuesto a adoptar un can rescatado por los refugios?

Table 7 ¿Estaría usted dispuesto a adoptar un can rescatado por los refugios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	315	82%
De acuerdo	68	18%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

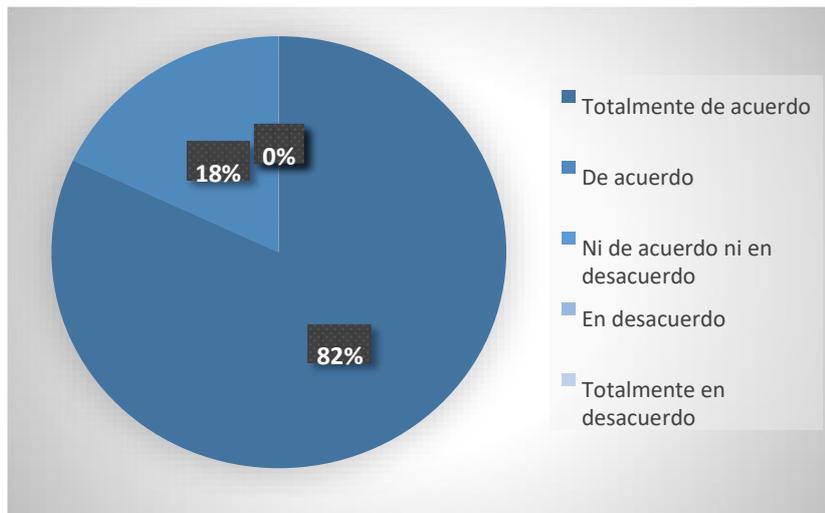


Figure 13 ¿Estaría usted dispuesto a adoptar un can rescatado por los refugios?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 82% está dispuesto a adoptar un can que haya sido rescatado por un refugio de animales, a la par el 18% de los encuestados está de acuerdo en adoptar un perro rescatado por los refugios; evidenciando que la ciudadanía guayaquileña no se niega a la opción de adoptar canes.

6. ¿Conoce usted el proceso que se debe seguir para adoptar un can?

Table 8 ¿Conoce usted el proceso que se debe seguir para adoptar un can?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	18	5%
Totalmente en desacuerdo	365	95%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

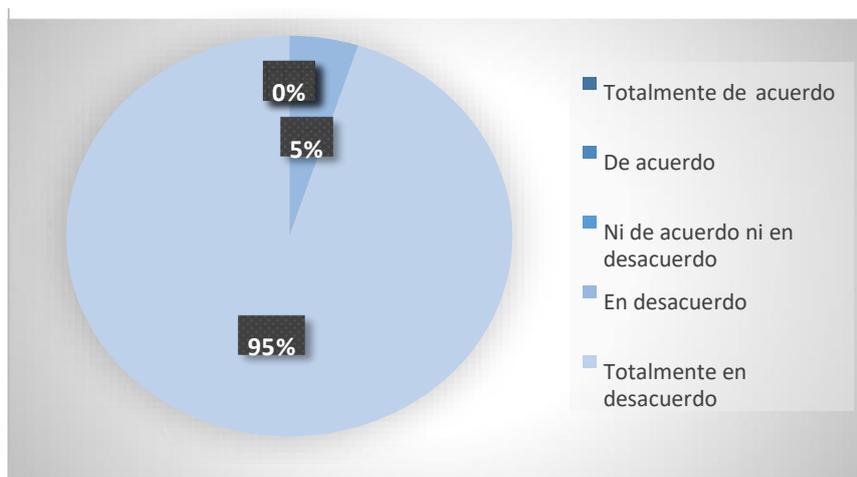


Figure 14 ¿Conoce usted el proceso que se debe seguir para adoptar un can?
Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

De la totalidad de los encuestados, el 95% se manifiesta totalmente en desacuerdo al respecto de conocer los procesos de adopción de canes en los refugios de rescate animal, a su vez el 5% expresa estar en desacuerdo, sobre la falta de conocimiento que tiene de los procesos de adopción de canes.

7. ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?

Table 9 ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	132	34%
En desacuerdo	56	15%
Totalmente en desacuerdo	195	51%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

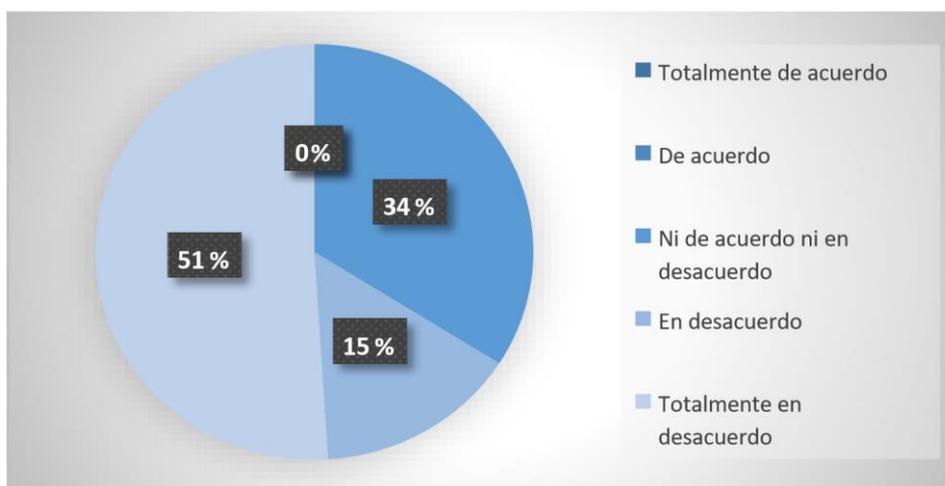


Figure 15 ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 51% se encuentra totalmente en desacuerdo de que las campañas de adopción realizadas por refugios hayan logrado la cantidad de adopciones esperadas, por su parte el 34% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la cantidad de adopciones conseguidas por las campañas organizadas por los refugios, y el 15% restante expresa estar en desacuerdo sobre la cantidad de adopción realizadas en las campañas realizadas por refugios hayan sido la cantidad de adopciones esperadas.

8. ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?

Table 10 ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Falta de información	383	%
Factor económico	0	%
Comportamiento del can	0	%
Extensión del domicilio	0	%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

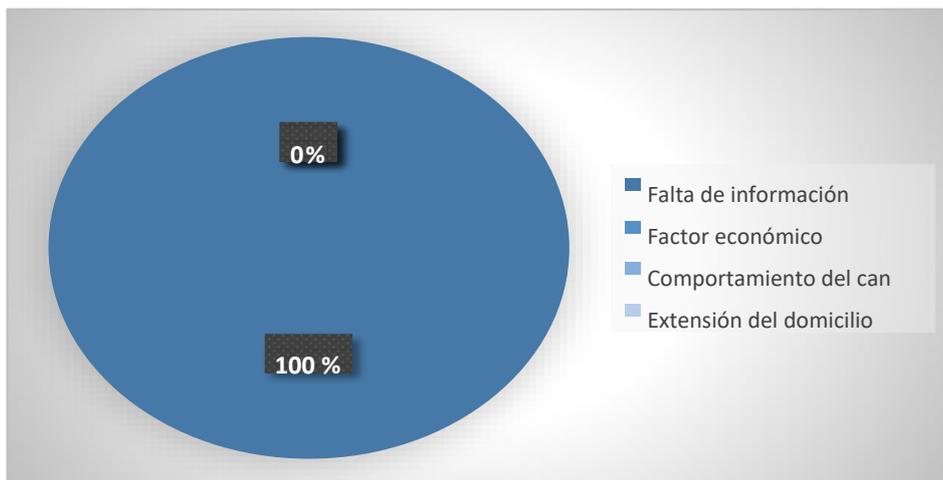


Figure 16 ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios? Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

La totalidad de los encuestados, expreso que el factor que les impedía realizar el proceso de adopción de canes, era la falta de información sobre este trámite.

9. ¿Considera usted que el proceso de adopción de canes debe presentarse en una plataforma streaming para informar a los ciudadanos?

Table 11 ¿Considera usted que el proceso de adopción de canes debe presentarse en una plataforma streaming para informar a los ciudadanos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	365	95%
De acuerdo	18	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

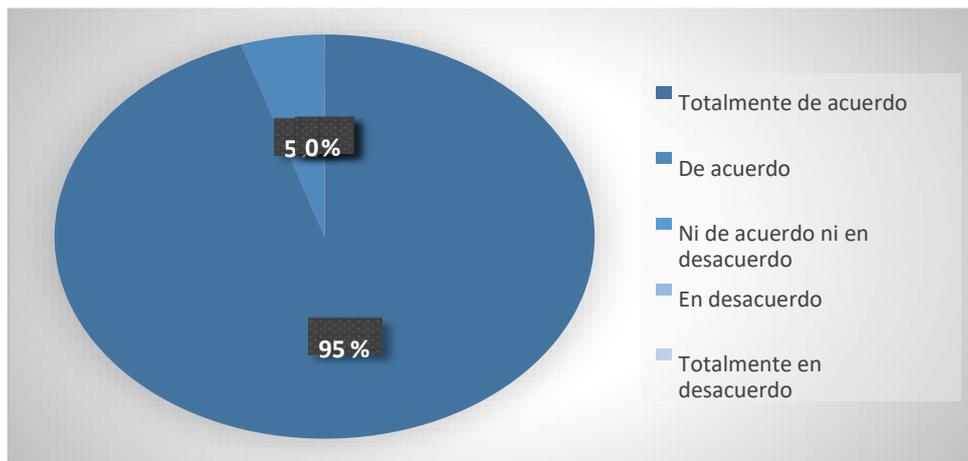


Figure 17 ¿Considera usted que el proceso de adopción de canes debe presentarse en una plataforma streaming para informar a los ciudadanos?

Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 95% está totalmente de acuerdo en que el proceso de adopción debe presentarse en una plataforma streaming para que así los ciudadanos estén informados, al igual que el 5% que se manifiesta de acuerdo a exponer el proceso de adopción de canes desde una plataforma streaming.

10. ¿Cuál cree usted que sería la plataforma idónea por la cual deba difundirse los procesos de adopción de canes?

Table 12 ¿Cuál cree usted que sería la plataforma idónea por la cual deba difundirse los procesos de adopción de canes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	108	38%
Página web	283	62%
Medios tradicionales	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Poveda (2020)

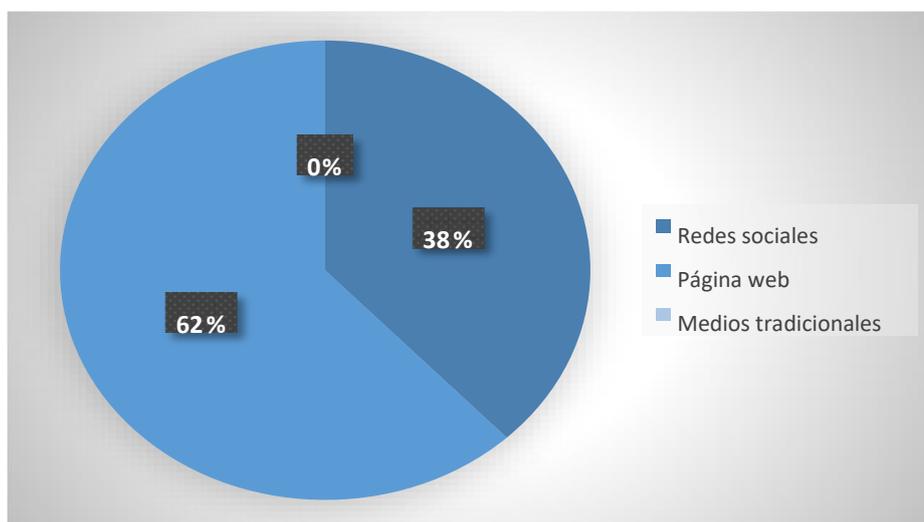


Figure 18 ¿Cuál cree usted que sería la plataforma idónea por la cual deba difundirse los procesos de adopción de canes? Elaborado por: Poveda (2020)

Análisis:

De la totalidad de los encuestados, el 62% manifestó que la plataforma por la cual se debe presentar los procesos de adopción es a través de una página web, por su parte el 38% expresó que el medio digital por el cual se debe informar a los guayaquileños sobre el proceso de adopción es por medio de las redes sociales.

4.4 Análisis de las entrevistas

Entrevista a Javier Cevallos, Presidente de la Fundación Amigos con Cola

1. ¿Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?

El municipio en su página oficial, cuenta con un apartado que habla sobre los refugios y los redirecciona hacia 2 fundaciones, pero existen más fundaciones. Y solo redireccionar a los interesados a las paginas oficiales no es suficiente. Pienso que el municipio podría hacer aún más, por ejemplo, podría ayudar a los refugios financiando o donando cierta cantidad de dinero a los refugios de animales.

2. ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?

La falta de información sobre el proceso de adopción. No dudo en que gran parte de los guayaquileños tenga la intención de adoptar un perro. Sin embargo, me he encontrado con casos de personas que piensan que el trámite es complicado. Es importante que los ciudadanos sepan que el trámite es más fácil de lo que ellos creen.

3. ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?

Si hablamos de la cantidad de gente que asiste a los eventos que se organizan para impulsar las adopciones de perros, pues lo cierto es que va mucha gente. Pero la verdad es que no todos los perros expuestos, son adoptados.

Es un poco vergonzoso decirlo, pero es cierto.

4. ¿De qué forma las plataformas web pueden contribuir a la adopción de canes?

Es bien sabido que si una institución cualquiera que esta sea, hoy no tiene una cuenta en las plataformas web, prácticamente no existe. Las plataformas web son la mejor ayuda, que pueden tener las fundaciones y organizaciones para poder informar a los guayaquileños sobre los procesos de adopción.

Entrevista a Yuly Minga, coordinadora de adopciones en la fundación Rescate Animal.

1. ¿Usted considera que las acciones tomadas por el Municipio de Guayaquil han contribuido a la erradicación de los canes en situación de calle?

En parte las medidas tomadas por el municipio han ayudado, con sus campañas de esterilización gratuitas, pero lo malo es que no todos los ciudadanos se enteran de ellas. Creo que sería bueno que informaran mejor a los guayaquileños de los días y las zonas en las que se realizan estas esterilizaciones gratuitas.

2. ¿Cuál considera usted que es el factor que incide en las personas para adoptar canes en refugios?

Creo que la falta de conocimiento de donde están ubicados los refugios. Además de que no conocen como se llevan a cabo los procesos de adopción.

3. ¿Considera que las campañas de adopción realizadas por los refugios han logrado la cantidad de adopciones esperadas?

La participación de personas ha sido muy buena, pero, por ejemplo, en Expo Mascotas se expusieron a 60 mascotas que eran óptimas para ser adoptadas, pero solo se tramitaron 35 adopciones.

4. ¿De qué forma las plataformas web pueden contribuir a la adopción de canes?

Las plataformas web, contribuyen informando a los ciudadanos, sobre el proceso de adopción y los eventos que se organizan, en beneficio de la adopción masiva de canes que se encuentran en las fundaciones.

4.5 Análisis de los resultados

Las encuestas evidenciaron que, los guayaquileños consideran que los canes en situación de calle son un problema, mismo que afecta a todos los habitantes. Adicional a esto, los guayaquileños están abiertos a la idea de adoptar canes que se encuentran en fundaciones, sin embargo, el factor que los detiene, es la falta de conocimiento del proceso de adopción, que se llevan a cabo en las fundaciones.

Los habitantes de Guayaquil en su mayoría no conocen las fundaciones que existen en la ciudad, aun sabiendo que ellos está la elección de poder cambiar la a situación de los canes habitan en las calles. Es relevante mencionar que, el medio más factible por el cual debería informar sobre el proceso de adopción de canes, es en las plataformas streaming, específicamente por medio de una página web.

Por su parte, las entrevistas dejaron en evidencia que, las esterilizaciones organizadas por la municipalidad han sido de gran ayuda, pero puede hacer muchas para ayudar también a los procesos de adopción de canes.

Al hablar de las campañas organizadas por las fundaciones para que los guayaquileños adopten, se demuestra que estas no han tenido el alcance que se esperaba, pues de 60 canes que se esperaba fueran adoptados en un evento masivo solo 35 concretaron el proceso.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

- La revisión de la literatura permitió concluir que, los procesos de adopción en la ciudad de Guayaquil cambian dependiendo de la fundación en la que se desee realizar. Sin embargo, entre los requerimientos existen puntos similares, entre los cuales están: llenar formulario de adopción, planilla de servicios básicos y copia de cedula. Si la solicitud de adopción es aprobada, se procede a seleccionar el can y firmar un contrato, en el que se compromete a darle los cuidados y chequeos respectivos.
- Se concluye que, la factibilidad de las campañas de adopción organizada por las fundaciones y refugios dela ciudad de Guayaquil, no han tenido el alcance que esperado. Dado que, de cada 60 canes que estaban en condiciones óptimas para ser adoptados y eran presentados en las campañas con este fin, solo 35 lograron concretar el proceso de adopción.
- Se determinó que, las plataformas web contribuyen informando a los ciudadanos sobre las campañas de adopción, sin embrago no brindan datos sobre los requisitos a cumplir para realizar el proceso, por lo que se vuelve necesario crear una página web que exponga dichas condiciones.

RECOMENDACIONES

El presente estudio de grado sobre la creación de una página web como una herramienta de comunicación digital, ayudará no solo a sensibilizar a la población sobre los canes en situación de calle de la ciudad de Guayaquil; sino que, permitirá informar a los guayaquileños sobre el proceso de adopción de canes en los refugios y fundaciones de la ciudad de Guayaquil. Por lo cual se recomienda:

- Se recomienda que, al crear la página web, se plasme de una manera creativa y divertida los requisitos que se deben cumplir para poder adoptar a un can. Para que, de esta forma, la población se sienta atraída por la presentación de la página web.
- Se recomienda que la página web tenga un enfoque de ayuda social, esto con la finalidad de concientizar sobre la situación de los canes en situación de calle, por lo cual se vuelve necesario que las plataformas además de presentar los requisitos del proceso de adopción, también exhiba el nombre de las fundaciones y refugios de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de que esto les ayude a alcanzar el número de adopciones esperadas.
- Al no existir páginas web que se enfoquen netamente al proceso de adopción de canes, se recomienda que la plataforma se actualice en periodos semestrales, dado que así se mantendrá el interés de los guayaquileños.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones . (2015). *Internet. Boletín estadístico del sector de telecomunicaciones* . Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones .

Alarcon , A., & Cuñas, N. (2018). *Análisis de modelo de negocio para la creación de un centro canino Jahua Pacha Kennel Spa, ecoguardería, adiestramiento y rastreo canino en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Alarcón, S. (2018). *Las campañas publicitarias y su incidencia en la adopción de animales domestico al norte de Guayaquil durante el segundo semestre del 2017* . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Alarcón, S. (2018). *Las campañas publicitarias y su incidencia en la adopción de animales domésticos al norte de Guayaquil durante el segundo semestre del 2017*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación (Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.

Asamblea Nacional del Ecuador . (2019). *Proyecto de ley orgánica del uso responsable de redes sociales* . Quito : Asamblea Nacional del Ecuador .

Ballesteros, A. (2016). *Impacto en la salud pública de accidentes por mordeduras de perros y gatos*. Bogotá: Universidad de Ciencias aplicadas y ambientales.

Obtenido de

<https://repository.udca.edu.co/bitstream/11158/590/1/IMPACTO%20EN%20SA>

LUD%20P%20C3%9ABLICA%20DE%20ACCIDENTES%20POR%20MORDEDURAS%20DE%20PERROS%20Y%20GATOS.pdf

Ballina, G. (2015). *La evolución de internet como medio de comunicación masivo*. Guatemala : Universidad de San Carlos de Guatemala .

Bautista, A. (2016). *La comunicación visual previo para la concientización del abandono de la fauna urbana en el Cantón Otavalo*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.

Cant, M., Strydom, J., Jooste, C., & du Plessis, P. (2006). *Marketing Management*. Cape

Town, South Africa: Fifth edition. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=6uU->

[DzsCIQC&pg=PA481&lpg=PA481&dq=Belch,+G.+y+Belch+2004&source=bl&ots=s4oA9u29V3&sig=ACfU3U1MRmE_Mxoka8qvZs1v35ikgvcJxQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiuytLS4f3jAhULw1kKHYYCrBGMQ6AEwEXoECAkQAQ](https://books.google.com.ec/books?id=6uU-DzsCIQC&pg=PA481&lpg=PA481&dq=Belch,+G.+y+Belch+2004&source=bl&ots=s4oA9u29V3&sig=ACfU3U1MRmE_Mxoka8qvZs1v35ikgvcJxQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiuytLS4f3jAhULw1kKHYYCrBGMQ6AEwEXoECAkQAQ)

[#v=onepage&q=PROMOTION&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=6uU-DzsCIQC&pg=PA481&lpg=PA481&dq=Belch,+G.+y+Belch+2004&source=bl&ots=s4oA9u29V3&sig=ACfU3U1MRmE_Mxoka8qvZs1v35ikgvcJxQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiuytLS4f3jAhULw1kKHYYCrBGMQ6AEwEXoECAkQAQ#v=onepage&q=PROMOTION&f=false)

Carrasco, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España*. Madrid : Universidad Complutense de Madrid .

Chuquirima, B. (2017). *El Abandono Deliberado de los Animales de Compañía y de las*

Mascotas genera un Peligro para la Sociedad. Loja: Universidad Nacional de Loja.

citado en el estudio de Osorio, C. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de un albergue temporal municipal para animales domésticos en la ciudad de Latacunga*.

Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas. Obtenido de

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10546/1/T-ESPEL-CAI-0506.pdf>

COIP. (2018). *Código Orgánico Integral Penal*. Quito: Código Orgánico Integral Penal.

Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/COIP_feb2018.pdf)

[content/uploads/downloads/2018/03/COIP_feb2018.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/COIP_feb2018.pdf) como se citó en Hurtado, A.

(2017). *Proliferación de perros callejeros y la contaminación ambiental. Caso Barrio La Ecuatoriana, Quito, Provincia de Pichincha*. Quito:

Universidad Central del Ecuador. Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10989/1/T-UCE-0018-G>

Cotrina, C. (2018). *Plan de comunicación digital y su influencia en los pobladores de Trujillo para la tendencia responsable y adopción de mascotas: caso “Amigo Fiel” 2018*. Trujillo: Universidad César Vallejo.

Delgado, P. (2017). *Análisis de los factores que inciden en el abandono de mascotas (perros) y su impacto social en el sector Fertisa de la Coop. “Ahora le toca la pueblo”, de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Diez, L. (06 de Noviembre de 2016). El secreto de Holanda para no tener perros callejeros. *El Mundo*, pág. 1. Obtenido de <https://www.elmundo.es/vidasana/familia-yco/2016/11/06/57fb7bc9268e3e51228b45e6.html>

El Telégrafo. (24 de octubre de 2019). Jornadas de adopción de mascotas se cumplirán en Durán y Guayaquil. *El Telégrafo*, pág. 1. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/adopcion-mascotasduranguayaquil>

El Telégrafo. (1 de abril de 2019). Los perros callejeros proliferan en Quito y Guayaquil. *El Telégrafo*.

Flores, D. (2018). *Creación de campaña para el apadrinamiento de perros que se encuentran dentro de un albergue*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

Granda, R. (2018). *Campaña de concientización dirigida a estudiantes de establecimiento municipales para prevenir el maltrato animal. Caso Municipio de Quito*. Quito: Universidad de las Américas.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2017). *Tecnologías de la información y*

Comunicación . Instituto Nacional de Estadísticas y Censos .

Jaramillo , R. (2016). *Adopción y tenencia responsable de mascotas*. Santiago de Chile:

Universidad de Chile.

Jaramillo, R. (2016). *Adopción y tenencia responsable de mascotas*. Santiago de Chile:

Universidad de Chile. Obtenido de

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/151076/TEISISadopci%C3%B3ny-tenencia-responsable-demascotas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LOBA. (2018). *Ley Orgánica de Bienestar Animal*. Quito. Obtenido de

https://revistes.uab.cat/da/article/view/v9-n3-hernandez-fuentes/pdf_11

Luna, A. (2019). *Tendencias del ecommerce en España* . España: idealo.

Maciá, F. (2019). *Marketing digital - marketing online*. Obtenido de Human Level Search Revolution: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/marketing-digital-marketing-online>

MAPAG. (2009). *Acuerdo ministerial 116*. Quito: Ministerio de ambiente. Obtenido de

http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/185860/MAE_2016_11_21+Acuerdo+Ministerial+116.pdf/0d0f219e-e288-4861-b510-05b1d26feca0

Mejía, V. (2019). *Análisis de las situación de los perros en abandono en el DMQ en base a una zona de estudio, y directrices para la construcción y manejo Quito Pontifica* . Quito : Universidad Católica del Ecuador .

Ministerio del Ambiente. (2016). *Acuerdo Ministerial N° 116*. Ministerio del Ambiente.

Moreno, J. (2018). *Análisis y elaboración de una página web de carácter comunitario para soporte en el proceso de adoptar mascotas en el Ecuador “Mascota Social”*.

Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

MSP; MAGAP. (2009). *Reglamento de tenencia y manejo responsable de perros*.

Ministerio de Salud Pública y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Munizaga, A. (2019). *Estrategia comunicacional para la adopción de mascotas a nivel municipal*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Ochoa, S. (2015). *E-Comemerce para mascotas emprendimiento*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración.

Puche, A. (2018). *Diseño de un portal web de una red social para animal de compañía*.

Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

RAE. (2020). *Definición de mascota*. Real Academia Española.

Rendón, D., Quintana, E., Door, I., Vicuña, F., León, D., & Falcón, N. (2018). Parámetros demográficos en la población de canes y gatos domésticos en asentamientos humanos del distrito de Ventanilla, Callao-Perú. *Scielo*, 217-225.

Said, K. (2017). *Políticas públicas de control en población canina en la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma de Barcelona.

Valarezo, M., Honores, J., Gómez, A., & Vines, L. (2018). Comparación de tendencias tecnológicas en aplicaciones web. *Tecnología. Glosas de Innovación aplicadas a la Pyme*, 7(3), 28-49.

Villalta, D. (2018). *El cuidado de animales domésticos en el desarrollo de las sensibilización en niños de 4 a 5 años de la Unidad Educativa Atenas*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.