

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de comunicación “Cuidándonos: aprende y cambia
vidas”**

Ana Paula Vásquez Parra

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional

Quito, 12 de Mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Campaña de comunicación “Cuidándonos: aprende y cambia
vidas”**

Ana Paula Vásquez Parra

María José Enríquez, PhD en Comunicación

Quito, 12 de Mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Ana Paula Vásquez Parra

Código: 00327120

Cédula de identidad: 1724752173

Lugar y fecha: Quito, 12 de Mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar y visibilizar el rol fundamental de los perros como animales de compañía en el bienestar emocional, mental y social de las personas, y proponer estrategias comunicacionales que promuevan su cuidado y adopción responsable en el Distrito Metropolitano de Quito. Desde un enfoque cualitativo, se emplearon técnicas como la revisión bibliográfica, entrevistas a expertos y un grupo focal con tutores de animales de compañía, con el fin de comprender las percepciones y actitudes de la comunidad frente a esta problemática.

El estudio partió de un análisis teórico que evidencia cómo el vínculo entre humanos y perros, construido a lo largo de más de 15.000 años, se ha consolidado como una relación de apoyo emocional que contribuye a la reducción del estrés, la ansiedad y la soledad.

Además, la presencia de los perros fomenta rutinas saludables como la actividad física y la interacción social, fortaleciendo el bienestar mental y emocional de sus tutores. Diversas investigaciones científicas confirman que el contacto con animales activa circuitos cerebrales que generan bienestar, disminuyen el estrés y promueven la sensación de compañía, especialmente en contextos urbanos donde las problemáticas de salud mental son cada vez más frecuentes.

Sin embargo, el abandono y maltrato animal persisten como una problemática grave en Quito, donde se estima que existen alrededor de 97.000 perros en situación de calle. Esta realidad está relacionada con la falta de educación sobre la tenencia responsable, el incumplimiento de las ordenanzas municipales y la limitada aplicación de políticas públicas efectivas. La investigación propone, desde la comunicación social, estrategias que

promuevan la adopción responsable, la esterilización y la creación de entornos pet-friendly que favorezcan la convivencia y el bienestar animal.

Como resultado de esta investigación, se diseñó e implementó la campaña educomunicativa “Cuidándonos: aprende y cambia vidas”, la cual combinó acciones digitales, educativas y comunitarias. La campaña logró un alcance en cinco medios de comunicación, la participación de 175 seguidores en redes sociales y la organización de un evento, la PERRUN 5K, que reunió a más de 150 personas y permitió recaudar 130 kg de alimento para perros rescatados. Además, se generaron alianzas con fundaciones, marcas y medios de comunicación que potenciaron el impacto y la sostenibilidad de la campaña.

En conclusión, esta investigación demuestra que los perros no solo son compañeros, sino aliados emocionales que aportan al bienestar humano. Promover una cultura de adopción y tenencia responsable, respaldada por estrategias comunicativas y políticas públicas efectivas, es clave para construir una sociedad más consciente, empática y comprometida con el bienestar animal y humano.

Palabras clave: Perros de compañía, bienestar emocional, tenencia responsable, adopción, abandono animal, educomunicación, salud mental, vínculo humano-animal.

ABSTRACT

This research aims to analyze and highlight the fundamental role of dogs as companion animals in the emotional, mental, and social well-being of people, and to propose communication strategies that promote their care and responsible adoption in the Metropolitan District of Quito. Using a qualitative approach, techniques such as bibliographic review, expert interviews, and a focus group with companion animal guardians were applied to understand the community's perceptions and attitudes toward this issue.

The study began with a theoretical analysis that shows how the bond between humans and dogs, built over more than 15,000 years, has evolved into a relationship of emotional support that helps reduce stress, anxiety, and loneliness. Furthermore, the presence of dogs encourages healthy routines such as physical activity and social interaction, strengthening the mental and emotional well-being of their guardians. Various scientific studies confirm that contact with animals activates brain circuits that generate well-being, reduce stress, and promote a sense of companionship—especially in urban contexts where mental health issues are increasingly prevalent.

However, animal abandonment and abuse remain a serious problem in Quito, where it is estimated that there are around 97,000 stray dogs. This reality is linked to a lack of education on responsible ownership, non-compliance with municipal ordinances, and limited enforcement of effective public policies. From a social communication perspective, this research proposes strategies to promote responsible adoption, sterilization, and the creation of pet-friendly environments that foster coexistence and animal well-being.

As a result of this research, the educommunicative campaign “Cuidándonos: aprende y cambia vidas” ("Caring for Each Other: Learn and Change Lives") was designed and implemented, combining digital, educational, and community-based actions. The campaign reached five media outlets, gained 175 followers on social media, and organized an event—PERRUN 5K—that brought together over 150 participants and collected 130 kg of dog food for rescued animals. Additionally, alliances were formed with foundations, brands, and media organizations that enhanced the campaign’s impact and sustainability.

In conclusion, this study demonstrates that dogs are not only companions but also emotional allies who contribute to human well-being. Promoting a culture of adoption and responsible ownership, supported by communication strategies and effective public policies, is key to building a more conscious, empathetic, and committed society—one in which both human and animal well-being are closely interconnected.

Keywords: Companion dogs, emotional well-being, responsible pet ownership, adoption, animal abandonment, educommunication, mental health, human-animal bond.

Tabla de contenido

1.1 Situación de los perros callejeros en Quito:.....	13
1.2 Factores que contribuyen al abandono	16
1.3 Impacto del abandono en los animales y en la comunidad	18
1.4 La importancia de la adopción y la tenencia responsable.....	22
<i>Capítulo 2: Importancia del Vínculo Humano-Perro y su Impacto en la Salud Emocional</i>	25
2.1 Introducción al vínculo humano-perro:	25
2.2 Evidencia científica del apoyo emocional	27
2.3 Los perros como miembros de la familia.....	33
2.4 Concepto de perros como apoyo emocional en diferentes contextos	35
<i>Capítulo 3: Educomunicación como herramienta clave para fomentar la adopción y tenencia responsable de animales de compañía en Quito</i>	37
3.1. Educomunicación.....	37
3.2. Educomunicación y la creación de entornos pet-friendly	41
3.3. Educomunicación y la visibilidad de la problemática del maltrato animal.....	44
3.4. Estrategias persuasivas en educomunicación para fomentar la adopción de perros callejeros	47
<i>Capítulo 4: Campaña de comunicación “Cuidándonos” aprende y cambia vidas.</i>	49
4.1 Presentación de la campaña	49
4.2 Metodología de investigación cualitativa.....	52
4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña	55
4.3.1 Mapa de públicos y aliados estratégicos	56
4.3.2 Planificación de la campaña.....	57
4.3.4 Ejecución de la campaña, resultados e impactos	59
4.3.5 Gestión de medios de comunicación y relaciones públicas	60
4.3.6 Logros no esperados de la campaña.....	61
4.4 Conclusiones.....	62
Referencias.....	63

Introducción

La creciente evidencia científica sobre los beneficios de los animales de compañía ha generado un gran interés en la sociedad. Sin embargo, aún existe desconocimiento sobre los fundamentos de estos beneficios y su aplicabilidad en diferentes contextos. Mi tesis busca contribuir a llenar este vacío al investigar los efectos de la interacción con perros en el bienestar emocional de las personas, además de incentivar a la población acerca de la adopción y fomentar la tenencia responsable de estos animales de compañía.

La elección de este tema se justifica por la preocupante coyuntura de salud mental que se vive en Quito. En un estudio realizado en 2024 por la Fundación Tandem se reveló un panorama preocupante para los quiteños. “La encuesta, que incluyó a 1.200 hogares, encontró que un 25% de los quiteños considera tener algún problema de salud mental. El 80,7% de la población reporta niveles 'algo estresantes' en su vida diaria, mientras que un 11,9% experimenta estrés 'muy/extremadamente' alto” (Primicias, 2024).

Asimismo, conocer la situación que viven los perros sin hogar en Quito es urgente, a pesar de la existencia de ordenanzas como la No. 048, que busca garantizar el bienestar animal y la convivencia armónica en el Distrito Metropolitano. Esta normativa establece reglas claras para la tenencia responsable, prohíbe el maltrato y promueve la esterilización y adopción. Sin embargo, según datos del Municipio de Quito (2024), existen 97.000 perros callejeros en la ciudad.

Para responder a esta realidad, se diseñó e implementó la campaña educomunicativa “Cuidándonos: aprende y cambia vidas”, una estrategia que combinó acciones digitales,

educativas y comunitarias. La campaña incluyó publicaciones informativas y emocionales en redes sociales, charlas en instituciones educativas y un evento masivo: la PERRUN 5K, que logró convocar a más de 150 personas y recolectar 130 kg de alimento para perros rescatados. La campaña también tuvo presencia en cinco medios de comunicación, generó alianzas con marcas, fundaciones y medios, y alcanzó a más de 175 seguidores en redes sociales, demostrando el poder de la comunicación para generar conciencia y movilizar a la ciudadanía.

Desde el punto de vista social, se buscó impactar directamente en las personas, resaltando beneficios como la persistencia emocional, la actividad física y la compañía que brindan los perros (Fuenzalida Ramos, 2024). En el ámbito educativo, se promovió la empatía y el desarrollo de habilidades como la responsabilidad. A nivel profesional, se abre un campo de estudio y acción para seguir generando propuestas sobre bienestar emocional y animal.

El tema también aporta al ámbito comunicacional, generando espacios de diálogo en medios y redes sociales que fomentan un cambio de actitud hacia los animales. Esto se alinea con el ODS 3: Salud y Bienestar, al promover estilos de vida saludables y reducir la soledad, el estrés y la depresión (González, 2023).

Además, estudios como “Dogs recognize dog and human emotions” (Wilkinson, 2021) confirman que los perros son capaces de sincronizarse emocionalmente con los humanos, fortaleciendo el vínculo humano-animal. A pesar de que en Quito no existe un desarrollo científico amplio sobre este enfoque, esta investigación aporta una mirada local y aplicable a nuestra realidad.

También se destaca el aporte a la Comunicación Organizacional, al proporcionar evidencia científica que permite desarrollar estrategias más efectivas para promover la adopción y la tenencia responsable. Con un enfoque educomunicativo, se logró llegar a diferentes públicos y generar un cambio de actitud y comportamiento. Como señalaba Mandela, “La educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo”.

Existen diversos estudios que respaldan esta relación. Durante la pandemia del COVID-19, investigaciones como las de la Revista Puertorriqueña de Psicología (2023) mostraron cómo el apego a los animales de compañía ayudó a sobrellevar el confinamiento, brindando bienestar emocional. Gómez et al. (2007) también destacan beneficios en la salud cardiovascular al convivir con animales, gracias a la reducción del estrés y la liberación de endorfinas al interactuar con ellos.

Además, en el ámbito laboral, se ha demostrado que la presencia de mascotas de apoyo emocional puede mejorar el ambiente y la productividad, como señala Jiménez (2024), al reducir el cortisol y la presión arterial, beneficiando la salud mental de los trabajadores.

Fundamentos teóricos como la Teoría del Vínculo Humano-Animal (Purewal et al., 2020), los estudios de Crossman et al. (2022), Esposito y Gee (2021), Fine y Beck (2020), y los aportes neurológicos de Allen et al. (2023) respaldan que los animales de compañía actúan como reguladores emocionales que favorecen la salud mental y el bienestar integral de las personas.

Esta investigación, además de evidenciar estos beneficios, propone que la comunicación social, combinada con acciones educativas y comunitarias como las desarrolladas en la

campaña “Cuidándonos”, es una herramienta clave para promover una convivencia más consciente, empática y responsable entre humanos y animales.

Capítulo 1: Problemática de los Perros Callejeros y la Tenencia Responsable en Quito

1.1 Situación de los perros callejeros en Quito:

El vínculo entre los seres humanos y los animales de compañía ha sido objeto de múltiples estudios que destacan los beneficios emocionales y psicológicos que estos pueden aportar. En el contexto de Quito, la creciente problemática de los perros callejeros pone en evidencia no solo una crisis de bienestar animal, sino también la oportunidad de aprovechar ese vínculo emocional para generar cambios positivos. La comunicación en torno a este tema se convierte en una herramienta clave para sensibilizar a la sociedad, promoviendo la adopción responsable y destacando el potencial terapéutico de los perros como una solución comunicacional y social.

Según un estudio realizado por la Unidad de Bienestar Animal (UBA) en 53 parroquias de la capital desde septiembre hasta diciembre del 2023, el número de perros en situación de calle ha aumentado un 500% en los últimos cinco años, lo que deja a miles de animales sin hogar y a la sociedad sin aprovechar todo el potencial que los animales de compañía podrían ofrecer como apoyo emocional. Para una comunicación efectiva, es crucial visibilizar estos datos en campañas que promuevan la empatía y la responsabilidad social, utilizando cifras concretas para que el mensaje sea impactante.

La UBA revela también que Quito tiene un perro callejero por cada 19 habitantes, y que el 67% de estos canes convive en jaurías, mientras que el 33% deambula solo. Este panorama

no solo afecta la convivencia urbana, sino que nos invita a reflexionar sobre cómo estos animales podrían transformarse en compañeros que brinden apoyo emocional a personas que lo necesitan. Desde una perspectiva comunicacional, es esencial crear narrativas que subrayen el valor social de los perros y sus aportes a la comunidad, despertando así un cambio de percepción y actitud hacia la adopción y el cuidado.

Sin embargo, los perros callejeros enfrentan más que solo el abandono, muchos de ellos sufren maltrato en forma de violencia física, desnutrición y enfermedades no tratadas, lo que no solo afecta su calidad de vida, sino que también aumenta el riesgo de que desarrollen comportamientos agresivos o transmitan enfermedades a otros animales o personas. El maltrato y las condiciones de vida en las calles contribuyen a la degradación de su salud física y emocional.

Las primeras regulaciones sobre el control de la población canina en Quito surgieron en 2011, cuando se divulgó la Ordenanza Metropolitana No. 04884. En 2020 se realizaron revisiones y se actualizó.

Estas leyes deben ser comprendidas y difundidas de forma accesible y educativa, resaltando los beneficios de estas políticas y la necesidad de adherirse a ellas para construir una convivencia social más armoniosa.

Para mejorar la comprensión y compromiso de la ciudadanía con estas normativas, es clave trabajar en campañas de comunicación pública que informen sobre los derechos de los animales y las responsabilidades de sus cuidadores, además de reforzar la necesidad de la tenencia responsable y la empatía hacia los animales.

El Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito, en su ordenanza sobre bienestar animal, crea un conjunto de normas que regulan la tenencia responsable de animales de

compañía, destacando sus derechos y la obligación de los ciudadanos de cuidar su bienestar. Estas disposiciones abarcan desde el registro, vacunación obligatoria, esterilización como medida preventiva contra la sobrepoblación, hasta las sanciones por abandono y maltrato animal.

Aunque estas regulaciones sean un paso en la dirección correcta, en la práctica han demostrado ser insuficiente para resolver el problema de los perros callejeros en la ciudad. Un aspecto clave desde la comunicación es entender las barreras sociales que impiden que las personas se adhieran a estas normas y construir estrategias educativas que sensibilicen sobre los efectos negativos del abandono.

A pesar de que las ordenanzas municipales detallan claramente las obligaciones de los dueños de animales de compañía y estipulan sanciones para quienes no cumplan con estas normas, la falta de aplicación efectiva de las leyes ha sido uno de los principales obstáculos.

Según Humane Society International (2013), "los programas de esterilización y castración son cruciales para controlar la población de animales de compañía y reducir el número de perros y gatos sin hogar".

Este incumplimiento generalizado puede atribuirse en primer lugar, a la baja fiscalización de las autoridades que carecen de los recursos y la estructura necesaria para hacer cumplir las leyes de manera efectiva. En segundo lugar, sin duda al bajo interés de las personas por informarse sobre la tenencia responsable de un perro generando empatía y sentimiento de pertenencia en el núcleo familiar.

Además del poco interés por parte de ciertos sectores de la población en adherirse a las políticas establecidas. Las sanciones determinadas no son suficientemente estrictas ni

disuasivas, lo que permite que muchas personas continúen desobedeciendo las normas sin consecuencias significativas.

A esto no se le otorga la importancia que este problema merece, argumentando que existen otros temas más urgentes, lo que ha generado indiferencia ante el sufrimiento de los animales en las calles. Esta falta de atención ha impedido que se implementen soluciones reales, permitiendo que la población de perros callejeros siga creciendo.

1.2 Factores que contribuyen al abandono

El abandono de perros en Quito ha sido un problema constante, que se ha exacerbado por varios factores sociales, económicos y culturales. La falta de conciencia sobre la responsabilidad de tener un animal de compañía ha sido uno de los detonantes clave.

Es necesario implementar campañas que no solo informen sobre las necesidades de los perros, sino que también promuevan la creación de vínculos afectivos entre la comunidad y los animales de compañía.

Muchas personas no entienden las necesidades básicas de los perros, desde su alimentación y salud hasta el cuidado emocional, lo que lleva a una gestión deficiente de sus animales de compañía.

Los perros, como seres vivos dependientes de sus dueños, requieren una serie de cuidados esenciales para garantizar su bienestar físico, emocional y social. En primer lugar, necesitan una alimentación balanceada adecuada a su tamaño, raza y etapa de vida, ya que una dieta adecuada contribuye a una mejor salud general y longevidad (Case et al., 2011).

Asimismo, es fundamental proporcionarles agua fresca y limpia en todo momento para mantener su hidratación y prevenir problemas renales (American Kennel Club, 2021). El

cuidado veterinario regular, que incluye vacunas, desparasitación y chequeos preventivos, es clave para evitar enfermedades comunes en los perros, como la rabia o la parvovirus (American Veterinary Medical Association, 2020).

El ejercicio físico es otra necesidad básica, ya que ayuda a mantener un peso saludable y mejora el comportamiento, reduciendo problemas como la ansiedad o la hiperactividad (American Society for the Prevention of Cruelty to Animals, 2021).

Además, los perros requieren un entorno seguro y cómodo donde puedan refugiarse, evitando las inclemencias del clima y otras amenazas (ASPCA, 2021).

Finalmente, la interacción social y emocional con los dueños es crucial. Los perros son animales sociales y su bienestar emocional depende del contacto constante con sus familias. La falta de estimulación emocional y social puede generar problemas de comportamiento, como la ansiedad por separación o la depresión (Overall, 2013).

Por tanto, la tenencia responsable de un perro implica no solo cubrir sus necesidades físicas, sino también ofrecerle atención y afecto para garantizar su bienestar integral.

Un aspecto crítico es la falta de empatía y educación, lo que ha causado que los perros sean vistos como objetos prescindibles en tiempos de dificultad, como lo sucedido durante la crisis económica y la pandemia. La recesión empujó a muchas familias a abandonar a sus perros, incapaces de afrontar los costos de su mantenimiento. Este comportamiento no se limitó a situaciones de emergencia; ya antes de la pandemia, el abandono era frecuente. En muchas zonas periféricas de la ciudad, los perros fueron dejados en lugares públicos, lo que resultó en el incremento de jaurías y perros callejeros en busca de comida en mercados y calles, aumentando los riesgos para la salud pública.

Con la llegada de la pandemia, la crisis se intensificó. Las restricciones y el miedo a los contagios llevaron a un número sin precedentes de abandonos. Esto incrementó el sufrimiento de los animales, al ser separados bruscamente de su entorno familiar. El trauma psicológico del abandono tiene efectos profundos en los perros, afectando su comportamiento y bienestar general, muchas veces para siempre.

Este fenómeno no solo es una muestra de irresponsabilidad, sino también de una falta de empatía hacia seres que dependen enteramente de los humanos para su subsistencia. Las cifras recientes indican que el abandono sigue siendo un problema, con miles de perros dejados a su suerte cada año en Quito. (Maldonado, 2023)

El Médico Veterinario Carlos Rodríguez, en su obra *Tu perro. Enciclopedia Canina*, destaca la profunda conexión que los perros desarrollan con sus familias humanas, afirmando que "los perros llegan a identificarse tanto con su familia humana que muy pocos saben cómo enfrentarse a la vida en soledad. Por ello, es extremadamente cruel la rechazable práctica del abandono. Quien abandona a un perro quizás piense que el animal sabrá adaptarse sin ayuda a un nuevo ambiente pero no es así. "Es como abandonar a un niño pequeño, a un bebé" (Rodríguez, 2019).

1.3 Impacto del abandono en los animales y en la comunidad

Los perros abandonados se enfrentan a condiciones de vida extremadamente difíciles, expuestos a la desnutrición, enfermedades graves como la rabia y el moquillo, y a heridas que empeoran por la falta de atención médica, lo cual afecta gravemente su salud física. Estas condiciones, sumadas al maltrato que reciben por parte de personas que los patean o les arrojan agua caliente, no solo ponen en peligro su vida, sino que también les provocan un profundo daño emocional.

Estudios demuestran que el maltrato provoca graves secuelas físicas y emocionales en los perros, como el miedo constante, la desconfianza hacia los humanos y la ansiedad. Estos animales, además, pueden desarrollar problemas de comportamiento que dificultan su integración en un entorno doméstico, lo que agrava aún más sus traumas (Consumer, 2020).

El abandono de perros tiene un impacto profundo en la comunidad, afectando tanto la percepción social como la salud pública y los recursos económicos. Muchas personas consideran a los perros callejeros como una molestia que representa un riesgo para la salud y la seguridad, mientras que otras los ven como víctimas que requieren protección.

Sin embargo, la solución no es tan simple como llevar a estos animales a refugios. Como explica María Fernanda Orquea, docente de la EPN y parte del proyecto "Poli Perros", el problema va más allá de simplemente colocar a los perros en refugios, ya que estos centros están sobrepasados en capacidad y no logran cubrir las necesidades emocionales y físicas de los animales. Los refugios, más que soluciones permanentes, son espacios temporales que requieren una mayor concientización sobre la tenencia responsable, la cual incluye brindarles a los perros amor, atención y un hogar (Herrera, 2024).

Además, el abandono de perros tiene implicaciones en la “salud pública” ya que puede propiciar la propagación de enfermedades zoonóticas como la rabia y el moquillo, así como generar conflictos cuando los animales, en su lucha por sobrevivir, se vuelven agresivos.

Esto genera una carga adicional a los gobiernos locales, que deben destinar recursos a campañas de control animal, atención veterinaria y programas de esterilización.

Por último, la falta de “conciencia ciudadana” sobre la importancia de la adopción y el cuidado responsable agrava el problema. Mejorar la educación sobre estos temas puede cambiar las actitudes y reducir los efectos negativos del abandono en la comunidad.

La adopción responsable de animales de compañía, ya sea definitiva o temporal, representa una de las soluciones más efectivas para reducir la cantidad de perros callejeros en Quito. Sin embargo, es fundamental que las personas comprendan la responsabilidad que implica adoptar, ya que los animales no son juguetes. Adoptar un perro implica alimentarlo adecuadamente, llevarlo al veterinario, ofrecer paseos regulares y dedicar tiempo a su bienestar emocional y físico (La Hora, 2023).

Para reforzar este mensaje, las estrategias de comunicación deben enfocarse en desmitificar la tenencia de animales de compañía como un acto casual, promoviendo en su lugar el concepto de "adopción consciente" y resaltando historias de éxito que muestren el impacto positivo de un cuidado adecuado y comprometido.

En Quito, existen numerosas fundaciones que albergan perros de todas las edades, desde cachorros hasta animales mayores. Estos centros suelen encargarse de la esterilización, el tratamiento de enfermedades y el cuidado general de los animales antes de entregarlos en adopción. Al adoptar un perro de una fundación, el nuevo propietario recibe un animal sano y listo para ser integrado en su hogar. Sin embargo, es imprescindible que esta adopción sea responsable y que el adoptante esté consciente de que muchos de estos animales pueden haber experimentado situaciones traumáticas que pueden afectar su comportamiento. Con amor, paciencia y el conocimiento adecuado sobre la tenencia responsable, estos problemas de conducta pueden gestionarse de manera efectiva. La tenencia responsable va más allá de alimentar y pasear al perro ocasionalmente; implica una preocupación genuina por su salud y bienestar emocional, dado que los perros, al igual que los humanos, pueden experimentar ansiedad.

La ansiedad en perros se debe a su naturaleza social y a su estrecha relación con los humanos. Al ser animales que dependen de la interacción social y de estímulos ambientales adecuados, el aislamiento prolongado, la falta de ejercicio y la exposición a entornos impredecibles pueden causar estrés y ansiedad. Estudios científicos han demostrado que los perros que no pueden adaptarse a cambios en su entorno o que viven en ambientes restrictivos pueden desarrollar respuestas emocionales negativas, incluida la ansiedad. Esta condición suele manifestarse a través de comportamientos como la agresión, vocalización excesiva o intentos de huida, los cuales indican el malestar psicológico del animal (World Small Animal Veterinary Association [WSAVA], 2018).

Esta información no ha sido suficientemente comunicada a la sociedad en general. La falta de campañas efectivas limita la comprensión de este problema, lo que contribuye a que el aislamiento, el descuido en el ejercicio y la exposición a ambientes inadecuados sigan siendo comunes en la vida de muchos perros. Una comunicación clara y accesible podría ayudar a prevenir estos problemas, promoviendo entornos más saludables y conscientes para los animales.

Por otro lado, la compra de perros en Quito está prohibida, una medida implementada para proteger a los animales de las malas prácticas de algunos criaderos y fomentar la adopción responsable. Esta regulación también busca reducir la población de perros sin hogar en la ciudad. En caso de incumplimiento, se establece una multa que oscila entre el 45% y el 90% del Salario Básico Unificado (SBU) por la venta de animales en espacios públicos, catalogada como una infracción grave (Agencia Metropolitana de Control [AMC], 2023).

La adopción y la prohibición de la compra de animales son medidas integradas que intentan mitigar el problema de los perros callejeros en la ciudad, promoviendo una cultura de

respeto y responsabilidad hacia los animales, en beneficio tanto de ellos como de la sociedad en general.

Ante un problema de tal magnitud, surge una pregunta clave: ¿cómo podemos sensibilizar a la sociedad sobre el potencial terapéutico y emocional de los animales de compañía, al mismo tiempo que abordamos la difícil realidad de los perros maltratados y abandonados en las calles?.

Como menciona Jimena Hoyos en su libro *Transformar el Dolor*, “si cada quien hiciera algo, un poquito, por aquello que le apasiona... este mundo sería diferente”. La barrera más grande es pensar que uno es insignificante para lograr un cambio.

Este capítulo analiza cómo la adopción responsable no solo puede resolver una crisis de bienestar animal, sino también ofrecer beneficios emocionales y psicológicos tangibles a quienes deciden hacer de estos animales sus compañeros de vida, al mismo tiempo que se plantea un enfoque para enfrentar el maltrato y abandono que sufren los perros callejeros en Quito.

Desde una perspectiva de comunicación, resulta vital promover narrativas positivas que conecten a la comunidad con el bienestar de los animales, destacando historias de adopción exitosa y sus efectos positivos en las personas. Al comunicar de manera estratégica estos beneficios mutuos, la sociedad puede ver a los perros no solo como seres que necesitan ayuda, sino como compañeros que aportan un valor emocional significativo y mejoran la calidad de vida.

1.4 La importancia de la adopción y la tenencia responsable

La educación es un pilar fundamental de una solución a largo plazo ya que es la herramienta predilecta para enseñar y generar una conciencia social en base a datos científicos además de un análisis del entorno. Para que funcione una educación en cuanto al cuidado de los animales debe haber una planificación de por medio y por ende estrategias definidas, alrededor del mundo ya hay casos de éxito donde estos conocimientos han sido normalizados y adoptados por una sociedad.

Este es el caso de Alemania, un país pionero en la educación sobre el bienestar animal, todo empieza en considerar esto y definirlo en el marco legal del estado alemán. En 2002 de manera única e innovadora, Alemania incluyó la ley del bienestar animal en su carta magna o Grundgesetz (Animal Legal & Historical Center, 2023).

Ocasionando que se genera una importancia más elevada en este tema de interés nacional, al ser normado y establecido por la constitución, también es parte fundamental de la moral de los alemanes los cuales los incorporan en sus mallas curriculares de los distintos niveles de educación.

Los voluntarios, las visitas a refugios y las charlas educativas son parte fundamental de la vida estudiantil, logrando darle seriedad y fundamento a porque aprender del bienestar animal (World Animal Net, 2023).

La educación en las escuelas y colegios no solo se queda en charlas, clases y visitas si no en un soporte y apoyo en estamentos del gobierno como es el caso de Tierschutzbund, la federación de bienestar alemana la cual recibe un presupuesto del estado alemán para poner en marcha campañas masivas de concientización las cuales están apoyadas de las principales agencias de publicidad del país (DRZE, 2023).

El componente de concientización no va solo si no de la mano de los posibles castigos y penas legales que un ciudadano puede recibir por incumplir las normas. El estado regula de manera tajante las condiciones el tipo y la manera de poder tener a una mascota ocasionando que las personas tengan plena conciencia de todo lo que implica tener un animal de compañía. El proceso es integral y abarca educación desde la niñez hasta una etapa adulta (BfR, 2023).

Enmarcar esto a un panorama completamente distinto como Quito es complejo, por las grandes diferencias en los sistemas judiciales y las garantías que estos brindan. Además de la tasa de escolaridad y otros factores culturales que dificultan la aplicación plena de una educación integral sobre la educación del bienestar animal. Sin embargo, sí podemos tomar esto como un claro ejemplo de lo que se puede lograr y cómo se puede hacer. Max Delbrück Center, 2023).

Tal es el caso de implementar un plan piloto en las instituciones municipales en los primeros años de educación logrando aliar instituciones públicas, privadas y organizaciones sin fines de lucro para establecer de manera íntegra un plan de acción y trabajo conjunto. El cabildo podría apoyar de manera directa dándole un enfoque más de prevención y no de mitigación a la unidad municipal de bienestar animal (UBA).

Siendo esto un eje fundamental, es necesario plantear, mediante la comunicación y sus herramientas intrínsecas, la difusión masiva y adecuada de un plan en el que participen la sociedad civil, el sector público, privado y las ONG. El objetivo es lograr soluciones planificadas, integrales y, sobre todo, adaptadas al contexto sociocultural en el que vivimos.

Capítulo 2: Importancia del Vínculo Humano-Perro y su Impacto en la Salud Emocional

2.1 Introducción al vínculo humano-perro:

Es fundamental conocer el origen de los perros y los procesos evolutivos que han atravesado hasta convertirse en los animales que hoy conocemos. Su historia no solo revela una estrecha relación con los seres humanos, sino que también explica cómo desarrollaron características únicas que los han posicionado como compañeros indispensables en nuestra vida cotidiana.

Desde los inicios de la domesticación, los perros han sido aliados en actividades como la caza, la protección y el pastoreo. Con el tiempo, su rol ha evolucionado hasta convertirse en animales de servicio, apoyo emocional e incluso en figuras clave para la terapia y el bienestar humano. Las nuevas generaciones han tomado conciencia que los animales son seres sintientes como los humanos.

“Decir que los animales son seres sintientes significa que, al igual que los seres humanos, son capaces de sentir el afecto, los cuidados, el cariño, la protección, lo que les permite vivir con dignidad; pero también pueden sentir el maltrato, el dolor, el abandono, lo que les causa daño y sufrimiento. Adicionalmente, es importante conocer que actualmente existen estudios científicos que determinan que cualquier forma de maltrato o violencia ejercida en contra de una especie animal, puede ser una señal de alerta de otras formas de violencia social; es decir, una persona que maltrata a un animal es capaz de maltratar a un ser humano, es lo que se conoce como violencia interrelacionada, lo cual nos plantea un tema científico y ético como sociedad” (Narváez, s.f.).

Comprender esta evolución nos permite valorar no solo su capacidad de adaptación, conexión y lealtad, sino también la profundidad del vínculo que compartimos con ellos. Los perros no solo cumplen funciones prácticas, sino que también nos ofrecen lecciones sobre empatía, convivencia y cómo formar lazos sólidos basados en la confianza mutua. Estos animales no son simplemente compañeros; son un reflejo del impacto positivo que una relación armoniosa entre especies puede tener en nuestra vida y en la sociedad.

La relación entre humanos y perros ha sido moldeada por una historia compartida de convivencia y adaptación. Este vínculo ha permitido a los perros desarrollar características que no solo facilitan su integración en los entornos humanos, sino que también los distinguen como compañeros incomparables en el reino animal.

Como menciona Miklósi (2007) en *Dog Behaviour, Evolution, and Cognition*, “los perros desarrollaron un conjunto de habilidades sociales y emocionales en respuesta a su interacción constante con humanos, lo cual los convierte en compañeros únicos”.

En el ámbito de la comunicación entender este vínculo puede ser clave para construir mensajes efectivos que destaquen la importancia de los perros en el bienestar social y emocional humano, promoviendo una relación de respeto y empatía entre ambos.

Según estudios, los perros nos acompañan en la Tierra desde hace al menos 15,000 años, aunque otros mencionan que podría ser desde hace 40,000 años. No se sabe con exactitud, y es probable que esta información cambie conforme los estudios sigan avanzando. Como menciona Javier López-Cepero Borrego en “Un hocico prodigioso”, esta relación entre humanos y perros no fue una simple estrategia de supervivencia; fue un proceso en el que los lobos salvajes se fueron acercando a las primeras comunidades humanas, y con el tiempo los aceptamos como aliados. Con ayuda de la comunicación podemos transmitir el

valor histórico y emocional de esta relación, ayudando a instituciones y organizaciones a educar y sensibilizar sobre el impacto positivo de los perros en la sociedad y la importancia de su bienestar.

Se cree que los lobos se acercaban a las tribus en busca de comida, mientras otros creen que los humanos fueron quienes adoptaron crías huérfanas de lobos y terminaron domesticándolos. Esto permitió que los lobos creen un vínculo con los humanos mientras ellos cuidaban los campamentos, los humanos los alimentaban con restos de comida. De igual manera los lobos por naturaleza en su especie eran agresivos pero con el tiempo mostraron comportamientos más adaptables a la convivencia con los humanos. Hasta llegar a lo que hoy conocemos como perros.

Canis lupus familiaris (nombre científico de los perros) ha sido criado selectivamente para que tenga diferentes comportamientos, capacidades sensoriales y atributos físicos, empleado en diferentes actividades socioeconómicas y de protección por lo que es muy variable en forma y tamaño, aunque la morfología básica es la del lobo gris, antepasado salvaje de todas las razas de perros domésticos (Global Invasive Species Database, 2014).

¿Cuáles son entonces las diferencias entre los lobos y los perros?

Tanto los perros como los lobos tienen la misma especie zoológica, pueda que la especie sea la misma pero existe una gran brecha entre los perros domésticos y los lobos, como resultado del proceso de domesticación, en la cual se hace evidente el comportamiento diferente que tiene ambos animales además de las diferencias fisiológicas y anatómicas.(Arana, 2021).

2.2 Evidencia científica del apoyo emocional

En la actualidad, los beneficios de tener un animal de compañía no son un secreto. En los últimos años, este tema ha ganado relevancia, atrayendo a numerosos científicos interesados en investigar el impacto positivo que los perros, con su presencia y compañía, traen a nuestras vidas. Estos beneficios abarcan no sólo el ámbito emocional, sino también físico, terapéutico y social.

“Se ha demostrado que la interacción con animales disminuye los niveles de cortisol (una hormona relacionada con el estrés) y disminuye la presión arterial. Otros estudios han descubierto que los animales pueden reducir la soledad, aumentar los sentimientos de apoyo social y mejorar su estado de ánimo”. (National Institutes of Health, 2018).

Así mismo como en un artículo publicado por National Geographic España (2023), tener terapia con animales tiene muchos beneficios para la salud mental ya que mejora la eficacia en tratamientos y bienestar de los pacientes. Por esta razón muchos hospitales han implementado la terapia asistida por animales para tratar diferentes problemas como el estrés postraumático, depresión o la ansiedad, así como la hiperactividad o el autismo. (Abel, 2023).

Por otro lado, realizar diferentes actividades con perros pueden influir en nuestra salud. En Corea del Sur se realizó un estudio en la Universidad de Konkuk, la que dio como resultado que hacer actividades con perros como jugar con ellos, alimentarlos, abrazarlos, pasar tiempo, ayuda a las personas a sentirse menos deprimidas, fatigadas, estresadas, dando respuestas emocionales positivas. (El Coronista, 2024).

En un enfoque distinto, un estudio revela que cuando un humano y un perro se miran existe una unión neuronal. La relación y lazos entre perros y humanos es conocida durante siglos,

cada vez se descubren más aspectos sorprendentes como las investigaciones recientes que nos dicen que cada vez que un perro se ve con su humano, pueden experimentar una sincronización cerebral; que nos explica, porqué los humanos podemos sentir un apego profundo hacia nuestros perros.

“Un estudio de la Academia China de Ciencias de la Universidad de Pekín publicado en la revista *Advanced Science* destaca que esta conexión se produce a través de la sincronización de ondas cerebrales en ambas especies cuando comparten una interacción visual. Este fenómeno es una actividad neuronal que se alinea de forma similar cuando los perros y los humanos se observan directamente, particularmente en las áreas del cerebro asociadas a la percepción de emociones y la vinculación social. Los investigadores resaltan que esta es una prueba más de que los perros son capaces de interpretar las emociones humanas y reaccionar en consecuencia, un rasgo distintivo de su evolución junto a nosotros” (Ecociencias, 2024).

Cuando entre el humano y el perro existe una relación afectiva previa la sincronización cerebral es más intensa.

Los científicos explican que esta conexión se desarrolla a través de un proceso de aprendizaje emocional, generado por las interacciones repetidas entre ambos. En este proceso, cada especie adapta sus respuestas a las señales del otro, lo que refuerza el vínculo y facilita una comunicación no verbal notablemente efectiva. Es como si sus cerebros aprendieran a “funcionar en sintonía”, fortaleciendo aún más la relación emocional entre ellos.

En un ámbito relacionado, un estudio realizado por investigadores de Harvard analizó cómo el apego emocional a los perros puede ser particularmente beneficioso para reducir la ansiedad y la depresión en mujeres.

La psicóloga, psicoanalista, especialista en niños y adolescentes María Fernanda Rivas explica que el contacto con animales de compañía tiene un efecto calmante y que son curativos. Pudiendo ayudar a personas que han sufrido abuso infantil.

Esta investigación está en su tercera generación siendo la primera hecha el 1976, la actual cuenta con más de 280.000 participantes.

El estudio se realizó con ayuda de 214 mujeres de las cuales un 72,6 % eran sobrevivientes de abuso infantil. Los resultados mostraron que un vínculo más fuerte con los animales de compañía, especialmente con los perros, se asociaba con niveles más bajos de ansiedad generalizada y una reducción significativa en los síntomas de depresión y ansiedad. Este efecto fue especialmente notable en mujeres con antecedentes de abuso sexual o físico durante la infancia, según explicó la investigadora Schernhammer. (Infobae, 2024).

Además, los investigadores destacaron que comprender cómo el apego a los perros ayuda a aliviar estos trastornos podría ser clave para diseñar estrategias preventivas y terapéuticas más efectivas, especialmente para quienes enfrentan inseguridades emocionales como resultado de traumas infantiles.

Al entender el papel de los perros como catalizadores de bienestar emocional, se pueden diseñar campañas y estrategias comunicativas que fomenten la tenencia responsable y promuevan el apego como una herramienta terapéutica clave, destacando su relevancia para diferentes audiencias.

Por otro lado, según un estudio mencionado por Infobae (2019) ha demostrado la capacidad que tienen los perros particularmente de la raza Beagle, para detectar la presencia de cáncer en los seres humanos. Este informe médico confirma su efectividad al identificar neoplasias mediante el análisis de muestras de sangre, destacando el potencial de estos animales como aliados en la detección temprana de enfermedades.

Los perros son altamente sensibles a los olores que los humanos no pueden percibir ya que ellos cuentan con receptores olfativos 10.000 veces más precisos, además la parte del cerebro dedicada al olfato es cuarenta veces más grande que la de los humanos.

En este estudio se demostró que los perros al usar su capacidad olfativa pueden detectar en la sangre la presencia del cáncer con una precisión de casi el 97%.

“Los resultados, presentados en la reunión anual de la Sociedad Americana de Fisiología, podrían llevar a nuevos enfoques de detección de cáncer mucho más económicos y precisos sin ser invasivos” (Infobae, 2019)

En este estudio, los científicos emplearon un entrenamiento con clicker para enseñar a cuatro Beagles a diferenciar entre suero sanguíneo normal y muestras de pacientes con cáncer de pulmón maligno. Aunque uno de los perros no mostró mucho interés en la tarea, los otros tres lograron resultados impresionantes, identificando con precisión el 96,7% de las muestras con cáncer y el 97,5% de las normales.

Esto nos lleva a reflexionar sobre el increíble potencial que tienen los perros para contribuir al bienestar humano, no solo como compañeros leales que nos brindan amor, alegría y amistad, sino también como aliados en áreas cruciales para la salud y la ciencia. Su capacidad olfativa, que supera por mucho a la de los humanos, abre nuevas puertas hacia

enfoques innovadores, económicos y no invasivos para la detección temprana de enfermedades como el cáncer.

Este descubrimiento destaca la relación entre humanos y perros, reforzando la importancia de estudiar y aprovechar estas capacidades para beneficio mutuo. Además, resalta el papel de los perros en la vida de los humanos que no solo genera vínculos afectivos sino como herramientas de comunicación entre la biología humana y los avances tecnológicos.

Incorporar este análisis permite entender cómo su apoyo puede integrarse en estrategias de comunicación relacionadas con salud, desarrollo social y fortalecimiento del vínculo humano-perro.

Otra investigación relevante indica que, los perros pueden ayudar a estudiantes universitarios con el estrés, como lo indica un estudio de la Universidad Estatal de Washington en donde se hicieron diferentes pruebas con estudiantes, obteniendo que los estudiantes que participaron en sesiones de una hora con perros de terapia experimentaron mejoras en habilidades cognitivas esenciales para el éxito académico, como planificación, organización y atención (McNiff, 2021).

Además, un estudio realizado por la Universidad Complutense de Madrid implementó el programa “Compludog” en donde a 53 estudiantes se les hizo participar durante tres semanas en terapia con perros en un periodo previo a los exámenes. Los resultados mostraron una disminución alta en niveles de estrés y ansiedad, así como una mejora en el bienestar interpersonal de los participantes (Affinity, 2019).

Estos estudios nos ayudan a conocer los beneficios que la terapia asistida con perros en estudiantes universitarios ayuda a mitigar el estrés académico y promueve un ambiente más favorable de aprendizaje en entornos académicos

2.3 Los perros como miembros de la familia

En la actualidad, los perros han pasado de ser vistos como simples animales que nos cuidan la casa o nos dan compañía a ocupar un lugar en las familias, incluso con más frecuencia se escucha que las nuevas generaciones no desean tener hijos, por varias razones socioculturales que responden la coyuntura del mundo contemporáneo, como inflación, complejidad de acceder a una vivienda, entre otros.

Es por eso que muchas relaciones optan por adoptar un animal de compañía y convertirlo en un miembro importante de la familia. (Abril, 2019).

Es por esta razón que en Quito muchos espacios como centros comerciales, restaurantes, cafeterías, tiendas , entre otros lugares se han adaptado y han creado espacios pet friendly's. Con sus debidas normas a seguir, como las vacunas al día, el uso de arnés y la trailla.

“Según Quito Turismo, en la capital existen 39 lugares que admiten animales de compañía, entre hoteles, restaurantes y cafeterías.

Deborah Torres, de Vamosperros.com, explica que la situación en Quito sí ha cambiado en los últimos seis años, debido a que la gente se tornó más receptiva con los animales de compañía. “Se ha avanzado pero nos falta aún apostar por la cultura de respeto hacia la fauna urbana”, señala.

Para ella, el hecho de que se admita a perros en el transporte público ya es un gran paso, y destaca que hay sectores como La Floresta y Cumbayá que abarcan la mejor oferta ‘pet friendly’ de la ciudad” (Comercio, 2020).

Por otro lado, según un artículo los perros han pasado a ser incluidos como parte de las familias, lo que implica su reconocimiento como seres sintientes. Son capaces de "experimentar emociones complejas como la alegría, el miedo y la tristeza", lo que los posiciona como compañeros emocionales fundamentales en la vida cotidiana (González-Ruíz et al., 2021, p. 8). Esto no solo resalta sus capacidades cognitivas y afectivas, sino que resalta la importancia de tratarlos con respeto, empatía y cuidado.

El reconocimiento de los perros como parte integral de la familia conlleva implicaciones éticas y prácticas. Al considerarlos como "seres que sienten y padecen", se fomenta una convivencia basada en la empatía y la responsabilidad mutua (González-Ruíz et al., 2021, p. 9). Esto se traduce en mayores preocupaciones por su bienestar, como garantizar su acceso a una alimentación adecuada, cuidados médicos y un entorno emocionalmente seguro. Además, al incluirlos en las dinámicas familiares, se refuerzan valores como la lealtad y el amor incondicional, esenciales para fortalecer los lazos afectivos dentro del hogar.

También nos explica que cuando una familia toma la decisión de tener un animal de compañía, sus rutinas cambian en conjunto. Al tomar la decisión de tener un perro no siempre todos están de acuerdo, pero con el tiempo y viendo lo que conlleva, lo gratificante que es, se alegran de haber abierto su hogar, todas las rutinas cambian ya que tienen que adaptarse para poder cumplir con las necesidades que el animal de compañía tiene: pasear varias veces al día, ser alimentados, entre otras cosas (Armona Pérez, Zapata Puerta, & López Pulgarín, 2019).

El artículo destaca cómo esta relación va más allá de lo funcional y adquiere una dimensión simbólica: los perros son vistos como un "reflejo de los valores que las personas desean

proyectar", tales como la compasión y la conexión con otros seres vivos (González-Ruíz et al., 2021, p. 10). En este contexto, reconocer a los perros como seres sintientes y miembros de la familia no solo es un avance en términos de bienestar animal, sino también una evolución cultural que refuerza el vínculo humano-animal.

2.4 Concepto de perros como apoyo emocional en diferentes contextos

Como se ha mencionado anteriormente, en la vida cotidiana los perros ofrecen ayuda en diferentes ámbitos como lo es en lo emocional, al ofrecernos su compañía y consuelo, ayudando a las personas a aliviar sentimientos de soledad, tristeza, ansiedad y depresión. Su presencia constante y afectuosa ayuda a mejorar el bienestar en las personas, dando estabilidad. Además, la interacción diaria con un perro puede fomentar rutinas saludables, con paseos regulares, que benefician la salud mental y física de las personas.

Así mismo en el enfoque holístico, la terapia asistida con perros ha demostrado ser una herramienta terapéutica efectiva, especialmente cuando se utiliza como complemento a enfoques tradicionales como la terapia cognitiva- conceptual.

Estudios recientes recalcan que los perros como catalizadores terapéuticos, pueden facilitar el desarrollo de habilidades emocionales como la autoconciencia, la empatía y la regulación emocional, beneficiando a poblaciones vulnerables como adolescentes con problemas emocionales. Por ejemplo, investigaciones han mostrado que integrar perros de terapia en talleres diseñados para mejorar la inteligencia emocional ayuda a reducir niveles de estrés y ansiedad, además de fomentar la adherencia a los tratamientos (Ortiz Jiménez, Landero Hernández, & González Ramírez, 2012).

Aunque no siempre se observan diferencias significativas en comparación con intervenciones sin TAA, su capacidad para aumentar la motivación y generar un ambiente

de confianza resalta su valor como apoyo en terapias psicológicas, especialmente en contextos donde el bienestar emocional y la conexión interpersonal son prioritarios (Mejicano Silva & González-Ramírez, 2017).

En la actualidad existe una nueva idea de implementar espacios pet friendly en las oficinas, conociendo todos los beneficios que los perros ofrecen a las personas y más en un entorno donde se necesitan incentivos para ser productivos y disminuir el estrés.

Las oficinas con esta implementación pet friendly han demostrado una mejora en el bienestar de los empleados, reduciendo estrés y mejorando el entorno laboral.

Empresas grandes como Nestlé, Uber y Google son algunas de las que se han sumado a esta tendencia y han obtenido grandes resultados en el bienestar de sus colaboradores.

En España después de la pandemia la cantidad de perros en los hogares españoles aumentaron, incluso a sobrepasar la cantidad de niños menores de 15 años.

“Con tantos peludos en casa, surge la gran pregunta: ¿qué hacemos con ellos cuando volvemos a la oficina? Aquí es donde entra en juego el concepto de oficina *pet-friendly*, una idea que cada vez más empresas están adoptando para mejorar el bienestar de sus trabajadores... y también de sus animales”. (MUÑOZ, 2024)

Llevar a tu perro al trabajo no solo aporta bienestar personal, sino que también tiene un impacto positivo en todo el equipo. Según un estudio de la Washington State University, más del 90% de los empleados en oficinas que permiten perros afirman que su rendimiento mejora significativamente. Además, entornos que aceptan animales de compañía tienden a ser menos estresantes, con empleados que se ausentan menos y disfrutan de un ambiente más relajado. La presencia de un perro también fortalece las relaciones entre compañeros,

promoviendo la empatía y transformando el entorno laboral en un espacio más humano y colaborativo.

Los perros como apoyo emocional no sólo desempeñan un rol fundamental en la mejora del bienestar individual, sino que también representan una oportunidad significativa desde una perspectiva comunicacional. Su impacto positivo en la vida diaria, en terapias asistidas y en entornos laborales pet-friendly demuestra cómo la relación humano-animal puede ser un poderoso recurso para construir mensajes y campañas que fomenten la empatía, el entendimiento de la salud emocional.

Desde el enfoque de la comunicación organizacional y el desarrollo, la integración de estos elementos permite crear estrategias efectivas para sensibilizar a diferentes públicos, promover ambientes más inclusivos y posicionar la importancia del bienestar emocional en los diversos ámbitos de interacción humana. Esto evidencia cómo la comunicación puede ser un puente esencial para conectar a las personas con el impacto transformador que los perros pueden ofrecer en sus vidas.

Capítulo 3: Educomunicación como herramienta clave para fomentar la adopción y tenencia responsable de animales de compañía en Quito

3.1. Educomunicación

La educomunicación se originó en América Latina en los años 70 y se popularizó en las décadas siguientes. Es una combinación entre los campos de la educación y la comunicación, su objetivo es promover procesos de enseñanza- aprendizaje más participativos, críticos y transformadores (Coslado, 2012).

Su importancia radica en su capacidad para empoderar a las personas mediante el acceso a la información y el desarrollo de habilidades críticas para comprender y actuar en su entorno. Con educomunicación, no solo se forman individuos más conscientes, sino que también se puede crear espacios para el diálogo, la participación y la construcción colectiva de un mundo más justo y equitativo (Reyes, 2023).

El concepto de educomunicación fue propuesto por Mario Kaplún y Paulo Freires siendo los que comenzaron con el concepto de educación y comunicación.

Mario Kaplún fue un educador, radialista y escritor argentino cuya obra se centró en la comunicación educativa y participativa. Su enfoque sentó las bases para la educomunicación en América Latina, propuso una ruptura con los modelos tradicionales de enseñanza y comunicación.

Mario Kaplún, en su obra *Una pedagogía de la comunicación*, argumenta que la comunicación trasciende la transmisión de información, constituyéndose en un proceso educativo capaz de transformar realidades. En lugar de eso propuso un modelo de comunicación horizontal y participativa, donde los actores sean maestros de creadores de conocimientos. Este modelo tendría el objetivo de fomentar el diálogo y la interacción como medios de una construcción colectiva de aprendizaje.

Para Mario Kaplún la comunicación no solo fue un vehículo para transformar información, sino un proceso que educa y transforma. Para él la educación debía ser criticada y orientada al cambio social, que integre los intereses y las necesidades de las comunidades involucradas.

Así mismo, Kaplún veía a los medios de comunicación como herramientas fundamentales para la educación, si se usaban de manera crítica y reflexiva, sin ser utilizados como instrumentos de manipulación, sino espacios para el aprendizaje, el empoderamiento y la participación social.

Mario también contribuyó con el desarrollo de la comunicación popular, empoderando a las comunidades para que sean protagonistas de su propio desarrollo, este modelo busca dar voz a quienes tradicionalmente han sido marginados, promoviendo su participación activa en los procesos de enseñanza y aprendizaje (Kaplún, 1998).

Por otro lado, Paulo Freire, destacado pedagogo y educador brasileño, desarrolló la teoría conocida como la *Pedagogía del Oprimido*, la cual ha sido una influencia fundamental en la educación crítica y participativa. Su obra plantea que la educación debe ser un proceso de diálogo y reflexión crítica que empodere a los estudiantes para tomar conciencia de su realidad social, económica y política, un concepto que denominó concientización.

Freire al igual que Kaplún criticó el modelo donde los estudiantes son tratados como objetos pasivos de conocimiento, y propuso una educación problematizadora, en la que educadores y educandos construyan conocimiento de manera conjunta. Su enfoque basado en el respeto mutuo y la praxis (reflexión y acción), establece las bases para una educación transformadora que busca no solo interpretar el mundo, sino también cambiarlo. "La educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo" (*Pedagogía del Oprimido*, Paulo Freire).

La educomunicación, al integrar procesos educativos y comunicativos, se posiciona como una herramienta poderosa para abordar problemáticas sociales complejas, como la tenencia responsable de animales de compañía en Quito. Este enfoque combina el aprendizaje crítico y la interacción participativa, generando espacios de diálogo donde las personas no solo reciben información, sino que también reflexionan y se comprometen activamente con el bienestar animal. En este contexto, la empatía se convierte en un eje central, ya que permite a los individuos comprender las necesidades y emociones de los animales, promoviendo un cambio conductual basado en el respeto y el cuidado. A través de estrategias educomunicativas, como campañas de sensibilización, talleres participativos y materiales educativos, es posible desarrollar una conciencia colectiva sobre la importancia de la adopción y la tenencia responsable, contribuyendo a la reducción del abandono y al fortalecimiento de los lazos entre las personas y los animales. Así, la educomunicación no solo educa, sino que también transforma actitudes y comportamientos, fomentando una convivencia más armónica entre humanos y animales.

Por otro lado, al comunicar información valiosa, es posible educar a la comunidad sobre conceptos que quizás se desconocía. Por ejemplo, al hablar de los animales de compañía, muchas personas los llaman "mascotas". Algunos estudios sugieren que el uso de "animal de compañía" enfatiza el vínculo afectivo y la reciprocidad en la relación humano-animal, mientras que "mascota" podría implicar una visión más instrumental. Por ejemplo, investigaciones en antropología han promovido el término "animal de compañía" para

destacar la conexión psicológica y la relación mutua entre humanos y animales (Videla & Olarte, 2015).

Además, se ha observado que el uso de uno u otro término denota aspectos sobre la manera de pensar a los animales, donde "mascota" tiende a despertar descontento en ciertos contextos por remitir a cierta instrumentalidad desafectivizada, mientras que "animal de compañía" goza de mayor popularidad y aceptación por ubicar a los animales en un terreno más familiar (Videla, 2022).

Estas diferencias terminológicas pueden influir en la forma en que las personas perciben y tratan a sus animales, afectando prácticas de cuidado y responsabilidad hacia ellos.

3.2. Educomunicación y la creación de entornos pet-friendly

En los últimos años una nueva tendencia tomó fuerza, en donde se buscaba incluir espacios donde las personas puedan interactuar con sus animales de compañía, se conoce como pet friendly (mascota amigable), como su nombre lo dice significa que negocios o establecimientos comerciales que se alineen y compartan esta filosofía permitan el ingreso de personas con sus animales domésticos y que recibirán un trato adecuado. Esta tendencia surgió en Estados Unidos, en ciudades como San Francisco y Portland, y gracias a numerosos colectivos y medios de comunicación se extendió por todo el mundo (Biodog, 2019).

Hoy en día, el ritmo de vida de las personas lleva a pasar largas horas fuera de casa debido al trabajo y otras responsabilidades. Cuando llega el fin de semana, el deseo de compartir tiempo de calidad con los animales domésticos se enfrenta a diversas limitaciones. Muchos

establecimientos públicos y comerciales no permitían su ingreso, obligando a sus dueños a dejarlos en casa.

Sin embargo, esta realidad ha cambiado significativamente en los últimos años, ya que el concepto de espacios *pet-friendly* ha ganado popularidad. Cada vez más lugares permiten la entrada de animales domésticos, respondiendo a la creciente demanda de personas que desean compartir más momentos con sus perros.

Este cambio no solo beneficia a los animales, al brindarles mayor interacción y compañía, sino también a las personas, al fortalecer el vínculo con sus compañeros peludos. Quito, al igual que otras ciudades, está adoptando esta tendencia, impulsando un ambiente más inclusivo y promoviendo la tenencia responsable (El Comercio, 2022).

La educomunicación se posiciona como una herramienta clave para fomentar la creación y aceptación de entornos *pet-friendly* en la sociedad. A través de un enfoque que integra educación y comunicación, es posible sensibilizar y formar a la población sobre las buenas prácticas necesarias para garantizar el bienestar de los animales y la convivencia armoniosa en espacios públicos y privados. Además de ayudarnos a conocer los beneficios que tiene esta nueva tendencia para las personas y sus animales. Como una gran iniciativa, propuesta en Colombia “Petdhoot” que han utilizado estrategias educomunicativas para contrarrestar el maltrato y abandono animal, promoviendo la tenencia responsable y la inclusión de animales de compañía en diversos entornos (Madero et al., 2020).

Así mismo con la educomunicación se puede promover no sólo la aceptación de los animales en espacios públicos, sino también prácticas responsables que garanticen su

bienestar. Como es el caso de algunas universidades en Colombia que han implementado políticas pet friendly, permitiendo la presencia de animales de compañía en sus campus y promoviendo el bienestar mental y físico de estudiantes y personal.

“En Colombia, varias universidades han implementado medidas para permitir la presencia de mascotas en sus campus. La Universidad de Antioquia ha establecido un protocolo que permite a las personas en tratamiento psicológico o psiquiátrico estar acompañadas por sus perros.

Por su parte, la Universidad EAFIT ha destinado espacios abiertos en su campus para que las mascotas puedan disfrutar de ellos, proporcionando comodidades como bebederos, dispensadores de bolsas y basureros. Además, en Bogotá, las universidades de Los Andes y del Bosque, así como la Universidad Autónoma de Manizales y la ICESI de Cali, también han comenzado a permitir la entrada de perros para promover el bienestar mental y físico de sus estudiantes y personal” (Vargas, 2024).

A través de campañas educativas y comunicativas, es posible sensibilizar a las personas sobre la importancia de incluir a los animales en diferentes entornos, mostrando cómo estos espacios no solo benefician a los animales de compañía, sino también a sus dueños y a la comunidad en general. Además, la educomunicación puede abordar prejuicios y miedos comunes hacia los animales mediante estrategias como talleres, charlas y materiales informativos que fomenten la empatía y la convivencia respetuosa.

3.3. Educomunicación y la visibilidad de la problemática del maltrato animal

Los animales de compañía tienen un rol importante en la sociedad hoy en día, como lo evidencian las cifras de su convivencia en los hogares.

En Estados Unidos un 70% de los hogares poseen un animal doméstico (Mordor Intelligence, 2024). En Europa 38% de los hogares tiene animales de compañía lo que supone que unos 85 millones de familias disfrutan de la convivencia de estos, según los últimos datos publicados por la European Pet Food Industry Federation (FEDIAF).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en Ecuador, el 58,3% de las familias convive con animales de compañía, aquello se traduce en dos perros y 1,7 gatos por cada uno de esos hogares (El Comercio, 2024).

Con esta información se puede ver la gran presencia de animales de compañía en los hogares de las personas y prestar atención a las influencias que estos animales ejercen en nuestra sociedad.

Existen varias teorías sobre la interacción humano- animal como es la teoría de la biofilia definida por Edward O. Wilson como una afinidad del ser humano, hacia la vida y los seres vivos. Según él, esta conexión profunda con la naturaleza forma parte de nuestras necesidades fundamentales para alcanzar el bienestar físico y emocional. Por otro lado, para el psicólogo Erich Fromm la biofilia se refiere al amor a la vida. Lo que implica una conexión natural con la vida que fomenta cuidado, creatividad y bienestar, siendo clave para la salud mental (Arrimada, 2022).

De igual manera existe la teoría del sistema de apego, que fue desarrollada por el psicólogo John Bowlby (1969- 1980) que planteó que los seres humanos poseen una inclinación natural a buscar cercanía y conexión con sus figuras de apego, especialmente en situaciones de estrés o amenazas (Torres, 2023).

También es un modelo basado en la tendencia del ser humano al antropomorfismo que consiste en dar características o rasgos humanos a objetos, animales o plantas, a entidades que no son humanas.

“El propósito de esta proyección es dar tranquilidad y seguridad, lo desconocido o distinto nos puede crear inseguridad o temor. Asimismo, los rasgos humanos captan más nuestra atención, percibiéndolos más cercanos. Vemos la aplicación del antropomorfismo en distintos ámbitos como en los animales; en la religión, para describir los dioses; en la representación de extraterrestres; en la construcción de robots o en la explicación de fenómenos meteorológicos” (Sánchez, 2022).

Las teorías antes analizadas nos permiten comprender por qué las personas desarrollan afinidad por los animales de compañía y cómo estos se han integrado en los hogares de manera significativa.

Pero a pesar de los numerosos beneficios que los animales de compañía aportan a la sociedad, la falta de tenencia responsable puede derivar en situaciones de maltrato animal.

“Esta crueldad puede ser por maltrato por acción, como en los estudios en familias con historial de violencia doméstica donde se demuestra que el animal de compañía se convierte en una víctima más (McPhedran 2009; McEwen, Moffitt, and

Arseneault 2014) o como los estudios en que se relaciona la violencia hacia los animales con la violencia hacia las personas, es decir, que aquellas personas con tendencia a ser crueles con los animales tienen una alta probabilidad de mostrar violencia hacia otras personas (Henry 2004; Ascione et al. 2007; Louise Petersen and Farrington 2007; Vaughn et al 2009)” (Soler, 2017).

En Quito, la Unidad de Bienestar Animal (UBA) ha implementado campañas para prevenir el maltrato animal, destacando la interrelación con la violencia de género. Según la UBA, la violencia hacia los animales de compañía puede ser una forma de manipulación y coerción en contextos de violencia doméstica, afectando tanto a las víctimas humanas como a los animales.

Estas iniciativas buscan sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de una tenencia responsable y el respeto hacia los animales, promoviendo comunidades más seguras y solidarias (Quito Informa, 2024).

Con la ayuda de la educomunicación, es posible alcanzar a un mayor número de personas para concientizar sobre esta problemática, fomentando empatía y sensibilidad hacia los animales de compañía. Este enfoque busca reducir los casos de maltrato animal al transmitir un mensaje claro: los animales son seres sintientes que sufren y pueden quedar con secuelas emocionales debido al maltrato, al igual que los humanos. A través de estrategias educomunicativas, se pueden promover valores de respeto y responsabilidad, logrando un impacto significativo en la forma en que la sociedad percibe y trata a los

animales. Esto no solo contribuye a disminuir el maltrato, sino que también refuerza la importancia de convivir en armonía con todos los seres vivos.

3.4. Estrategias persuasivas en educomunicación para fomentar la adopción de perros callejeros

La educomunicación tiene el potencial de crear conciencia y educar a las personas sobre la realidad detrás de la mentalidad tradicional que muchos tienen acerca de los animales de compañía. En Quito, se ha identificado una problemática significativa relacionada con los animales domésticos, reflejada en una alta población de perros callejeros que sufren maltrato, abandono y condiciones de vida precarias. (Primicias, 2024).

Además, muchos perros que viven en hogares no reciben el cuidado adecuado, ya que sus dueños desconocen lo que implica realmente la tenencia responsable.

Por esta razón, es fundamental implementar estrategias de educomunicación que informen y sensibilicen a la población sobre los beneficios y responsabilidades de tener un perro. Es necesario destacar los aspectos positivos de esta relación, como el impacto en la salud mental, el amor incondicional que los perros brindan, y los beneficios mutuos que surgen de una convivencia basada en respeto.

Al mismo tiempo, es crucial recalcar que tener un perro no debe verse como una decisión impulsiva o un simple regalo, sino como un compromiso de vida que implica dedicación, tiempo y esfuerzo. Los perros, al igual que los humanos, son seres sintientes que pueden experimentar emociones y problemas de bienestar si no se les cuida adecuadamente.

La adopción y la tenencia responsable de animales domésticos pueden promoverse de manera efectiva a través de estrategias de educomunicación y persuasión que eduquen a la sociedad sobre el verdadero significado de cuidar a un perro. Estas estrategias deben enfocarse en inculcar desde la infancia valores como el respeto, la empatía y la responsabilidad hacia los animales.

Actividades prácticas, como visitas a refugios de animales o el contacto directo con perros, permiten que niños comprendan que los perros no son juguetes, sino seres vivos que requieren cuidado y compromiso. Asimismo, herramientas persuasivas como cuentos, juegos y campañas visuales que narran historias de adopción tienen el poder de generar empatía y concienciar a las personas sobre los impactos del abandono.

Estas acciones no solo fomentan la adopción como un acto de amor y responsabilidad, sino que también contribuyen a educar a las futuras generaciones para construir una sociedad que valore y respete la vida animal.

Un gran ejemplo son Países Bajos que se ha convertido en un referente mundial al erradicar la presencia de perros callejeros mediante una combinación de estrategias centradas en la educomunicación. El gobierno implementó campañas masivas de esterilización gratuitas para controlar la población canina, además de iniciativas educativas dirigidas a sensibilizar a la población sobre la importancia de la tenencia responsable.

Según Excélsior (2020), estas campañas se apoyaron en mensajes persuasivos que destacaban los beneficios de la adopción y reforzaban valores como la empatía y la responsabilidad hacia los animales. Además, se promulgaron leyes estrictas contra el

abandono y el maltrato animal, estableciendo sanciones de hasta tres años de cárcel y multas superiores a 17,000 dólares para los infractores. Se complementa con impuestos elevados sobre la compra de perros de raza, desincentivando esta práctica y promoviendo la adopción de perros rescatados. Gracias a estos esfuerzos, el 90% de los hogares neerlandeses adoptaron un perro, demostrando que la educomunicación, combinada con políticas públicas efectivas, puede transformar la percepción y el comportamiento social hacia los animales, logrando un entorno libre de perros callejeros (Excélsior, 2020).

Capítulo 4: Campaña de comunicación “Cuidándonos” aprende y cambia vidas.

4.1 Presentación de la campaña

La campaña educomunicativa “Cuidándonos, aprende y cambia vidas” fue una estrategia diseñada para educar a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito sobre el vínculo humano-animal y los beneficios emocionales y psicológicos que los animales de compañía pueden brindar. Además, buscó generar conciencia sobre la responsabilidad que implica convivir con un ser sintiente, promoviendo la adopción responsable y la elección de un animal acorde al estilo de vida de cada persona, como parte fundamental del bienestar animal.

Esta propuesta surgió como respuesta a dos problemáticas clave en la ciudad: la creciente preocupación por la salud mental de la población y la situación de abandono y maltrato que afecta a miles de animales en las calles. Según la Primera Encuesta Distrital de Salud Mental (Municipio de Quito y Fundación Tandem, 2023), el 24,7% de los habitantes reconoce tener algún problema de salud mental, lo que evidencia la necesidad de buscar

alternativas que contribuyan a mejorar el bienestar emocional. En este contexto, diversos estudios destacan que la convivencia con animales de compañía puede ayudar a reducir el estrés, la ansiedad y la sensación de soledad, aportando a una mejor calidad de vida.

Por otro lado, la Unidad de Bienestar Animal del Municipio de Quito (2023) estima que en la ciudad hay alrededor de 97.000 perros en situación de calle, lo que equivale a un perro por cada 19 habitantes. Esta realidad refleja un problema social urgente que debe ser abordado desde la educación y la comunicación, promoviendo la tenencia responsable y la reducción del abandono. En este sentido, la campaña “Cuidándonos” se planteó como una estrategia integral que buscó fortalecer el conocimiento y la sensibilidad de la ciudadanía sobre el papel de los animales de compañía y su impacto positivo en el bienestar emocional y social de las personas.

La importancia de esta campaña radicó en su capacidad para visibilizar, a través de estrategias comunicacionales, el rol positivo que cumplen los animales de compañía en la vida humana, especialmente en el contexto de las problemáticas sociales y de salud mental que enfrenta Quito. La propuesta se fundamentó en la necesidad de sensibilizar a la ciudadanía, generar conciencia crítica y motivar acciones concretas que promuevan la adopción responsable y el bienestar animal. Desde el ámbito académico, esta campaña representó una contribución significativa al estudio y aplicación de la comunicación para el cambio social, integrando herramientas teóricas y prácticas que demuestran el potencial transformador de la educomunicación en la resolución de problemas reales.

La campaña se alineó con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N.º 3: Salud y Bienestar, el cual busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todas las personas, en

todas las edades. La propuesta evidenció cómo la interacción y el vínculo con animales de compañía puede contribuir al bienestar emocional y mental, reduciendo el estrés, la ansiedad y la soledad en la población. Además, promovió una convivencia responsable con los animales, como parte de una cultura de cuidado y respeto por la vida, lo que también aporta al desarrollo sostenible de las comunidades.

El enfoque social de “Cuidándonos” se centró en educar y sensibilizar a la ciudadanía sobre los beneficios emocionales de los animales de compañía y la importancia de reconocerlos como seres sintientes que requieren cuidados, atención y responsabilidad. La campaña promovió la adopción responsable como una alternativa ética al abandono y al comercio indiscriminado de animales, destacando que la tenencia responsable comienza por elegir un animal acorde al estilo de vida de cada persona. La causa que motivó esta iniciativa fue reducir el abandono y maltrato animal en Quito, a través de un proceso educativo que permita a las personas tomar decisiones informadas y responsables, fortaleciendo así el bienestar tanto animal como humano.

La campaña se desarrolló bajo un enfoque de comunicación social para el cambio de comportamiento, que concibe la comunicación como un proceso bidireccional y participativo que va más allá de la simple transmisión de información. Este enfoque busca generar diálogo, reflexión y acción en la comunidad, promoviendo el involucramiento activo de las personas en la construcción de soluciones colectivas. Se aplicaron estrategias de educomunicación, combinando contenidos informativos con recursos emocionales y

narrativos basados en el storytelling, con el objetivo de conectar con las audiencias de manera significativa y motivar el compromiso ciudadano.

La implementación de la campaña se llevó a cabo mediante el uso de canales digitales, medios de comunicación capacitaciones presenciales y actividades comunitarias que permitieron llegar a distintos públicos y generar un impacto tangible en la comunidad. Finalmente, se promovió el compromiso individual y colectivo, invitando a las personas a convertirse en agentes de cambio en sus entornos más cercanos barrios, colegios, familias, bajo la premisa de que el bienestar humano y el bienestar animal están profundamente interconectados.

4.2 Metodología de investigación cualitativa

La metodología empleada para el desarrollo de esta campaña fue de carácter cualitativo, con el objetivo de comprender las percepciones, creencias y actitudes de la comunidad sobre la tenencia responsable de animales de compañía y su relación con el bienestar emocional. La propuesta se sustentó en una revisión teórica que permitió analizar el vínculo humano-animal desde una perspectiva comunicacional y contextual, integrando hallazgos científicos recientes que respaldan los beneficios de esta relación.

Entre los principales aportes teóricos se encuentra la Teoría del Vínculo Humano-Animal de Purewal et al. (2020), que explica cómo la relación entre humanos y perros genera apego, contribuyendo al bienestar emocional y psicológico de las personas. Esta teoría resalta la importancia de este vínculo como una herramienta para mejorar la salud mental,

especialmente en contextos urbanos donde el estrés y la soledad son cada vez más frecuentes.

Otro aporte relevante es la Teoría del Soporte Emocional No Humano, presentada por Hall et al. (2021), quienes demostraron que durante y después de la pandemia de COVID-19 los animales de compañía ofrecieron apoyo emocional significativo a millones de personas.

Este hallazgo se complementa con los estudios de Crossman et al. (2022), quienes afirman que la convivencia con animales incrementa la satisfacción emocional y brinda compañía en momentos de crisis o aislamiento.

A estas evidencias se suma el estudio de Allen et al. (2023), que mostró cómo el contacto con animales activa circuitos cerebrales relacionados con la recompensa emocional y la reducción del estrés, reforzando la importancia de promover estos vínculos en ciudades como Quito. De igual forma, Fine y Beck (2020) destacan que la Terapia Asistida por Animales ha demostrado ser eficaz para disminuir síntomas de ansiedad y depresión, lo que subraya la necesidad de fomentar alternativas accesibles de bienestar emocional.

Como parte del trabajo de campo, se realizaron entrevistas a expertos y un grupo focal con tutores de animales de compañía. Una de las voces consultadas fue la de Karina Guerrero, especialista etóloga de la Unidad de Bienestar Animal (UBA) de Quito, quien destacó que las acciones más urgentes para enfrentar la problemática de los perros en situación de calle son la educación ciudadana y la esterilización masiva. Señaló la importancia de sensibilizar a la comunidad sobre la responsabilidad que implica tener un animal y la necesidad de mantenerlo dentro del hogar, vacunado, esterilizado y bajo un cuidado adecuado.

Guerrero también subrayó el rol emocional y terapéutico que los animales de compañía ofrecen a las personas, especialmente en casos de depresión o ansiedad, compartiendo

experiencias reales de adopciones que transformaron vidas. Recalcó que las campañas deben promover la adopción responsable con un enfoque emocional, ayudando a las personas a elegir al animal adecuado según su estilo de vida. Finalmente, enfatizó la necesidad de socializar las ordenanzas municipales, para que la ciudadanía conozca sus obligaciones y las sanciones por maltrato animal.

A su vez, el Dr. Leonardo Arias, médico veterinario y rescatista, advirtió sobre los riesgos del rescate irresponsable y la acumulación de animales en condiciones inadecuadas.

Enfatizó que un verdadero rescatista es quien encuentra un hogar responsable para cada animal. Además, alertó sobre el abandono de perros con problemas de conducta o salud, problema que, según él, solo puede solucionarse mediante campañas masivas y sostenidas de educación y esterilización. Subrayó también la necesidad de regulaciones estrictas y sanciones económicas para tutores irresponsables, y de incluir el bienestar animal en la educación escolar.

Por su parte, Pedro Torres, administrador de PAE Alangasí, destacó que la violencia está en la raíz de muchos problemas sociales, incluido el maltrato animal, advirtiendo que quienes son crueles con los animales pueden también ejercer violencia contra otros seres humanos.

Resaltó que los animales de compañía necesitan mucho más que un espacio físico; requieren estimulación mental, auditiva y paseos que les permitan explorar. También enfatizó la falta de políticas públicas efectivas y la importancia de promover el trato respetuoso y responsable hacia los animales.

Otra perspectiva la aportó Gabriela Gangotena, psicóloga holística, quien afirmó que ha recomendado tener un animal de compañía a personas que atraviesan situaciones emocionales difíciles, como rupturas o duelos. Sin embargo, advirtió que esta decisión debe

tomarse con responsabilidad, recordando que no es una moda o una solución temporal, sino un compromiso de vida que exige cuidado y dedicación constante.

Finalmente, el grupo focal con tutores de animales de compañía permitió evidenciar que la tenencia responsable va más allá de brindar un hogar, ya que también implica atender las necesidades físicas y emocionales de los animales. Los participantes compartieron cómo sus perros contribuyen a su bienestar mental, ayudándolos a enfrentar la ansiedad, la depresión y el estrés. Asimismo, identificaron la falta de educación y regulación como causas del abandono y señalaron que los centros de rescate no son una solución definitiva. A pesar del aumento de espacios pet-friendly, estos aún presentan deficiencias, lo que refuerza la necesidad de impulsar mayor educación, concienciación y normativas más estrictas para mejorar la calidad de vida de los animales y promover una convivencia responsable en la ciudad.

4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña

El nombre de la campaña fue “Cuidandonos” aprende y cambia vidas, el concepto de la campaña fue Campaña educomunicativa que sensibiliza sobre el valor emocional de los animales de compañía y promueve su cuidado responsable en la comunidad.

El logo tipo fue la figura de una niña con su perro, y el nombre de la campaña Cuidándonos que refleja el cuidado mutuo que las personas y los animales se pueden brindar. Los colores fueron rosado y morado, alegres vivos y llamativos que comunicaban un llamado a la acción.



4.3.1 Mapa de públicos y aliados estratégicos

La campaña identificó como públicos principales a estudiantes de secundaria, quienes fueron parte fundamental de las actividades educativas y de sensibilización, ya que desde su rol como jóvenes pueden convertirse en agentes de cambio en sus entornos familiares y comunitarios. Además, se consideró como público clave a las fundaciones y organizaciones dedicadas al bienestar animal, así como a los tutores de animales de compañía y al público en general, quienes fueron convocados a participar en las diferentes acciones digitales y presenciales de la campaña.

En cuanto a los aliados estratégicos, uno de los principales fue la Fundación Amigos de Isabella, organización con más de diez años de experiencia en el rescate y cuidado de animales abandonados. Esta fundación, que actualmente alberga alrededor de 135 perros y 20 gatos en espera de ser adoptados, fue la beneficiaria del alimento recaudado en la PERRUN 5K, gracias a su reconocida trayectoria y a su gestión responsable en el cuidado de los animales.

Otro aliado clave fue la Unidad de Bienestar Animal (UBA) del Municipio de Quito, quienes participaron activamente en el evento con un stand de concientización y adopción responsable, y además facilitaron uno de los permisos necesarios para la realización de la

carrera en el espacio público. Su presencia en el evento fortaleció el mensaje de la campaña y permitió a los asistentes conocer las ordenanzas vigentes y las acciones que realiza esta entidad en la ciudad.

4.3.2 Planificación de la campaña

La campaña "Cuidándonos" se planificó en cuatro fases que permitieron su desarrollo y ejecución. La primera fue la fase de diagnóstico, en la que se realizó una revisión teórica, entrevistas a expertos y un grupo focal con tutores de animales de compañía. Esto permitió identificar las percepciones ciudadanas sobre la tenencia responsable y el bienestar emocional que generan los animales. La segunda fase correspondió al diseño de la propuesta comunicacional, donde se definieron los objetivos, estrategias y tácticas, seleccionando medios digitales y espacios comunitarios para llegar a la audiencia. La tercera fase fue la ejecución, que combinó acciones digitales y presenciales.

Se crearon contenidos informativos y emocionales en redes sociales, se impartieron charlas en instituciones educativas y se organizó la PERRUN 5K, una carrera familiar y pet-friendly que reunió a cientos de personas con sus animales de compañía para fortalecer el mensaje de la campaña. Este evento permitió sensibilizar de manera masiva sobre la importancia del cuidado emocional y físico de los animales, posicionando la adopción y la tenencia responsable como acciones necesarias para el bienestar animal. Finalmente, en la cuarta fase se realizó la evaluación del impacto, a partir del análisis de la participación ciudadana, el alcance digital y los testimonios recopilados durante las actividades.

4.3.3 Planificación digital de la campaña

En la campaña "Cuidándonos", las redes sociales fueron el principal medio para difundir el mensaje y llegar a más personas, ya que permitió conectar de forma masiva, directa y

segmentada con diferentes públicos. Por eso, se decidió dar enfoque en Instagram, porque es una plataforma muy usada por jóvenes y adultos en Quito y, además, permite compartir contenido visual que puede ser educativo, emocional y fácil de entender.

La planificación digital de la campaña se basó en tres tipos de contenido: educativo, emocional y participativo. En lo educativo, se compartió información sobre la tenencia responsable, las ordenanzas municipales y los beneficios emocionales de tener un animal de compañía. En lo emocional, contamos testimonios reales de personas que han mejorado su salud mental gracias a sus animales de compañía, buscando que otros se sientan identificados. Finalmente, en lo participativo, invitamos a las personas a asistir al evento de la campaña que fue la PERRUN 5K, una carrera para compartir en familia con sus animales de compañía.

La imagen de la campaña fue pensada para que sea clara, amigable y cercana. Usamos colores vivos, una tipografía fácil de leer y fotos reales de personas y animales para que la gente se sienta identificada. También incluimos ilustraciones y recursos visuales que ayudaron a explicar mejor los mensajes. Cada publicación tenía un llamado a la acción, como dejar un comentario, compartir o inscribirse en las actividades. Además, aprovechamos los reels y las historias para lograr más alcance e interacción.

Finalmente, aquí se muestra una de las gráficas que usamos en la campaña, la cual fue creada por mí utilizando recursos propios y herramientas disponibles en Canva, que permite usar elementos libres de derechos para este tipo de proyectos.



4.3.4 Ejecución de la campaña, resultados e impactos

La campaña combinó acciones digitales, educativas y comunitarias que permitieron alcanzar a distintos públicos. Desde las redes sociales, se desarrollaron publicaciones, reels y contenidos emocionales y educativos en Instagram, plataforma donde la campaña logró alcanzar 174 seguidores, obtener más de 17.000 visualizaciones y llegar a 2.300 cuentas. Estos resultados permitieron difundir el mensaje de la tenencia responsable y la importancia del bienestar emocional que los animales de compañía aportan a las personas.

Uno de los principales logros de la campaña fue la organización de la PERRUN 5K, un evento realizado en el parque Chaquiñán, que se concretó luego de gestionar y obtener los cuatro permisos necesarios para su ejecución. El evento logró convocar a 60 personas inscritas oficialmente, y en total reunió a 150 asistentes entre corredores, acompañantes y familias. Además, como parte de su impacto social, se recolectaron 130 kg de alimento para los perros de la Fundación Amigos de Isabella.

La carrera contó con el respaldo de más de 11 marcas auspiciantes, entre ellas Umbrella, que donó 10 bloqueadores solares valorados en 25 dólares cada uno; Zeus Yogurt Griego, que entregó yogures a todos los participantes; Gigwi, que aportó los premios para los

ganadores; y Ducales, que obsequió galletas a todos los asistentes. También se sumaron Agua Splendor, Doge, Poema, Zoetis, Premier Pet y otras marcas que apoyaron con premios y productos para los participantes.

Entre los impactos más destacados se encuentran las felicitaciones y reacciones positivas de los asistentes, quienes valoraron la iniciativa y expresaron su deseo de que la carrera se repita en futuras ediciones. Además, el evento dejó un mensaje positivo en la comunidad, reforzando la importancia de la adopción, el cuidado responsable y el vínculo emocional con los animales de compañía. La campaña logró posicionarse como un ejemplo de cómo la comunicación puede movilizar a la ciudadanía hacia una convivencia más empática y responsable con los animales.

4.3.5 Gestión de medios de comunicación y relaciones públicas

Como parte de la estrategia de difusión y relaciones públicas, se gestionó la presencia de la campaña "Cuidándonos" en diversos medios de comunicación locales. En total, se logró participar en cinco espacios radiales, entre ellos una radio comunitaria y Majestad FM, donde se compartió el propósito de la campaña y se invitó a la ciudadanía a ser parte del evento central, la PERRUN 5K.

Además, la campaña recibió una propuesta de Radio La M3G4, que ofreció un espacio semanal los jueves para continuar generando conciencia sobre el bienestar animal. Este espacio permitió plantear la idea de invitar expertos y organizaciones aliadas para mantener el tema en la conversación pública, fortaleciendo la continuidad del mensaje más allá del evento puntual.

También se logró la participación en Radio Pichincha y Retumba 100.9 FM, donde se expuso el mensaje de la campaña, destacando la importancia de la tenencia responsable, el

impacto emocional de los animales de compañía y la necesidad de fomentar la adopción responsable en Quito.

Para facilitar el acceso a la información y captar el interés de los medios, se elaboró un boletín de prensa titulado *"97.000 perros sin hogar en Quito, 97.000 razones para actuar"*, que fue enviado a periodistas y productores radiales. Este boletín permitió contextualizar la problemática con datos reales y motivar a los medios a sumarse como aliados en la difusión del mensaje.

La participación en estos espacios permitió amplificar el alcance de la campaña, llegar a nuevas audiencias y establecer vínculos con medios interesados en continuar promoviendo el bienestar animal como un tema de interés público y social.

4.3.6 Logros no esperados de la campaña.

Entre los logros no planificados que se alcanzaron durante la campaña "Cuidándonos" se destaca la gran acogida que tuvo el evento PERRUN 5K, superando las expectativas de participación y generando el interés de los asistentes en que se realicen futuras ediciones. Además, gracias al evento, se lograron recolectar 130 kilogramos de alimento para los perros rescatados de la Fundación Amigos de Isabella, una meta que no se había planteado originalmente como objetivo principal, pero que representó un impacto positivo y concreto. Otro logro inesperado fue el interés de varios emprendimientos y marcas locales por sumarse al evento como auspiciantes, aportando productos y premios para los participantes. Esto fortaleció la red de aliados y abrió la posibilidad de establecer relaciones a futuro para próximas actividades.

Finalmente, la campaña generó el interés de medios de comunicación que no estaban contemplados inicialmente, como Majestad Fm y Radio Comunitaria, quienes extendieron

invitaciones para continuar difundiendo el mensaje y generar nuevos espacios de conversación sobre bienestar animal, demostrando que la comunicación logró trascender más allá de la campaña puntual.

4.4 Conclusiones

La presente investigación permitió evidenciar que los perros son mucho más que animales de compañía; son aliados emocionales que contribuyen a mejorar la salud mental, fortalecer la empatía y generar vínculos positivos entre las personas. Sin embargo, esta realidad convive con un problema grave en ciudades como Quito: la sobrepoblación y el abandono, producto de la falta de educación y del débil cumplimiento de las políticas públicas.

Esta campaña demostró que la comunicación puede ser una herramienta efectiva para transformar esta realidad. La combinación de educación, activaciones comunitarias y presencia en medios y redes sociales permitió llevar el mensaje a distintos públicos, logrando sensibilizar y movilizar a la ciudadanía. Acciones como la Perrun 5K mostraron que los eventos vivenciales generan un mayor impacto, fortalecen el compromiso y dejan huellas positivas en las personas.

Además, se comprobó que las alianzas con marcas, fundaciones y medios potencian el alcance y la legitimidad de las iniciativas sociales, mientras que el uso de estrategias emocionales en la comunicación facilita la conexión y el cambio de actitudes. La experiencia confirma que la educación, la participación ciudadana y la comunicación continua son claves para promover la adopción responsable, el respeto y el bienestar de los animales de compañía.

Este trabajo sienta las bases para seguir impulsando acciones que permitan construir una ciudad más consciente y responsable, donde los perros sean reconocidos no solo como compañeros, sino como parte esencial del bienestar y la salud emocional de las personas.

Referencias

- Agencia Metropolitana de Control (AMC). (2023). Controles por la venta de mascotas durante Navidad en Quito. “El Comercio”.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/controles-venta-mascotas-navidad-quito.html>
- American Kennel Club. (2021). Basic dog care. <https://www.akc.org/expert-advice/health/basic-dog-care/>
- American Society for the Prevention of Cruelty to Animals. (2021). General dog care.
<https://www.asPCA.org/pet-care/dog-care/general-dog-care>
- American Veterinary Medical Association. (2020). Vaccination recommendations.
<https://www.avma.org/resources-tools/pet-owners/petcare/vaccination-your-pet>
- Animal Legal & Historical Center. (2023). Germany's constitutional inclusion of animal welfare. Recuperado de Animal Legal & Historical Center.
- Affinity, F. (09 de diciembre de 2019). Obtenido de https://www.fundacion-affinity.org/blog/perros-de-terapia-y-estres-academico?utm_source
- Arana, M. (2021, agosto 5). “Diferencias entre lobos y perros”. ExpertoAnimal.
<https://www.expertoanimal.com/diferencias-entre-lobos-y-perros-22423.html>
- Arredondo Madero, D. M., Jiménez García, A. C., Medina Lozano, S., & Vega Lozano, V.

- (2020). Petshoot como propuesta educomunicativa para contrarrestar el maltrato y abandono animal [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11634/28569>
- Arrimada, M. (2022, 11 de febrero). Obtenido de <https://psicologiaymente.com/psicologia/biofilia>
- Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía. (2019, 8 de julio). Más de 85 millones de hogares europeos conviven con animales de compañía. Recuperado de https://www.anfaac.org/anfaac/noticias/mas-de-85-millones-de-hogares-europeos-conviven-con-animales-de-compania_1012_14_674_0_1_in.html
- Biodog (2019). Obtenido de Biodog: <https://biodog.es/que-significa-pet-friendly-unete-a-la-nueva-tendencia/>
- California, C. (27 de Octubre de 2023). LinkedIn. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/cómo-lograr-una-tenencia-responsable-hpdsc>
- Carmona Pérez, E., Zapata Puerta, M., y López Pulgarín, S. E. (2019). Familia multiespecie, significados e influencia de la mascota en la familia. Revista Palobra Palabra Que Obra, 19(1), 77–90. <https://doi.org/10.32997/2346-2884-vol.19-num.1-2019-2469>
- Case, L. P., Daristotle, L., Hayek, M. G., & Raasch, M. F. (2011). Canine and feline nutrition: A resource for companion animal professionals (3rd ed.). Mosby.
- Castano, E. (Diciembre de 2018). Las mascotas y el desarrollo emocional o salud de los niños y adolescentes. Panama: Pediatr.
- Comercio, E. (26 de Enero de 2020). Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/tendencias/quito-perros-lugares-pet-friendly.html>

Consumer. (2020). El maltrato del perro: secuelas en el animal. “Consumer”.

Recuperado de <https://www.consumer.es/mascotas/el-maltrato-del-perro-secuelas-en-el-animal.html>

Cueva Urra, M. A., Castillo Sevillano, M. F., Castro Zelada, K. K., Gonzáles Flores, L. X.,

Huamanchumo Morales, O., Montañez Huamanchumo, M., ... & Rodríguez

Ramírez, K. (2017). Implementación del programa, tenencia responsable y cuidado canino de la comunidad Torres de San Borja–Moche–Trujillo–Perú.

Deutsches Referenzzentrum für Ethik in den Biowissenschaften (DRZE). (2023). Legal situation in Germany. Recuperado de DRZE.

Ecociencias, R. (29 de octubre de 2024). Obtenido de

<https://revistaecociencias.cl/2024/10/29/estudio-revela-la-acoplamiento-neuronal-y-emocional-entre-perros-y-humanos-cuando-se-miran/>

El Comercio (2024, 15 de mayo). Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/tendencias/entrenamiento/perros-gatos-mascotas-ecuador-censo.html#>

El Coronista. (2024). Estudio sobre los beneficios de la interacción con perros en la reducción del estrés y mejora de la concentración. <https://journals.plos.org/plosone>.

Excélsior. (2020, 2 de marzo). ¿Cómo logró Holanda acabar con los perros callejeros?

Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/global/como-logro-holanda-acabar-con-los-perros-callejeros/1362164>

Federal Institute for Risk Assessment (BfR). (2023). Questions and answers on animal experiments, alternative methods, and animal experiment numbers.

Recuperado de BfR.

Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

González, M. L. (02 de Octubre de 2023). Obtenido de Pacto Global Red Colombia:

<https://www.pactoglobal-colombia.org/nuestras-voces/las-mascotas-y-la-sostenibilidad.html>

González-Ruiz, J. P., & González-Ruiz, D. A. (2021). Familia multiespecie, significados e influencia de la mascota en la familia. Palobra, "Palabra que obra", 21(2), 1-15.

Herrera, C. (2024). "El Telégrafo". Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/189/refugios-de-animales-en-quito-no-solventan-situacion-de-los-perros-callejeros>

Hoyos, J. (2021). Transformar el dolor. Grijalbo.

Humane Society International. (2013). Por qué es importante la esterilización y

castración. "Humane Society International". https://www.hsi.org/wp-content/uploads/assets/pdfs/why_spayneuter_is_important_spanish.pdf

Infobae. (21 de Abril de 2019). Obtenido de

https://www.infobae.com/mix5411/2019/04/21/un-estudio-revelo-que-los-perros-son-capaces-de-detectar-el-cancer-en-humanos/?utm_source

Infobae. (21 de agosto de 2024). Obtenido de

<https://www.infobae.com/salud/2024/08/21/el-apego-a-un-perro-puede-reducir-la-ansiedad-y-la-depresion-en-mujeres-segun-harvard/>

Institutos Nacionales de la Salud (NIH). (2018). El poder de las mascotas.

<https://salud.nih.gov/recursos-de-salud/nih-noticias-de-salud/el-poder-de-las-mascotas>

Jiménez, Xóchitl Ortiz, Hernández, René Landero, & Ramírez, Mónica González.

(2012). Terapia asistida por perros en el tratamiento del manejo de las emociones en adolescentes. Summa psicológica UST (En línea), 9(2), 25-32. Recuperado em 03 de dezembro de 2024, de

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-448x2012000200002&lng=pt&tlng=es.

Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Editorial Gustavo Gili.

La Hora. (2023, octubre 11). En Quito hay 1'329.790 animales sin hogar, pero la comunidad puede ayudarlos. "La Hora". <https://www.lahora.com.ec/pais/en-quito-hay-1329-790-animales-sin-hogar-pero-la-comunidad-puede-ayudarlos>.

López-Cepero Borrego, J. (2017). "Un hocico prodigioso: La historia natural de la relación entre perros y humanos". Pinolia.

Maldonado, F. E. (15 de marzo de 2023). "Forbes ec". Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/columnistas/un-problema-conciencia-n30740>

Mascotas en tiempo de COVID-19: Un apoyo y amor incondicional. (2024). Revista Puertorriqueña De Psicología, 35(1), 46-57. <https://doi.org/10.55611/rep.3501.05>.

Max Delbrück Center. (2023). Approval and monitoring: Germany's strict animal protection laws and ethical standards. Recuperado de Max Delbrück Center.

McNiff, S. (20 de Mayo de 2021). Obtenido de https://spanish.healthday.com/noticias-2653040191.html?utm_source

Mejicano Silva, V. L., & González-Ramírez, M. T. (2017). Consideraciones de la terapia

- asistida con perros como apoyo a la terapia cognitivo-conductual. *Ansiedad y Estrés*, 23(2-3), 76-83. <https://doi.org/10.1016/j.anyes.2017.07.001>
- Miklósi, Á. (2007). “Dog Behaviour, Evolution, and Cognition”. Oxford University Press.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2024). Código Municipal del DMQ – Bienestar Animal (Ordenanza No. 0486). Recuperado de <https://bienestaranimal.quito.gob.ec/images/SLIDER%20GENERAL/HOME/072-2024%20-%20Codigo%20Municipal%20DMQ%20-%20Bienestar%20Animal.pdf>
- MUÑOZ, L. M. (10 de octubre de 2024). Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/mascotas/perros/20240919/9949949/trabajar-perro-solucion-reducir-estres-aumentar-productividad.html>
- Narvaez. (s.f.). “Los animales son seres sintientes, exigimos al estado políticas para su protección y a la ciudadanía mayor sensibilización frente al tema.” <https://proteccionderechosquito.gob.ec/los-animales-son-seres-sintientes-frente-al-tema/>
- Overall, K. (2013). “Manual of clinical behavioral medicine for dogs and cats”. Elsevier Health Sciences.
- Primicias, R. (24 de Febrero de 2024). Primicias. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/quito/perros-callejeros-animales-fauna-municipio/>
- Quito Informa (2024, 22 de noviembre). Obtenido de Quito Informa: <https://www.quitoinforma.gob.ec/2024/11/22/la-violencia-interrelacionada-un-vinculo-oculto-entre-el-maltrato-animal-y-la-violencia-de-genero/#:~:text=Asimismo%2C%20puede%20denunciar%20el%20maltrato,el%20formulario%20digital%20de%20denuncias.>

- Redacción Primicias. (2024, 8 de febrero). En Quito hay alrededor de 97.000 perros callejeros, según estudio. Primicias. Recuperado de <https://www.primicias.ec/noticias/quito/perros-callejeros-animales-fauna-municipio/>
- Romero Reyes, R. (2023). La educomunicación popular. Breves apuntes. Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 11(3). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322023000300015&lng=es&tlng=es
- Sanchez, E. (2022, 22 de junio). Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/social/antropomorfismo>
- Soler, P. C. (2017). Obtenido de <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/156/471>
- Torres, R. H. (2023, 16 de junio). Obtenido de Neuron: <https://neuronup.com/neurociencia/neuropsicologia/la-teoria-del-apego-que-es-postulados-aplicaciones-y-trastornos/>
- Vargas, A. M. (2024, 6 de febrero). Obtenido de Porta Voz Digital: https://portavozdigital.com/universidades-pet-friendly-conoce-las-instituciones-educativas-que-permiten-la-presencia-de-animales-de-compania/?utm_source
- Videla, M. D. (2022, 11 de abril). Obtenido de SciELO: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-24892021000400279
- Videla, M. D., & Olarte, M. A. (2015, 20 de noviembre). Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/3331/333147069001/html/?utm_source
- World Animal Net. (2023). Animal Protection in the Constitution of Germany.

Recuperado de World Animal Net.

World Small Animal Veterinary Association. (2018). "Animal welfare guidelines".

<https://wsava.org/wp-content/uploads/2019/12/WSAVA-Animal-Welfare-Guidelines-2018.pdf>.