



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA  
FACULTAD DE VETERINARIA



**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- EN EL  
SECTOR CLÍNICAS VETERINARIAS Y SU RELACIÓN CON LAS  
PROTECTORAS DE ANIMALES -PA-**

**Por**

**RIENZI VARELA, Nicolás**

**TESIS DE GRADO**  
presentada como uno de los  
requisitos para obtener el  
título de Doctor en Ciencias  
Veterinarias.

Orientación: Medicina  
veterinaria

**MODALIDAD:** Revisión  
Monográfica

**MONTEVIDEO  
URUGUAY  
2017**

## PÁGINA DE APROBACIÓN

**Tesis aprobada por:**

**Presidente:**

---

**Dr.....**

**Segundo miembro:**

---

**Dr. Hugo Ochs Olazábal**

**Tercer miembro:**

---

**Dr.....**

**Cuarto miembro:**

---

**Dr. Cecilia Abreu Palermo**

**Fecha de aprobación:**

**Autor:**

## **Agradecimientos**

A mi familia y amigos que me fueron de ayuda y brindaron todo su apoyo durante toda la carrera universitaria, lo que ha sido de fundamental importancia para mi desarrollo como persona y futuro profesional.

A mi tutor, Dr. Hugo Ochs por su disposición, dedicación y paciencia.

A mi co-tutora, Dra. Cecilia Abreu por el tiempo dedicado.

## TABLA DE CONTENIDO

PÁGINA DE APROBACIÓN .....	2
<b>Agradecimientos</b> .....	3
LISTA DE FIGURAS .....	7
<b>Resumen</b> .....	8
<b>Summary</b> .....	9
<b>1- Introducción</b> .....	10
<b>2- Objetivos</b> .....	12
2.1- General .....	12
2.2- Específicos .....	12
<b>3- Revisión bibliográfica</b> .....	13
3.1- Concepto de RSE.....	13
3.1.1- Instituciones nacionales y extranjeras promotoras de la RSE.....	15
3.1.1.1- DERES .....	15
3.1.1.2- OIT .....	15
3.1.1.3- ISO .....	16
3.1.1.4- PACTO MUNDIAL .....	16
3.1.1.5- UNIÓN EUROPEA .....	16
3.1.1.6- ETHOS .....	17
3.1.1.7- CEMEFI.....	17
3.1.1.8- CSR EUROPE .....	18
3.1.1.9- FUNDACIÓN PROHUMANA .....	18
3.1.2- Responsabilidad Social Empresarial vs Filantropía Corporativa, Acción Social Corporativa y Marketing Social Corporativo .....	19
3.1.2.1- Filantropía Corporativa: .....	19
3.1.2.2- Acción Social Corporativa -ASC-: .....	20
3.1.2.3- Marketing Social Corporativo -MSC-: .....	22
3.1.3- Que NO es la RSE.....	23
3.1.4- Áreas de -RSE- .....	24
3.1.4.1- Ética y Gobierno Corporativo.....	24
3.1.4.2- Calidad de Vida y Prácticas Laborales.....	25

3.1.4.3- Participación activa en la Comunidad .....	25
3.1.4.4- Medio Ambiente .....	25
3.1.4.5- Cadena de Valor .....	25
3.1.5- RSE interna y externa .....	26
3.1.5.1- <i>Dimensión interna</i> :.....	26
3.1.5.2- <i>Dimensión externa</i> .....	28
3.1. 6- Los siete principios de la -RSE- .....	32
3.1.6.1- Rendición de cuentas.....	32
3.1.6.2- Transparencia .....	32
3.1.6.3- Comportamiento ético .....	32
3.1.6.4- Respeto a los intereses de las partes interesadas.....	32
3.1.6.5- <i>Respeto al principio de legalidad</i> .....	33
3.1.6.6- Respeto a la normativa internacional de comportamiento .....	33
3.1.6.7- Respeto a los derechos humanos .....	33
3.2- La clínica veterinaria como empresa de salud animal .....	34
3.2.1- La humanización de las mascotas .....	34
3.2.2- Caracterizando el sector .....	37
3.2.3 - Formato comercial de la clínica veterinaria en el Uruguay .....	38
3.2.4- Fortalezas y debilidades de las clínicas veterinarias .....	39
3.2.5- Clínicas veterinarias y -RSE- .....	41
3.3- Grupos de interés – ONGs Protectoras de Animales -PA-.....	42
3.4- Concepto de ONGs.....	44
3.4.1- ONGs .....	44
3.4.2- ONGs -PA- .....	45
3.4.3- ONGs en Uruguay .....	46
3.4.3.1- Algunas ONGs Protectoras de Animales, a nivel internacional .....	47
3.4.3.2- Algunas ONGs -PA-, en Uruguay .....	49
3.4.3.3- Campañas que realizan las ONGs -PA- .....	53
3.4.3.4- Características de las -PA- en Uruguay.....	56
3.4.5- Relacionamiento entre las clínicas veterinarias y las ONGs -PA- .....	59
3.4.5.1- Relación actual clínica veterinaria - ONGs -PA-.....	59
3.4.5.2- Las 5 libertades de los animales.....	60

3.4.5.3- Relación deseable clínica veterinaria – ONGs -PA- .....	66
<b>4- Conclusiones .....</b>	<b>73</b>
<b>5- Bibliografía.....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>80</b>

## LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura I: Historia de la RSE	11
Figura II: Diferencias entre -RSE- y Filantropía	20
Figura III: Materias fundamentales de la –RSE	24
Figura IV: Las personas tratan a sus mascotas como personas	36
Figura V: Formato comercial de la Clínica Veterinaria	38
Figura VI: Debilidades de las clínicas veterinarias en Montevideo – Uruguay	40
Figura VII: Fortalezas de las clínicas veterinarias en Montevideo – Uruguay	40
Figura VIII: Stakeholder de interés, ONGs -PA-	42
Figura IX: Rangos de refugios por cantidad de animales	56
Figura X: Gastos del último mes de los refugios	57
Figura XI: Distribución de costos en los refugios	57
Figura XII: Principales problemas en la población animal que se registran en los refugios	58
Figura XIII: Principales problemas de los refugios	58

## **Resumen**

En la siguiente revisión monográfica, se aborda la Responsabilidad Social Empresarial -RSE-, tema que se maneja desde hace muchos años a nivel empresarial y, que su práctica comprometida resultaría beneficiosa a nivel de las clínicas veterinarias en el Uruguay.

Aquí vamos a considerar diferentes conceptos teóricos de la -RSE- planteados por académicos y organizaciones empresariales. Es importante diferenciar a la RSE de otras formas de vinculación de las empresas con el medio (filantropía corporativa, marketing social corporativo, acción social corporativa) y que frecuentemente se confunden.

Por esto mismo, el objetivo general que nos plantearemos, es el de conocer los diferentes conceptos que existen acerca de la RSE e investigar si son aplicados por parte de las clínicas veterinarias del Uruguay.

Es importante conocer cuáles son las características de los centros veterinarios como empresas, para luego incluir a la RSE en este sector. Por lo general, se las clasifica como microempresas comercializadoras de productos, con prestación de servicios no-médicos, consultorio profesional y pequeño quirófano de atención primaria. Como toda empresa, analizaremos a partir de trabajos de investigación, las fortalezas y debilidades que ellas presentan.

Además, en el trabajo se destacaran los diferentes grupos de interés de las clínicas veterinarias, teniendo consideración especial por las ONGs Protectoras de Animales -PA-.

Los objetivos específicos planteados se basaran en determinar la relación de las clínicas veterinarias con las -PA-; definir animal de compañía, bienestar animal y tenencia responsable; resaltar las características de las ONGs -PA-; conocer como practican el Bienestar Animal -BA- en el Uruguay, y detallar como llevan a cabo sus acciones.

Concluyendo podemos afirmar, que teniendo en cuenta la situación actual de las diferentes ONGs -PA- del Uruguay, estas tendrían que buscar soluciones reforzando vínculos con los naturales aliados que ellas deberían tener, los profesionales veterinarios.



## **Summary**

In this monographic review, corporate social responsibility (CSR) is addressed. This is a subject that has been dealt with at a business level and its committed practice would be beneficial in veterinary clinics in Uruguay.

Here, we are going to consider different theoretical concepts of –CSR- raised by academics and business organizations. It is important to differentiate the –CSR- from other forms of companies linking with the environment (corporate philanthropy, corporate social marketing, and corporate social action), which can be frequently confused.

Because of that, our general objective is to know the different concepts about CRS and to investigate if they are applied by veterinary clinics in Uruguay.

It is important to know the characteristics of the veterinary clinics as businesses, in order to include CSR in this area. In general, they are classified as microenterprises that commercialize products, providing non-medical services, professional consulting rooms and small operating rooms of primary care. Like any other company, we will analyze the strengths and weaknesses they have from investigation work.

In addition, the work will highlight the different groups of interest of the veterinary clinics, especially considering animal shelter NGOs.

The specific objectives proposed are going to be based on the following determination of the relationship of veterinary clinics with the animal shelters; definition of companion animals, animal welfare and responsible pet ownership; highlighting of the characteristics of the animal shelter NGOs; knowing how they practice Animal Welfare in Uruguay, and providing information about how they carry out their missions.

Concluding, we can say that, taking into account the current situation of the different Uruguayan animal shelter NGOs, they should look for solutions by reinforcing bonds with the veterinary professionals, who are their natural allies.

## 1- Introducción

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial no comenzó a utilizarse como tal hasta los años 90, donde en Europa, a partir de la Comisión Europea, se buscaba involucrar a los empresarios en un plan estratégico de empleo que permitiese una mayor vinculo social y de esta forma tratar de evitar la consecuente exclusión social debido al desempleo de larga duración.

Previo a esto, la RS había comenzado a ser utilizada por algunos Estados -EEUU y algunos países de Europa- a fines del siglo diecinueve y comienzos del veinte, así como, por instituciones de la dimensión de la Iglesia Católica, quienes *“promovieron e instalaron en la sociedad...el concepto de trabajador como sujeto de derechos: derecho a un trabajo, a un salario y a un trato justo. Los Estados, a través de la legislación laboral impusieron normas protectoras; y la Iglesia Católica, a través de su Doctrina Social promovió una conciencia ética entre los empresarios. Ambas acciones dieron indicaciones a las empresas acerca de su deber de desarrollar sus actividades de una forma socialmente responsable, principalmente, en su ámbito interno, es decir, en la relación con sus trabajadores”* (Baltera & Díaz, 2005)

A medida que transcurrió el tiempo y a consecuencia de los cambios que se fueron dando a nivel global, como por ejemplo *“el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías”* (Manitto & Salvagno, 2013), el concepto de RSE fue evolucionando, acompañado también de la influencia que ejercían las empresas a nivel de la sociedad. Esto, es consecuencia directa de la constatación por parte de las empresas, de que los resultados financieros mejoraban en relación directa a su preocupación e involucramiento por los temas sociales. Simultáneamente, los consumidores, tomaron conciencia que podían *“influir en las conductas de las compañías en un amplio rango de temas, como medio ambiente, seguridad laboral, apoyo a la comunidad, entre otros”* (Manitto & Salvagno, 2013).

Según algunos autores, la RS deriva de la filantropía empresarial. Ésta, surgió durante la Revolución Industrial a instancias de acaudalados empresarios *“motivados por sus concepciones filosóficas o religiosas, se interesaron por efectuar importantes donaciones con fines humanitarios y sociales, apoyando obras de la beneficencia pública o a las universidades y las artes”* (Baltera & Díaz, 2005). Esto, al día de hoy, es razón de debate.

*En definitiva, el actual concepto de RSE “representa una convergencia de ideas y evoluciones. La fuente más significativa del actual concepto fue la preocupación por el medio ambiente, vinculada a la idea de desarrollo sostenible, el cual apunta a la necesidad de encontrar un equilibrio entre las prioridades del desarrollo económico, el progreso social y la protección ambiental. Otro de los orígenes del concepto se debe a las crecientes políticas de liberalización, acompañadas de la desregulación y las consecuentes normas que vienen adoptando las empresas multinacionales, para su aplicación en prácticas laborales con sus proveedores y contratistas”.* (Manitto & Salvagno, 2013)

### HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

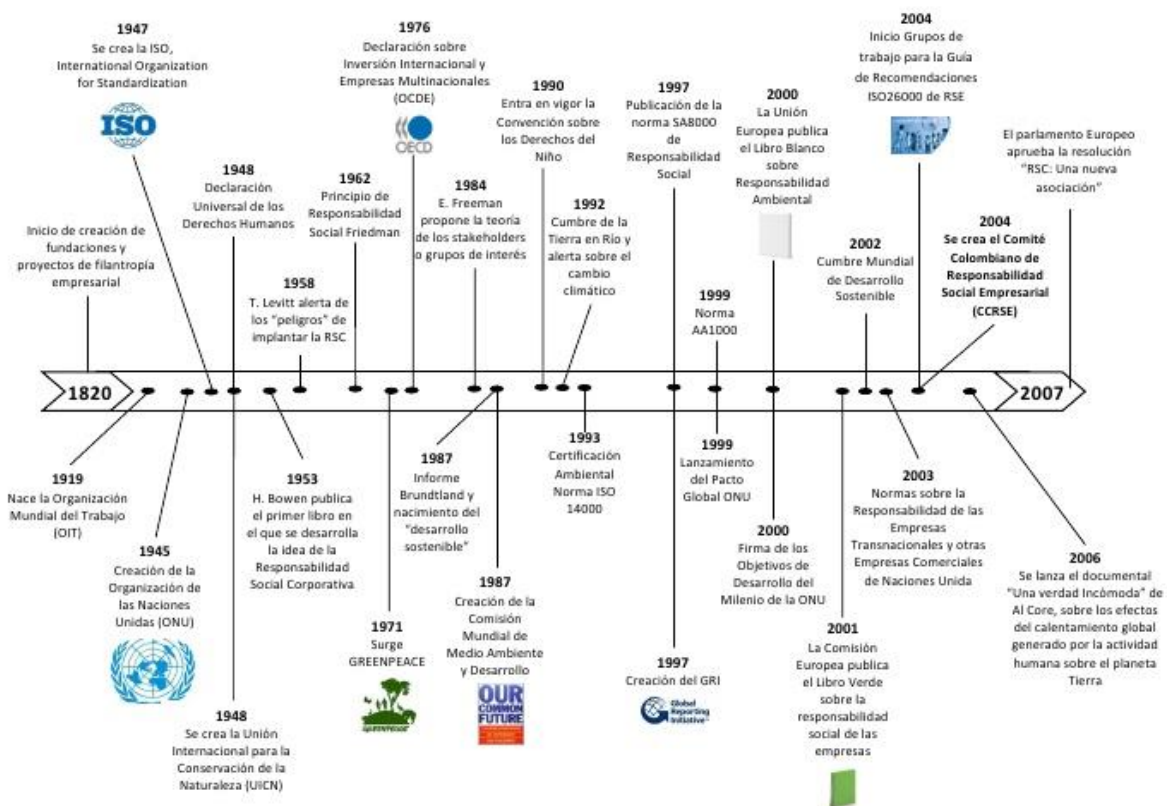


Figura 1: Historia de la RSE (Calle, 2011)

## **2- Objetivos**

### **2.1- General**

- Conocer los diferentes conceptos que existen acerca de RSE e investigar si son aplicados en las Clínicas Veterinarias del Uruguay, y a su vez, conocer el vínculo de estas con las ONGs -PA-.

### **2.2- Específicos**

- Describir el vínculo Clínicas Veterinarias-Protectoras de Animales.
- Destacar las características de estas ONGs -PA-; su misión, visión y valores
- Mostrar como implementan sus acciones.
- Definir conceptualmente el animal de compañía, el bienestar animal y la tenencia responsable.
- Presentar el desarrollo actual del bienestar animal de las especies de compañía en Uruguay.

### **3- Revisión bibliográfica**

#### **3.1- Concepto de RSE**

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que no se puede definir de una única manera. Investigando, uno puede encontrar diferentes definiciones dadas por distintos académicos y organizaciones.

Oscar Licandro afirma que la RSE *“es un paradigma que se apoya en valores morales, involucrando una fuerte moralidad. Y, que por lo tanto, no se trata, como algunos sostienen, de un comportamiento esencialmente pragmático e instrumental, orientado exclusivamente a generar beneficios para la empresa. Como el comportamiento de las empresas es, en última instancia, el comportamiento de las personas que las dirigen, las prácticas empresariales (derivadas de las decisiones de esas personas) involucran valores extramorales, “detrás” de los cuales hay valores morales”* (Carrau & Licandro, 2012)

Según él, *“El concepto de RSE no refiere a una especie de responsabilidad genérica y abstracta de la empresa. Por el contrario, alude al conjunto de responsabilidades concretas, que emanan de su actividad productiva y comercial. Y, más aún, refiere a aquellas que resultan de los impactos que esa actividad genera sobre las instituciones, colectivos humanos y espacios ambientales con los que la empresa interactúa al operar; es decir, sus stakeholders. La RSE se basa en la idea de que la sostenibilidad de la empresa está en estrecha relación con la sostenibilidad de esos actores y que, por lo tanto, ser responsable implica tomar en cuenta sus necesidades y derechos, buscar un equilibrio y construir relaciones ganar-ganar y de respeto con cada uno de ellos.”* (Licandro P. Ó., 2013)

Además, sostenía que para poder llevar a cabo la RSE como forma de negocios, *“era muy importante mantener una empresa transparente, donde se dejara muy en claro su identidad, cuales eran su misión, su visión y sus valores, ya que a partir de estas, se logra determinar una estrategia y se orientan las decisiones cotidianas”*. (Licandro P. Ó., 2014)

Licandro, planteaba algunas ideas que están en la base del concepto de RSE:

- a) *“se trata de una filosofía de negocios, una nueva forma de mirar la empresa, sus fines y la forma como se relaciona con sus ecosistemas.*
- b) *la aplicación de esta filosofía consiste en desarrollar comportamientos (responsabilidades) tendientes a minimizar los impactos negativos de la actividad de la empresa que perjudican a los stakeholders y al medioambiente.*
- c) *como consecuencia de esos comportamientos, la empresa espera construir intangibles (confianza, credibilidad, respeto, comprensión, etc.), que serán el motor de la generación de relaciones de reciprocidad con los stakeholders. Estas relaciones*

*permiten crear un valor superior para ambas partes y apuntalan la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.*

*d) la elección (voluntaria) de esos comportamientos es autónoma de cada empresa y se encuentra acotada por restricciones del entorno, de los stakeholders involucrados y de las limitaciones de la propia empresa.*

*e) no existe una RSE universal y estandarizable. Por el contrario, la RSE es algo particular, que cada empresa elige voluntariamente tomando en cuenta esas restricciones”. (Licandro P. Ó., 2014)*

*Otros autores, mantienen que “entre tantas definiciones, podemos encontrar algunas que entienden que ser socialmente responsable implica cumplir con un procedimiento, entre los cuales se recalcan las leyes laborales y ambientales, otros creen que ser socialmente responsable implica algo más que eso, apuntando a la voluntariedad en la realización de las acciones en las empresas que lo aplican”. (Manitto & Salvagno, 2013),*

*Para Baltera y Díaz, “La empresa que se involucra en el tema de la RSE o actúa bajo esas premisas, daría origen a una cadena virtuosa que conecta y genera una dinámica de acción orientada por estos principios, con un sinnúmero de actores sociales, partiendo por sus trabajadores y llegando a la comunidad, que intervienen en su proceso productivo y comercial”. (Baltera & Díaz, 2005)*

*Milton Friedman por otro lado, en un artículo publicado en el New York Times Magazine en 1970, titulado “The social responsibility of business is to increase its profits”, ponía en controversia el término de RSE, ya que explicaba que “las empresas no deben tener otra responsabilidad que la de maximizar sus beneficios (lo que, bajo ciertas condiciones, equivale a maximizar el valor de su capital)... las empresas, como instituciones económicas, deben contribuir a la maximización de la eficiencia del sistema económico...No hay lugar...para el ejercicio de la llamada acción social o filantropía: la participación de la empresa en actividades caritativas supone, al menos, un incumplimiento del deber fiduciario de los directivos respecto de los propietarios y , probablemente, un uso ineficiente de los recursos de la empresa”. (Argandoña, 2006)*

### 3.1.1- Instituciones nacionales y extranjeras promotoras de la RSE

#### 3.1.1.1- DERES

Organización empresarial sin fines de lucro que reúne a las principales empresas de Uruguay que buscan desarrollar la Responsabilidad Social Empresaria (RSE), tanto desde el punto de vista conceptual como de su aplicación práctica.

Nace a finales de 1999 a partir de una iniciativa de la Universidad Católica del Uruguay con el objetivo de generar un ámbito específico desde el cual promover en Uruguay el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria.

Institución nacional que trabaja con y para la comunidad, para instalar y desarrollar el concepto de RSE. Para lograr esto lleva a cabo campañas, trabaja con empresas socias, además de realizar conferencias de RSE dirigidas a sus socios e interesados en general. Apoya a las empresas interesadas en comenzar a incorporar estrategias de RSE a incursionar este camino por medio de capacitaciones y guías para implantar estrategias y acciones de RSE. Esta institución es muy reconocida en el ámbito uruguayo. (DERES, 2017)

Para DERES la RSE es:

*“la responsabilidad de las empresas por sus impactos positivos y negativos en la sociedad.”*

La responsabilidad o el “hacerse cargo” por parte de la empresa de sus impactos no implica una actitud reactiva ni simplemente reparadora.

Una empresa responsable es *“aquella que, cumpliendo con la normativa vigente, integra armónicamente el desarrollo económico con el respeto por la ética, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor”*. (DERES, 2017)

#### 3.1.1.2- OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), es la institución internacional responsable de la elaboración y supervisión de la aplicación de las Normas Internacionales del Trabajo.

La OIT define la RSE del modo siguiente: *“La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley”*. (OIT, 2010)

### 3.1.1.3- ISO

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) 26000 es una Norma Internacional que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. (ISO 26000, 2010)

Para la norma ISO 26000 la RSE es: *“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:*

- *Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.*
- *Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.*
- *Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica”.* (Argandoña & Silva, 2011)

### 3.1.1.4- PACTO MUNDIAL

El Pacto Mundial (Global Compact) es una iniciativa internacional que tiene como objetivo la sostenibilidad empresarial mediante la implantación de 10 Principios Universales de conducta y acción en materia de Derechos Humanos y Empresa, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, en la estrategia y las operaciones diarias de todo tipo de entidades y favorecer, de este modo, la consecución de objetivos de desarrollo sostenible (ODS). (Pacto Mundial , 2017)

El referido Pacto Mundial hace referencia a una definición de RSE tomada del Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Español: *“La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.* (Manitto & Salvagno, 2013)

### 3.1.1.5- UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea en su Libro Verde, el cual fue creado para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, define a la RSE como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de objetivos sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con el resto de actores implicados”* (Manitto & Salvagno, 2013),



También define a la RSE como *“la responsabilidad de las empresas por sus impactos sobre la sociedad”* (Argandoña, 2012)

#### 3.1.1.6- ETHOS

El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social es una organización brasileña no gubernamental que tiene como misión movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable. El objetivo del Instituto Ethos es difundir la práctica de la responsabilidad social de las empresas, ayudando a las organizaciones a entender e incorporar el comportamiento empresarial socialmente responsable, implementar políticas y prácticas que cumplen con altos estándares éticos contribuyendo a la consecución del éxito económico, prosperar contribuyendo al desarrollo económico, social y ambientalmente sostenible, entre otros.

Para Ethos, *“Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”*. (Manitto & Salvagno, 2013)

#### 3.1.1.7- CEMEFI

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), es una asociación civil no lucrativa fundada en diciembre de 1988, que tiene como misión *“Promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, sus organizaciones sociales y empresas para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera”*

Uno de sus principales objetivos refiere a incrementar en número de empresas socialmente responsables en su gestión, y a que la RSE se traduzca en acciones que contribuyan a la resolución de problemas públicos prioritarios en el país. (Manitto & Salvagno, 2013),

Para CEMEFI, *“la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras .Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.”* (Calderón, 2017)

### 3.1.1.8- CSR EUROPE

CSR Europe es una red de negocios europea para la responsabilidad social de las empresas. Fue fundada en 1995 por los principales líderes empresariales europeos. Desde entonces ha crecido para convertirse en una red inspiradora de hombres de negocios que trabajan en la vanguardia de la RSE en Europa y el Mundo.

Para CSR Europe, *“La Responsabilidad Social Corporativa gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La Responsabilidad Social Corporativa no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos -positivos y negativos- que genera en la sociedad”*. (Manitto & Salvagno, 2013)

### 3.1.1.9- FUNDACIÓN PROHUMANA

Fundación PROhumana es una organización Chilena sin fines de lucro que desarrolla su trabajo en el área de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana, fundada en 1988, que promueve una cultura de RSE y responsabilidad ciudadana en Chile a través de una ciudadanía proactiva mediante el desarrollo de conocimientos, creación de espacios de diálogo que recojan la diversidad y la generación de acciones específicas. A su vez cuenta con un modelo de gestión propio de la RSE, el cual cuenta con variadas herramientas de diagnóstico, desarrollo e implementación de modelos de gestión de la RSE; actúa en el desarrollo de reportes de RSE de las empresas basándose en Global Reporting Initiative (GRI); también ha desarrollado modelos de evaluación de RSE, entre otras tantas cosas.

Para Fundación PROhumana, *“La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”*. (Manitto & Salvagno, 2013),

### 3.1.2- Responsabilidad Social Empresarial vs Filantropía Corporativa, Acción Social Corporativa y Marketing Social Corporativo

A la hora de relacionar las clínicas veterinarias con las diferentes ONGs Protectoras de Animales, es importante tener en cuenta determinados conceptos que pueden ser llevados a cabo en ambas direcciones.

Ya fue definida que es la RSE pero no podemos dejar de lado otros aspectos que a veces llevan a confusión, lo cual termina limitando la capacidad de las clínicas veterinarias para avanzar en el desarrollo de prácticas responsables en su relación con las -PA-. Además, es importante, teniendo en cuenta la *“penetración de la RSE en las empresas y en generar la receptividad de stakeholders clave, esta confusión alimenta la suspicacia de quienes aún desconfían de la RSE. Y, por lo tanto, es una amenaza a su avance y consolidación como nueva filosofía de negocios”*. (Licandro P. Ó., 2013)

Tenemos que diferenciar 3 conceptos específicos: Filantropía Corporativa, Acción Social Corporativa y Marketing Social Corporativo.

#### 3.1.2.1- Filantropía Corporativa:

Es la manera que tienen las empresas de aportar de manera desinteresada a alguna causa, *“es una acción de ayuda de carácter netamente solidaria o humanitaria”*. (Baltera & Díaz, 2005). Estos aportes, pueden ser ya sea de fondos, voluntarios, productos, etc. *“El beneficiario principal de la acción de carácter filantrópico es la comunidad en sus diversas formas o manifestaciones, es decir, la comunidad organizada y reconocida”*. (Baltera & Díaz, 2005)

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	FILANTROPÍA
Es una política de empresa	Es una política de personas: el propietario, los accionistas.
Es una acción permanente. Es un modo de actuar y de hacer empresa.	Es una acción de carácter puntual.
Es un compromiso formal de carácter voluntario, sujeto a evaluación y control social.	Es una acción voluntaria no sujeta a evaluación ni control social.
Tiene una dimensión externa e interna.	Tiene una dimensión sólo externa.
Se basa en principios éticos. El reconocimiento de las personas y sus derechos.	Se basa en principios altruistas, como la solidaridad.
Se orienta a personas (sus trabajadores, proveedores, clientes), a la comunidad y a la sociedad en general.	Se orienta a instituciones o a la sociedad civil organizada: fundaciones, universidades, organizaciones de ayuda solidaria.

Tiene y se busca un impacto económico en la empresa: mayor productividad, mayores ventas, mayores ganancias.	No tiene ni se pretende un impacto económico en la empresa.
Apunta a generar una relación virtuosa entre las empresas y entre la empresa, la comunidad, el gobierno, la sociedad y el medio ambiente.	No busca generar una relación virtuosa en la cadena productiva, ni con la sociedad y sus agentes.
Los recursos financieros destinados al financiamiento de las acciones de responsabilidad social, provienen del presupuesto de la empresa.	Los recursos financieros que se destinan a las acciones filantrópicas, provienen de las utilidades.

Figura 2: Diferencias entre -RSE- y Filantropía (Baltera & Díaz, 2005)

Este tipo de donaciones, pueden ser consideradas como una forma de hacer RSE, “se trata de una forma de colaboración que se caracteriza por, ...estar dirigida a cualquier colectivo o institución, con independencia de que sea un stakeholder;...no genera retorno de ningún tipo para las empresas”. (Licandro P. Ó., 2013)

“Los objetivos básicos de la filantropía corporativa, deberían ser: crear relaciones con públicos clave, aumentar la lealtad de los empleados y consumidores y pulir la reputación corporativa. Sin embargo, gran parte de las empresas que la aplican, lo hacen pensando en el publicity que generarán con ello.

Si bien es cierto, que una donación puede generar publicaciones gratuitas, se debe considerar que la opinión pública generalmente se muestra escéptica a este tipo de actos, pues los creen simplemente marketing. Es por esto, que la filantropía corporativa debe ser parte de un programa de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social con el fin de que la imagen mejore perdurablemente y además genere la credibilidad y confianza de sus públicos”. (Torres, 2007)

Cuando una empresa realiza filantropía corporativa, los principales beneficios son:

- Fortalecimiento de la reputación y reconocimiento de marca.
- Mejor marketing y publicity.
- Mayor rentabilidad empresarial.
- Mayores oportunidades en los medios de comunicación.
- Facilidad para reclutar y mantener a los empleados

“La filantropía corporativa, es otro argumento de persuasión del cual puede hacer uso una organización sin ánimo de lucro para conseguir el apoyo a sus causas”. (Torres, 2007)

### 3.1.2.2- Acción Social Corporativa -ASC-:

“La acción social puede ser vista como colaboración, ayuda voluntaria y un comportamiento socialmente responsable, es por esto que la acción social se considera una de las iniciativas de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa por lo que no necesariamente se utilice en todas las empresas, que una empresa desarrolle

*acciones sociales no implica que la misma sea socialmente responsable”. (Marrugo, 2012)*

*“Se origina en la concepción de su responsabilidad social y se propone la aportación de recursos empresariales al desarrollo social del entorno; desarrollo que se aborda con sentido empresarial y que supone la realización de una inversión social con visión estratégica por parte de la empresa”. (Sanz de la Tajada, 2001)*

*“Cuando hablamos de “Acción Social” nos estamos refiriendo a la utilización de recursos humanos, técnicos o financieros para ayudar a los colectivos menos favorecidos en la sociedad. La acción social ni se confunde con, ni es la parte fundamental de la Responsabilidad Social de las Empresas.*

*La acción social puede articularse de diferentes formas:*

- *destinar a la acción social un determinado porcentaje de los beneficios o de los dividendos.*
- *que el importe del clásico regalo de Navidad que hacen las empresas a sus empleados se destine a una ONG.*
- *permitir que los empleados que quieran, durante un número determinado de días al año, en vez de acudir a su centro de trabajo, dediquen ese tiempo a colaborar con organizaciones de ayuda humanitaria, sin que por ello su percepción salarial se vea perjudicada.*
- *pedir la colaboración de los clientes con determinadas ONGs, etc...” (Sousa, 2012)*

*“La acción social de la empresa ha de brotar de conciencia de la organización de su responsabilidad y ser manifestación de su deseo de participar activamente y contribuir positivamente al desarrollo de la sociedad. Así pues, este tipo de acciones, lejos de formar parte de las acciones publicitarias de la empresa encuentran su marco y justificación en consideraciones estratégicas. Siendo así, como todas las decisiones empresariales, este tipo de acciones han de diseñarse con el máximo rigor y evaluarse periódicamente con el fin de verificar que siguen respondiendo a la visión y valores de la organización, que cumplen con los objetivos perseguidos y que se desarrollan conforme a los principios de eficacia y eficiencia”. (Sousa, 2012)*

*“Detengámonos a reflexionar sobre el siguiente punto. ¿Es el voluntariado corporativo una práctica de RSE? A nuestro juicio, la respuesta es “depende”. Si lo miramos desde la perspectiva de la relación entre la empresa y sus trabajadores, indudablemente la respuesta es afirmativa: se trata de una acción de RSE hacia los trabajadores, porque la empresa les ofrece un espacio donde expresar y canalizar su solidaridad. Pero, mirado desde el punto de vista de la relación entre la empresa y los colectivos de la sociedad que resultan beneficiados, la cosa no es tan clara. Ello se debe a que no toda ASC es una práctica de RSE. Muchas acciones de voluntariado corporativo están dirigidas a colectivos que no son stakeholders de la empresa y, en esos casos, el retorno (cuando lo hay) no lo proveen los beneficiarios, sino que viene dado por su impacto positivo indirecto sobre la relación entre la empresa y sus trabajadores”. (Licandro O. D., 2013)*

### 3.1.2.3- Marketing Social Corporativo -MSC-:

*“El MSC es el conjunto de acciones mediante las cuales la empresa asigna recursos propios en favor de una causa social u ONG, con el objetivo de obtener algún tipo de impacto sobre los activos intangibles que habitualmente gestiona la función de marketing: la marca, la reputación corporativa y la cartera de clientes.*

*En todos estos casos, la empresa aporta recursos (dinero, productos, instalaciones, etc.) a una causa social, con la finalidad de obtener algún tipo de impacto positivo sobre su reputación corporativa, su marca o la relación con sus clientes”. (Licandro P. Ó., 2013)*

*“El concepto de marketing social cuestiona si el concepto puro de marketing pasa por alto conflictos posibles entre los deseos a corto plazo del consumidor y el bienestar a largo plazo del mismo. ¿Se trata de una empresa que satisface las necesidades y los deseos inmediatos de los mercados meta, haciendo siempre lo que es mejor a largo plazo para los consumidores? El concepto de marketing social señala que la estrategia de marketing debería proporcionar valor a los clientes de forma que conserve o mejore el bienestar tanto del consumidor como de la sociedad. Exige un marketing sustentable, es decir, un marketing responsable a nivel social y ambiental, que cubra las necesidades actuales de los consumidores y de los negocios, pero que al mismo tiempo conserve o mejore la capacidad de las generaciones futuras para cubrir sus necesidades. Las compañías deberían equilibrar tres aspectos al diseñar sus estrategias de marketing: las ganancias de la compañía, los deseos del consumidor y los intereses de la sociedad”. (Kotler & Armstrong, 2012)*

Una buena forma de situar el marketing social, es acudiendo a un antiquísimo proverbio chino que dice: *“no me des un pez, enséñame a pescar”:*

- *Quien “da un pez” facilita el alimento una sola vez, con lo que realiza una acción de filantropía (amor al género humano) que se concreta en un acto de beneficencia (entendida como “la virtud de hacer el bien”) y, en definitiva, de caridad (limosna que se da a los necesitados).*
- *Quien, por el contrario, “enseña a otro a pescar”, está haciendo algo muy distinto porque le facilita que sea capaz de proveerse él mismo de alimento y pueda comer, no una sola vez, sino todos los días. Contribuye, pues, a mejorar su calidad de vida y realiza una acción propia de marketing social, a todas luces muy diferente de la anterior”. (Sanz de la Tajada, 2001)*

Otro proverbio chino que ayuda a “rematar” el concepto, es el siguiente: *“si planificas para un año, siembra arroz; si planificas para 10 años, planta árboles; si planificas para toda la vida, educa a los hombres”. Ciertamente, “sembrar arroz” se sitúa en el horizonte temporal de la supervivencia; “plantar árboles” se sitúa en un horizonte de inversión para el desarrollo, lo que contribuye a mejorar las capacidades económicas de los individuos; pero “educar a los hombres” (los seres humanos en su sentido más amplio, obviamente) contribuye a mejorar sus posibilidades de futuro y, con ello, su*

calidad de vida. Y ese es el ámbito y el horizonte del marketing social". (Sanz de la Tajada, 2001)

### 3.1.3- Que NO es la RSE

*"Es posible identificar dos ideas erróneas, peligrosas por su potencial para deformar el concepto de RSE y, en consecuencia, atentar contra su credibilidad. La primera consiste en reducir la RSE a acciones de marketing social (donaciones, esponsorización de organizaciones sociales, etc.). En algunos de esos casos es posible identificar empresas que en paralelo a la implementación de ese tipo de acciones, contaminan, maltratan a sus proveedores, engañan a sus clientes o son incapaces de mantener relaciones laborales equilibradas.*

*La segunda de esas ideas descansa en la fantasiosa creencia de que la RSE es algo totalmente nuevo, que llegó para cambiar radicalmente lo que la empresa ya viene haciendo y que, por lo tanto, es algo muy complejo de implementar, caro y que tiene el peligro de alejar a la empresa del foco de su negocio.*

*Esta creencia se explica básicamente por la falta de información de quienes la poseen.*

*Esas dos ideas erróneas limitan el avance de la RSE. La primera porque, al reducirla al marketing social, deforma el concepto y permite colocar bajo su paraguas a empresas con comportamientos claramente irresponsables y hasta inmorales. Por su parte, la segunda idea desestimula el interés de los dirigentes por incorporar la RSE a sus empresas, ya que les induce a creer que se trata de algo inaplicable en ellas.*

*En efecto, al hacerlo, los dirigentes comienzan a darse cuenta de que los principios de la RSE refieren a todas las esferas de actuación de la empresa y no solamente a las acciones asociadas a fines sociales o benéficos. Además, al considerar cada una de las prácticas incluidas en esos formularios, los dirigentes se dan cuenta de que muchas de sus políticas y prácticas son consistentes con esos principios". (Licandro P. Ó., 2012)*

*"La RSE no es un conjunto de responsabilidades añadidas a algo que hace la empresa. Son las mismas responsabilidades que resultan de su actividad (o de sus omisiones).*

*Por lo tanto, la RSE no es filantropía o la acción social, aunque pueden formar parte de las responsabilidades de los propietarios y, por delegación, explícita o no, de los directivos.*

*La RSE no es una técnica de gestión, o un conjunto de prácticas o de herramientas; es algo que está detrás de todas ellas y les da vida y razón de ser. Contiene esas técnicas y prácticas, pero no se reduce a ellas.*

*La RSE no debe partir de un modelo abstracto propuesto por los expertos, sino del contexto en que se encuentra cada empresa en cada momento, como fruto de la reflexión que hagan sus propietarios y directivos, probablemente en dialogo con sus empleados y otros stakeholders". (Argandoña, 2012)*

### 3.1.4- Áreas de -RSE-

Según la ISO 26000, se pueden identificar siete materias fundamentales de -RSE- que toda organización debería tener en cuenta según su estrategia de integración de la -RSE-. Ellas son:



Figura3: Materias fundamentales de la –RSE (ISO 26000, 2010)

*“Estas materias son, de algún modo, los ámbitos en los que la organización debe centrar su atención a la hora de tratar de actuar responsablemente”. (Argandoña & Silva, 2011)*

La ISO 26000 recomienda, *“abordar las materias fundamentales de un modo integral, esto es, reconocer que todas son igualmente importantes y se interrelacionan entre sí. De este modo, al emprender acciones dirigidas a mejorar un determinado asunto, la organización debería cerciorarse de que no se está afectando negativamente a otro”. (Argandoña & Silva, 2011)*

DERES, describe las siete materias fundamentales de la siguiente manera:

#### 3.1.4.1- Ética y Gobierno Corporativo

*“Se refiere a la forma por la cual la empresa toma sus decisiones integrando un conjunto de principios para las mismas, sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la organización. Esto incluye el reconocimiento y respeto de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales. En suma, los Derechos Humanos. Esto se conoce como “enfoque de los negocios basados en los valores” y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa; los diferentes códigos de ética o conducta, declaración de valores o de principios de actuación que pueda tener la empresa y su*



*aplicación; El sistema de gobierno de la empresa debe permitir supervisar y poner en práctica la RSE así como establecer los procesos de comunicación con otros actores de la sociedad”. (DERES, 2017)*

#### 3.1.4.2- Calidad de Vida y Prácticas Laborales

*“Comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por, o en nombre de la organización, incluyendo el trabajo subcontratado así como la promoción de relaciones laborales transparentes basadas en el diálogo y el respeto. Abarca las políticas de gestión humana que afectan a los trabajadores, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación y desarrollo personal, el ambiente y condiciones en donde trabajan, “salud, seguridad e higiene”, la diversidad, equidad de género y promoción de vida sana entre otros; asimismo incluye temas tales como el balance trabajo-tiempo libre y la preocupación por el trabajador y su familia, etc.”. (DERES, 2017)*

#### 3.1.4.3- Participación activa en la Comunidad

*“Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo y recursos (programas de voluntariado, etc.), productos, servicios, conocimientos u otros para mejorar la calidad de vida y el desarrollo de las comunidades en las cuales opera, sea en forma individual o en colaboración con otros actores; esto implica asimismo el brindar oportunidades de pasantías, tutorías y la incorporación de personas con discapacidad, etc. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor y la inclusión de pequeños emprendimientos en la cadena de valor, apuntando a un mayor desarrollo y crecimiento económico de la sociedad”. (DERES, 2017)*

#### 3.1.4.4- Medio Ambiente

*“Es el compromiso de la empresa con el Medio Ambiente e implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones así como los impactos generados en el ciclo de vida de los productos y servicios acompañando iniciativas que minimicen o compensen dichos impactos; abarca temas tales como la prevención de contaminación, optimización en el uso de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la reducción de emisiones, el uso de energías limpias, la capacitación y concientización tanto de su personal como de otros actores”. (DERES, 2017)*

#### 3.1.4.5- Cadena de Valor

*“Se refiere a la política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas con su cadena de valor (proveedores, trabajadores subcontratados, contratistas, clientes, consumidores y otros). Implica información sobre la integridad del producto, los procesos de atención y reclamos, la información transparente respecto a las características del producto así como su uso adecuado y los eventuales riesgos; incluye políticas respecto al marketing y la publicidad; las políticas y ética respecto a las*

*prácticas comerciales y en la relación de la empresa con sus proveedores, los precios, la distribución incluyendo temas tales como políticas de anticorrupción, competencia justa y la promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor”. (DERES, 2015)*

### 3.1.5- RSE interna y externa

Desde otro punto de vista, la RSE puede ser dividida en base a dos dimensiones, una interna y otra externa.

- *“La dimensión interna de la RSE se refiere fundamentalmente a aspectos relacionados con la calidad laboral y de vida de los empleados y con aspectos medioambientales vinculados con la gestión de los recursos naturales en la producción.*
- *La dimensión externa se refiere a las relaciones de la empresa con sus distintos grupos de interés externos y con su entorno social y medioambiental”. (Manitto & Salvagno, 2013)*

#### 3.1.5.1- Dimensión interna:

- *Gestión de los recursos humanos*

*“Hoy en día es fundamental para las empresas contar con trabajadores calificados y motivados, ya que en la medida que estos estén alineados con la estrategia de la organización los resultados que se obtendrán serán mejores. Es por eso que en este sentido y con el objetivo de retenerlos las empresas han implementado diversas acciones como capacitación continua, mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, buen nivel y equidad de retribuciones, igualdad de oportunidades de ascensos, horarios de trabajos justos, participación en órganos de decisión de la empresa y seguridad en el lugar de trabajo. Por otro lado, acorde con prácticas socialmente responsables y en especial aquellas que implican prácticas no discriminatorias, las empresas deberían promover la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de reducción del desempleo, y la lucha contra la exclusión social”. (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Seguridad y salud en el trabajo*

*“En relación a este tema las empresas socialmente responsables, deben diseñar e implementar sistemas para identificar y prevenir riesgos laborales, así como también proporcionar la indumentaria y herramientas necesarias para prevenir y minimizar los accidentes laborales.*

*Las empresas deben promover la vida saludable de sus empleados incentivándolos a comer saludablemente, a realizar deportes y ejercicios proporcionándoles tiempo y espacio durante la jornada laboral.*

*Las empresas socialmente responsables se han de preocupar por sus empleados para que los mismos no sufran ningún tipo de accidentes mediante instalaciones seguras, cascos, equipos de trabajo de última generación, etc. Esto también incluye la preocupación por los trabajadores que hayan sufrido accidentes, ayudando en su recuperación prestando una remuneración mientras los mismos se recuperan, dando pensiones a las familias afectadas por el infortunio del fallecimiento de un empleado, dando nuevos puestos de trabajo a sus familiares, etc. Por otra parte, el aumento en la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa. Es por lo expuesto anteriormente que las empresas y las organizaciones están incluyendo dentro de su régimen de contratación con terceros, pautas referidas a la gestión de la salud y la seguridad de sus empleados, no solo para no verse involucrada por cualquier inconveniente que pueda ocurrir mientras los contratistas trabajan en la empresa sino también para lograr promover la RSE más allá de la empresa". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Adaptación al cambio*

*"Actualmente vivimos en un mundo dinámico, donde los consumidores cambian constantemente de preferencias y son cada vez más exigentes, la competencia es cada vez mayor gracias a la globalización, existen nuevas preocupaciones en relación al ambiente, entre otras cosas, que han obligado a las empresas a afrontar distintas reestructuraciones para poder sobrevivir, muchas de ellas acompañadas por una reducción de la plantilla de trabajo.*

*Según estudios menos del 25 % de las reestructuraciones logran sus objetivos de reducción de costos e incremento de productividad y/o calidad, ya que muchas veces no toman en consideración la repercusión que tendrá esta en su personal y provocan que el mismo como consecuencia de la reestructuración pierda la motivación, su creatividad y disminuya su productividad. Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante información y consultas abiertas. Además, la reestructuración debe prepararse bien, identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios. Comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo, las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales*

*"Las empresas socialmente responsables deben preocuparse por disminuir el consumo de recursos así como evitar o reducir al máximo posible todos los desechos y emisiones contaminantes de sus procesos productivos para moderar el impacto que*

*tiene la empresa sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajosa para la empresa el reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento de la rentabilidad y competitividad". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Accionistas o propietarios*

*"Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. El accionista con vocación de permanencia en la organización se acerca al concepto de propiedad o empresario, normalmente implicado en la gestión y en la marcha del negocio.*

*Por contra, aquel accionista que busca exclusivamente una rentabilidad económica de su aportación, se le asocia con la figura del inversor externo, individual o institucional, por lo que puede ser más adecuado incluirlo como grupo de interés externo. Estos últimos pretenden la recuperación de su inversión con rentabilidad y la información transparente y periódica. No obstante, no todos los inversores buscan alcanzar exactamente las mismas contraprestaciones, en igual espacio de tiempo. Los accionistas con intención de permanencia en el proyecto empresarial, tienen expectativas muy distintas a aquellos cuya inversión es puramente especulativa y con afán de rentabilidad, ya que los primeros se preocupan más por el crecimiento de negocio, las estrategias implementadas, los recursos empleados, etc". (Manitto & Salvagno, 2013)*

### 3.1.5.2- Dimensión externa

La RSE también se desarrolla más allá de la propia empresa, e involucra a las comunidades locales en donde la empresa lleva a cabo sus actividades, lo que abarca a un amplio abanico de interesados: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. En un mundo globalizado como el actual la RSE debe ir más allá de las fronteras nacionales.

- *Comunidades locales*

*"La RSE implica que todas aquellas empresas que adopten esta estrategia deben integrarse con el entorno local en el que se encuentran inmersas, para lo cual deben proporcionar puesto de trabajos, salarios, prestaciones e ingresos fiscales. La mayor parte de los empleados de la empresa pertenecen a las comunidades en donde opera la misma, por lo tanto su funcionamiento depende en gran medida de la salud, estabilidad y prosperidad de las comunidades locales, por lo que es este otro motivo para que se preocupen por integrarse y contribuir al desarrollo de las comunidades locales.*

*Las empresas interactúan con el entorno físico en el que se hallan. Precisan de un entorno adecuado para llevar a cabo la producción y oferta de servicios, como por ejemplo unas adecuadas redes de comunicación, un medioambiente limpio, recursos*

*naturales en buen estado, trabajadores capacitados, etc. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas, contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por esto es que deben diseñar procesos para reducir y en lo posible evitar la emisión de cualquier tipo de residuo o desecho que contamine el medio ambiente. El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social es especialmente importante para las empresas no locales. Las sociedades multinacionales utilizan cada vez más estas relaciones para cimentar la integración de sus filiales en los distintos mercados en que están presentes. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Socios comerciales, proveedores y consumidores*

*"Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción, por eso es muy importante tener en cuenta la forma en que estos actúan a la hora de seleccionar los socios comerciales con los que desea operar. Por lo expuesto anteriormente, es importante que la empresa no solo difunda su política de RSE dentro de su organización sino que también comprometa en el desarrollo de la misma a todos sus socios comerciales, no solo para no ver perjudicada su imagen al tratar con empresas no cooperantes en el desarrollo social o infractoras de la legislación vigente, sino también para lograr aliados y fomentar la RSE de manera masiva, involucrando a más empresas. En particular, es importante tener en cuenta en el caso de las grandes empresas, que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria en lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que su comportamiento socialmente responsable puede depender de éstos últimos". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Derechos humanos*

*"Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, especialmente en aquellas empresas que desarrollan actividades internacionales y poseen cadenas de suministro mundiales.*

*Cada vez hay más empresas multinacionales comprometidas con el respeto de los derechos humanos, y esto lo manifiestan a través de sus códigos de conducta, así como también cuando exigen la aplicación de normas éticas en la producción de los bienes que importan, ya que están convencidas de que la repercusión de las actividades de una empresa en los derechos humanos de sus empleados y de las comunidades locales sobrepasa el ámbito de los derechos laborales". (Manitto & Salvagno, 2013)*

- *Problemas ecológicos mundiales*

*“Existen mucho problemas medio ambientales que son de índole mundial, al igual que la actuación y consumo de recursos que realizan muchas empresas. Un ejemplo lo tenemos en la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de las aguas, localizada en puntos concretos pero que se dispersa por todo el planeta. Por ello, es importante que las empresas actúen en concordancia a su responsabilidad social tanto a nivel local como internacional. Otro punto a tener en cuenta es la inversión y las actividades sobre el terreno de terceros países que pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países. La relación de la empresa con su medio ambiente puede ser vista desde un punto de vista interno (tal como se vio en la sección de dimensión interna) que tiene que ver con la gestión de los procesos productivos dentro de la empresa para que sean lo menos contaminantes posible pero también se puede ver desde un punto de vista externo que tiene que ver con la propia contaminación que puede ocasionar en el medio ambiente la actuación de la empresa”.* (Manitto & Salvagno, 2013)

- *Grupos de opinión, administraciones públicas, comunidades locales y sociedad y público en general.*

*“Por lo general los grupos de interés tienen las siguientes 3 necesidades y expectativas básicas:*

- I. Transparencia informativa, especialmente valorado por aquellos que desean estar informados en todo momento de los impactos presentes que generan las distintas empresas, así como también conocer cómo se prevé actuar en el desarrollo futuro.*
- II. Participación. La comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.*
- III. Beneficio mutuo. Las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medioambiental de forma equilibrada con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras”.* (Manitto & Salvagno, 2013)

Teniendo en cuenta estas dos dimensiones y todo lo que ellas abarcan, es importante saber que para que una empresa pueda entrar dentro de las catalogadas como compañía socialmente responsable, *“no es suficiente con adoptar buenas prácticas dirigidas a los consumidores y otros grupos de interés externos. Hay que empezar por el ámbito interno de la empresa, es decir, por los trabajadores.* (Curto Grau, 2012)

Cuales son aquellas ventajas que derivan de la aplicación de RSE interna:

- *“Ayuda a que las políticas de RSE externa sean creíbles.*

- *Potencia la motivación y productividad del empleado, lo cual tiene un impacto positivo sobre la competitividad de la empresa.*
- *Fomenta la implicación del trabajador con la empresa, lo cual lleva a retener talento.*
- *Ayuda a atraer capital humano, puesto que los candidatos a puestos de trabajo cada vez son más exigentes con el salario emocional (aquel distinto del monetario).*
- *Facilitan los procesos de reestructuración empresarial y por lo tanto la adaptación de las compañías al cambio”. (Curto Grau, 2012)*

Es importante saber que las empresas, en la actualidad ya disponen de normas, guías y estándares de referencia a los cuales pueden remitirse para orientarse en materia de RSE interna. *“Sin embargo, la excesiva vaguedad con la que se redactan algunos de estos “códigos de conducta”, principios o normas dificulta el logro definitivo de los objetivos”. (Curto Grau, 2012)*

### 3.1. 6- Los siete principios de la -RSE-

En el espíritu de la ISO 26000, la idea de que una organización adopte una conducta socialmente responsable surge de la necesidad de su contribución al desarrollo sostenible.

*“Aunque no pretende dar una lista definitiva de principios de RS, la ISO 26000 aconseja adoptar, como mínimo, estos siete, a fin de facilitar la integración de la RS en toda la organización. La importancia de estos principios es la misma, es decir, que ninguno tiene prioridad sobre otro”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.1- Rendición de cuentas

*“La rendición de cuentas es una cuestión fundamental para poder llevar a cabo una correcta integración de la RS. La ISO 26000 invita a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos. La Guía también invita a las organizaciones a aceptar el escrutinio público de sus actividades y a asumir un papel activo en responder a dicho escrutinio”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.2- Transparencia

*“El argumento de que las organizaciones deben operar con transparencia ha ido ganando relevancia en el ámbito de la RS. La ISO 26000 aconseja a las organizaciones ser transparentes en aquellas actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente. De este modo, sugiere que la organización debería suministrar toda la información que requieran las partes interesadas, en un lenguaje accesible e inteligible. El principio excluye, sin embargo, que se publique la información protegida por la propiedad intelectual o la que pueda causar incumplimientos de obligaciones legales”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.3- Comportamiento ético

*“La RS de una organización tiene mucho que ver con la ética de su comportamiento. Por ello, la ISO 26000 postula que, para tener un impacto verdaderamente positivo en el desarrollo sostenible, la organización debería regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, lo que significa que la empresa no debería perseguir únicamente el beneficio económico, sino también tratar de maximizar los impactos positivos en su entorno social y medioambiental, y minimizar los negativos”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.4- Respeto a los intereses de las partes interesadas

*“La Guía señala que la organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas. Esto es así porque, aun cuando los objetivos de una empresa puedan circunscribirse a los intereses de sus dueños, existe un conjunto de actores o partes interesadas que, si bien no forman parte de la empresa,*



*tienen unas necesidades y unos intereses legítimos que pueden verse afectados por las actividades de la empresa. La ISO 26000 recomienda tener en cuenta a estos grupos de interés a la hora de operar y tomar decisiones.*

*En el espíritu de la ISO 26000, la idea de que una organización adopte una conducta socialmente responsable surge de la necesidad de su contribución al desarrollo sostenible.*

*Aunque no pretende dar una lista definitiva de principios de RS, la ISO 26000 aconseja adoptar, como mínimo, estos siete, a fin de facilitar la integración de la RS en toda la organización.*

*La ISO 26000 aconseja a las organizaciones ser transparentes en aquellas actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente.*

*La Guía señala que la organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de sus partes interesadas”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.5- Respeto al principio de legalidad

*“La ISO 26000 aconseja respetar el principio de legalidad o supremacía del derecho, lo que pasa por reconocer que ningún individuo u organización tiene la potestad de actuar fuera de la ley. En el ámbito de la RS, el respeto al principio de legalidad significa que la organización debería respetar y cumplir las leyes y regulaciones aplicables y, por tanto, debería tomar las medidas necesarias para estar al corriente y cumplir la legislación vigente en materia de RS”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.6- Respeto a la normativa internacional de comportamiento

*“Yendo más allá del cumplimiento de la ley de los países en los que opera, la ISO 26000 invita a respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales. Y para el caso de que la ley de su jurisdicción entre en colisión con la normativa internacional, la organización debería revisar la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción y evitar ser cómplice de comportamientos que no sean compatibles con la normativa internacional de RS”. (Argandoña & Silva, 2011)*

#### 3.1.6.7- Respeto a los derechos humanos

*“Finalmente, la Guía apunta que la organización debería respetar los derechos humanos, así como reconocer su importancia y universalidad, es decir, que estos derechos son aplicables a todos los individuos de todos los países y culturas. Y, en el caso de que los derechos humanos no sean garantizados en su ámbito de actuación, bien sea por un vacío legal o por prácticas inadecuadas, la organización debería hacer todo lo que esté a su alcance para respetar y proteger esos derechos”. (Argandoña & Silva, 2011)*

## 3.2- La clínica veterinaria como empresa de salud animal

### 3.2.1- La humanización de las mascotas

La humanización de las mascotas responde a un antropomorfismo o sea, dar características humanas a una entidad no humana. Por ejemplo, “Yo pienso que mi perro sabía que el veterinario estaba tratando de ayudarlo”. Esto por lo general se debe a múltiples razones: soledad, necesidad de afecto, proyectos comunes en parejas, etc.

Este tipo de vínculo entre las personas y las mascotas, es algo que en realidad siempre existió pero que nunca fue explorado lo suficiente, *“hoy en día, se pone más de manifiesto; la relación que se establece con la mascota tiene otro estatus social y se puede decir más abiertamente qué lugar ocupa en la vida: “un vínculo afectivo”, “compañía”, “una etapa mientras llega el momento para la paternidad”.* (Orozcol, 2014).

*“Humanizar en extremo es someter, es hacer primar nuestro deseo por sobre las posibilidades reales de una mascota -que, por cierto, son muchas-. Humanizar, en este sentido, también es cosificar por encima de lo que el animal está preparado para recibir”.* (Orozcol, 2014)

Los animales de compañía se mantienen en el ámbito doméstico, generalmente por propósitos de compañía y con roles sociales o emocionales, *“el tipo de animal con el que una persona es vista en público, hace una declaratoria de cómo se ven a ellos mismos y su posición en la sociedad”.* (WSPA, 2007 a) Por otro lado, tenemos el término “mascota” comúnmente usado para referirse a un amplio rango de animales que también se mantienen domésticos, pero sin tener una relación de compañía más igual. “Animal de compañía”, ha sido preferido por muchos investigadores en el campo de las interacciones humano-animal, ya que se refiere directamente a la función principal de que estos animales proveen.

Los perros y gatos están entre las especies de animales de compañía en el mundo que más se pueden observar. Esto es así, porque son especies altamente sociables, que calzan bien en la sociedad humana. Pero también hay razones históricas: los perros y gatos han probado ampliamente su utilidad a los humanos por cazar, cuidar, pastorear y control de pestes.

Estudios realizados recientemente en Europa y Norte América sobre las relaciones humano-animal y particularmente los efectos que los animales de compañía tienen en la salud y en el desarrollo psicosocial de la gente, han demostrado que, *“tener animales de compañía en estas culturas puede tener una cantidad de efectos medibles en la gente, incluyendo la percepción de la mejora en la salud y en el bienestar, aunque las zoonosis también pueden producir problemas de salud. Los efectos sociales de la tenencia de mascotas también parece ser importante, ofrecer compañía y facilitar las relaciones sociales humanas. Pero cuando se consideran en el contexto del bienestar animal, algunos de los efectos más interesantes que pueden tener las mascotas, están en las actitudes de la gente”* (WSPA, 2007 a).

En definitiva, es importante tener en cuenta que este trato humanizador, podría derivar en problemas o ciertos trastornos, a nivel de bienestar animal. *“Veo perros chicos que son llevados en brazos y no al nivel del suelo, porque les da miedo que se junte con otros perros, privándolos de la comunicación y socialización con otros. Bienestar animal no es solamente que tenga comida o cariño, sino que el recurso social es sumamente importante. Un can que no interactúe de cachorro es coartarlo, los perros son gregarios, necesitan interacción. En el paseo no sólo escuchan ruidos, ven a los mismos de su especie, estímulos y tienen la oportunidad de sentirse bien, de entretenerse y de hacer ejercicio. Muchas personas no entienden la comunicación canina, porque piensan que son niños, no comprenden el significado de cierto movimiento de cola, expresiones faciales, etcétera. El perro te está comunicando cosas todo el rato, y si no sabes interpretarlo, puedes sobrepasar los límites y lo más probable, es que en algún momento se vea obligado a protegerse y defenderse, y puede que mande un tarascón, por ejemplo. En resumen, si se considera al animal acorde a lo que yo pienso como ser humano, y lo crío a mi parecer y no acorde a la psicología canina, al final educas un perro desequilibrado. Puedes generar problemas de dominancia, ansiedad, territorialidad, conflictos por protección de recursos, mala socialización o agresividad”.* (Díaz, 2014)

Algunos consejos para aquellos que tengan perros o seres de otras especies en su familia para una buena educación y convivencia, *“primero, si van a tener un perro o cualquier animal de otra especie, infórmate sobre tenencia responsable, sobre la especie y sus características biológicas y psicológicas. No es adecuado tener un perro encerrado en una casa y sólo preocuparte de darle comida y agua. Los animales no son máquinas que necesiten que les pongan combustible, son seres complejos. Hay que informarse sobre la mejor manera de educarlos, proporcionarles la oportunidad de tener buena socialización, conocer la mejor manera de reaccionar ante determinados comportamientos, etcétera. Si el perro rompe un diario, pregúntate primero por qué lo hizo. Obviamente porque sus necesidades no están cubiertas y va a buscar con qué entretenerse. Son animales con inteligencia, con capacidades que si no son potenciadas, de una u otra forma, van a canalizarlas. Si el can supiera que algo está mal, por un tema de sobrevivencia no lo volvería a hacer. Pero si llegaste a la casa y viste que dejó la escoba hace dos horas o hace 10 minutos, y tú lo corriges y le adjudicas sentimientos de culpa mientras el perro no entiende por qué lo estás corrigiendo, eso es humanizar. Además, es bueno tener rutinas claras, como el momento de comida, de paseo, entre otros, con lo que vas a evitar muchos problemas como la ansiedad. Un animal ansioso, agresivo o con otro problema, reaccionará de tal modo porque no posee los recursos que debiera tener, porque sus necesidades no están cubiertas y su bienestar es inadecuado. Por eso, hay que educarse uno mismo primero y después educar y criar a otros, siempre con compromiso y responsabilidad. De esta manera, el llamado es a considerar y respetar a los individuos no humanos de manera integral. No cabe duda que tenemos muchas similitudes con otros animales en términos de inteligencia o sentimientos, pero también las diferencias físicas y psicológicas deben ser tomadas en cuenta, para establecer una convivencia saludable que nos permita a todos, vivir de forma digna y equilibrada”.* (Díaz, 2014)

## **LAS PERSONAS TRATAN A SUS MASCOTAS COMO MIEMBROS DE LA FAMILIA**

La mayor parte de los hogares de EEUU (57%) tiene, perros gatos o ambas mascotas, pero casi todos (más de 9/10) consideran a su mascota como a un miembro de la familia. A continuación presentamos algunos hechos interesantes acerca de los propietarios de mascotas.

- 1) Los estadounidenses gastan alrededor de US\$ 5000 millones en regalos de Navidad para sus mascotas
- 2) El 63% de los propietarios de perros y el 58% de los propietarios de gatos encuestados declararon que entregaron regalos de Navidad a sus mascotas
- 3) El 40% de los propietarios de perros y el 37% de los propietarios de gatos encuestados cuelgan medias de navidad para sus mascotas
- 4) El 36% de los propietarios de perros y el 20% de los propietarios de gatos encuestados hacen regalos de cumpleaños a sus mascotas
- 5) El 27% de los propietarios de perros y el 23% de los propietarios de gatos encuestados ponen el nombre de sus mascotas en tarjetas o notas de felicitación
- 6) El 64% de los propietarios de mascotas encuestados incluyen noticias acerca de su mascota y el 36% incluye una fotografía en tarjetas navideñas
- 7) El 27% de los propietarios de mascotas afirman haber llevado a su mascota a un fotógrafo profesional para que tome un retrato con la familia, con Santa Claus o con el conejito de Pascua
- 8) El 37% de los propietarios de perros y el 31% de los propietarios de gatos tienen una fotografía de su mascota en un lugar prominente de su hogar y el 14% y el 10%, respectivamente, la tienen en su lugar de trabajo.
- 9) Alrededor del 10% de los propietarios de perros y gatos llevan una fotografía de su mascota en su billetera.
- 10) Alrededor del 20% de los hogares que tienen un perro o un gato, el propietario deja encendida la TV, la radio o el equipo de música cuando el animal queda solo, al parecer para que no se sienta triste.
- 11) El 16% de los propietarios de perros y el 14% de los propietarios de gatos declaran haber comprado un auto o una casa pensando en una mascota
- 12) En el 70% de los hogares con gatos y en el 40% de los que tienen perros, a los animales se les permite descansar en el mobiliario.
- 13) En el 65% de los hogares con gatos y en el 39% de los que tienen perros, estos animales duermen por la noche en la cama de algún miembro de la familia.
- 14) El 45% de los propietarios de mascotas tiene una cama especial para la mascota dentro de la casa.
- 15) El 75% de los propietarios de perros y el 38% de los propietarios de gatos, lleva al animal a pasear en el coche de la familia.
- 16) En la tercera parte (34%) de los hogares encuestados el perro va de vacaciones con la familia, mientras que esto solo ocurre con el 11% de los gatos.
- 17) El 25% de los propietarios de mascotas encuestados declaran utilizar un secador para el pelo de su mascota después del baño.
- 18) Cuando una mascota muere, el 58% de los propietarios lo entierran en su propiedad.
- 19) Cerca de la mitad de los propietarios de mascotas encuestados, admiten que en algunas oportunidades hablan con ellas. El 80% de estas personas afirma que en esas ocasiones el animal parece responderles con sonidos, expresiones faciales o con el lenguaje corporal.

Figura 4: Las personas tratan a sus mascotas como personas. (Coronel, 2015)

### 3.2.2- Caracterizando el sector

Es importante conocer cuáles son las características de la clínica veterinaria como empresa, para luego involucrar la -RSE- en este sector.

La gran mayoría de las clínicas veterinarias son microempresas y pertenecen al sector privado, siendo un muy pequeño porcentaje pequeñas y medianas empresas. El criterio de clasificación de empresas en el Uruguay según lo establecido en el decreto N° 54/92 del 7 de febrero de 1992; el Decreto N°266/95 del 19 de julio de 1995 y Decreto 504/007 del 20 de diciembre de 2007 plantea en su Artículo 8 que “...*la categorización de una unidad económica como micro, pequeña o mediana empresa, se determinará en función del número de personal ocupado conjuntamente con su facturación anual, conforme los límites cuantitativos que a continuación se establecen para cada una de las siguientes categorías...*” (IMPO, 1992)

Microempresas: Ocupan no más de cuatro personas y las ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a dos millones de unidades indexadas (U.I.).

Pequeñas empresas: Ocupan hasta diecinueve personas y las ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a diez millones de U.I.

Medianas empresas: Ocupan no más de noventa y nueve personas y las ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a setenta y cinco millones de U.I.

En los trabajos de Caracterización Sectorial – CIDEDEC, se investigaron clínicas veterinarias de la ciudad de Montevideo y arrojaron como resultado, que las mismas se distinguen por tener venta de productos (100%) y poseer, en su mayoría, entre 150 y 250 socios, que abonan una cuota mensual de aproximadamente U\$S 7,5. Dicha cuota brinda cobertura completa para atención médica en consultorio, otros beneficios y descuentos. (Ochs & col., 2014)

Las clínicas veterinarias se ubican en locales arrendados y mayoritariamente constituyen empresas unipersonales o sociedades de responsabilidad limitada (SRL). Generalmente, cuentan con estructuras edilicias de buena calidad; el 50% de ellas de dimensiones chicas (hasta 60 m<sup>2</sup>) y el 37% con dimensiones medianas (hasta 120 m<sup>2</sup>). En estos emprendimientos los ingresos médicos representan el 30% del negocio total. (Ochs & col., 2014)

### 3.2.3 - Formato comercial de la clínica veterinaria en el Uruguay



Figura 5: Formato comercial de la Clínica Veterinaria. (Ochs & col., 2015)

Un estudio realizado por el equipo de investigación de Gestión de Clínicas de la Facultad de Veterinaria, ha demostrado que la venta de productos y servicios no médicos, representa un porcentaje significativo de los ingresos de las clínicas veterinarias de animales de compañía en el Uruguay. Los rubros no médicos tales como los alimentos balanceados y estética, igualan o superan los ingresos médicos. Así mismo, los medicamentos de uso veterinario y accesorios, sin tener un desarrollo como los primeros, tienen una manifiesta potencialidad de crecimiento. (Soler & col., 2013)

El egresado se encuentra con una realidad diferente de la que fue formado, y deben competir en un escenario donde lo comercial, prima sobre la actividad médica.

Los resultados de encuestas realizadas en Montevideo y área metropolitana, plantean que aproximadamente el 70% del negocio de las clínicas veterinarias pasa por los aspectos no médicos *“...es frecuente que de manera casi imperceptible, la dinámica diaria de la clínica, conduzca a que el veterinario le dedique más atención y horas de la jornada laboral a los aspectos comerciales. Paralelamente, los proveedores, implementan en forma permanente nuevas, diferentes y exitosas políticas de promoción de sus opciones comerciales, tentando a los responsables de los emprendimientos, a la apertura de nuevas “bocas” de venta de sus productos”* (Ochs & col., 2015). Este tipo de negocio, que sin duda le aporta al sector proveedor, contribuye a favorecer la atomización del sector.

La atomización del sector clínicas veterinarias es un concepto que se incorpora al análisis de los diferentes sistemas de salud animal en las sociedades iberoamericanas. Se entiende por atomizar: “pulverizar, desintegrar, dividir, fragmentar, vaporizar, rociar, proyectar, lanzar, radiactivar o, dividir en partes sumamente pequeñas” (Ochs & col., 2015).

Desde un punto de vista económico; *“Atomizar es la característica de un mercado compuesto de numerosos compradores y vendedores, en el cual ninguno ocupa un lugar preponderante (...) Característica de un mercado en el que la oferta y la demanda las constituye un elevado número de compradores y vendedores sin que ninguno ejerza una posición que le permita influir en el equilibrio del mercado”*. (Ochs & col., 2015)

La forma en que está constituido el sector Clínicas de Animales de Compañía en Montevideo y área metropolitana, tiene como resultado frecuente, plantear como estrategia, una guerra de precios a la baja, buscando con este marketing, una “diferenciación” que no logran con propuestas de calidad, creatividad o innovación.

*“El principio del fin para el sector clínicas veterinarias, es cuando el PRECIO se convierte en la MARCA de las empresas”*. (Ochs & col., 2015)

### 3.2.4- Fortalezas y debilidades de las clínicas veterinarias

Es importante hacer alusión también a las fortalezas y debilidades de las clínicas veterinarias y para poder ahondar en el tema se menciona el siguiente trabajo de investigación:

En los años 2011-2013, se realiza un trabajo diagnóstico del sector clínicas de pequeños animales desde la percepción de los clientes, proveedores, veterinarios empresarios/asalariados, colaboradores, docentes universitarios y gobierno nacional. El mismo llevado a cabo en el marco de un proyecto financiado por la Comisión Sectorial de Investigación Científica (CSIC), en el cual se analizan las opiniones de diferentes grupos de interés vinculados directamente con el sistema de clínicas veterinarias de Montevideo y área metropolitana. Los entrevistados hicieron reiteradas alusiones a las *“carencias de gestión y marketing en la formación de los veterinarios, y pusieron especial énfasis en el marketing general, la fijación de precios, los protocolos de trabajo, así como la mala atención del cliente”*. (Ochs & col., 2014)

También se hace hincapié en el desarrollo comercial por sobre el desarrollo médico - clínico, entre cuyas causas se encuentran la escasa casuística, la carencia de paraclínicos e interconsultas, entre otras. También se agregan los altos costos que se pagan por equipamientos y mantenimiento de la infraestructura edilicia. Además se señalaron temas de psicología médica, como por ejemplo, el desgaste del profesional (“burnout”) o el involucramiento emocional, lo cual, resta eficiencia y conduce a la desvalorización involuntaria de la profesión. Así mismo, se mencionan también como debilidades, aspectos éticos, carencia de reglamentaciones, prolijidad y limpieza y el no otorgamiento de días por estudio a los colaboradores.

La atomización del sector “clínicas veterinarias”, concepto que mencionábamos a lo largo del capítulo también constituye una debilidad, ya que lleva normalmente a una relación estructura/servicios ofrecidos desfavorable.

Con respecto a las fortalezas del sector, se mencionan, la cobertura geográfica del sistema de clínicas, la atención personalizada, disponibilidad de diferentes productos y la adaptabilidad del profesional para desempeñar diferentes roles en forma simultánea con el objetivo de disminuir costos de estructura. También, la mayoría de los entrevistados calificaron los recursos humanos del sector como técnicos con buena formación.



Figura 6: Debilidades de las clínicas veterinarias en Montevideo – Uruguay. (Ochs & col., 2014)





Figura 7: Fortalezas de las clínicas veterinarias en Montevideo – Uruguay. (Ochs & col., 2014)

### 3.2.5- Clínicas veterinarias y -RSE-

La cuestión es, ¿Cómo se involucra la -RSE- en las clínicas veterinarias? Teniendo en cuenta datos de la realidad, las personas gastan más dinero que antes en las mascotas. Frente a esto, bajar los costos y la calidad del servicio resulta una pérdida de oportunidades de crecimiento para las clínicas veterinarias. El objetivo de la -RSE- debe ser lograr un buen servicio, con un enfoque hacia la mejora continua, que sea de alta calidad y con un valor agregado respecto al de la competencia. Esto se puede lograr por medio de gestión de la calidad, gestión ambiental y compromiso integral con todas las partes interesadas. La -RSE- resulta un tema lejano a las clínicas veterinarias. Esta debería de otorgar una visión de los negocios que incorpore el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La clínica veterinaria es un muy buen espacio para educar a la población sobre la tenencia responsable, cuidado de los animales y el medio ambiente. Dedicar tiempo a la educación puede dar un importante valor agregado en la incorporación de la -RSE-. Una empresa responsable es *“aquella que, cumpliendo con la normativa vigente, integra armónicamente el desarrollo económico con el respeto por la ética, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor”*. (DERES, 2017)

Esto es un cambio paradigmático del rol de la empresa en la sociedad. Cuando se piensa en -RSE-, hay cierta inclinación a mencionar empresas de gran tamaño. *“Es en estas empresas donde las prácticas responsables o irresponsables son más visibles, para bien o para mal, y las que mayor impacto tienen”*. (Vives & Peinado- Vara, 2011)

Las PyMEs, por sus características, requieren de aplicaciones de estos elementos adaptadas a su realidad, plantea Antonio Vives.

Una empresa es socialmente responsable, cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en la comunidad, en los trabajadores y en el medio ambiente. El hecho de que las clínicas veterinarias sean pequeñas o micro empresas no las inhibe de incorporar la -RSE- pensando en prácticas sencillas y adecuadas que no generen costos excesivos. Incorporar la -RSE-, genera repercusiones en la interna de la empresa, facilita el trabajo en cuanto a la calidad de vida laboral, modifica comportamientos negativos y ayuda a poner en marcha proyectos sociales y de buena relación con la comunidad. La decisión de incorporar este paradigma, permitirá brindar un mejor servicio al cliente. Tal como se menciona en otro capítulo, la ISO 26000 define los stakeholders o partes interesadas como *“individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización.”* (ISO, 2011)

La -RSE- incorpora este concepto y llevado a las clínicas veterinarias, serían las personas u organizaciones que son impactadas o que pueden impactar a las mismas.

### 3.3- Grupos de interés – ONGs Protectoras de Animales -PA-



Figura 8: Stakeholder de interés, ONGs -PA-

Los grupos de interés -stakeholders- que pueden verse afectados por las actividades de la empresa,... *“ya sea porque se ven perjudicados por los residuos que esta emite al medioambiente, porque compran sus productos, les venden sus insumos, trabajan para ella, le cobran ciertos cargos establecidos por ley, porque invierten en la misma, o porque tienen ciertos intereses sociales que involucran a la empresa, entre otros”* (Manitto & Salvagno, 2013), Dentro de las partes interesadas, podemos encontrar a los empleados, inversionistas, directivos, proveedores, acreedores, clientes, gobiernos, organizaciones sociales y la comunidad.

*“Una empresa que pretenda ser socialmente responsable debe tener en cuenta los intereses de todas y cada una de las partes interesadas en su actividad, debe tener en cuenta cómo afectan sus acciones a estas partes interesadas, para tener una relación amigable y provechosa con las mismas. Pues si se preocupa por sus empleados y ofrece buenas condiciones laborales, paga sus impuestos, da apoyo a sus clientes cuando estos lo requieran, hace negocios transparentes y a largo plazo con sus proveedores, y además trata de contaminar lo menos posible, seguramente obtendrá mejores beneficios por su buen actuar. Esto generara relaciones duraderas y más beneficiosas con estos interesados (empleados que trabajan motivados, clientes satisfechos y dispuestos a seguir comprando, proveedores con los que se hace*

*negocios favorables que disminuyen costos, buena imagen corporativa que atrae talentos y buenos clientes), en comparación con las demás empresas en las que la preocupación principal es la de obtener ganancias para sus accionistas relegando a un segundo plano los intereses de los demás stakeholders". (Manitto & Salvagno, 2013)*

*Respecto a los intereses de los stakeholders, "una organización debería: identificar sus partes interesadas... reconocer y mostrar el debido respeto, tanto por sus intereses como por los derechos legales de sus partes interesadas...considerar los puntos de vista de las partes interesadas cuyos intereses probablemente se vean afectados por una decisión o actividad, incluso cuando no tengan un rol formal en la gobernanza de la organización..." (Carrau & Licandro, 2012)*

A la hora de identificar a los stakeholders, la RSE es un concepto bastante abstracto y amplio que, para que se pueda llevar a cabo, requiere dos cosas. *"En primer lugar, dada su dimensión relacional (es decir, el comportamiento responsable es siempre en relación a otros), es necesario comenzar por establecer con precisión quienes son los actores sobre los cuales el accionar de la empresa tiene la potencialidad de ejercer efectos positivos o negativos: los stakeholders. En segundo lugar, la RSE necesita descomponerse en responsabilidades concretas (es decir, formas de hacer las cosas: decidir, actuar, relacionarse, etc.) hacia esos stakeholders". (Licandro P. Ó., 2014)*

La identificación de los stakeholders, no es algo tan sencillo como realmente parece a primera vista. *"Algunos de ellos son obvios: accionistas, trabajadores, clientes y consumidores, proveedores, competidores, comunidad, Estado y medioambiente. Pero cada empresa, en función de la especificidad de su operación, se relaciona con otros stakeholders: personal de empresas tercerizadas que brindan servicios dentro de los locales propios (seguridad, limpieza, mantenimiento, etc.), vecinos residentes en las cercanías de fábricas y locales comerciales, sindicatos, cámaras y otras organizaciones a las que pertenece, partidos políticos, etc. En particular, no es fácil identificar los actores del Estado que efectivamente son stakeholders: reguladores y auditores, ministerios, gobiernos locales, etc. Por esta razón es imprescindible comenzar por hacer un análisis profundo destinado a identificar a todos los stakeholders. Para hacerlo se sugiere dividirlos en tres categorías:*

- *internos (accionistas y trabajadores).*
- *del microentorno (consumidores, proveedores, competidores, etc.).*
- *del macro entorno (reguladores, gobiernos locales, vecinos, etc.)". (Licandro P. Ó., 2014)*

Por otro lado, Edward Freeman, quien a lo largo del tiempo fue modificando este concepto pero siempre manteniendo la fidelidad a sus definiciones originales, fue el que introdujo el término stakeholder definitivamente *"en el lenguaje de la estrategia, de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa". (Freeman, 2009)*

Freeman, redonda la definición de stakeholders como *"aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización", pero al mismo tiempo, presento también dos formas distintas de clasificar los stakeholders, según influencien de manera directa o indirecta sobre la empresa: "los 'primarios' o 'definicionales' y los stakeholders 'instrumentales'. Los primarios son vitales para el*

*crecimiento continuo y sobrevivencia de cualquier empresa, mientras los stakeholders instrumentales están en el entorno amplio de la empresa y son aquellos que pueden influenciar a los primarios (activistas, competidores, ambientalistas, medios de comunicación)”. (Freeman, 2009)*

### 3.4- Concepto de ONGs

#### 3.4.1- ONGs

El concepto de organización no gubernamental -ONG-, es utilizado para identificar a organizaciones a cargo de ciudadanos comunes, voluntarios, que se organiza a nivel local, nacional o internacional, que no son parte de las esferas gubernamentales ni son empresas cuyo fin fundamental es el lucro.

*Estos grupos, comparten tareas orientadas y dirigidas con una visión y misión común, “las ONG realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias, llevan los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos, supervisan las políticas y alientan la participación de la comunidad. Proveen de análisis y experiencia, sirven como mecanismos de advertencia temprana y ayudan en la supervisión e implementación de acuerdos internacionales. Algunas están organizadas sobre temas específicos, tales como los derechos humanos, el medio ambiente o la salud”. (CINU, 2017)*

*Las ONGs, sobreviven gracias a la recaudación de fondos que puedan llegar a obtener de la financiación por partes del “Gobierno, de otras ONG (como fundaciones), o de individuos o empresas particulares. Algunas ONG, con el fin de mantener autonomía de gestión e imparcialidad, evitan la financiación oficial y trabajan a través de voluntarios.” (Candelo, 2016)*

Aspectos clave a tener en cuenta

- *“se trata de una organización, lo que significa que debe disponer de una estructura organizativa perfectamente definida, ha de aplicar la técnica del management, debe desarrollar la gestión empresarial y es preciso que administre eficientemente sus recursos;*
- *es no gubernamental, lo que significa que no debe estar ligada a un Gobierno concreto, presuntamente no debería estar ideologizada, se ha de gestionar mediante control privado y debe contribuir a ayudar al desarrollo de los pueblos. Como consecuencia, se trata de una organización con fines de interés colectivo, que presta servicios no lucrativos y que se financia mediante la recaudación de fondos, tanto públicos como privados.” (Sanz de la Tajada, 2001)*

*“Si nos fijamos en la corriente que va desde la ONG hacia la empresa, aparecen dos nuevas situaciones que dan lugar a otros tantos nuevos conceptos que se vienen desarrollando en este campo de la gestión de las ONGs: el fundrising y el comercio justo:*

- *El fundrising se entiende como un proceso de captación de fondos (en concreto significa “levantar fondos”) procedentes del sector privado y se realiza por organizaciones no lucrativas que buscan con ello conseguir amigos ocasionales (aportan fondos en contadas ocasiones) o consolidar relaciones permanentes con colaboradores (particulares o empresas, que es lo más frecuente) que se constituyen en financiadores sistemáticos; en este caso, las ONGs aparecen como partenaires de las empresas en las acciones de marketing con causa que éstas realizan.*
- *El comercio justo, por su parte, la ONG aparece realizando una función de intermediación entre el productor del bien (generalmente un artesano) y el comprador del mismo; se trata de un tipo de actividad que está viviendo un fuerte desarrollo, por las ventajas que aporta: garantiza la producción y elaboración ética de los productos (ej.: asegurando que no se utilice mano de obra infantil), asegura unos ingresos dignos para el productor (que no sea explotado por los intermediarios tradicionales que buscan su lucro personal a ultranza), y además proporciona algunos ingresos para la propia ONG, que facilitan su financiación y la continuidad de sus actividades”. (Sanz de la Tajada, 2001)*

Dentro de las ONGs, se aplica *“el marketing denominado no empresarial, de carácter no lucrativo, y su referente es el marketing de servicios.”* (Sanz de la Tajada, 2001)

#### 3.4.2- ONGs -PA-

*“La defensa y protección de animales consiste en un conjunto de acciones solidarias que desempeñan las organizaciones sin ánimo de lucro para hacerse cargo de la captura y el alojamiento de los animales abandonados, así como de su adopción, sanidad y sacrificio. Además, las asociaciones luchan porque haya medidas legales que juzguen el maltrato animal, prohíban el entretenimiento a costa de su sufrimiento y sensibilizan a la sociedad sobre la protección y la defensa de estos. Estas sociedades se encargan de recoger animales vagabundos o abandonados y estos podrán ser recogidos por sus dueños o adoptados por otros. Utilizan instalaciones especiales para el depósito, cuidado y tratamiento de los animales abandonados, así mismo recogen animales entregados por sus dueños. Pueden recibir ayudas pero deberán ser declaradas en la administración, también podrán proponer a la administración medidas para mejorar la eficacia de la defensa y protección de los animales. Las ONGs dedicadas a la defensa y la protección de los animales centran sus acciones en el cuidado de los animales abandonados hasta que encuentran un hogar para ellos y a la vez sensibilizan a la sociedad para acabar con el maltrato, el abandono y concienciar sobre la responsabilidad que conlleva tener un animal”. (guiaONGs, 2017)*

### 3.4.3- ONGs en Uruguay

En el momento de implementar la apertura de una ONG en el Uruguay, es indispensable cumplir con una serie de requisitos para que esta pueda llevarse a cabo. En primer lugar es necesario registrar esa organización en la Dirección Nacional de Registro, dependiente del Ministerio de Educación y Cultura. Cuando alguien decide abrir una ONG tiene que elegir entre dos figuras jurídicas: la fundación y la asociación civil sin fines de lucro.

El Ministerio de Educación y Cultura tiene como rol importante, controlar que esa personería jurídica cumpla con lo que especifica la ley. *“En los papeles, cuando controla a una ONG, se fija que haya elecciones cada dos años, que el registro de socios esté debidamente acreditado, que se hagan las citaciones correspondientes para asambleas de socios”*. (Massa, 2015)

En segundo lugar, se dan los controles de los organismos que le transfieren partidas de dinero a las ONGs, es ahí donde cada Intendencia o Ministerio define sus propios criterios. Hay que tener en cuenta que no hay un organismo específico a nivel del Estado que fiscalice la calidad y los objetivos de una ONG. Estos controles puede ser que los haga el que le presta dinero, una Intendencia por ejemplo, pero *“no existe un estándar de controles de calidad a nivel del Estado”*. (Massa, 2015)

Para las ONGs que trabajan con el Estado, no siempre hay mecanismos de evaluación que sean objetivos, y tampoco hay un sistema de información interestatal.

Según Gustavo Leal, sociólogo de la ONG El Abrojo, integrante de la Asociación Nacional de ONGs, *“debe existir una evaluación por parte del Estado de la distribución de los recursos igualitaria”*. (Massa, 2015)

*“Esta es la forma de evaluación que usa la Unión Europea (UE) en sus licitaciones con ONGs. Existe un reglamento claro, un control de calidad estricto y a cada ONG se le asigna un puntaje. Dependiendo del puntaje que tengan van a poder participar en programas en los que se asignen más o menos dinero”*. (Massa, 2015)

Marina Arismendi, antes de asumir como ministra de Desarrollo Social dejó en claro sus críticas a la hora de trabajar con las ONGs, *“Aunque algunas organizaciones sostienen que no tienen fines de lucro, sí los tienen”*. Además, agregó que *“el ministerio impondrá controles más fuertes y que sabía que algunas ONGs se fundaban con el objetivo de “vivir” a costa del Estado”*. (Massa, 2015)

En el Uruguay, existe La Asociación Nacional de Organizaciones No Gubernamentales Orientadas al Desarrollo -ANONG-, fundada en setiembre de 1992, es una asociación civil sin fines de lucro que nuclea a 90 organizaciones no gubernamentales de todo el país. Dichas organizaciones están dedicadas a actividades en diversas áreas: agro, ciencias sociales, comunicación, consumidores, cultura, derechos humanos, drogas, economía, educación, infancia, integración regional, juventud, medio ambiente, mujer,

promoción social, Pymes, salud, sindicalismo, tercera edad, violencia, vivienda y voluntariado. (ANONG, 2017)

Hay que tener en cuenta, que en el Uruguay, no hay ninguna ONGs -PA- vinculada a esta asociación.

### 3.4.3.1- Algunas ONGs Protectoras de Animales, a nivel internacional

- *A.P.A.P., España*

Institución privada sin fines de lucro, gestionada por voluntarios y financiada con las aportaciones de socios, padrinos y simpatizantes. La asociación se encuentra legalmente constituida e inscrita en el Registro de Asociaciones de la Comunidad de Madrid con el nº 2.955. *“Tenemos un centro de Acogida y Adopción de perros y gatos abandonados cuyo objetivo principal es encontrarles un verdadero hogar”.* (APAP, 2017)

El cometido principal de la Asociación, *“ofrecer otra oportunidad a los animales abandonados, perros y gatos, con el fin de proporcionarles un lugar donde vivir dignamente y con todos los cuidados necesarios para posibilitar su adopción y encontrarles un nuevo hogar. También trabajamos en la concienciación y educación de nuestra sociedad en el respeto hacia los animales”.* (APAP, 2017)

- *Amigos del perro, España*

La Fundación es una entidad sin ánimo de lucro, de carácter apolítico e independiente que, desde el año 1995, trabaja en favor de los animales.

Amigos del Perro, que ahora cumple 20 años, se constituyó en Langreo (Asturias) con el fin de contribuir al bienestar animal. Para ello desarrolla diversas actividades que van desde la recogida de animales abandonados hasta la reinserción de los mismos en nuevas familias a través de la adopción, campañas de divulgación contra el abandono y el maltrato. Al mismo tiempo, la Fundación trabaja en otros campos como la educación de la infancia y la juventud en el respeto a los animales y la colaboración en terapias asistidas con animales de compañía. (Amigos del perro, 2017)

- *PETA*

People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) es la organización de derechos de los animales más grande del mundo, con más de 5 millones de miembros y simpatizantes.

PETA se enfoca en las cuatro áreas en las que el mayor número de animales sufre más intensamente por períodos de tiempo más largos: en las granjas industriales, en el comercio de la ropa, en los laboratorios y en la industria del entretenimiento. *“También trabajamos en muchos otros asuntos como es el caso de la matanza cruel de ratones,*

*ratas, aves y otras “plagas”, así mismo contra la crueldad hacia los animales domésticos”.* (PETA, 2017)

PETA trabaja mediante la divulgación de información al público, las investigaciones sobre crueldad, la investigación científica, el rescate de animales, el impulso de legislaciones, eventos especiales, el involucramiento de celebridades y las campañas de protesta.

- *Animales S.O.S., Bolivia*

Es una entidad sin fines de lucro fundada en 1995, con la finalidad de velar por el bienestar de los animales en Bolivia.

Animales S.O.S. está legalmente establecida en Bolivia con Personería Jurídica R.P. N°831/96.

Su misión, *“lograr el bienestar de los animales en general, mediante la acción, educación, la creación y el cumplimiento de las leyes”.* (Animales S.O.S., 2017)

- *El Campito Refugio, Argentina*

El Campito Refugio, es una ONG, sin fines de lucro. Inscripta como Asociación Civil, REFUGIO EL CAMPITO personería jurídica n° 6971, Ruta16 Parcela 501 E Monte Grande, Partido de Esteban Echeverría, zona sur del Gran Buenos Aires, en Argentina.

El Campito no recibe subsidios, aportes de empresas, o alimento balanceado de ninguna compañía, no tiene cuotas ni socios. Se puede ser padrino / madrina del refugio, o de un perrito que desees proteger en particular, a voluntad: no hay montos fijos y la frecuencia de la ayuda también es voluntaria.

El círculo que se inicia con el rescate y continúa con la recuperación, culmina con la adopción. En el refugio ingresan alrededor de 100 animales destruidos, mes a mes, gracias a que una cantidad similar se van en adopción gracias a la excelente tarea desarrollada por el equipo de adopciones.

El objetivo principal de la organización es la concientización de la sociedad. (El Campito Refugio, 2017)

- *E.D.R.A., Chile*

Fundación edra, equipo de defensa y rescate animal. Personalidad jurídica n°163021 chile. Sus actividades son integradoras, pudiendo participar y/o beneficiarse de ellas docenas de organizaciones y rescatistas independientes sin pedirles nada a cambio más que su compromiso y amor por los animales.

Fundación EDRA, Equipo de Defensa y Rescate Animal nace en enero del 2009. *“Nuestro objetivo es la defensa, protección y rescate de la fauna, sea urbana o rural, endémica o exótica, doméstica o salvaje, nacional o extranjera; y por extensión la defensa, protección y rescate del medio ambiente que la sustenta.*



*Nuestra estrategia para lograrlo aborda medidas de corto, mediano y largo plazo, integrando a distintas ONG defensoras de los animales, personas naturales, empresas privadas, Instituciones del Estado, Municipalidades y todo aquel que quiera sumarse a nuestro trabajo”. (E.D.R.A., 2017)*

### 3.4.3.2- Algunas ONGs -PA-, en Uruguay

- *Amigos de los animales, Paysandú*

Es una ONG que se dedica al bienestar animal, que nació hace más de una década, y desde entonces *“hemos transitado con mucha dedicación y esfuerzo, caminos que conduzcan hacia el respeto a los animales, a sus derechos, y eliminar cualquier forma de sufrimiento o maltrato de los mismos. Trabajamos en forma honoraria y sin fines de lucro, con un único fin: el bienestar de todos los animales”*. (Amigos de los Animales, 2017)

Sus valores: *“Compromiso, manifestado en la causa del cuidado de los animales y el fuerte esfuerzo voluntario y honorario de sus integrantes; Respeto, hacia los animales y sus derechos; Libertad, creemos en la libertad como un valor para todos aquellos animales no domesticables; Responsabilidad, en la tenencia y cuidado de los animales”*. (Amigos de los Animales, 2017)

Su misión, *“está enmarcada en un sentido de justicia y de amor hacia los animales. Son nuestros semejantes y no merecen el maltrato al que son sometidos, cada vez con más frecuencia de lo que pensamos. Todos somos integrantes de un ecosistema y con nuestra labor contribuimos a la preservación y mejora del mismo”*. (Amigos de los Animales, 2017)

Es una ONG que lucha para que se cumplan las leyes vigentes sobre tenencia responsable y se mejoren las mismas.

*Visión, “la forma en como una sociedad trata a los animales habla de ella. Desde la ONG “Amigos de los Animales Uruguay” queremos contribuir a una mejor sociedad transmitiendo nuestros valores sobre el trato hacia los animales, interviniendo en las situaciones de emergencia, generando políticas preventivas, eliminando las condiciones inadecuadas y educando a la sociedad en los valores de amor y respeto hacia todos los seres vivos...Para lograrlo es imprescindible esfuerzo, dedicación y compromiso. Queremos vivir en una sociedad donde nuestra tarea no sea necesaria, para eso necesitamos hoy avanzar mucho más aún de lo que venimos haciendo....Aspiramos a que la tarea que realizamos hoy de cuidado y rescate de los animales, impacte en las futuras generaciones, con una mejor educación sobre los derechos de los mismos, que permita cortar este triste ciclo donde cada día más animales sufren injustamente la crueldad de algunos humanos deshumanizados. ...Menos jaulas, más libertad. Más responsabilidad, más amor, más cariño hacia el animal que tenemos. Respeto a la vida animal y a su reproducción responsable. Ser capaces de devolverles parte del gran afecto que ellos nos dan....No es una utopía, estamos trabajando para que sea realidad”*. (Amigos de los Animales, 2017)

- *A.P.A El Refugio (Asociación Protectora de Animales), Montevideo*

El Refugio, es una Asociación Protectora de Animales (Asociación Civil) sin fines de lucro, fundada en 1999 y situada en Montevideo, Uruguay. Hoy en día, alberga 400 perros y 40 gatos.

*“Todos nuestros perros y gatos fueron rescatados de las más diversas situaciones de maltrato, abandono y crueldad....Nuestro fin es concientizar sobre la tenencia responsable de los animales de compañía y promover una filosofía de respeto hacia la vida, en todas sus formas”. (A.P.A. El Refugio, 2017)*

Su misión, es ayudar a que todos los animales que están hoy en El Refugio, encuentren una familia que los ame, cuide y proteja, y brindarles la mejor calidad de vida a aquellos que por diversas razones no pueden ser adoptados.

- *Liga bichera, Montevideo*

Liga bichera Montevideo se crea como una herramienta de unión y difusión. Es un grupo de personas que se dedican a rescatar, curar, albergar y reubicar.

Su misión es, *“rescatar, curar y difundir perros y gatos heridos, enfermos, abandonados, perdidos o encontrados. Sin beneficios personales, solo cubrir los costos de funcionamiento y recibir donaciones de alimentos, abrigo, medicación, cuchas, collares, juguetes, voluntarios en mano de obra etc.”.* (Liga Bichera, 2017)

- *Animal Help*

Es una ONG sin fines de lucro.

Su misión se base en, *“el rescate, asistencia, alimentación y alojamiento del animal accidentado de la calle sin dueño....Requisamos animales maltratados, en especial equinos, por lo que prácticamente a diario se presentan denuncias escritas en Seccionales Policiales de todo el país. Ante emergencias de animales, Jefaturas de policía de Montevideo e Interior cuentan con nuestro apoyo, ante las distintas inquietudes y problemáticas de la comunidad. Recepcionamos llamadas de emergencia por animales con dueño, brindamos información de clínica veterinaria para ayudarles a salvar a sus animales, cuando no acceden económicamente a un veterinario. También, en forma absolutamente permanente recepcionamos llamadas de la ciudadanía por distintos problemas con animales y procuramos una solución. Difundimos a través de Internet y correos electrónicos a toda la comunidad bichera información, actualización, adopciones, denuncias, etc.”.* (Animal Help, 2017)

- *Refugio Canino "Juan Lacaze"*

Es una comisión formada por voluntarios, actualmente a cargo del “canil” de la ciudad de Juan Lacaze, el cual fue dirigido durante el transcurso de los últimos 20 años por la Sra. Olga Miñon, *“siempre primando el beneficio y bienestar de los animales que allí se encuentran de paso hasta que se les pueda encontrar un hogar”*. (Refugio Canino Juan Lacaze, 2017)

Su misión, *“que todos los perros abandonados, maltratados tengan una familia”*. (Refugio Canino Juan Lacaze, 2017)

- *Patitas canarias*

Grupo de jóvenes entusiastas de la Ciudad de Canelones, unidos por el amor a los animales. Organización sin fines de lucro para asistir a los animales. (Patitas Canarias, 2017)

- Proyecto salvando vidas, Sarandí grande

Organización sin fines de lucro que busca rescatar los perros y gatos en situación de abandono y fomentar la esterilización. (Proyecto salvando vidas, 2017)

- *Ángeles en libertad*

Refugio de perros medianamente joven, iniciado en el año 2014. Actualmente, alberga casi 70 animales. Los cuales han llegado, en su mayoría, en pésimas condiciones. *“En Ángeles en Libertad, tratamos de darle esa esperanza de encontrarles una familia que adopte a cada uno de los ángeles y les den el amor que tanto se merecen”*. (Angeles en libertad, 2017)

Su misión, *“cerrar el círculo de cada uno, encontrando un hogar para que sean felices”*. (Angeles en libertad, 2017)

- *Refugio Vida Animal*

Vida Animal es una Asociación Civil No. 167/14 que da atención veterinaria y refugio a animales encontrados en estado de abandono o maltratados. *“En Refugio Vida Animal albergamos, alimentamos y damos atención médica a más de 200 perros”*. (Refugio Vida Animal, 2017)

- *Animales sin Hogar -ASH-*

-ASH-, se creó el 16 de noviembre de 2003. Es una Asociación Civil sin Fines de Lucro con Personería Jurídica 9985, integrada exclusivamente por voluntarios. La organización fue creada con el fin de brindar una base de datos a nivel nacional de animales perdidos, encontrados y en adopción, y a su vez darles apoyo a aquellas protectoras que albergaban animales.

*“Nos fuimos enfrentando a la triste realidad de que las protectoras no podían asumir más animales de los que ya tenían y continuamente llegaban a nuestro sitio web pedidos de ayuda para animales que estaban en pésimas condiciones. Eso hizo que*

*nosotros también comenzáramos a recoger animales y ahora pasamos a estar en la misma situación que el resto de las protectoras". (A.S.H., 2017)*

Hoy, -ASH- es responsable de un promedio de 372 perros, 180 gatos y 175 caballos, en total contando con chanchos, vacas, etc., hay 750 animales en la chacra hoy en día. Estos, *"se encuentran en perfectas condiciones de salud, viven sueltos, y cada uno cuenta con un lugar para dormir. Reciben alimento balanceado y se higieniza el lugar diariamente. También cuentan con asistencia veterinaria, vacunas, medicamentos, son castrados machos y hembras. etc."*. (A.S.H., 2017)

Dentro de sus posibilidades, -ASH-, ayuda a particulares que encuentren animales accidentados, asumiendo los costos de su asistencia veterinaria y ayudándolos a buscar un nuevo hogar, lo cual significa destinar más fondos para los mismos.

La organización no tiene apoyo del estado, solamente de sus padrinos colaboradores que no reciben ningún servicio ni ganancia a cambio. Reciben algo que vale más que todo eso: *"la satisfacción de saber que todos estos animales que han sido asistidos y toda la obra que Animales sin Hogar lleva adelante es gracias a su colaboración"*. (A.S.H., 2017)

Su misión, *"soñamos con el día en que no tengamos que existir como organización, ese día significará que ya los animales no sufren más el abandono y crueldad del humano"*. (A.S.H., 2017)

- *Canil Animals Home*

*Es una ONG sin fines de lucro.*

*"Con la ayuda de todos he crecido y quiero mejorar más para que los animales estén en mejores condiciones. Estos animales, fueron rescatados, de la indiferencia, del abandono, la negligencia humana, del maltrato, de la tortura, el hambre, el dolor físico y emocional provocado por personas ajenas o incluso hasta de su familia. Junto conmigo trabaja un equipo de voluntarios, todos familiares, amigos, vecinos y alumnos, para tratar de cambiar sus tristes realidades y lograr un hogar responsable para cada una de esas criaturas, una familia que los quiera y les dé su lugar en el hogar, y hacer que vuelvan a creer en el humano, confiar en nuestra raza y que puedan saber lo que es el calor de una casa"*. (Canil Animals Help, 2017)

- *Red Ecqus*

*ONG sin fines de Lucro.*

*"Ecqus actualmente es un servicio ambulatorio privado de asistencia y rehabilitación, ya que cerramos la internación del Hospital porque la gente no entendió que un hospital no es un "refugio" sino un lugar donde se asisten animales enfermos o accidentados. Tampoco somos un refugio tal como la gente entiende que lo son, es decir, depósitos de animales, que deben además ser gratuitos (como si los animales no comieran ni llevaran gastos). Actualmente asistimos en la vía pública, solicitamos a la gente que*

*nos llama que consiga un lugar para que el animal se recupere, y le hacemos el seguimiento hasta el final. Cobramos solo los gastos generados, excepto si la persona que llama es carenciada o desocupada, en esos casos el servicio es sin costo”. (Red Ecqus, 2017)*

*Su objetivo, “mejorar como Hospital, intentado brindar más y mejores servicios; También queremos llevar adelante el Primer Centro de Rehabilitación Animal, para la recuperación de animales inválidos, ancianos, con reuma o displasia de cadera por medio de terapias alternativas como acupuntura, electroterapia, fisioterapia e hidroterapia. Para lograrlo queremos comprar un ecógrafo, tan necesario y útil en cualquier hospital de animales. El hospital, cierra todos los días en rojo porque no tenemos recursos, no recibimos ningún aporte del Estado ni de empresas. Aun así, seguimos atendiendo a todos los animales que encontramos enfermos o que nos acercan personas indigentes”. (Red Ecqus, 2017)*

En este texto, fueron citadas a modo de ejemplo algunas de las tantas ONGs -PA- que existen en el Uruguay.

#### 3.4.3.3- Campañas que realizan las ONGs -PA-

Como ya hemos visto anteriormente, existen muchas ONGs -PA-, las cuales en la mayoría de los casos, tienen un objetivo en común, dedicar su tiempo para lograr la protección y bienestar de los diferentes animales (en situación de calle; abandonados; lastimados; chocados; enfermos y hembras preñadas, paridas o en celo) que se encuentran en pésimas situaciones de existencia.

Realizando un análisis sobre los métodos que utilizan cada una de estas ONGs -PA- para lograr sus objetivos, llegamos a la conclusión de que en la mayoría, se siguen las mismas campañas.

Por ejemplo, muchas de ellas ponen a disposición diferentes números de teléfono a los cuales todo aquel que quiera puede llamar para colaborar con diferentes sumas de dinero. A esta modalidad, se le suma también cuentas bancarias en diferentes locales de cobranza, en las cuales se puede depositar el dinero que uno cree necesario. Por otro lado, también vemos aquellas que para recolectar plata, ofrecen la posibilidad de hacerse socio de la ONGs -PA-.

*“Hazte socio: Los socios son fundamentales con su aportación económica para el funcionamiento diario de nuestra Protectora, la manutención de los animales, su atención veterinaria, la compra de materiales, así como las mejoras y acondicionamiento constante del Centro de Adopción. Sin vosotros, los socios, no estaríamos aquí, y ellos...tampoco.*

*El socio no se compromete a nada con su cuota y puede darse de baja con una simple llamada o un correo electrónico. Tendrás a tu disposición un correo electrónico exclusivo para socios, para cualquier duda que necesites resolver, o información que desees recibir”. (A.P.A.P., 2017)*

Otra de las metodologías muy usadas, es la de ofrecer castraciones masivas de forma gratuita con el fin de bajar y controlar la superpoblación de animales existentes en los distintos barrios de la ciudad o departamentos del país. En todos los casos, los animales son atendidos por profesionales veterinarios, los cuales también son los encargados de realizar las vacunaciones y curaciones que sean necesarias, para que posteriormente sean reubicados en un hogar transitorio o definitivo. Esta es otra de las campañas que realizan la mayoría de las ONGs -PA-, campañas de adopción y apadrinamiento responsable.

Hacerse voluntario, también está dentro de las campañas de las ONGs -PA-.

*“Por elección propia el voluntario decide dedicar parte de su tiempo y esfuerzo a ayudar, comprometiéndose de manera seria y responsable con los fines y actividades de nuestra Asociación.*

*Requisitos básicos:*

- *Ser mayor de 18 años.*
- *Responsabilidad y Compromiso.*
- *Tiempo y Continuidad.*
- *Disposición y Disponibilidad.*
- *Aceptar y conocer, las normas de funcionamiento y métodos de trabajo de la APAP-ALCALÁ. (Somos una Asociación de carácter privado por lo que se reserva el derecho de admisión y expulsión de los voluntarios).*
- *Conocer y aceptar los deberes y derechos de los voluntarios.*
- *Firma del contrato de voluntariado. (A.P.A.P., 2017)*

*Modalidad de voluntariado*

- *Voluntariado presencial*

*El voluntario presencial realiza las labores de limpieza y cuidado general de nuestros animales. Es un trabajo duro pero a la vez de los más gratificantes, te prometemos que a cambio de tu esfuerzo y compromiso tendrás un montón de muestras de cariño y agradecimiento de nuestros pequeños amigos de cuatro patas. Las labores de voluntariado presencial se realizan en nuestro Centro de Adopción los sábados y domingos.*

- *Voluntariado de eventos y actividades*

*Los eventos y actividades son muy necesarios e importantes para nuestros animales que necesitan que seas su voz, que divulgues nuestro trabajo y nuestra lucha por sus derechos y bienestar.*

- *Voluntariado de difusión online.*

*¿Tienes tiempo y acceso a las redes sociales?, pues puedes ayudarnos a difundir nuestro trabajo y, lo más importante, las historias y fotos de nuestros animales para que lleguen al máximo de personas posibles para ayudarles a encontrar un hogar.*

- *Voluntariado de mantenimiento y jardinería*

*El objetivo principal es el mantenimiento y mejora de las instalaciones, árboles y plantas de la Asociación, siendo un trabajo que repercute directamente en la calidad de vida de nuestros animales albergados, y además, ayudáis a reducir los gastos económicos de la Asociación”. (A.P.A.P., 2017)*

Existen también las campañas de educación humanitaria, con el fin de concientizar sobre la tenencia responsable de los animales de compañía y promover una filosofía de respeto hacia la vida, en todas sus formas.

*“Animales S.O.S. viene trabajando desde 1997 en diferentes establecimientos de ciclo primaria, que abarca a niños de cinco a catorce años, nuestro objetivo es evitar la crueldad y la negligencia, educando a los niños sobre el trato humanitario que deberían tener hacia sus animales. Lo hacemos mediante páginas para colorear que lleva al reverso información para los padres, estas publicaciones tocan temas de esterilización, prevención de mordeduras, fauna silvestre, necesidades básicas de un animal de compañía”. (Animales S.O.S, 2017)*

Aceptar donaciones de materiales, tanto de uso veterinario como de uso humano, también es muy utilizado por parte de las ONGs -PA-.

*“Alimentación: especialmente piensos específicos para nuestros animales enfermos o más ancianos, y latas de comida húmeda para reforzar su alimentación en casos de necesidades de un aporte calórico extra o en épocas de frío.*

*Medicinas y material sanitario: Necesitamos para nuestros animales enfermos y curas puntuales, doxiciclina 100, amoxicilina 500, alopurinol 300, flagyl 250, motilium, furacim, dacortin 30, gasas, betadine. etc.*

*Material para nuestros pequeños: Mantas, camas, casetas, collares, arneses, correas, pelotas, cepillos y todo lo que se os ocurra que puede mejorar su vida y hacerles más felices.*

*Productos antiparasitarios: Tan necesarios para mantenerles sanos y llenos de vida, pipetas antiparasitarias para perros y collares antiparasitarios para perros.*

*Material de limpieza: Hay que mantener nuestras instalaciones limpias para ellos, para su salud y calidad de vida, por lo que hay artículos que se tienen que reponer con mucha frecuencia como escobas (de exterior), recogedores (metálicos), bolsas de basura (normales y grandes) y fregonas.*

*Material de protección y sombra: Tanto en invierno como en verano nuestros pequeños amigos necesitan estar protegidos de las inclemencias del tiempo por lo que es muy útil, brezo, cañizo, sombrillas y toldos de exterior, pequeñas carpas y bridas (de todos los tamaños).*

*Material de almacenamiento: Nos viene muy bien, armarios con estanterías, archivadores, arcones y casetas de exterior.*

*Materiales de construcción: Siempre hay cosas que arreglar o que construir para hacer de nuestro albergue el mejor hogar para que nuestros animales estén lo mejor posible, si puedes donar carretillas, bridas, cemento, arena, palas, etc.*

*Jardinería: Lo más importante agua, en verano necesitamos regar nuestros árboles y plantas, que proporcionan sombra y bienestar, puedes donar garrafas de agua o ayudar en la instalación de recogida de agua de lluvia, también necesitamos tierra, abono, etc.”. (A.P.A.P., 2017)*

#### 3.4.3.4- Características de las -PA- en Uruguay

Según consultoría realizada por el Área de Economía y Administración de la FVET; UDELAR, con el objetivo de conocer las características de los refugios -PA- en el Uruguay, se caracterizaron en diferentes categorías:

*“Con el fin de establecer rangos por tamaño, se resolvió tomar un punto de corte en 100 y 300 animales agrupando los refugios en 3 categorías: 1) refugios pequeños, hasta 100 perros; 2) medianos, entre 101 y 300 perros; 3) grandes, más de 300 perros.*

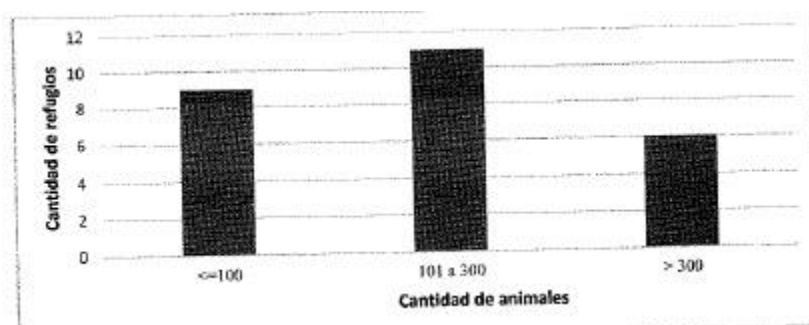


Figura 9: Rangos de refugios por cantidad de animales (Román & col., 2017)

*El 35% corresponde a refugios pequeños, el 42% a refugios medianos y el 23% a refugios grandes”. (Román & col., 2017)*

Al momento de pretender conseguir datos precisos sobre la edad estimada de los perros, no se llegó a una información concluyente. En la mitad de los casos, *“la edad de los perros no se conoce con exactitud. La mayoría de los perros se encuentran entre 1 y 7 años”.* (Román & col., 2017)

Las razones por las cuales los animales ingresan al refugio, son muchas: *“principalmente, abandonados en la calle y dejados en el refugio o rescatados (76% y 73% respectivamente) y por accidentes o maltrato (50% y 54% respectivamente). El 68% de los refugios, registraron ingresos de perros en la última semana (32% menos de cinco y 36% más de seis perros ingresados) mientras que solo 52% registraron egresos de perros y en todos los casos menos de cinco animales”.* (Román & col., 2017)



Con respecto a los empleados que trabaja en las -PA-, “se contabilizaron 209 personas de las cuales 63% trabajan en forma honoraria y 37% son contratados. El 68% de los refugios contratan personal. Sobre las funciones de los honorarios se menciona que hacen todas las tareas. La mayor parte de los contratados son veterinarios y personal para tareas de servicios generales”. (Román & col., 2017)

En relación a los gastos del último mes de los refugios, se obtuvieron los siguientes datos:

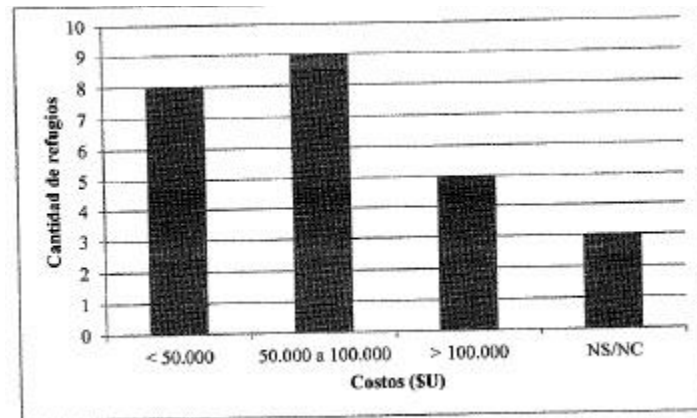


Figura 10: Gastos del último mes de los refugios (Román & col., 2017)

La distribución de costos, se da de la siguiente manera, alimentación y cuidados médicos, representan los principales costos para la mayoría de los refugios; alquiler se encuentra en un segundo escalón; y por último y muy parejo, la mano de obra, servicios y mantenimiento.

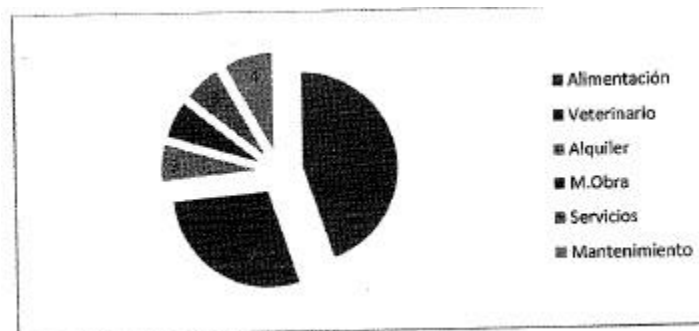


Figura 11: Distribución de costos en los refugios (Román & col., 2017)

Los refugios, obtienen la financiación proveniente de una o varias de las siguientes fuentes: “donaciones (76%), aportes personales (56%), venta de productos (16%), socios (16%), venta de servicios (4%). Dos refugios mencionan también la realización de ferias americanas como fuente de financiamiento”. (Román & col., 2017)

Según datos obtenidos en cuanto a los apoyos estatales o departamentales, se observa que, “el 44% recibe algún tipo de apoyo de este tipo. En algunos casos se trata de apoyo puntual, en otros el apoyo es permanente mediante dinero o exoneración de

*impuestos o pago de servicios profesionales y de tipo departamental. Solo un refugio recibe apoyo por ley de presupuesto de forma anual". (Román & col., 2017)*

Cuando se comparan los problemas de la población animal en todas las -PA-, no se distinguen grandes diferencias entre los distintos tipos de problemas, esto debería estudiarse a nivel de cada refugio. *"Los problemas de comportamiento en general tienden a sub valorarse y muchas veces estar enmascarados con enfermedades. En lo referido a la alimentación lo que se menciona es poder mejorar la calidad de la ración". (Román & col., 2017)*

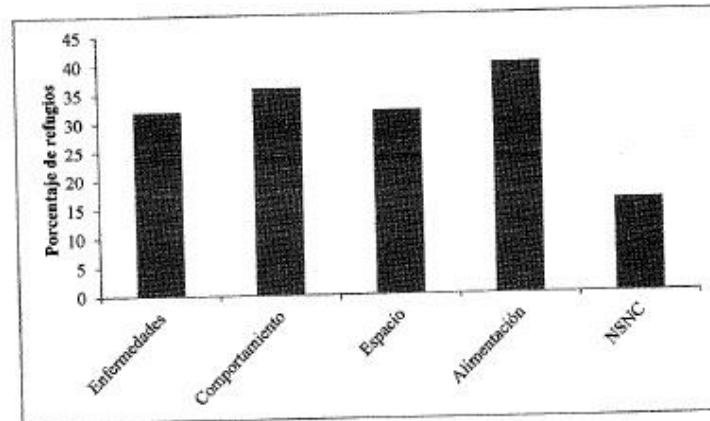


Figura 12: Principales problemas en la población animal que se registran en los refugios (Román & col., 2017)

*"Al analizar los problemas del refugio, se aprecia que el financiamiento es un problema relevante para la mayoría de ellos y esto se debe a que las principales fuentes de financiación son irregulares y en general voluntarias –donaciones o aportes de los responsables del refugio- y se generan escasos fondos propios. Esto determina cierta incertidumbre sobre las fuentes para cubrir los gastos. Además con aparentes problemas de sobrepoblación, falta de adopción y con más animales que ingresan que los que egresan, se genera una estructura de costos recientes". (Román & col., 2017)*

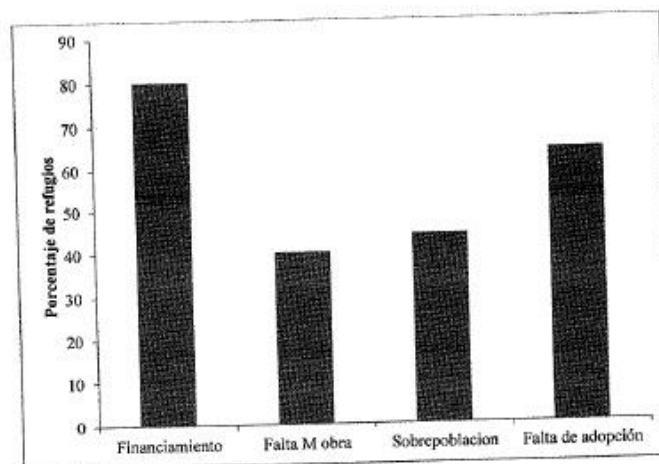


Figura 13: Principales problemas de los refugios (Román & col., 2017)

En conclusión, es muy difícil conocer con exactitud el universo de los refugios de animales, *“se estima que se contactó a la gran mayoría, pero se sabe que algunos refugios no pudieron ser ubicados y no fueron incluidos en la muestra. En términos generales están colapsados, funcionan en forma casi honoraria y con fuentes de financiación variables y costos crecientes. Salvo excepciones no se sienten apoyados por los organismos públicos. Debe considerarse un sistema permanente y sustentable de apoyo público en su funcionamiento, esto puede ser tanto en términos económicos o de infraestructura como en capacitación y apoyo técnico. Esto es necesario ya que una de las medidas a adoptar por las autoridades es la requisita de animales y reubicación por lo que, o se dispone de refugios estatales o se apoya y potencia las organizaciones privadas, o ambas”*. (Román & col., 2017)

### 3.4.5- Relacionamiento entre las clínicas veterinarias y las ONGs -PA-

#### 3.4.5.1- Relación actual clínica veterinaria - ONGs -PA-

Como ya se ha mencionado en capítulos anteriores, los refugios -PA-, son centros en los cuales su objetivo principal es el de albergar perros de la calle, perdidos o abandonados. Su función principal, es actuar como centros transitorios hasta que uno de esos animales es dado en adopción.

Basándonos en los resultados obtenidos por la consultoría anteriormente analizada, podemos decir que en el Uruguay, “los refugios, más que actuar como centros transitorios, funcionan como santuarios (lugares destinado a albergar animales que nunca serán adoptados y permanecen allí hasta su muerte) ya que la tasa de adopción es muy baja, hay un ingreso mayor de animales si lo comparamos con el egreso y los animales terminan allí el resto de su vida”. (Román & col., 2017)

Además de los problemas que tienen las -PA- por falta de salida de animales, aparecen otros problemas como la sobrepoblación y lo que ella trae consigo, enfermedades y problemas de comportamiento, los cuales acarrear nuevos gastos a los ya establecidos.

Teniendo en cuenta esta situación que se da hoy en día en la mayoría de las -PA-, y tomando como eje principal el Bienestar Animal y las 5 libertades de los animales, podemos afirmar que los objetivos que en ellas se plantean, por lo general no son cumplidos.

Se debería lograr un cambio en el paradigma de las -PA- Uruguayas con respecto a otras -PA- a nivel internacional, teniendo en cuenta una situación deseable (lo ideal) según lo establecido por WSPA.

### 3.4.5.2- Las 5 libertades de los animales

El bienestar animal es un tema complejo, interdisciplinario y polifacético que incluye, *“aspectos científicos, éticos, económicos y políticos, así como culturales y religiosos, surgiendo como un campo de la investigación en la década del 1970. Es de las ciencias más recientes, habiendo sido reconocida como tal hace menos de medio siglo.*

*Posee raíces multidisciplinarias y abarca también otras ciencias, tales como la etología, la fisiología, la patología, la bioquímica, la genética, la inmunología, la nutrición y la epidemiología, entre otras. Asimismo, tiene un componente ético y otro científico claramente identificados”.* (Galindo, 2012).

La Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) identificó el bienestar animal como una de las prioridades de su tercer Plan Estratégico para el período del 2001 al 2005 y, respaldada por todos sus Países Miembros, lo ha venido reafirmando en los subsiguientes planes estratégicos hasta el presente. Por lo tanto se encargó a la OIE que asumiera el liderazgo en este campo y, al tratarse de la organización internacional de referencia para la sanidad animal, se le encargó también que elaborara normas y directrices relativas al bienestar animal que lo reafirmaran como un componente clave de la sanidad y producción animal.

La OIE también ha estimulado la creación de una Estrategia Regional de Bienestar Animal para las Américas. Ésta, toma como base otras iniciativas regionales ya desarrolladas para aplicar las normas de la OIE, y reconoce como fundamental el rol de las Comisiones Regionales, las actividades desarrolladas por los gobiernos, la industria y otras organizaciones, y estimula la participación de todos los actores de la región, con el fin de mejorar el bienestar animal y desarrollar sistemas productivos sostenibles.

Hughes (1976), lo describe como *“el estado de salud mental y físico en armonía con el entorno o medio ambiente”*, mientras Broom (1986), define el bienestar animal como *“el estado en el que un animal trata de adaptarse a su ambiente”*. La American Veterinary Medical Association (AVMA), toma los conceptos de Anon (1990) que se extiende a todos los aspectos de bienestar animal, incluyendo *“el alojamiento adecuado, el manejo, la alimentación, el tratamiento y la prevención de enfermedades, la tenencia responsable, la manipulación humanitaria y si es necesario la eutanasia humanitaria”*. (WSPA, 2007 d)

Por lo tanto, desde la década del 70 hasta nuestros días se siguen estableciendo definiciones de Bienestar Animal, pero todas tienen en común la necesidad de evitar el sufrimiento de los animales durante las manipulaciones que el hombre haga con ellos, de brindarles ambientes confortables de modo que puedan gozar de lo que se ha llamado las 5 libertades definidas por la ICFAW (International Coalition for Farm Animal Welfare).

- Libres de hambre y sed.
- Libres de malestar físico y térmico.
- Libres de enfermedad y lesiones.

- Libres para poder expresar un patrón de comportamiento normal.
- Libres de miedos y angustias.

Estas 5 libertades constituyen la base de la medición del bienestar animal.

*“Cada una de las cinco libertades puede superponerse con las otras. Por ejemplo: si el animal está hambriento, buscará alimento y comerá- esto es un comportamiento natural. Si el animal no puede encontrar comida o el ambiente no le permite mostrar su comportamiento normal de búsqueda de alimento, el animal podría angustiarse. De esta manera, si los animales no están libres de hambre y no están libres para expresar su comportamiento normal, ellos pueden no estar libres de angustia. Toda vida termina con la muerte, por lo tanto la libertad de la muerte no es algo que podamos ofrecerle a cualquier organismo. No obstante, sacrificamos los animales que mantenemos. El problema si deberíamos sacrificar o no un animal es un cuestionamiento ético. Evitar la muerte de los animales tiene un valor ético en muchas culturas. Además, desde el punto de vista de los animales, éstos tienen un interés en vivir y generalmente tratarán de evitar la muerte. Aunque no le podemos garantizar a ningún animal la libertad de muerte, la manera como muera si es una preocupación del bienestar animal. Por ejemplo, si alguien mantiene un camaleón como mascota y no los alimenta apropiadamente, el animal podría morir de desnutrición y de enfermedades asociadas. En ese caso, la muerte del animal ocurre debido a que algunas de la cinco libertades están comprometidas (libertad de hambre, enfermedad, angustia y posiblemente, libertad para expresar su comportamiento normal)”.* (Hewson, 2007)

Existe un reconocimiento internacional que las Cinco Libertades son un buen punto de partida para evaluar el bienestar. Las libertades son estados ideales. Es difícil cumplirlas todas. Así, las libertades no son enteramente realistas. Por esta razón, las Libertades no definen los estándares mínimos (por ejemplo éticamente) que deberían proveerse. Las Cinco Libertades dan una indicación inicial de los aspectos relevantes que necesitan ser considerados en cualquier estudio sobre Bienestar animal. Sin embargo, las Libertades no son una cuenta detallada de lo que debería medirse en un estudio científico. (Hewson, 2007)

Una vez que se haya identificado cuáles de las Cinco Libertades han sido potencialmente comprometidas, también se necesitará considerar:

- *“La severidad de cualquier compromiso del bienestar*
- *La duración que ha tenido ese compromiso*
- *El número de animales afectados”* (Hewson, 2007)

Un reciente documento ha cambiado la utilidad de las cinco libertades en la ciencia del Bienestar Animal. Los autores argumentan que las libertades:

- *“Son dilemas éticos más que científicos, ya las Libertades se originaron en un reporte dirigido por el gobierno en respuesta a las preocupaciones éticas del público.*
- *Tienden al antropocentrismo. Las Libertades reflejan nuestra preocupación por los animales más que el punto de vista real de los mismos. El antropocentrismo*

*del público y de los legisladores crea obstáculos para la investigación científica de los animales como seres sintientes – el punto de vista del animal- debido a que las suposiciones antropocéntricas, sobre el punto de vista de los animales podrían y limitan el estudio de esas interacciones entre cuerpo y cerebro, que dan como resultado un animal sintiendo varias emociones, bajo varias situaciones.*

- *No son realistas.*
- *Son aplicadas muy inconsecuentemente, por ejemplo: animales de laboratorio reciben mejor protección legal que los animales de granja y los silvestres. Sin embargo, muchos científicos del bienestar animal están de acuerdo en que las 5 Libertades en efecto son un marco de referencia ético, ya que nos indican como evaluar nuestro trato a los animales. El concepto de las 5 Libertades es ampliamente utilizado en la ciencia del bienestar animal y la política”. (Hewson, 2007)*

Al mismo tiempo, Estol, sostiene que... *“Los animales no tienen derechos ni libertades como las personas, pero tienen necesidades y estas nos deben preocupar y debemos protegerlas”.* (Estol P. D., 2008)

Alemania por su parte, fue el primer país en la UE en aprobar una ley, en la cual se agregara las palabras “y animal” al derecho constitucional, que obliga al estado a respetar y proteger la dignidad animal. *“Esa legislación cubre todo tipo de animal, desde la mascota hogareña al animal del zoo”.* (Estol P. D., 2008).

*“Es cada vez mayor la preocupación de los consumidores de alimentos de origen animal, exigiendo alimentos sanos, inocuos y producidos por animales que, sanos y con bienestar, no hayan sufrido dolor durante su vida”.* (Fvet, 2017)

*“Muchas personas opinan que no se puede aplicar el principio de igualdad de los animales con respecto al ser humano, sin darse cuenta, como manifestó Peter Singer en su libro “Liberación animal” de que extender de un grupo a otro el principio básico de la igualdad no implica que tengamos que tratar a los dos grupos de forma exactamente igual, ni tampoco garantizar los mismos derechos a ambos. Que debemos hacerlo o no, dependerá de la naturaleza de los miembros de los dos grupos ya que el principio básico de la igualdad no exige un tratamiento igual o idéntico sino una misma consideración. Considerar de la misma manera a seres diferentes puede llevar a diferentes tratamientos y derechos plenamente válidos. Este principio de igualdad con respecto a los animales no debe tomarse como una igualdad real sino como una norma relativa a como deberíamos tratarlos e implica la preocupación y disposición a considerar sus necesidades e intereses”.* (Capo & Frejo, 2006)

*“Han existido autores como el filósofo francés Descartes en el siglo XVII que pensaron que los animales son incapaces de sufrir, que son autómatas inconscientes y carecen de cualquier tipo de pensamientos, sentimientos y vida mental. Para este filósofo los animales no sienten dolor. Hoy en día estas teorías están rebatidas porque aunque el dolor se experimenta directamente por el ser afectado, ya que es un estado de la conciencia y no se puede experimentar el dolor ajeno, hay comportamientos y signos externos que nos motivan a pensar que ese dolor existe”.* (Capo & Frejo, 2006)

*“Sobre este tema en el Reino Unido distintos comités gubernamentales expertos en conducta animal concluyeron que hay suficientes pruebas y evidencias fisiológicas y anatómicas para justificar plenamente la conclusión de que los animales sienten dolor. También manifestaron que el dolor tiene una clara utilidad biológica, ya que la capacidad de sentir dolor aumenta las probabilidades de supervivencia de la especie. Estos comités también consideraron que los animales pueden tener formas de sufrimiento distintas al dolor físico, pudiendo presentar miedo y terror agudos, concluyendo que los animales tienen capacidad para sufrir no solo por daños físicos directos sino también por miedo, ansiedad, estrés, etc., siendo esta idea un primer paso hacia el sentimiento de igualdad entre el ser humano y los animales”. (Capo & Frejo, 2006)*

No hay razones convincentes, para negar que los animales sienten dolor y por lo tanto no puede haber justificación moral para considerar que el dolor que sienten los animales es menos importante que el que sienten los seres humanos con la misma intensidad.

Hoy en día la legislación de la mayoría de los países civilizados alega que los animales pueden sentir dolor, y por lo tanto prohíben la crueldad con los animales. Dicha crueldad es definida bajo el término de maltrato.

*“En el diccionario de la Real Academia Española se define maltrato como “trato vejatorio que ocasiona daño o perjuicio”. En los diccionarios médicos se define como violencia física o psíquica que se aplica a las personas, dividiéndolo en distintos tipos según el maltrato o el maltratador. Sin embargo, históricamente el maltrato a los animales ha sido interpretado de forma independiente con respecto a otras formas de maltrato y no se contempla como una forma de violencia, siendo tratado con un componente de normalidad pasmosa, sin dar- “Según estudios realizados en Estados Unidos, hay una correlación de un 90% entre maltrato a los animales en la infancia y delitos contra la sociedad en la edad adulta”. (Capo & Frejo, 2006)*

Los malos tratos que se les pueden causar a los animales, los podríamos dividir en varios puntos:

- *“Maltrato físico.*

*Consiste en actuar sobre el animal causándole daño y dolor. Es la forma de maltrato más comúnmente aceptada como crueldad. Dentro de este punto englobaríamos las mutilaciones, las palizas, la restricción de movimientos, etc. La falta de higiene también se puede considerar como un maltrato físico ya que afecta a la calidad de vida del animal pudiendo ocasionarles distintos problemas relacionados con su salud. Este tipo del maltrato provoca consecuencias psíquicas indirectas que pueden incluso manifestarse con signos tales como caída de pelo ante un estado de miedo o pánico continuo. Los animales que suelen ser golpeados de forma habitual no se recuperan nunca y pueden desarrollar dos tipos de conducta. La primera sería un estado de sumisión continua que se manifiesta huyendo el animal por miedo o tirándose al suelo con el rabo enroscado entre las patas llegando incluso a manifestar pérdida del control de esfínteres. La segunda sería todo lo contrario ya que los animales manifestarían un*

*estado de agresividad ya que para ellos cualquier acción puede suponer una amenaza y se ponen en situación de repeler la misma. (Capo & Frejo, 2006)*

- *Maltrato psíquico.*

*Consiste en causar un daño psíquico al animal, por ejemplo limitar sus salidas, abandonarlo, no permitir que se relacione, etc. Es la forma de maltrato menos aceptada. La forma más habitual de practicar este tipo de maltrato es el abandono. Para un animal acostumbrado a convivir con el hombre desde la Prehistoria, el abandono da lugar a consecuencias a corto y medio plazo en el animal. Los motivos más frecuentes por los que se produce el abandono no estacional (es decir, aquel que no se da en el verano) son:*

- I. edad del animal: el animal se ha hecho viejo y solo supone un gasto para su dueño.*
- II. enfermedades: el animal sufre una enfermedad y el dueño no desea cargar con los gastos que esta supone.*
- III. camadas no deseadas o adopción no responsable.*
- IV. falta de espacio en la vivienda habitual o traslado del domicilio habitual por cambio de trabajo o residencia.*
- V. insuficiente sociabilización del animal lo que provoca un aumento de su agresividad, por ejemplo perros que siempre han estado atados.*
- VI. por venganza hacia el dueño del animal, con el fin de causarle daño a este y a su mascota El fin que se persigue al abandonar al animal es el alejamiento de este sin tener en cuenta la situación anímica que sufre el animal. Los lugares más frecuentes donde se abandonan los animales son:*

- ♦ carreteras y autopistas: la mayoría de los animales que son abandonados aquí mueren atropellados, sufriendo a veces una agonía más o menos larga, pudiendo suponer un grave riesgo para las personas puesto que lo más habitual es que provoquen accidentes de tráfico de los que se les acusa sin que ellos tengan ninguna responsabilidad.*
- ♦ contenedores de basura: generalmente aquí se abandonan las camadas no deseadas, provocando su muerte cuando son triturados por los camiones de basura*
- ♦ campos o zonas naturales: hay animales que no son capaces de sobrevivir en el medio natural ya que no están habituados a procurarse el alimento ni agua en este ambiente. Los animales que sobreviven pueden llegar a ser un problema para el hombre ya que se vuelven asilvestrados y son capaces de formar manadas*



*estructuradas. Este tipo de animales causan graves destrozos en las granjas e incluso al volverse agresivos pueden causar daños físicos a las personas*

- ◆ *en las calles de una ciudad: los principales problemas que se dan son atropello, agresiones y envenenamientos*
- ◆ *en perreras, albergues o refugios: muchas veces las personas que abandonan a los animales en estos lugares pretenden que su fin sea el sacrificio ahorrándose el coste que supondría un servicio veterinario, aunque también hay dueños que intentan dejarlos y poder volver a verlos habitualmente alterando al animal ya que siempre albergará la esperanza de poder volver a irse con ellos 3. (Capo & Frejo, 2006)*

- *Maltrato pasivo.*

*Consiste en no actuar, de alguna manera, ante la evidencia de sufrimiento por parte de los animales, por ejemplo no curar una enfermedad por no tener que pagar los honorarios del veterinario. Existen una serie de negligencias no intencionadas que se producen cuando caemos en la tentación de humanizar a los animales. Muchas personas piensan que lo que es bueno para ellas es bueno para sus animales ocasionando un deterioro en la salud de sus mascotas. Entre los problemas más graves que nos encontramos destacan:*

- I. Mayor aporte calórico que el necesario, con el consiguiente sobrepeso - Dar cantidades altas de leche y queso con el fin de que los animales tengan un aporte adecuado de calcio.*
- II. Exceso de dulces utilizados como premios en el aprendizaje.*
- III. Suplementos excesivos de vitaminas para un correcto crecimiento. Permitir conductas inadecuadas como robar comida de la basura o de la mesa porque resulta un acto simpático a los dueños.*
- IV. Permitir comidas o bebidas inadecuadas en determinadas fiestas, por ejemplo turrón en Navidad.*
- V. Dar los mismos medicamentos que a las personas, ante los mismos síntomas.*

*Este problema en cierta forma se puede considerar como un trato animal erróneo realizado sin intención de maltratar a los animales pero pudiendo llegar a ocasionar graves problemas sobre todo de tipo alimentario aunque hay algunos autores, como Gary Francione, que han descrito estas actuaciones bajo el término de “esquizofrenia moral”. Para dicho autor este término describe un fenómeno que existe a nivel personal y social, ya que muchos de nosotros vivimos con perros, gatos y otros animales y los consideramos miembros de la familia, señalando que es moralmente malo imponer sufrimientos innecesarios a los animales, sin embargo la sociedad actual asigna cierto*

*tipo de sufrimiento necesario a los animales al utilizarlos para la convivencia humana sometidos a nuestras reglas". (Capo & Frejo, 2006)*

### 3.4.5.3- Relación deseable clínica veterinaria – ONGs -PA-

El vínculo de trabajo positivo, que se dé entre la profesión veterinaria y las ONGs -PA- será beneficioso para ambas partes. Una buena relación de trabajo requiere que haya *“respeto mutuo; un entendimiento de las capacidades de cada parte; conocimiento de las metas de cada parte; y confianza en la habilidad de cada parte para llevar a cabo las tareas”*. (WSPA, 2007 d) Por ejemplo, si una protectora de animales tiene una respuesta positiva a una campaña de educación, acerca de los beneficios de la esterilización, más animales van a ser llevados al veterinario para que estos sean operados, entonces de esa forma, aumentará sus ingresos y la clientela.

De la misma manera, si el clínico veterinario hace la cirugía eficientemente con efecto laterales mínimos, esto podrá hacer que más dueños quieran llevar sus animales a esterilizar y esto aumentará la efectividad de la campaña. Entonces, teniendo en cuenta que si existe respeto mutuo y buena coordinación y confianza entre las partes, ambas se beneficiarán.

Las ONGs -PA-, pueden actuar como medios informativos, suministrando información a las clínicas veterinarias. *“Los veterinarios o la profesión como un todo puede beneficiarse del conocimiento especializado de las organizaciones de bienestar animal. Por ejemplo, las organizaciones de bienestar animal proveen oportunidades de carrera para los veterinarios, o pueden ayudar a promover buenas relaciones públicas para la profesión veterinaria a través de sus campañas. Las organizaciones de bienestar animal pueden también financiar investigaciones en áreas relacionadas al bienestar animal como el uso de analgesia, técnicas de crianza, actitudes veterinarias, poblaciones de callejeros, etc.”* (WSPA, 2007 d)

Además, debido a la fuerte influencia que las -PA- ejercen en la población, pueden tratar de hacer campaña para cambiar las actitudes y procedimientos en las clínicas veterinarias, por ejemplo: campañas de esterilización temprana en perros y gatos; campañas contra las mutilaciones comunes, tales como el corte de cola.

Lo ideal, sería que los veterinarios vean estas campañas de manera imparcial y así poder comprometerse en el diálogo con las ONGs -PA-, acerca de sus objetivos y metas. Si luego de este proceso, *“el veterinario se convence de la validez de la campaña, entonces ellos puede adoptar estas prácticas, y también educar a otros veterinarios para mejorar sus prácticas”*. (WSPA, 2007 d)

Los clínicos veterinarios (a veces relacionados a una -PA-), pueden dar consejos en temas de políticas, casos individuales de bienestar animal, o proyectos. También pueden aportar experiencia práctica, por ejemplo, en clínicas de esterilización.

Las organizaciones de bienestar animal pueden usar la investigación general veterinaria para determinar políticas o acciones, por ejemplo, la incidencia de una enfermedad en poblaciones animales.

A veces el respaldo de organizaciones veterinarias da un “peso específico” a las campañas de bienestar animal. La organización británica, Compassion In World Farming (CIWF), *“organizó una petición especial para ser usada por parte de los médicos veterinarios, para agregar peso a sus campañas para terminar el transporte por largas distancias de animales a través de Europa. Las organizaciones veterinarias y de bienestar animal haciendo campañas juntas, pueden crear campañas más efectivas de bienestar animal”*. (WSPA, 2007 d)

Las clínicas veterinarias son capaces de promover el bienestar animal a través de sus establecimientos, ya que pueden llegar a los propietarios de animales fácilmente.

Es importante mantener los vínculos veterinarios alrededor del mundo. Esto se logra, compartiendo información profesional que los llevará a mejorar el Bienestar Animal mediante la promoción de mejores prácticas y nuevos desarrollos y/o conocimientos

Esto puede ser llevado a cabo mediante varios métodos:

- *“Organizaciones veterinarias internacionales – generales o especializadas.*
- *Conferencias y simposios.*
- *Periódicos internacionales.*
- *Foros en Internet.*

*La transferencia de información y el apoyo de los colegas alrededor del mundo es vital para el progreso global de la profesión.*

*La mayoría de las organizaciones de bienestar animal, ahora tienen sitios en la red, los cuales proveen información actualizada de sus actividades. Ahora es posible descargar información práctica y extremadamente útil que puede ser usada libremente en muchas partes del mundo.*

*Los organismos oficiales y los gobiernos también usan sitios en la red, para discusión y consulta de temas de bienestar animal.*

*Las organizaciones internacionales de veterinaria, y algunas otras específicas, son valiosas fuentes de información y asistencia. Ellas permiten un intercambio libre de ideas y conocimiento. Las conferencias, simposios, revistas y recursos de internet, ayudan en esta transferencia de conocimiento”*. (WSPA, 2007 d)

### 3.5- Rol del Veterinario en el Bienestar Animal

La profesión veterinaria, tiene un especial interés en áreas de bienestar animal, como por ejemplo, asegurar que la eutanasia sea administrada humanitariamente cuando sea necesario matar un animal.

El bienestar animal, es algo con lo cual un clínico veterinario, tendría que llevar de la mano tanto antes de obtener el título como después. La diferencia en esta línea de tiempo, radica en que una vez siendo profesional, formaliza ese compromiso. Ser profesional, también incluye tener noción sobre conocimiento avanzado, promover la salud pública, etc. El rol del veterinario en el bienestar animal, a su vez, se puede contradecir, por ejemplo, *“el avance en el conocimiento puede hacerse a expensas del bienestar”*. (WSPA, 2007 b)

Las políticas profesionales, son una forma de que este regulado el comportamiento de los miembros de una profesión. *“Es importante tener una estructura disciplinaria efectiva para aplicar las políticas. Las sanciones vendrán de la profesión y pueden variar desde una advertencia hasta suspender de la práctica”*. (WSPA, 2007 b)

La profesión, no puede relacionarse de ninguna manera a corrientes políticas. Así de esta manera, se podría ofrecer asistencia técnica a los gobiernos en salud animal y temas de bienestar, sin prejuicio alguno.

Un veterinario con buena preparación, va a estar mejor capacitado para promover el bienestar animal, ya que por ejemplo va a presentar mejores habilidades quirúrgicas, mayor conocimiento médico, etc. Además de las habilidades técnicas y operativas, es importante el tipo de formación bioética que tenga, ya que le permitirá *“ostentar un juicio y criterio morales, para enfrentar dilemas y tomar decisiones no solo técnicas sino éticas y sociales”*. (WSPA, 2007 b)

*“Los veterinarios, están involucrados en un proceso diario de toma de decisiones éticas. Por ejemplo, cuando se prescribe un tratamiento para un animal, se deben tener ciertas consideraciones entre el beneficio del tratamiento, comparado con el costo de los efectos laterales o el método de administración o el costo monetario para el propietario”*. (WSPA, 2007 b)

Para tener la seguridad de que se está tomando la mejor decisión, se requiere un pensamiento lógico. Esto puede verse reflejado en un sentimiento general respecto a una situación dada. Sin embargo, *“se debe tener cuidado de no solo seguir una opinión general sin juicio de los temas de bienestar animal”*. (WSPA, 2007 b)

A la hora de tomar decisiones éticas, el veterinario tiene la posibilidad de tomar un abordaje lógico, basándose en un marco de trabajo:

- *Identificar posibles cursos de acción.*
- *Establecer los intereses de las partes afectadas.*
- *Identificar los problemas éticos involucrados.*
- *Establecer la posición legal de un dilema.*
- *Escoger un curso de acción.*
- *Minimizar el impacto de la decisión.*

*Identificando posibles cursos de acción:*

- *Sin tratamiento*

- *Tratamiento paliativo*
- *Tratamiento activo*
- *Diagnósticos adicionales*
- *Referencia*
- *Eutanasia (WSPA, 2007 b)*

Los temas económicos, tienen que ser considerados, ya que tienen un efecto razonable o irracional a la hora de tomar una decisión. Algunos, *“podrían discutir que la motivación del médico veterinario es generar un ingreso, sería un motivo razonable que no debería ser incluido en la decisión ética, donde la capacidad del dueño de pagar por el tratamiento es relevante”*. (WSPA, 2007 b)

Puede ser muy difícil identificar la cuestión ética central en el dilema. Sin embargo, esto es esencial para poder considerar solo el tema crucial. Algunas veces las situaciones complejas tienen más de un dilema ético y estos pueden ser difíciles de resolver. Por ejemplo, muchas veces se plantea si debería el veterinario hacer siempre lo que los clientes quieren, o, cuán importante es la longevidad del animal.

Se asume que los veterinarios actuarán legalmente y dentro de las políticas profesionales.

Algunas veces las guías profesionales ayudarán a establecer la política. Sin embargo, puede que no apoyen la acción “correcta” luego de las consideraciones éticas.

Por ejemplo, existen guías profesionales relacionadas a si un veterinario debe seguir los deseos de su cliente de practicar la eutanasia, la Guía RCVS (2000), Guía del Real Colegio de Médicos Veterinarios del Reino Unido, señala que:

- *“Ningún Médico Veterinario está obligado a matar a un animal saludable...”*
- *“La obligación primaria del Médico Veterinario es aliviar el sufrimiento de un animal pero se debe de tomar en cuenta no solamente la condición del animal sino además los deseos del dueño y las circunstancias,”*
- *“A toda conciencia, un Médico Veterinario no puede acceder a la solicitud de un cliente para eutanasia, él o ella debe de reconocer la sensibilidad extrema de la situación y efectuar esfuerzos compasivos a fin de dirigir al cliente a fuentes alternativas de asesoramiento.”* (WSPA, 2007 b)

Al momento de tomar una decisión ética, *“hay que tener en cuenta una serie de principios guías de la ética médica:*

- *No-Maleficencia*

*Primeramente, el principio de no hacer nada dañino debe ser seguido cuando sea posible. Usualmente en situaciones veterinarias algún daño ocurrirá pero esto debe ser equilibrado por un beneficio superior a largo plazo.*

*Por ejemplo, la remoción quirúrgica de un tumor causará daño en el corto plazo debido al dolor potencial y los riesgos de la cirugía, pero en el largo plazo, los beneficios al animal incluirán una vida más larga y libre de dolor.*

- *Beneficencia*

*Secundariamente, una vez que el grado de daño se ha minimizado, entonces la promoción del bien debe seguir en todas las situaciones relacionadas a ese caso.*

*Por ejemplo, una vez que un diagnóstico es alcanzado, entonces el tratamiento debe ser instaurado tan pronto como sea posible.*

- *Autonomía*

*La autonomía está considerada como muy importante en la ética médica. Se aplica ligeramente diferente a aquellos animales que son usualmente incapaces de ser completamente autogobernados. Por ejemplo, son raramente capaces de tomar decisiones acerca del tratamiento que reciben.*

*Dos seres autónomos pueden tener derechos antagónicos que necesitan ser equilibrados. Por ejemplo, el derecho a la vida de un pájaro cantor versus el derecho de un gato mascota a desempeñar su comportamiento natural.*

*Permitir a un animal el hacer decisiones, está relacionado a la libertad de expresar el comportamiento normal.*

- *Justicia*

*La justicia se interesa en una consideración por animales y gente.*

*Existen tres vías en que la justicia sea alcanzada en la práctica. El método usado puede ser decidido con base en principios generales o en una base de caso por caso.*

- I. Primero, cualquier recurso dado, podría ser dividido exactamente igual. Por ejemplo, un centro de rescate podría dar tabletas desparasitantes a todos los perros aún si no fueran suficientes para dar la correcta dosis a cada animal.*
- II. Si las tabletas desparasitantes fueran pocas, podrían ser dadas solo a ciertos animales, así como aquellos que parecían estar parasitados.*
- III. Si las tabletas se le administraran a aquellos animales donde el mayor beneficio resultaría en que los animales que tuvieran más probabilidad de ser reubicados, fueran seleccionados para prevenir la infestación humana. Alternativamente, los animales sin probabilidad de ser reubicados, podrían ser seleccionados ya que los otros las podrían recibir de su nuevo dueño". (WSPA, 2007 b)*

Existen muchos factores que van a tener influencia en las actitudes de los veterinarios hacia el bienestar animal y la ética, "tales como:

- *Edad*
- *Sexo*
- *Entrenamiento*
- *Cultura*
- *Presión pública*
- *Legislación*

- *Políticas del cuerpo profesional*

*Un individuo puede también cambiar sus puntos de vista con el tiempo.*

*En las jóvenes veterinarias se ha visto que administran más analgesia a los animales en su cuidado.*

*El tipo de entrenamiento y las posturas de los entrenadores pueden influir en los puntos de vista de los futuros veterinarios.*

*La cultura y la presión pública pueden estar relacionada y resultar en una gran influencia en las actitudes de los veterinarios.*

*La influencia provista por la legislación y las políticas profesionales variarán con cada país.*

*Actitudes predefinidas hacia el bienestar animal pueden resultar en malas decisiones.*

*En realidad puede ser difícil de eliminar de la práctica común. El razonamiento ético lógico servirá tanto para apoyar o ir contra esta práctica común como el curso correcto de acción.*

*Si el razonamiento ético es aplicado en la práctica, existirá gran satisfacción personal de que el curso de acción correcto se haya tomado. Puede también ser más fácil de explicar la decisión a otra gente". (WSPA, 2007 b)*

Los Veterinarios tienen una posición única en relación con el desarrollo social, ya que están posibilitados a suministrar información especializada para mejorar el tratamiento de animales en su clínica o en el campo, alentar la preocupación y actitudes positivas hacia los animales, y algo muy importante, *"la Educación Humanitaria no es solamente el papel de los profesores – los Veterinarios están también en buena posición para influenciar la sociedad". (WSPA, 2007 b)*

En muchas comunidades el veterinario local es el único con conocimiento experto acerca de animales y de bienestar animal, y es a él a quien se le preguntará su opinión sobre estos temas. Además, el veterinario, será localizado para investigar problemas locales de bienestar animal, como también, *"trabjará en la comunidad y estará en una buena posición para investigar las formas en que sus clientes pueden orientar los problemas de bienestar en sus animales". (WSPA, 2007 b)*

Los veterinarios pueden educar en muchas formas, incluyendo las siguientes:

- *"La educación formal en las escuelas, asesorando gobiernos y profesores en los aspectos de bienestar animal de la educación, dando presentaciones en escuelas, o conduciendo visitas de campo a clínicas y fincas.*
- *La educación formal en colegios y universidades (ciencia veterinaria, biología, agricultura, crianza animal, etc.), asesorando a los gobiernos y expositores en los aspectos de bienestar animal de la educación, creando material de curso, y enseñanza, y entrenamiento teórico y práctico.*

- *Educación pública informal, educando a los clientes sobre mejores formas de cuidar a sus animales, sean de granja o mascotas.*
- *Concientización pública, conduciendo investigaciones científicas para campañas contra crueldad animal, para mejorar las prácticas de crianza de animales, etc., y brindando evidencia científica y actuando como voceros del bienestar en la área de la toma de decisiones”. (WSPA, 2007 b)*

Según la WSPA, *“los veterinarios deben ser líderes, con una actitud considerada y compasiva, así como manejo humanitario de los animales”*. (WSPA, 2007 c)

Las personas que visitan las clínicas veterinarias, se transforman en una “audiencia cautiva”. *“Como veterinario, uno no está ahí solo para dispensar drogas y tratamientos, usted puede también ofrecer consejos y guías. Usted está capacitado para estimular una actitud de cuidado y desestimular actitudes negativas. Usted es el experto ante sus ojos y será escuchado. Usted puede también asegurar que existe información para entregar a sus clientes sobre cuidado y bienestar animal”*. (WSPA, 2007 b)



#### **4- Conclusiones**

En esta tesis, se pretende demostrar cómo es posible aplicar la RSE en las clínicas veterinarias del Uruguay, herramienta utilizada a nivel internacional y nacional por diferentes sectores, pero en el nuestro –clínicas veterinarias- aún no se lleva a cabo. Se buscó establecer la relación Clínicas Veterinarias/ONGs -PA-, lo cual teniendo en cuenta las relaciones actuales entre ambas partes, resulta una propuesta que agregaría valor al vínculo en caso de aplicarse. A partir del estudio realizado, se llegó a varias conclusiones:

- La RSE es una práctica que se aplica hace décadas pero, recién en los últimos años, comenzó a tomar trascendencia e importancia. Así como es utilizada en grandes empresas a nivel global, también se utiliza en las pequeñas y microempresas, lo cual habilita conceptualmente su aplicación en el sector clínicas veterinarias.
- A partir de su aplicación, con sus acciones y estrategias, se logran impactos positivos y se tiende a minimizar los negativos, tanto a nivel interno como externo de la empresa, a sus stakeholders directos y ante la sociedad en su conjunto.
- A partir del compromiso ético y la confianza que trata de transmitir una empresa que aplica RSE a sus grupos de interés, se busca un retorno hacia ella, tangible e intangible. Este compromiso, aporta cierto prestigio a la empresa ya que será más valorada por los consumidores. Hoy en día, la RSE está impactando con más fuerza que antes en la sociedad.
- Teniendo en cuenta las características de las Protectoras -PA-, es difícil conocer con exactitud el universo de los refugios de animales. En términos generales, teniendo en cuenta la situación que se da hoy en día en la mayoría de las -PA-, podemos afirmar que los objetivos que en ellas se plantean por lo general no son cumplidos.
- Lograr un círculo virtuoso entre la profesión veterinaria y las ONGs -PA-, constituye un objetivo deseable para la mejora del sistema de salud animal en su conjunto.
- Considerando los principales problemas de las Protectoras -PA- (sobrepoblación, enfermedades, problemas de comportamiento), resulta necesario una alianza sanitaria con el sector clínico veterinario, la cual aportaría sus beneficios a todos los socios y al sistema integralmente.

## 5- Bibliografía

- 1- APA. E I Refugio. Asociacion Protectora de Animales, El Refugio. Disponible en: <http://www.apaelrefugio.org/>. Fecha de consulta: 07/11/17.
- 2- APAP. Quienes somos?. Disponible en: [http://www.apap-alcala.org/quienes\\_somos.php](http://www.apap-alcala.org/quienes_somos.php). Fecha de consulta: 3/11/17.
- 3- ASH. Un poco de ASH (Animales sin hogar). Disponible en: <http://www.animalessinhogar.com.uy/animales-sin-hogar/un-poco-de-ash.html>. Fecha de consulta: 31/10/17.
- 4- Amigos de los animales. Amigos de los animaes Uruguay. Disponible en: <http://www.amigosdelosanimalesuruguay.org/#!/-ayuda-animal/?ancla=1>. Fecha de consulta: 31/10/17.
- 5- Amigos del perro. Amigos del perro. Disponible en: <http://www.amigosdelperro.org/la-fundacion/>. Fecha de consulta: 31/10/17.
- 6- Angeles en libertad. Informacion del negocio. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/AngelesEnLibertadRefugio/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/AngelesEnLibertadRefugio/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 31/10/17.
- 7- Animal Help. Informacion del negocio. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/animalhelp.org/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/animalhelp.org/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 31/10/17.
- 8- Animales SOS. Sobre nosotros. Disponible en: <http://animalessos.org/about-us#1498154655315-964c10a7-e37f>. Fecha de consulta: 31/10/17.
- 9- ANONG. (2017). Quienes somos. Disponible en: <https://www.anong.org.uy/quienes-somos.html>. Fecha de consulta 3/11/17.
- 10- Argandoña, A. (2006). Milton Friedman (1912-2016). Barcelona, Catedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. 9 p. Disponible en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-09.pdf>. Fecha de consulta: 25/10/17.
- 11- Argandoña, A., Silva, R. I. (2011). ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. Barcelona, Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. 34 p. Disponible en: [http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa\\_vol11\\_final\\_tcm5-72287.pdf](http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf). Fecha de consulta: 20/10/17.

- 12- Argandoña, A. (Abril de 2012). Que es y que no es la responsabilidad social. Barcelona, Catedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. 8 p. Disponible en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf>. Fecha de consulta: 4/11/17.
- 13- Baltera, P., Díaz, E. (2005). Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral. Santiago, Gobierno de Chile, 165 p. Disponible en: [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf). Fecha de consulta: 15/10/17.
- 14- Calderón, J. F. (2017). CEMEFI. El concepto de responsabilidad social empresarial. Disponible en: [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf). Fecha de consulta: 3/11/17.
- 15- Calle, S. (2011). Historia de la Responsabilidad Social Empresarial. Medellin. Disponible en: <https://es.slideshare.net/usmac2005/historia-de-la-rse-responsabilidad-social-empresarial>. Fecha de consulta: 25/10/17.
- 16- Candelo, S. (2016). Fundacion La Clave. Que es una ONG. Disponible en: <http://fundacionlaclave.org/que-es-una-ong/>. Fecha de consulta: 3/10/17.
- 17- Canil Animals Help. (2017). Conoce acerca de nosotros. Disponible en: <http://animalshomeuy.weebly.com/quienes-somos.html>. Fecha de consulta: 14/10/17.
- 18- Capó, M., Frejo, T. (2006). Humanización y deshumanización de los animales. Bienestar animal. 40-43p. Disponible en: <http://www.colvema.org/PDF/Humanizacion.pdf>. Fecha de consulta: 26/10/17.
- 19- Carrau, J., Licandro, P. Ó. (2012). Los valores y la dirigencia empresarial: su importancia a la hora de ser mejores. Empresarial. 15 (99): 18-22. Disponible en: [https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090\\_73bc7fd5908b4b0fa82c2c23a79fbac5.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090_73bc7fd5908b4b0fa82c2c23a79fbac5.pdf). Fecha de consulta: 21/11/17
- 20- CINU. (2017). Que es una ONG?. Disponible en: <http://www.cinu.mx/ongs/index/>. Fecha de consulta: 2/11/17.
- 21- Coronel, A. (2015). Hábitos de los propietarios de mascotas. Estudio de los criterios utilizados para la fijación de precios en la categoría super premium de alimentos balanceados para animales de compañía en Montevideo. Tesis Facultad de Veterinaria, Udelar, 99p.
- 22- Curto Grau, M. (2012). La responsabilidad social interna de las empresas. Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y

- Gobierno Corporativo. Cuaderno No 16. Disponible en:  
[http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2016\\_tcm5-85313.pdf](http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2016_tcm5-85313.pdf). Fecha de consulta:  
11/11/17. 20 p.
- 23- DERES. (2017). RSE y sus areas. Disponible en: <http://deres.org.uy/rse-areas/>.  
Fecha de consulta: 13/9/17.
- 24- DERES. (2017). DERES. Disponible en: <http://deres.org.uy/deres/>. Fecha de  
consulta: 13/9/17.
- 25- EDRA. (2017). Quienes somos. Disponible en: <http://edra.cl/about>. Fecha de  
consulta: 16/10/17.
- 26- El Campito Refugio. (2017). El Refugio. Disponible en:  
<http://www.elcampitorefugio.org/refugio.php>. Fecha de consulta: 29/9/17.
- 27- Estol, L. (2008). El Bienestar Animal no es barrera!!! Es oportunidad!!!.  
Disponible en: <https://es.slideshare.net/polovet/animal-welfare-is-not-a-barrier-its-an-opportunity>. Fecha de consulta: 21/11/17
- 28- Freeman, E. (2009). La evolución del concepto stakeholders en los escritos de  
ed freeman. Newsletter Nº 5 – Barcelona, "la Caixa" Chair of Corporate Social  
Responsibility and Corporate Governance. Barcelona. 4 p. Disponible en:  
[http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%  
20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman\\_tcm5-39688.pdf](http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman_tcm5-39688.pdf). Fecha  
de consulta: 7/10/17 .
- 29- Fvet. (2017). Que es el Bienestar Animal. Disponible en:  
[http://www.fvet.edu.uy/index.php/institucionalbienestar/bienestar-animal/que-es-el-  
bienestar-animal](http://www.fvet.edu.uy/index.php/institucionalbienestar/bienestar-animal/que-es-el-bienestar-animal). Fecha de consulta: 7/10/17.
- 30- guiaONGs. (2017). ONGs de: Defensa y protección animales. Disponible en:  
<http://www.guiaongs.org/directorio/defensa-y-proteccion-animales/>. Fecha de  
consulta: 5/11/17.
- 31- Hewson, C. (2007). Valoracion del Bienestar Animal y las cinco libertades.  
Modulo 2. Disponible en:  
[http://www.fveter.unr.edu.ar/upload/Valoraci%C3%B3n\\_del\\_Bienestar\\_y\\_las\\_Cinco\\_Libert  
ades\\_tcm24-20697.pdf](http://www.fveter.unr.edu.ar/upload/Valoraci%C3%B3n_del_Bienestar_y_las_Cinco_Libertades_tcm24-20697.pdf). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 32- IMPO. (1992). Decreto Nº 54/992. Pequeñas empresas - medianas empresas -  
micro empresas. Disponible en: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/54-1992>.  
Fecha de consulta: 8/11/17.

- 33- ISO (2010).ISO 26000 vision general del proyecto. Ginebra. 16 p. Disponible en: [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 34- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). Marketing sustentable: ética y responsabilidad social. Marketing 14 ed. Mexico. Pearson. Juarez. 720 p. Disponible en: [https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf). Fecha de consulta: 21/11/17
- 35- Licandro, P. Ó. (2012). El uso de instrumentos de autodiagnóstico sobre RSE. Empresarial 15 (100): 12-13. Disponible en: [https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090\\_5353d750ff30496581e34e870f5a4291.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090_5353d750ff30496581e34e870f5a4291.pdf). Fecha de consulta: 21/11/17
- 36- Licandro, P. Ó. (2013). Acciones en beneficio de la comunidad: RSE, filantropía o marketing social. Empresarial 16 (103) 18-21. Disponible en: [https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090\\_0d2a438e0a5547cf8adddb116609d588.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/acd090_0d2a438e0a5547cf8adddb116609d588.pdf). Fecha de consulta: 21/11/17
- 37- Licandro, P. Ó. (2014). Cómo incorporar la RSE a la planificación estratégica. Empresarial 17 (107) 8-12 .
- 38- Licandro, P. Ó. (2014). RSE: una filosofía de negocios que construye reciprocidades entre la empresa y sus stakeholders. Empresarial. 18-21. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/276291199\\_RSE\\_una\\_filosofia\\_de\\_negocios\\_que\\_construye\\_reciprocidades\\_entre\\_la\\_empresa\\_y\\_sus\\_stakeholders](https://www.researchgate.net/publication/276291199_RSE_una_filosofia_de_negocios_que_construye_reciprocidades_entre_la_empresa_y_sus_stakeholders). Fecha de consulta: 21/11/17
- 39- Liga Bichera. (2017). Informacion. Disponible en: <https://www.facebook.com/LIGA-Bichera-Montevideo-459539867533854/>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 40- Manitto, S., Salvagno, E. (2013). Responsabilidad social empresarial: ¿qué es?, ¿cómo incide?, el caso uruguayo. Montevideo, Universidad de la Republica Facultad de Ciencias Economicas y de Administracion. Udelar, 243 p. Disponible en: <https://www.colibri.udelar.edu.uy/bitstream/123456789/696/1/M-CD4537.pdf>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 41- Marrugo, L. (2012). Diarium. Responsabilidad Social. Acción Social y Responsabilidad Social Corporativa. Salamanca. Disponible en: <http://diarium.usal.es/linamarrugo/2012/11/14/accion-social-y-responsabilidad-social-corporativa/>. Fecha de consulta: 8/11/17.

- 42- Massa, L. (2015). El mundo de las ONG en Uruguay. Disponible en: <http://www.espectador.com/sociedad/51665/el-mundo-de-las-ong-en-uruguay>. Fecha de consulta: 6/11/17.
- 43- Ochs, H; Abreu, M; Strauch, F; Soler, S; Rodríguez, P; Gil, A; Soto, C (2014). Debilidades y Fortalezas de las Clinicas Veterinarias de Montevideo - Montevideo. Intermedica. Disponible en: <http://seleccionesveterinarias.intermedica.com.ar/es/articulos/gestion-veterinaria/debilidades-y-fortalezas-de-las-clinicas-veterinarias-de-montevideo-uruguay>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 44- Ochs, H; Abreu, M; Strauch, F; Soler, S; Rodríguez, P; Gil, A; Soto, C (2015). Atomización: Limitante crítica del sector “Clínicas Veterinarias” en Montevideo y área metropolitana. REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria. 16. (5): 1-11 p. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/636/63638742003.pdf>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 45- OIT. (2010). La OIT y la responsabilidad de la empresa (RSE). Disponible en: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---multi/documents/publication/wcms\\_142694.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 46- Orozcol, A. (2014). La humanización de los animales y el riesgo de llegar a un extremo. Diario La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1713062-la-humanizacion-de-los-animales-y-el-riesgo-de-llegar-a-un-extremo>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 47- Patitas Canarias. (2017). Información. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/FuturoRefugio/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/FuturoRefugio/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 48- PETA. (2017). Sobre PETA. Disponible en: <https://www.petalatino.com/about/sobre-peta/>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 49- Proyecto salvando vidas. (2017). Información. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/psalvandovidas/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/psalvandovidas/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 50- Red Ecqus. (2017). Bienvenidos a ecqus. Disponible en: <https://www.ecqus.org/>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 51- Refugio Canino Juan Lacaze. (2017). Información. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/RefugioCaninoJuanLacaze/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/RefugioCaninoJuanLacaze/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 8/11/17.

- 52- Refugio Vida Animal. (2017). Informacion. Disponible en: [https://www.facebook.com/pg/Refugio-Vida-Animal-119144534865329/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Refugio-Vida-Animal-119144534865329/about/?ref=page_internal). Fecha de consulta: 8/11/17.
- 53- Diaz, P. (2014). ¿Antropomorfista? ¡Cuidado con humanizar a nuestras mascotas!. Mascotadictos. Disponible en: <http://mascotadictos.com/2014/06/09/antropomorfista-cuidado-con-humanizar-a-nuestras-mascotas/>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 54- Sanz de la Tajada, L.-Á. (2001). El marketing en las ong's. Fundamentos y características. 18 p Disponible en: <https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/895/1077>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 55- Soler, S; Ochs, H; Abreu, M; Strauch, F; Rodríguez, P; Gil, A; Soto, C. (2013). Ingresos en Clínicas Veterinarias en las secciones censales 8, 19, 23 y 24 de la ciudad de Montevideo; desagregados por rubros. REDVET. 14 (10): 12 p. Disponible en: <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n101013/101307.pdf>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 56- Sousa, J. M. (2012). Accion Social de las empresas. Disponible en: <http://www.responsabilidadsocialempresarial.com/?p=217>. Fecha de consulta: 8/11/17.
- 57- Torres, P. (2007). Comunicación global en las fundaciones de protección a los animales domésticos para potenciar sus actividades filantrópicas en la ciudad de Quito. Caso: fundación protección animal ecuador (pae). Tesis. Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación Escuela de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional. Quito. 198 p.
- 58- Vives, A., Peinado- Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en américa latina. New York, Fomin, 468 p. Disponible en: <http://www.cumpetere.com/Documents/LIBRO%20RSE.pdf>. Fecha de consulta: 8/11/17.

## **ANEXOS**

*Publicada D.O. 23 dic/005 - N° 26902*

**Ley N° 17.930**

### **PRESUPUESTO NACIONAL**

**APRUÉBASE PARA EL PERÍODO 2005 - 2009**

**El Senado y la Cámara de Representantes de la República Oriental del Uruguay, reunidos en  
Asamblea General,**

**DECRETAN:**

---

Artículo 308. - La Comisión Nacional Honoraria de la Lucha contra la Hidatidosis creada por la [Ley N° 13.459](#), de 9 de diciembre de 1965, con las modificaciones introducidas por la [Ley N° 16.106](#), de 24 de enero de 1990, pasará a denominarse "Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis" y funcionará bajo la forma jurídica de organismo desconcentrado dependiente del Ministerio de Salud Pública, quedando facultado el Poder Ejecutivo para modificar su estructura organizativa, comprendiendo un nuevo modelo de gestión, integración y gerenciamiento.

La facultad conferida al Poder Ejecutivo por esta norma también comprende las modificaciones, adecuaciones y definiciones de cometidos previstos para las Comisiones Regionales, Departamentales y locales que funcionan en la órbita de la Comisión Nacional.

El Ministerio de Salud Pública en un plazo de ciento veinte días a partir de la promulgación de la presente ley, proyectará y remitirá al Poder Ejecutivo, para su aprobación, la nueva estructura orgánica, de gestión y gerenciamiento referidos, dando cuenta a la Asamblea General.

Artículo 309. - Modifícanse los literales A) y B) del artículo 5° de la [Ley N° 13.459](#), de 9 de diciembre de 1965, en la redacción dada por el artículo 4° de la [Ley N° 16.106](#), de 24 de enero de 1990, los que quedarán redactados de la siguiente manera:

- "A) Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y evaluar los programas de carácter nacional que fueren necesarios para erradicar la enfermedad hidática, otras zoonosis y enfermedades transmitidas por vectores.
- B) Organizar, dirigir y coordinar los programas de información, educación pública y difusión para combatir la hidatidosis, otras zoonosis y enfermedades transmitidas por los vectores".

Artículo 310. - Facúltase al Poder Ejecutivo, a propuesta del Ministerio de Salud Pública, a adecuar sus programas y redistribuir los créditos presupuestales a los efectos de adaptarlos al nuevo ordenamiento acordado a la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis creada por la [Ley N° 13.459](#), de 9 de diciembre de 1965, con las modificaciones introducidas en la presente ley.

Artículo 311. - La tasa de "Patente de Perro" creada por el artículo 10 de la [Ley N° 13.459](#), de 9 de diciembre de 1965, en la redacción dada por el artículo 7° de la [Ley N° 16.106](#), de 24 de enero de 1990, tendrá por fundamento los servicios derivados del registro de los canes y demás servicios comprendidos en los cometidos asignados a la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis.



Sala de Sesiones de la Cámara de Representantes, en Montevideo, a 13 de diciembre de 2005.

**NORA CASTRO,**  
**Presidenta.**  
**Marti Dalgarrondo,**  
**Secretario.**

**MINISTERIO DEL INTERIOR**  
**MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES**  
**MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS**  
**MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL**  
**MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA**  
**MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS**  
**MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA**  
**MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL**  
**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**  
**MINISTERIO DE GANADERÍA, AGRICULTURA Y PESCA**  
**MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTE**  
**MINISTERIO DE VIVIENDA, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y MEDIO AMBIENTE**  
**MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL**

**Montevideo, 19 de diciembre de 2005.**

Cúmplase, acúcese recibo, comuníquese, publíquese e insértese en el Registro Nacional de Leyes y Decretos.

**TABARÉ VÁZQUEZ.**  
**JOSÉ DÍAZ.**  
**MARÍA B. HERRERA.**  
**DANILO ASTORI.**  
**AZUCENA BERRUTTI.**  
**JORGE BROVETTO.**  
**VÍCTOR ROSSI.**  
**JORGE LEPPA.**  
**EDUARDO BONOMI.**  
**MARÍA JULIA MJÑOZ.**  
**JOSÉ MUJICA.**  
**HÉCTOR LESCANO.**  
**MARIANO ARANA.**  
**MARINA ARISMENDI.**

Anexo I: Ley 17.930 de Presupuesto Nacional, desde art. 308-311 sobre CHNZ

La Comisión de Zoonosis siempre atenta al sentir de la población tiene la necesidad de responder a la pregunta que muchas personas se realizan.

## Gracias

por acompañarnos en nuestra gestión




**Comisión Zoonosis**

Al servicio de la gente y los animales

Br. España 2673, Montevideo  
Tel: 2709 9258  
educacionzoonosis@gmail.com

## ¿Qué se hace con el dinero que se recauda por patente de perro?



### ¿Qué se hace con el dinero que se recauda por patente de perro?

Antes que nada debemos aclarar que es el recurso que la Comisión de Zoonosis tiene para cumplir con sus objetivos.

Fundamentalmente se atienden los requerimientos de Hidatidosis, sin descuidar otras zoonosis que son identificadas como problemas de salud, tanto para las personas como para los animales (perros, gatos, vacunos, ovinos, suínos, etc.)

El cobro de la "patente de perro" esta determinado por la Ley N°17.930 del 19 de diciembre 2005, Art. 308 al 311 y la misma determina las actividades que se deben llevar a cabo.

vicio es organizado por la Comisión, pero se autofinancia con el pago de la medicación según el peso del perro, tanto sea 5 o 20 kilos se mantiene el mismo precio.

El cobro por la desparasitación de perros se distribuye entre: la compra del producto y brindar el servicio.

En el momento actual se incorporaron además, pastillas de "amplio espectro" que eliminan parásitos chatos (como la Tenia equinococco, etc.) y redondos (como Toxocaras, etc.).

- **Red de vigilancia epidemiológica.** Se mantiene una red nacional para observar la evolución de las enfermedades existentes, su evolución y sus riesgos. Paralelamente se estudia el surgimiento de nuevas patologías en el territorio nacional.

- **Educación continua.** Se trata de mantener en forma constante las actividades educativas a nivel nacional. Se distinguen dos tipos de acciones: las cuales cuentan con financiamiento propio o de la Comisión:

- dirigido a estudiantes (escolares, liceales y universitarios); y
- de capacitación de personal (en cualquier área).

Se crea la red de Agentes Sanitarios a nivel nacional, a los cuales se les capacita y actualiza en forma continua.

Se elabora material educativo de apoyo a la tarea educativa.

Se ha resaltado la comunicación Interpersonal con los integrantes de la comunidad, y a su vez se potencializa la comunicación a través de línea telefónica y del correo electrónico.

- **Coordinaciones Intersectoriales e Interinstitucionales.** Se mantiene en forma permanente comunicación especial con MSP y MGAP, entre otras.

A través de OPS/OMS se brinda cooperación técnica al exterior (Brasil, Bolivia y Perú) en el tema Hidatidosis.

#### Investigación

- **A nivel de laboratorio:** Se trabaja en elaboración de antígenos para realizar exámenes en humanos y animales. Se aporta esta tecnología a nivel de países Sudamericanos.

Se reciben muestras de diferentes frigoríficos a nivel nacional para su procesamiento y detección de parásitos en vísceras (hígado, pulmón, etc.)

- **A nivel educativo:** Se realizan estudios para identificar las razones psicológicas, sociales, costumbristas, por las cuales el ser humano perpetúa la enfermedad hidática dándole vísceras a comer a los perros.



Se trabaja en la inserción de nuevas técnicas educativas para el trabajo a nivel grupal y de la comunidad.

Se estudia nuevos abordajes en el trabajo comunitario.

- **A nivel de comunicación:** Se trabaja en forma continua sobre las opiniones de las personas sobre distintos aspectos del quehacer de la Comisión y sus sugerencias.

- Se publica revista sobre zoonosis.
- Se construye y actualiza la página en Internet y correos electrónicos.

- **Experiencias piloto,** las cuales se desarrollan en diferentes puntos de país y tienen como objetivo validar técnicas en diferentes áreas: de laboratorio, identificación de la contaminación a nivel humano, animal y ambiental, educación, etc.

#### Y un 41% de lo recaudado es utilizado para la

- **Creación y mantenimiento de la Infraestructura.** En forma permanente se trabaja en mejorar la gestión tanto sea en el área de administración o técnica. Auditorías y consultores son convocados para tal fin.

- **Se mantiene:**

- Una red de vigilancia epidemiológica en todo el territorio nacional: personas actuantes en diferentes áreas a nivel nacional.
- Una flota de vehículos con el mismo fin que el anterior.
- Stock de productos para el funcionamiento de la Comisión a nivel nacional (antiparasitarios, vacunas, antígenos, etc.)
- Stock de material educativo.

El 4% restante de lo recaudado se utiliza para emergencias de riesgo poblacional.

ANEXO 1

EC/1199

# *Poder Legislativo*

LEY N° 18.471

*El Senado y la Cámara de  
Representantes de la República  
Oriental del Uruguay, reunidos en  
Asamblea General,*

*Decretan*

## TÍTULO PRIMERO NORMAS GENERALES

**ARTÍCULO 1°.** - Esta ley tiene por fin la protección de los animales en su vida y bienestar.

**ARTÍCULO 2°.** - Las personas con discapacidad que utilicen para su auxilio o desplazamiento animales especialmente adiestrados a tales efectos, podrán ingresar y permanecer acompañadas por éstos a todos los medios de transporte, lugares públicos y privados abiertos al público, sin restricción alguna, siendo obligación de los propietarios o encargados de los mencionados lugares, proporcionar los medios idóneos para el cumplimiento efectivo de esta norma.

**ARTÍCULO 3°.** - El sacrificio de aquellos animales no destinados a la alimentación, a actividades productivas o a ritos religiosos, sólo podrá realizarse con supervisión de médico veterinario y para poner fin a sufrimientos

producidos por vejez extrema, lesión grave o enfermedad incurable o cualquier otra causa física irreversible, sin perjuicio de aquellas acciones vinculadas a la defensa propia o de un tercero.

**ARTÍCULO 4º.**- El transporte y sacrificio de animales destinados a la industria alimenticia se realizará de acuerdo con lo que dispongan las normas legales y reglamentarias específicas en la materia, debiéndose propender a la utilización de prácticas y procedimientos que no ocasionen un sufrimiento innecesario.

**ARTÍCULO 5º.**- Queda expresamente prohibida la caza, la captura o el sacrificio de animales silvestres o salvajes y de especies protegidas legalmente. La caza autorizada por la autoridad competente, en las temporadas destinadas a ello, se deberá llevar a cabo contando con el permiso de caza correspondiente.

**ARTÍCULO 6º.**- Los circos, los jardines zoológicos, los centros recreativos, los refugios, los criaderos, los centros de rehabilitación, los albergues y los centros de entrenamiento, públicos y privados, deberán mantener a los animales en condiciones que contemplen las necesidades básicas de asistencia sanitaria, espacio, medio ambiente, higiene y alimentación de la especie que corresponda.

**ARTÍCULO 7º.**- El uso de animales destinados a la investigación científica estará regulado por normas especiales que establezcan el marco para su desarrollo en los casos estrictamente necesarios. Se consideran animales destinados a la investigación científica aquellos que están relacionados con los establecimientos universitarios o instituciones habilitadas que realicen actividades de docencia, investigación o experimentación científica, vinculadas con la ciencia básica, ciencias aplicadas, desarrollo tecnológico, producción, control de drogas, medicamentos, alimentos, inmunobiológicos o cualquier otra actividad que necesariamente deba ser testada en animales.

Dichas normas incluirán la experimentación realizada con fines de investigación tendientes a obtener mejoras en la calidad de vida y reproducción de animales silvestres o salvajes y especies protegidas.

## TÍTULO SEGUNDO DE LOS ANIMALES DE COMPAÑÍA

### CAPÍTULO ÚNICO DEFINICIÓN

**ARTÍCULO 8°.**- Será considerado como animal de compañía todo aquel animal que sea mantenido sin intención lucrativa y que por sus características evolutivas y de comportamiento pueda convivir con el ser humano en un ambiente doméstico, recibiendo de su tenedor atención, protección, alimento y cuidados sanitarios.

## TÍTULO TERCERO DEL BIENESTAR ANIMAL

### CAPÍTULO PRIMERO DE LA TENENCIA RESPONSABLE DE ANIMALES

**ARTÍCULO 9°.**- Todo tenedor, a cualquier título, de un animal será responsable de:

- A) Mantenerlo en condiciones físicas y sanitarias adecuadas, proporcionándole alojamiento, alimento y abrigo en condiciones adecuadas según su especie, de acuerdo a las reglamentaciones establecidas por la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE)

y a las pautas de la Sociedad Mundial para la Protección de los Animales.

- B) No abandonarlo ni dejarlo suelto en lugares públicos de libre acceso, excepto en los autorizados a tales fines.
- C) Observar las normas sanitarias y legales destinadas al paseo, manejo y tenencia responsable de los mismos.
- D) Prestarle trato adecuado a su especie o raza.
- E) Permitir el acceso de la autoridad competente a los efectos de la fiscalización y contralor de la tenencia del animal y de su estado, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 11 de la Constitución de la República.
- F) Los daños que el animal pueda provocar a otro animal o persona, sin perjuicio de lo establecido por otras normas legales que le sean aplicables.
- G) Permitir la revisión y control del estado del animal, condiciones y lugar de la tenencia por parte de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal.
- H) Que la presencia del animal no signifique perjuicio o deterioro del medio ambiente. En particular impedir su acceso a los espacios de recreación infantil, a los residuos domiciliarios y evitar la permanencia de sus materias fecales en la vía pública.

**ARTÍCULO 10.-** Sin perjuicio de lo que disponen las normas jurídicas especiales relacionadas con el tema, se establece:

- A) Que los propietarios o tenedores a cualquier título de perros de razas potencialmente peligrosas o entrenados con fines de defensa y protección personal o de bienes, y preparados para el ataque, deberán tomar las precauciones necesarias que disminuyan el riesgo de accidentes por mordeduras y de transmisión de enfermedades, así como el ataque a otros animales.

- B) Tanto en la vía pública como en los lugares donde habitan dichos animales, las personas indicadas en el literal A) deberán adoptar rigurosas medidas de seguridad en el sentido referido, quedando comprendidas en las disposiciones de la Ley N° 16.088, de 25 de octubre de 1989, y las reglamentaciones del Poder Ejecutivo.
- C) El uso de bozal, collar y correa de seguridad usada correctamente, serán condiciones necesarias para la permanencia y movilidad de dichos animales en la vía pública, debiendo ajustarse estrictamente a las disposiciones previstas en la reglamentación.

**ARTÍCULO 11.-** Aquellos espectáculos públicos en que se utilicen animales que por las actividades, demostraciones o habilidades que efectúen, corran peligro de sufrir accidentes arriesgando su integridad, deberán contar con servicio de médico veterinario.

## CAPÍTULO SEGUNDO DE LAS OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS TENEDORES DE ANIMALES

**ARTÍCULO 12.-** Queda expresamente prohibido:

- A) Maltratar o lesionar a los animales, entendiéndose por maltrato toda acción injustificada que genere daño o estrés excesivo en un animal, y por lesión la que provoque un daño o menoscabo a su integridad física. No se considerarán lesiones o maltrato aquellas manipulaciones, tratamientos o intervenciones quirúrgicas, cuyo cometido sea mejorar la calidad de vida del animal o el control de la población de la especie de que se trate, realizados bajo supervisión de médico veterinario o por mandato de la autoridad competente, según resolución fundada.

Tampoco se considerará maltrato o lesión, cualquier manipulación, tratamiento o intervención quirúrgica que se realice como consecuencia de las prácticas habituales en el manejo del rodeo con fines productivos.

- B) Dar muerte a un animal, excepto en las siguientes circunstancias:
- 1) Cuando correspondiere en virtud de las actividades productivas, comerciales o industriales según las normas legales y reglamentarias en materia de sanidad animal, o de experimentación científica de acuerdo a la normativa especial a la que refiere el artículo 7º de esta ley.
  - 2) Para poner fin a sufrimientos ocasionados por accidentes graves, enfermedad o por motivos de fuerza mayor, bajo la supervisión de médico veterinario.
  - 3) Cuando el animal represente una amenaza o peligro grave y cierto hacia las personas u otros animales.
  - 4) Para evitar o paliar situaciones epidémicas o de emergencia sanitaria, según las normas legales y reglamentarias en materia de sanidad animal.
- C) Dar muerte a un animal, por medio de envenenamiento, ahorcamiento u otros procedimientos que le ocasionen sufrimientos innecesarios o una agonía prolongada, a excepción del empleo de plaguicidas o productos similares usados para combatir plagas domésticas o agrícolas que se utilicen de conformidad con la normativa aplicable al caso.
- D) Suministrar a animales drogas o medicamentos perjudiciales para su salud e integridad, o forzarlos más allá de su capacidad, salvo cuando sea con fines estrictamente necesarios de experimentación científica.



- E) El uso de animales vivos para la práctica de tiro al blanco, con excepción de aquellos animales considerados plaga nacional por la autoridad competente.
- F) La cría, la hibridación, el adiestramiento o cualquier manipulación genética de animales con el propósito de aumentar su peligrosidad.
- G) Promover peleas entre animales.
- H) Ofrecer a los animales cualquier tipo de alimento u objetos cuya ingestión pueda causarles enfermedad o muerte.
- I) Alimentar animales con otros animales vivos, con excepción de las especies que por sus particularidades necesiten de los mismos como su única forma de supervivencia.
- J) Las corridas de toros, novilladas o parodias en que se mate animales.
- K) La tenencia de animales por aquellas personas que a juicio de la autoridad judicial estén incapacitadas para la conservación de un animal.

### CAPÍTULO TERCERO DE LOS ANIMALES ABANDONADOS

**ARTÍCULO 13.** - La persona física o jurídica que abandone deliberadamente un animal del cual es tenedora, seguirá siendo responsable del mismo y de los perjuicios que éste ocasionare a terceros, conforme con lo dispuesto por el Código Civil y a las sanciones previstas en el presente texto legal.

CAPÍTULO CUARTO  
DE LA AUTORIDAD COMPETENTE

**ARTÍCULO 14.-** Créase la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal como organismo desconcentrado dependiente del Ministerio de Educación y Cultura, que se integrará de la siguiente manera:

- Un delegado del Ministerio de Educación y Cultura, quien la presidirá.
- Un delegado de la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis.
- Un delegado del Ministerio de Salud Pública.
- Un delegado del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.
- Un delegado del Ministerio del Interior.
- Un delegado del Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente.
- Un delegado del Congreso de Intendentes.
- Un delegado de la Universidad de la República.
- Un delegado de la Sociedad de Medicina Veterinaria del Uruguay.
- Un delegado de las organizaciones honorarias no gubernamentales protectoras de animales con personería jurídica.

**ARTÍCULO 15.-** Los integrantes de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal durarán cinco años en sus funciones, pudiendo ser reelectos por un solo período y se mantendrán en sus cargos hasta tanto sean designados sus sustitutos.

**ARTÍCULO 16.-** Son cometidos de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal, además de los que surgen de esta ley:

- A) Asesorar al Poder Ejecutivo sobre las políticas y los programas que estime necesarios para el cumplimiento de los fines de esta ley.
- B) Planificar, organizar, dirigir, evaluar y colaborar en la ejecución de los programas que se coordinen con el Poder Ejecutivo.

- C) Informar al Poder Ejecutivo en materia de compromisos internacionales concernientes a los animales y velar por el cumplimiento de los mismos.
- D) Realizar o fomentar investigaciones y estudios relacionados con la situación de los animales, su comportamiento y su protección.
- E) Organizar y dirigir los programas de información al público.
- F) Recibir y diligenciar las denuncias sobre actos de maltrato y abandono de animales; actuar de oficio cuando corresponda, pudiendo requerir la intervención del Ministerio del Interior, autoridades sanitarias y judiciales competentes.
- G) Disponer y ejecutar, cuando a su juicio correspondieren, las acciones conducentes a la limitación de la reproducción de los animales de compañía, procediendo para tal fin a su esterilización, a la aplicación de otros medios no eutanásicos o a la realización de campañas de obtención de animales abandonados por parte de tenedores responsables. Lo dispuesto es sin perjuicio de lo establecido en el numeral 3) del literal B) del artículo 12 de esta ley.
- H) Organizar campañas de adopción en régimen de tenencia responsable.
  - I) Organizar el Registro de Prestadores de Servicios para Animales.
  - J) Proponer normas que regulen las condiciones en que deberán prestar sus servicios los sujetos pasivos inscriptos en dicho Registro de Prestadores.
  - K) Mantener controlado el número de animales de compañía.
  - L) Organizar, controlar y supervisar las campañas de identificación de los animales de compañía.

**ARTÍCULO 17.-** A efectos del cumplimiento de sus cometidos, la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal podrá:

- A) Administrar y disponer de los recursos que establezca la ley, a fin de aplicarlos a sus respectivos programas.
- B) Contratar el personal o los servicios que considere necesarios.
- C) Comunicarse directamente con todas las reparticiones públicas, las que tendrán la obligación de prestar su más amplia cooperación. Se considerará falta administrativa grave el ocultamiento de información o la obstaculización no justificada al accionar de la Comisión.
- D) Firmar convenios de intercambio técnico, apoyo financiero o de desarrollo de programas.
- E) Recibir herencias, donaciones y legados y administrar esos recursos.
- F) Confiscar aquellos animales sujetos a maltrato o crueldad por parte de sus tenedores tomando las medidas más adecuadas a las circunstancias del caso.
- G) Aplicar y cobrar las multas establecidas en esta ley.
- H) Recurrir al auxilio de la fuerza pública cuando sea necesario para el cumplimiento de sus cometidos, así como denunciar ante la Justicia a los infractores de esta ley.

#### CAPÍTULO QUINTO DEL REGISTRO NACIONAL DE ANIMALES DE COMPAÑÍA

**ARTÍCULO 18.** - Créase el Registro Nacional de Animales de Compañía, donde se inscribirán todos aquellos animales de dicha categoría, correspondiendo su organización y funcionamiento a la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal.

**CAPÍTULO SEXTO**  
**DEL REGISTRO DE PRESTADORES DE SERVICIOS**

**ARTÍCULO 19.-** Créase en la órbita de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal el Registro de Prestadores de Servicios, en el que deberán inscribirse las siguientes personas físicas o jurídicas que sean titulares de:

- A) Refugios para animales.
- B) Criaderos de animales.
- C) Servicios de paseadores y adiestradores de animales.
- D) Tiendas de mascotas o empresas comercializadoras de animales de compañía y accesorios para éstos.
- E) Industrias o empresas comercializadoras de productos cosméticos para animales de compañía.
- F) Empresas comercializadoras de vestimenta y accesorios para animales.
- G) Empresas comercializadoras de alimentos para animales de compañía.

La presente enumeración no es taxativa, pudiendo la reglamentación incluir otros sujetos, excepto el libre ejercicio de la profesión veterinaria.

Facúltase al Poder Ejecutivo, por intermedio de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal, a crear una tasa de "Habilitación de Servicios Animales" por concepto de registración de las personas físicas o jurídicas mencionadas en este artículo. El valor de la tasa será de 1 UR (una unidad reajutable).

El cobro de la tasa y la aplicación y cobro de las multas se harán por intermedio de la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal y del Ministerio del Interior, en la forma que determine la reglamentación respectiva.

CAPÍTULO SÉPTIMO  
DEL FONDO DE PROTECCIÓN ANIMAL

**ARTÍCULO 20.** - Créase el Fondo de Protección Animal, el que se integrará con los siguientes recursos:

- A) El producto de toda clase de entradas por utilización o proventos que deriven de la gestión de las áreas y bienes afectados a la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal y administrados por ésta.
- B) El producto percibido por la aplicación de las multas e ingresos por remates de decomisos aplicados por infracciones a las disposiciones de esta ley.
- C) El producto del tributo creado por el artículo 19 de esta ley y otros cuyo producido se le asigne.
- D) Los fondos provenientes de préstamos y demás financiamientos que se concedan.
- E) Las herencias, legados y donaciones que reciba.
- F) Contraprestaciones de servicios prestados por la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal.

El Fondo de Bienestar Animal estará exceptuado de la limitación en la titularidad y disponibilidad de fondos dispuesta en el artículo 589 de la Ley N° 15.903, de 10 de noviembre de 1987.

Facúltase al Poder Ejecutivo a exonerar del pago de la tasa, no así de su inscripción en el Registro, a las sociedades protectoras de animales o similares.

**ARTÍCULO 21.** - Facúltase a la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis a destinar hasta un 40% (cuarenta por ciento) de lo recaudado por concepto de patente de perro, para realizar, en coordinación con la Comisión Nacional

Honoraria de Bienestar Animal, campañas destinadas al control de la superpoblación de animales domésticos en situación de calle.

#### CAPÍTULO OCTAVO SANCIONES

**ARTÍCULO 22.-** Las infracciones a las disposiciones de esta ley y a su reglamentación serán sancionadas por la Comisión Nacional Honoraria de Bienestar Animal según su gravedad con:

- A) Apercibimiento.
- B) Multa de 1 a 500 UR (una a quinientas unidades reajustables).
- C) Confiscación de los animales.
- D) Cancelación o suspensión de autorizaciones, permisos o habilitaciones.
- E) Prohibición temporal o definitiva de tenencia de animales.

**ARTÍCULO 23.-** Se considerarán agravantes si los hechos se cometieran:

- A) De forma reincidente.
- B) Azuzando al animal mediante instrumentos que le provoquen innecesarios castigos.
- C) Utilizando un animal para trabajar sin proporcionarle descanso adecuado de acuerdo a su estado físico y condiciones climáticas o cuando su estado sanitario no se lo permita.
- D) Suministrando drogas sin fines terapéuticos.
- E) Utilizando al animal para el tiro de vehículos o transporte de carga que excedan notoriamente sus fuerzas.
- F) Encerrando, amarrando o encadenando al animal, causándole sufrimientos innecesarios.
- G) Dando muerte a animales grávidos, salvo cuando se trate de industrias legalmente establecidas, cuyo objeto sea la explotación

del nonato, cuando dicha muerte se realice por razones de fuerza mayor, o como consecuencia de un proceso industrial.

H) Mutilando al animal.

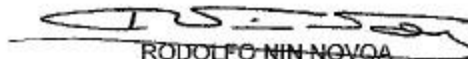
I) Con impulso de brutal ferocidad o sevicia.

J) Si las infracciones a esta ley se cometieran contra animales cautivos o expuestos al público en circos, en parques zoológicos o en establecimientos comerciales, incluyendo ferias y puestos instalados en la vía pública o destinados al servicio público.

Sala de Sesiones de la Cámara de Senadores, en Montevideo, a 18 de marzo de 2009.



HUGO RODRÍGUEZ FILIPPINI  
Secretario



RODOLFO NIN NOVQA

Presidente

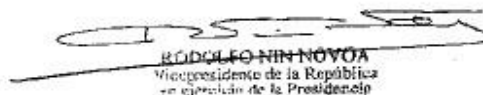


*Presidencia de la República Oriental del Uruguay*

**MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA**  
**MINISTERIO DEL INTERIOR**  
**MINISTERIO DE SALUD PUBLICA**  
**MINISTERIO DE GANADERIA, AGRICULTURA Y PESCA**  
**MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTE**  
**MINISTERIO DE VIVIENDA, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y MEDIO AMBIENTE**

Montevideo, 27 MAR. 2009

Cumplase, acócese recibo, comuníquese, publíquese e insértese en el Registro Nacional de Leyes y Decretos, la Ley por la que se establecen normas relacionadas con el bienestar animal.



**RODOLFO NIN NOVOA**  
Vicepresidente de la República  
en ejercicio de la Presidencia

ANEXO 2

1.G/ 164



**MINISTERIO DE GANADERÍA, AGRICULTURA Y PESCA  
MINISTERIO DEL INTERIOR  
MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA  
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

Montevideo, 08 AGO 2016

**VISTO:** lo dispuesto en los artículos 283 a 288, de la ley N° 19.355, de 19 de diciembre de 2015;

**RESULTANDO:**

I) que en la norma referida se dispuso la creación del Consejo Consultivo de la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal;

2016/07/29

II) asimismo asignó al Poder Ejecutivo reglamentar el funcionamiento y la organización del Consejo Consultivo;

**CONSIDERANDO:** conveniente aprobar un diseño organizacional y establecer criterios de funcionamiento que permita el cumplimiento de los cometidos asignados;

**ATENTO:** a lo precedentemente expuesto, a las leyes N° 18.471, de 27 de marzo de 2009, N° 19.355, de 19 de diciembre de 2015 y normas reglamentarias y modificativas,

**EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**

**DECRETA:**

**Artículo 1º)** Apruébase la siguiente estructura de organización y funcionamiento del Consejo Consultivo de la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal.

**Artículo 2º)** El Consejo Consultivo estará integrado por:

- i. un delegado de la Universidad de la República (UDELAR);
- ii. un delegado de la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP);
- iii. un delegado designado por el Poder Ejecutivo a propuesta de las siguientes organizaciones rurales: Asociación Rural, Federación Rural, Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL), Cooperativas Agrarias Federadas (CAF) y Comisión Nacional de Fomento Rural (CNFR);

2016/07/29

iv. un delegado designado por el Poder Ejecutivo a propuesta de las organizaciones honorarias no gubernamentales protectoras de animales con personería jurídica, en función de sus antecedentes y conocimiento de la temática;

v. un delegado de la Sociedad de Medicina Veterinaria del Uruguay;

vi. un delegado de la Comisión Nacional Asesora Honoraria para la Seguridad Rural.

Los delegados permanecerán 5 años en sus funciones, con opción de renovar su representación por un único período, permaneciendo en las mismas hasta tanto sean designados sus sustitutos.

**Artículo 3°)** Son cometidos del Consejo Consultivo: asesorar a la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal en temáticas que ésta le solicite; proponer el abordaje por parte de la Comisión de temas que considere de relevancia; sugerir campañas de difusión y/o proyectos de investigación; y en caso que la Comisión así lo disponga, coordinar la ejecución de actividades específicas.

**Artículo 4°)** Cuando la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal encomendare al Consejo Consultivo el tratamiento de asuntos que requieran su asesoramiento, los mismos se incorporarán con carácter prioritario al orden del día de la primera sesión siguiente del Consejo Consultivo.

**Artículo 5°)** El Consejo Consultivo fijará su régimen de sesiones ordinarias, y sesionará en forma extraordinaria a solicitud del Presidente de la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal.

**Artículo 6°)** El quórum mínimo para el funcionamiento del Consejo Consultivo es del 50% de sus integrantes, requiriéndose mayoría simple para la toma de decisiones. En todos los casos las decisiones del Consejo Consultivo no tendrán carácter vinculante para la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal.

**Artículo 7°)** El Consejo Consultivo regulará su funcionamiento interno.



Artículo 8º) Comuníquese, publíquese, etc.

*[Handwritten signatures]*

*[Handwritten signature]*  
Dr. TABARÉ VÁZQUEZ  
Presidente de la República  
Período 2015 - 2020

Anexo IV: Ley 19.355, Creación del Consejo Consultivo de COTRYBA



3	15-09-201
	15:00

ANEXO 3

**(Imp. N° 001000-002816-16) - Visto** la solicitud de designación de un candidato para representar a la Universidad de la República en el Consejo Consultivo de la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal. (Dist. 598/16)  
El Consejo de Facultad **resuelve:**  
Proponer a la Dra. Stella Huertas como candidata a representar a la Universidad de la República en el Consejo Consultivo de la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal. (10 en 10)

Anexo V: Designación de la Dra. Stella Huertas en el Consejo Consultivo de COTRYBA

ANEXO 4

## Programa Nacional de Gestión de la Población Canina en Uruguay Consejo Consultivo - COTRYBA

Feb 2017

### 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como finalidad promover el diseño de una política pública enfocada en gestionar la cantidad y calidad de tenencia de canes en el país.

Parte de entender que un Programa Nacional con los lineamientos propuestos a continuación debería ser la piedra angular sobre la cual sostener y articular todos los planes y acciones relacionados a la temática, a las cuales una política pública de este tipo les brinde una visión de mediano y largo plazo, integralidad, sinergia en sus intervenciones y por lo tanto eficiencia en el uso de los recursos públicos y privados.

El mismo es producto de múltiples y diversos aportes, y es el resultado consensuado por todos los delegados titulares que integran el Consejo Consultivo de COTRYBA, creado por Ley 19.355:

- Sociedad de Medicina Veterinaria del Uruguay
- ONG Protectoras de Animales
- Organizaciones de productores rurales: Asociación Rural, Federación Rural, Cooperativas Agrarias Federadas, Comisión Nacional de Fomento Rural y Secretariado Uruguayo de la Lana
- UDELAR
- ANEP - CODICEN

### 2. JUSTIFICACIÓN

Los datos disponibles a nivel país (según una investigación cuantitativa realizada por Equipos Mori para la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis, sobre una muestra representativa de perros con dueño a nivel nacional), muestran que en 2011 había 1.130.000 perros con dueño y en 2015 la cifra habría escalado a 1.500.000.

Por lo antedicho, así como por todas las estimaciones relativas a la población canina en Uruguay realizadas por actores vinculados a la temática, se puede asegurar que la misma es claramente excesiva, situándose entre tres y cuatro veces por encima de lo deseable.

Este aspecto es un punto crítico que seguramente origina y/o agrava muchos de los problemas vinculados a estos animales de compañía, que diariamente se expresan a nivel social (zoonosis, problemas ambientales, pérdidas productivas, accidentes de tránsito, mordeduras, animales

suelos, problemas de convivencia, maltrato animal, mayores costos de limpieza de las ciudades por parte de las Intendencias, etc.).

Sin dudas, **una población canina controlada en su cantidad y en su calidad de tenencia, multiplica las posibilidades y resultados exitosos de todas las acciones relacionadas:** control de zoonosis (y sanitarias en general), de convivencia ciudadana, bienestar animal, de desarrollo productivo, de seguridad en el tránsito, disminución de los costos de limpieza, entre otras.

### 3. CONTEXTO Y OPORTUNIDAD

La reciente conformación de la COTRYBA ha creado ámbitos de intercambio y articulación interinstitucional, donde confluyen los actores relevantes en materia de la tenencia responsable y el bienestar animal. La propia razón de ser de la COTRYBA se sostiene en un rol de articulación y coordinación.

Esto configura un escenario novedoso, que permite el intercambio de puntos de vista en la diversidad, manteniendo la independencia de las distintas instituciones, pero sin perder de vista la necesidad de políticas públicas integrales para lograr avances efectivos en los fines institucionales asignados.

Este mismo documento es una prueba del grado de intercambio logrado a nivel del Consejo Consultivo, el cual ha permitido sintetizar visiones tan diversas como las propias instituciones que lo conforman.

El resultado son los siguientes lineamientos de un Programa que se puede afirmar posee un amplio consenso social y técnico, habida cuenta de las instituciones participantes antes mencionadas.

El próximo desafío sería alinear los esfuerzos políticos e institucionales necesarios para que este Plan guíe en forma eficiente los esfuerzos públicos y privados, entre los que resulten clave: la Comisión Nacional Honoraria de Zoonosis (CNHZ), COTRYBA, Parlamento, SMVU, UDELAR (Facultad de Veterinaria), Ministerio del Interior, ONG Protectoras de Animales, Gobiernos Departamentales y Municipales, ANEP.

### 4. OBJETIVO GENERAL

Disminuir la población de perros en Uruguay, a niveles que no representen un riesgo para el país desde el punto de vista sanitario ni económico, y diseñar instrumentos esenciales para promover su bienestar y tenencia responsable.

## 5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A. Lograr que el 100% de los perros del país tengan un Tenedor Responsable, y su inscripción en el Registro Nacional de Animales de Compañía (RENAC, Ley 18.471, Art. 18).
- B. Vincular dicho registro con la gestión de la Tasa Patente, para lo cual ésta se debería informatizar, con el objetivo de permitir una fiscalización eficiente y aumentar la recaudación por dicho concepto.
- C. Alcanzar el número de castraciones anuales necesarias para frenar el crecimiento de la población de perros, y consolidar una "cultura de castración" a nivel país.
- D. Implementar las medidas que tiendan a desestimular la reproducción de perros a nivel doméstico.
- E. Controlar estrictamente la comercialización de perros, restringiendo la misma a empresas registradas y habilitadas a tal fin.
- F. Educación, sensibilización y comunicación.
- G. Fiscalización y control del Programa y normativa definida.

## 6. COMPONENTES DEL PROGRAMA

- A. **Reproducción y comercialización**
  - a. Prohibición de reproducir perros, exceptuando reproductores registrados en el REPSE (Registro de Prestadores de Servicios, Ley 18.471, Art. 19).
  - b. Prohibición de comercializar perros, exceptuando empresas habilitadas y registradas en el REPSE (acorde a la Ley 18.471, Art. 19, su reglamentación, y fiscalización por parte de las autoridades competentes).
  - c. Fomento a las adopciones de animales sin tenedor responsable (actualmente en Refugios o abandonados).
- B. **Registro Nacional de Animales de Compañía:** obligatoriedad de Tenedores de registrar 100% de los perros en el RENAC (acorde a lo ya definido por Ley 18.471, Art. 18).
- C. **Plan de Castraciones Masivas:**
  - a. Exoneración del 50% de la Patente a perros castrados (y registrados).
  - b. Creación de la "Patente para perros Reproductores", equivalente al doble del precio de la Patente.
  - c. Plan Municipal de Castraciones: en los municipios / departamentos que se integren al Plan Nacional, desde el mismo se duplicará la cantidad de castraciones hechas por el gobierno local / departamental, priorizando las zonas geográficas que se identifiquen como críticas y en las que se justifique la intervención pública (población de menores ingresos).
  - d. 50% de lo recaudado por Multas de COTRYBA, destinado al subsidio de castraciones; más un x% de la cuota parte de Tasa Patente que se asigne a COTRYBA.



- e. Diseñar un marco de coordinación interinstitucional para que la UDELAR / Fvet, ANEP y las UTUs participen del Plan de Castraciones Masivas (mediante extensión, apoyo técnico, etc.)

**D. Rediseño de la Tasa "Patente de perro"**

El "Programa" adquiere consistencia interna mediante la adecuación de la "Tasa patente" a las líneas de acción antedichas, **definiendo tasas preferenciales para los "tenedores responsables" y estímulos al registro y castración de animales:**

- a. Fijación del precio de la Tasa Patente para 2017
  - i. 700 pesos<sup>1</sup> para perros YA castrados (incluyendo microchipeado y registro en el RENAC)
  - ii. 1.400 pesos para perros NO castrados (incluyendo microchipeado y registro en el RENAC)
- b. 2018 en adelante:
  - i. Perros castrados (y microchipeados) pagan 50% de la Tasa Patente (350 pesos en 2017, ajustado por IPC).
  - ii. Perros Reproductores (NO castrados) pagan 200% de la Tasa Patente (1.400 pesos en 2017, ajustado por IPC).
- c. Servicios especiales brindados por VLE (veterinarios libre ejercicio) que se integren al "Programa":
  - i. Registro de perros = 50% Tasa Patente
  - ii. Comisión por venta de Patente = 20%
- d. Servicios especiales brindados por organismos públicos: se aplicarán subsidios al microchipeado y castraciones de perros, únicamente a población que lo requiera (criterios y procedimientos a definir)
- e. Distribución de lo recaudado:
  - i. Patentes:
    - 100% de lo recaudado se destinará a la CNHZ hasta alcanzar ingresos equivalentes a la recaudación promedio 2005 - 2016.
    - Superado dicha meta anual de recaudación, el excedente se distribuirá 60% para la CNHZ y 40% para el Fondo de Protección Animal (Ley 18.471, Art. 20 y Art. 21).
  - ii. 100% de los Ingresos por el Registro ("chipeado") realizado por veterinarios en ejercicio liberal se destinará al costo del servicio (350 pesos en 2017, ajustado por IPC).

**E. Educación, sensibilización y comunicación:**

- a. Incorporación de la temática a nivel de la educación formal.
- b. Campaña de comunicación masiva.

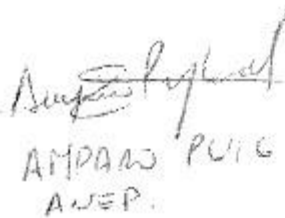
<sup>1</sup> Este y los siguientes valores que se sugieren en el presente documento son estimaciones propuestas en base a consideraciones generales y proyecciones financieras primarias. Las mismas deberán oportunamente evaluarse y ajustarse con mayor precisión.

F. Fiscalización y control del Programa y normativa definida:

- a. Control a nivel territorial de la normativa dispuesta, a cargo de COTRYBA en coordinación con el Ministerio del Interior (considerando falta grave la omisión, ver ejemplo del control de los montes nativos).
- b. Equipo inspectivo especializado de COTRYBA.
- c. Recepción y gestión de denuncias

  
J. HUERTAS  
UDELAR

  
AMPA ROIZ  
AMPA URUGUAY

  
AMPA ROIZ  
AMPA

  
Dr. Antonio Correa  
S.M.V.V.

  
Dr. Antonio Correa  
S.M.V.V.

  
Faint handwritten signature and text

ANEXO 3

RES.: 001/2017

16 de marzo 2017

Visto: la necesidad de la identificación y registro de la totalidad de animales de compañía existentes en el país y de los correspondientes tenedores responsables.

**Resultando:**

- I. Que la Ley 18.471 encomienda a la Comisión Nacional Honoraria de Tenencia Responsable y Bienestar Animal (COTRYBA), la ejecución, en coordinación con el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, y demás organismos públicos competentes, de las acciones conducentes a la adecuación y optimización de los sistemas de identificación y registro de los animales.
- II. Que el artículo 18 de la Ley 18.471, creó el Registro Nacional de Animales de Compañía (RENAC), correspondiendo su organización y funcionamiento a la COTRYBA.
- III. Que el artículo 17 de la Ley 18.471, dispone que, a efectos del cumplimiento de sus cometidos, la COTRYBA podrá, entre otras cosas, firmar convenios de intercambio técnico, apoyo financiero o de desarrollo de programas.

**Considerando:**

- I. Imprescindible para el país mantener controlado el número de animales de compañía y conocer a sus tenedores responsables a cualquier título.
- II. Necesaria la organización y control por parte del Estado de un registro nacional de animales de compañía y de campañas de identificación en todo el país.
- III. Necesario determinar las características del Registro Nacional de Animales de Compañía, así como su difusión, funcionamiento, gestión y control.

Atento: a lo preceptuado por la Ley 18.471 de 27 de marzo de 2009, artículos 16º) g) y 18º); la Ley 19.355 de 19 de diciembre de 2015; la Resolución MGAP 59/2017; y a lo precedentemente expuesto,

**LA COMISIÓN NACIONAL HONORARIA DE TENENCIA RESPONSABLE Y BIENESTAR ANIMAL (COTRYBA),**

**Resuelve:**

- 1º) Establecer como único sistema de Registro individual de animales de compañía a nivel nacional la identificación de los mismos a través de la implantación de un microchip, conjuntamente con el ingreso de los datos del animal y de su Tenedor Responsable al Sistema RENAC, acorde a las siguientes definiciones, alcance y funcionamiento.

**2º) DEFINICIONES**

- a. **TENEDOR RESPONSABLE.** Toda persona que a cualquier título ejerza la tenencia, en forma permanente o transitoria, de un animal de compañía.

- b. **SISTEMA RENAC.** Créase bajo la órbita del SNIG / MGAP una plataforma para la gestión de la información correspondiente al Registro Nacional de Animales de Compañía (RENAC). COTRYBA será la responsable de su administración.
- c. **CÉDULA ANIMAL.** Documento generado por el Sistema RENAC una vez concluido el Registro de un animal, detallando información de animal y de su tenedor responsable.
- d. **MICROCHIP RENAC.** Cápsula inerte portadora de un mecanismo electrónico que una vez activado es capaz de emitir un código de identificación único, asignado por la COTRYBA. Se definen en Anexo 1 las especificaciones técnicas que debe cumplir cualquier microchip y el proceso para la asignación de códigos, a ser utilizado en todo el territorio nacional para el RENAC.
- e. **DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS.** La COTRYBA registrará las empresas autorizadas para la importación y/o distribución a nivel nacional de Microchips RENAC, y validará cada partida de microchips a introducirse al mercado, según procedimientos en Anexo 2. COTRYBA mantendrá público y actualizado un listado de los Distribuidores Autorizados.
- f. **OPERADORES RENAC.** Médicos veterinarios acreditados ante la COTRYBA que realicen por sí, o bajo su supervisión directa, las actividades operativas del Registro: colocación de microchips conjuntamente con el ingreso de datos al Sistema RENAC. La COTRYBA mantendrá público y actualizado un listado de los Operadores RENAC acreditados.
- g. **ACREDITACIÓN DE OPERADORES.** La COTRYBA definirá y gestionará el Procedimiento para la Acreditación de los Operadores RENAC, asegurando su amplia difusión pública.
- h. **REPSE.** Es el Registro de Prestadores de Servicios (REPSE) cuyas características y funcionamiento será definido y gestionado por COTRYBA acorde a lo establecido por la Ley 18.471, Art. 19.

### 3º) ALCANCE

- a. En una primera etapa se registrará en el RENAC exclusivamente a la especie canina (*Canis lupus familiaris*), procediendo con el registro de otras especies en una segunda etapa que COTRYBA definirá.
- b. **OBLIGATORIEDAD.** Serán objeto de Registro en el RENAC todos los animales de compañía mayores de 90 días de edad (a excepción de los animales de Criadero, que se define en el numeral 3º) d)). Todos los tenedores de animales de compañía residentes en Uruguay deberán proceder a su registro en el RENAC antes del 1 de

enero de 2018. Asimismo, a partir de dicha fecha los no residentes que permanecen en el país por más de 90 días deberán proceder a su registro en el RENAC, debiendo para ello concurrir con sus animales de compañía a las oficinas de la COTRYBA.

- c. **VALIDACIÓN DE MICROCHIPS COLOCADOS PREVIAMENTE.** Para todos los perros que a la fecha de promulgada esta Resolución ya tengan colocado un microchip con iguales características técnicas que las expresadas en el Anexo I, Cap. I, pero que no cumplan el ítem a) del mismo (*"estar programados con un número único de identificación oficial, asignado por la COTRYBA acorde a la Res. MGAP 58/2016"*), se dispone un plazo especial hasta el 1 de enero de 2018 para su registro en el Sistema RENAC sin necesidad de implantar un nuevo microchip en el animal. Este proceso de "Validación" deberá ser realizado por un Operador RENAC.
- d. **CRIADEROS Y/O COMERCIALIZADORES.** Deberán registrarse en el REPSE antes del 1 de enero de 2018. Asimismo, deberán cumplir con el registro en el RENAC de todos los animales de compañía mayores de 45 días. Al momento de hacer entrega de animales a sus nuevos Tenedores, deberán realizar el cambio de datos correspondientes en el RENAC o realizar su Registro si aún no hubiere sido hecho.
- e. **REFUGIOS.** Deberán registrarse en el REPSE antes del 1 de enero de 2018. Es responsabilidad de los Refugios que los animales que egresen del mismo lo hagan ya registrados en el RENAC.

#### 4º) FUNCIONAMIENTO

- a. **IMPLANTACIÓN DEL MICROCHIP.** El Microchip RENAC se implantará en forma subcutánea en el lado izquierdo del cuello del animal, previa verificación de que el animal no posee un microchip ya implantado. En caso de que por algún motivo justificado no sea posible su implantación en dicho lugar, se colocará en la zona de "la cruz" entre las dos escápulas, y se hará constar expresamente el lugar de su colocación en el Registro del animal.
- b. **ALTA EN EL REGISTRO.** Simultáneamente al acto de implantación del Microchip RENAC, el Operador deberá cargar en el Sistema RENAC los datos del animal y de su Tenedor Responsable. En caso contrario no se considerará registrado el animal, no expidiéndose la correspondiente Cédula Animal.
- c. **DATOS DEL REGISTRO DE ANIMALES.** El registro de animales contará con los siguientes datos: número de Microchip RENAC, especie, raza, sexo, nombre, año de nacimiento, estado (En tenencia / Extraviado / Recuperado / Muerto), pero potencialmente peligroso (Si / No), castrado (Si / No), descripción, dirección del animal, Operador RENAC responsable del registro y fecha de registro.



- d. **DATOS DEL TENEDOR RESPONSABLE.** Cada animal registrado estará asociado a un Tenedor Responsable, del cual se deberán cargar los siguientes datos en el Sistema RENAC: nombre y apellido, cédula de identidad, domicilio, teléfono celular, dirección de correo electrónico (opcional). Desde el punto de vista normativo, se considerará Tenedor Responsable de un animal de compañía al último registrado en el Sistema RENAC, siendo éste responsable de actualizar la información del Sistema en caso de cambio de tenencia.
- e. **USUARIOS COTRYBA DEL SISTEMA RENAC.** La COTRYBA dispondrá de Usuarios del Sistema RENAC que serán responsables de administrar las cuentas de los Operadores, teniendo además sus mismas atribuciones operativas en el Sistema.
- f. **ADMINISTRADOR COTRYBA.** Tendrá las mismas atribuciones que un USUARIO COTRYBA, además de poder crear, modificar e inhabilitar USUARIOS OPERADOR, USUARIOS COTRYBA, nuevas especies y razas.
- g. **ATRIBUCIONES DEL OPERADOR.** Con los números de un Microchip y Cédula de Identidad del Tenedor, los Operadores podrán: dar altas, consultar, modificar y/o efectuar bajas en el Registro de un animal y/o de su Tenedor Responsable, e imprimir la Cédula Animal.
- h. **ATRIBUCIONES DEL TENEDOR.** Todo Tenedor Responsable, con su número de Cédula de Identidad y número de Microchip, podrá imprimir la Cédula Animal, consultar el Registro y notificar los siguientes eventos relativos al Estado del animal: Extraviado / Recuperado / Muerto.
- i. **OBLIGACIONES DEL TENEDOR.** Es responsabilidad de los Tenedores ya registrados, notificar en el Sistema RENAC, por sí o a través de un Operador, cualquier evento que modifique datos del Tenedor y/o del animal, en un plazo máximo de 60 días a partir de ocurrido el mismo.
- j. **INCUMPLIMIENTOS.** La COTRYBA sancionará los incumplimientos de la presente Resolución en base a los criterios que define la Ley 18.471, Art. 22 y al protocolo específico que se define.
- k. **CONFIDENCIALIDAD.** La información del RENAC se considerará de carácter confidencial, y sólo podrá ser proporcionada por la COTRYBA cuando medie solicitud expresa de las autoridades policiales, judiciales o de otros organismos públicos, en situaciones vinculadas con los animales y/o sus tenedores responsables, en los términos establecidos por las leyes 18.331 y 18.381 y sus respectivas reglamentaciones.



## ANEXO 1 - RENAC

### 'MICROCHIPS RENAC': especificaciones técnicas, asignación de Códigos y Validación de lotes

#### I) CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS MICROCHIPS

Los Microchips RENAC deberán reunir las siguientes características técnicas:

- a. estar programados con un número único de identificación oficial, asignado por la COTRYBA acorde a la Res. MGAP 59/2016,
- b. que los microchips sean inmodificables,
- c. estar dotados de un sistema antimigratorio, siendo su envoltura biocompatible,
- d. contar con una estructura del código numérico en conformidad con lo establecido por la norma ISO 11.784,
- e. el sistema de intercambio de energía entre el dispositivo y el lector será el establecido por la norma ISO 11.785.
- f. cada microchip deberá expendirse como mínimo junto a una aguja dosificadora estéril, en una única envoltura hermética, que contenga en lugar y forma visible el código correspondiente al mismo,
- g. cada microchip debe acompañarse de al menos 4 etiquetas autoadhesivas que contengan un código de barras con el número asignado al mismo, en formato tipo Code-128 A o Code-128 B, y deben de contemplar los 23 números del microchip (no los últimos 15). Ejemplo de muestra:



#### II) SOLICITUD DE RANGOS PARA PARTIDAS DE MICROCHIPS RENAC

La solicitud de rangos de códigos debe realizarse antes de la importación o producción de cada partida, a efectos de asignar a cada microchip, en fábrica, un número único definido por COTRYBA.

La validación de microchips por parte de la COTRYBA se realizará para cada lote importado y/o producido en el territorio nacional, en forma limitada a la cantidad de microchips que integran el

*Handwritten notes and signatures on the left margin:*  
A circled 'D' at the top.  
A signature below it.  
Another signature further down.  
A signature at the bottom.

mismo. La validación de un lote no implica que se validen siguientes partidas similares, las cuales deberán repetir el mismo procedimiento.

Ambas solicitudes se inician presentando en oficinas de COTRYBA el formulario que se adjunta al presente Protocolo. **Los pasos a seguir son los siguientes:**

- a. Es condición indispensable para las empresas que deseen solicitar rangos de códigos de microchips para el RENAC que se encuentren previamente registradas ante la COTRYBA como "Distribuidor Autorizado" de Microchips RENAC, antes de la importación de un lote.
- b. Si el tipo de Microchip que se va a importar o producir no hubiera sido presentado anteriormente ante la COTRYBA, el Distribuidor Autorizado deberá presentar una muestra del mismo acompañada de la descripción de cada producto a comercializar, incluyendo:
  - Nombre de cada producto y su descripción técnica.
  - Origen y nombre del fabricante.
  - Certificado de conformidad de cada producto con las normas ISO emitido por entidad certificadora independiente.
- c. Para cada lote que se desee importar se deberá solicitar previamente a la COTRYBA la asignación del "rango de códigos" correspondiente, completando para ello la primera parte del Formulario adjunto y entregando dos copias firmadas en Uruguay 1016, piso 1.
- d. El Distribuidor Autorizado deberá asignar a cada Microchip RENAC un número irrepetible y consecutivo dentro del rango definido según lo estipulado en el punto anterior.
- e. Una vez en poder de la empresa proveedora la partida completa de microchips, ésta deberá solicitar la validación del lote por parte de la COTRYBA antes de su distribución en el mercado nacional.
- f. Las empresas podrán incorporar el siguiente logotipo de COTRYBA y leyenda a las partidas aprobadas.



- g. La liberación al mercado de microchips para uso del RENAC, cuyo lote no haya sido validado por COTRYBA, será sancionada acorde a los criterios definidos por el marco normativo vigente.
- h. Cumplidos los pasos anteriores la COTRYBA entregará a la empresa, y hará público en el sitio web y otros medios que se dispongan, la documentación que acredite la validación del lote correspondiente para ser comercializado en el territorio nacional, publicando

*Rienzi*



detalles sobre la empresa proveedora, marca y modelo de microchips, rango de números asignados y validados.

### III) PROCEDIMIENTO PARA LA VALIDACIÓN DE LOTES DE MICROCHIPS

La validación de Microchips RENAC por parte de la COTRYBA se realizará para cada partida importada y/o producida en el territorio nacional, en forma limitada a la cantidad de chips que integran la misma. La validación de una partida no implica que se validen siguientes partidas similares, las cuales deberán repetir el mismo procedimiento.

Los hitos clave del proceso para la validación de una partida de Microchips RENAC son los siguientes:

- a) Es condición indispensable para las empresas que deseen operar como Distribuidoras Autorizadas de microchips para el RENAC que antes de la importación de un lote de microchips se encuentren registradas ante la COTRYBA, acorde a lo establecido en el Anexo 2 de la presente Resolución.
- b) Para cada lote que se desee importar se deberá solicitar previamente a la COTRYBA la asignación del "rango de códigos" correspondiente, según el Cap. II del presente Anexo.
- c) El Distribuidor Autorizado deberá asignar a cada microchip un número irrepetible dentro del rango definido para la partida importada / producida, según lo estipulado en el punto anterior.
- d) Una vez disponible la partida completa en poder de la empresa, ésta deberá solicitar la validación del lote por parte de la COTRYBA antes de su distribución en el mercado.
- e) Cumplidos los pasos anteriores la COTRYBA entregará a la empresa y hará pública la documentación que acredite la validación del lote correspondiente para ser comercializado en el territorio nacional.

*Ruiz*

Registro Nacional de Animales de Compañía (RENAC)  
SOLICITUD DE ASIGNACION DE CODIGOS PARA MICROCHIPS

Fecha: / /

**Comisión de Tenencia Responsable y Bienestar Animal**

Por la presente, la empresa \_\_\_\_\_ Razón Social \_\_\_\_\_  
con domicilio constituido en \_\_\_\_\_, inscrita en el REPSE con  
el No \_\_\_\_\_, solicita la asignación de códigos para el Registro Nacional de Animales de  
Compañía de (cantidad) \_\_\_\_\_ de microchips modelo \_\_\_\_\_ del  
fabricante \_\_\_\_\_ de origen \_\_\_\_\_.

Por la Empresa:

\_\_\_\_\_  
Aclaración de firma.

**Para ser llenado exclusivamente por la COTRYBA**

Fecha: / /

RANGO DE CODIGO ASIGNADOS

Desde

Hasta

Autorización COTRYBA

Firma \_\_\_\_\_  
NU.

VALIDACION DE LOTE

Fecha: / /

Lote. No \_\_\_\_\_

Autorización No \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_  
NU

*[Handwritten signatures and initials on the left margin]*

## ANEXO 2 - RENAC

### REGISTRO DE EMPRESAS "DISTRIBUIDORAS AUTORIZADAS"

#### I) BASES PARA EL REGISTRO DE EMPRESAS "DISTRIBUIDORAS AUTORIZADAS"

Para el Registro ante la COTRYBA es necesario presentar en forma impresa, ORIGINALES y una COPIA de la siguiente información:

- a) Nota de la empresa expresando interés de ser incluida en el REPSE, incluyendo la siguiente información:
- Nombre de la firma
  - Domicilio
  - Responsable legal de la empresa
  - Responsable(s) de las gestiones ante la COTRYBA a todos los efectos que este llamado implique
- b) Fotocopia de la documentación que acredite estar inscriptos en el Registro Único de Proveedores del Estado (RUPE), conforme a lo dispuesto por el Decreto del Poder Ejecutivo N°156/013 de 21 de mayo de 2013.
- c) Formulario adjunto, completo.

Dicha documentación deberá entregarse, en forma completa, en la Comisión de Tenencia Responsable y Bienestar Animal, sita en Avenida Uruguay 1016, Piso 1, Montevideo.

La documentación se presentará en sobre cerrado, el que contendrá una leyenda visible donde conste el nombre de la empresa, domicilio constituido, teléfono de contacto y correo electrónico, con clara referencia al título de este Llamado. Dichos domicilios y mail serán considerados los medios formales para toda comunicación entre la COTRYBA y la empresa presentada.

El Registro de "Distribuidores Autorizados" es por tiempo indefinido. Las empresas podrán solicitar la baja del Registro por escrito en cualquier momento, mediante nota presentada a la COTRYBA, y la COTRYBA podrá dar de baja a cualquier Empresa Proveedora por razones fundadas.

#### II) OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS REGISTRADAS

Serán obligaciones de las empresas, entre otras y no siendo esta enumeración taxativa, las siguientes:

- a) Ampliar toda información que la COTRYBA le solicite relativa a los productos validados y su comercialización dentro del territorio nacional.

- b) Asumir en exclusividad la responsabilidad por la calidad y buen funcionamiento de los microchips, incluyendo su reemplazo sin costos de cualquier microchip en caso de defectos de fábrica, incluyendo el completo retiro de cualquier partida que la COTRYBA determine.
- c) Colaborar con la orientación a los comercios minoristas respecto al funcionamiento de los microchips y del RENAC en general, de acuerdo a los lineamientos impartidos por la COTRYBA.
- d) Las empresas registradas deberán presentar semestralmente una declaración jurada informando sobre las cantidades de microchips distribuidos en todo el territorio nacional, desagregando la información por trimestre, departamento, tipo de microchip, en el formato que COTRYBA defina.

### III) EXCENCIÓN DE RESPONSABILIDADES

El registro como Distribuidor Autorizado:

- a) No obliga a COTRYBA a concretar operaciones comerciales.
- b) No generará derecho de las empresas a exclusividades de ningún tipo, ni implica responsabilidad alguna de la COTRYBA respecto a los resultados comerciales que tenga la empresa con los microchips.
- c) No dará lugar a indemnizaciones o reclamos de especie alguna relacionados a las gestiones que la empresa realice y/o a sus resultados, sean estos gastos, honorarios, daños y perjuicios, etc.



Formulario para Registro de Prestadores de Servicios (REPSE)

Número de Registro	
Fecha	
Rubro	
Razón Social / Nombre	
RUT (si corresponde)	
Dirección	
Departamento	
Teléfono	
Correo electrónico	
Nombre	
Apellido	
C.I	



Firma Responsable: \_\_\_\_\_






Firma por COTRYBA: \_\_\_\_\_





Anexo XI: Formulario de Registro de Prestadores de Servicios (REPSE)


ANEXO 6

		<b>Campaña de sensibilización COTRYBA</b>		Página 1 de 7	
		 Tenencia Responsable Bienestar Animal coTRYBA			
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>				VERSIÓN 1	
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN		Revisión:	Fecha: (13- 03 - 2017)		
<p><b>1. Introducción</b></p> <p>El ítem <i>Educación y comunicación</i> es una de las líneas fuertes de trabajo de la Cotryba para el 2017 y la UCOD comenzó un trabajo de planificación con ese objetivo. En el año 2016 se trabajó la comunicación sobre la instalación de la nueva Comisión bajo la órbita del MGAP y presidencia del Subsecretario Enzo Benech. Con ese objetivo se realizaron 3 conferencias de prensa que alcanzaron una gran cobertura en medios masivos de comunicación. Asimismo, se priorizó la gestión de notas en radios y prensa gráfica de Montevideo e Interior. En ese marco, se trabajó la promoción de las denuncias, los alcances de la Cotryba y la nueva página web en la cual se presenta la comisión y puede realizar denuncias. Se diseñó un logo con variantes de uso, materiales gráficos para su identificación, cartelera, banner, y coberturas en el interior de reuniones con vecinos.</p>					
<p><b>2. Objetivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la nueva organización, los cometidos y los desafíos que persigue. Informar y Sensibilizar a la población general, técnicos, opinión pública, activistas, etc. sobre las líneas de trabajo trazadas por Cotryba.</li> <li>• Generar conciencia en la población sobre la relación entre la tenencia responsable de animales y el bienestar animal y convivencia ciudadana. Informar los contenidos de la ley 18.471 (IMPO-comunicación de la normativa vigente)</li> <li>• Crear hábitos y/o cambiar en la tenencia de animales para promover la convivencia en espacios públicos como privados y el bienestar animal.</li> <li>• Lanzamiento del RENAC y difusión pública de su alcance y obligaciones de tenedores responsables.</li> <li>• Trabajar en conjunto con los grupos asesores de trabajo en Cotryba en la validación de los mensajes.</li> </ul>					
<p><b>3. Público objetivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudadanía en general; tenedores de animales en particular.</li> <li>• Productores – gremiales</li> <li>• ONG- Protectoras de animales</li> <li>• Profesionales veterinarios</li> <li>• Tomadores de decisión – prensa</li> </ul>					
<p><b>4. Actores involucrados</b></p> <p><u>Para la campaña de sensibilización se integrará al Consejo Consultivo de COTRYBA.</u></p>					
<p><b>5. El mensaje</b></p> <p>Los mensajes deberán estar asociados a dos conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenencia responsable (concepto nuevo de esta Comisión)</li> <li>• Bienestar animal</li> </ul>					

<b>Campaña de sensibilización COTRYBA</b>		Página 2 de 7
	 <p>Tenencia Responsable Bienestar Animal COTRYBA</p>	
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>		VERSIÓN 1
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN	Revisión:	Fecha: (13-03-2017)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajar el mensaje sobre hacer visibles las consecuencias y preguntar/mostrar cuales son las causas. Qué peligros significa un animal sin dueño o cómo afecta en la sociedad una tenencia irresponsable (abandono, maltrato animal): accidentes, mordidas, salud enfermedades, reproducción, mortandad de ovejas.</li> </ul> <p>Para ello se detallaran datos de impacto, del tipo: cantidad de mordeduras al año, accidentes de tránsito, muertes, perros abandonados, maltrato animal, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajar mensajes que generen acción, (coloca el chip, denuncia, adopta, vacuna, castra, etc.) entendiendo que la tenencia responsable trae implícito todas las obligaciones que adquiere una persona cuando tiene una mascota para asegurar el bienestar de los animales, de las personas y del entorno.</li> <li>Destacar la importancia de la colocación del chip como hecho que diferencia las políticas pasadas marcando un cambio relevante para la COTRYBA. Este punto requiere un plan de comunicación espacial.</li> <li>Se pondrá énfasis en la responsabilidad de la ciudadanía y en el control ciudadano (aumento de denuncias)</li> </ul> <p><b>5.1. Formatos de difusión y comunicación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Spot audiovisuales de rápida vista (que presente la comisión) (UCOD-MGAP)</li> <li>Banner digital y gráfica (mensajes cortos para vitalizar por redes sociales) (UCOD-MGAP) Esta campaña gráfica será asociada al termino #TenenciaResponsable y #BienestarAnimal</li> </ul> <p>Ejemplos:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Spot para pantallas en vía pública y buses (IMPO)</li> <li>Nota especial para la revista oficial de la Sociedad de Medicina Veterinaria del Uruguay que reciben de forma impresa sus socios (censo 2008 tenía 3444 veterinarios en ejercicio).</li> <li>Trabajo de intervención visual en las 800 veterinarias existentes en el país (delantal o remera, afiche, material de distribución para socios). Logotipo en vidrieras para identificar veterinarias "que chipean", mapeo y georreferenciación para publicar en la web de COTRYBA.</li> </ul>		

	<h2 style="margin: 0;">Campaña de sensibilización COTRYBA</h2>	Página 3 de 7		
 Tenencia Responsable Bienestar Animal en Uruguay				
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>		<b>VERSIÓN 1</b>		
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN	Revisión:	Fecha: (13-03-2017)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Manual de tenencia responsable de distribución gratuita en veterinarias, abitab, etc. (la campaña de la IMM tiene entre sus objetivos 2017 elaboración de un manual para distribución junto a talleres en escuelas y centros educativos).</li> <li>Charlas participación en seminarios, academia, etc.</li> </ul>				
<p><b>6. Estrategia en pasos</b></p> <p><b>6.1. 1era reunión</b></p> <p>Enero 2017. Gustavo Carbonell, Gustavo Soriano, Lucía Pintos. Se presentó la forma de trabajo de la UCOD con respeto a las campañas y un borrador sobre el mensaje a tratar. Se validó una primera idea de abordaje para la campaña que será entregada en un guion borrador. La misma será compartida y validada en una instancia de trabajo de la Cotryba con la Comisión Asesora.</p> <p><b>6.2 2da reunión</b> Gustavo Carbonell, Juan Andrés Elhordoy, Lucía Pintos, Paula Scavarelli. Equipo de comunicaciones definió acciones y alcance de la campaña.</p>				
<p><b>7. Acciones</b></p>				
Fecha	Actividad	Descripción	Responsable	Costo
MARZO	Entrega de Plan de campaña e idea borrador para 1er guion	Lunes 13. 14:00 horas	UCOD	
MARZO	Presentación de plan de campaña y mensajes para ante Comisión Asesora	Definir fecha	Cotryba	
MARZO	Contacto con IMPO		Benech UCOD	-
26.ABRIL	Lanzamiento de campaña en Presidencia de la República	3 spot publicitarios. Acciones en veterinarias por entrega de chip	UCOD Cotryba	-
ABRIL	materiales para la "capacitación /acreditación" de Veterinarios que serán	Breve video de "introducción". *Operadores RENAC. (Coordinar con Ricardo Alves.		






<b>Campaña de sensibilización COTRYBA</b>  Tenencia Responsable Bienestar Animal coTRYBA			Página 4 de 7	
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>			VERSIÓN 1	
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN			Revisión:	
			Fecha: (13-03-2017)	
"Operadores RENAC", por lo que me pongo en contacto con ustedes para avanzar.				
MAYO	Gestión de prensa	Sensibilización con voceros técnicos. Gestión de prensa en programas de corte ciudadano, TV, Radio. Gestionar mensajes y materiales de difusión en segmentos de programas destinados a las mascotas. (UCOD-MGAP). Instalar la discusión. Ejemplo: Día de perros – Canal 4. Espacio de mascoteros. Buen día Uruguay Canal 4.		
AGOSTO	Intervención en Veterinarias	Acción conjunta a la distribución de chip.		
SETIEMBRE	Intervención ciudadana	Expo Prado.		
OCTUBRE	Caminata por la rambla.  Conferencia de prensa	Acción junto a conferencia de prensa en torno al 4 de octubre, "Día Nacional de concientización sobre el Bienestar Animal y la Tenencia Responsable" declarado por la Cámara de Representantes en 2016.		

**8. PRIMERA IDEA BORRADOR**

**8.1. Spot publicitario disparador presenta la Cotryba**

Spot se desarrolla en 3 mensajes:

**Primer mensaje de spot:**  
Plantea el problema. Comienza por las consecuencias.

	<h2 style="margin: 0;">Campaña de sensibilización COTRYBA</h2>	Página 5 de 7
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>		<b>VERSIÓN 1</b>
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN	Revisión:	Fecha: (13- 03 - 2017)
<p>Sobre la base de datos que sean de impacto: cantidad de animales en el campo que mueren por jaurías, cantidad de mordedura de niños, accidentes de tránsito por animales sueltos etc. (Ya fueron solicitados)</p> <p><b>El spot comienza con datos de la realidad, enmarcando el problema: desde las consecuencias hacia las personas y hacia los animales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "En Uruguay xxxx accidentes son causados por animales sueltos... 0 2000 niños son atendidos por mordeduras de perros en Pereira Rosell..."</li> <li>• "Jaurías de perros mataron 200 ovejas en el campo"</li> <li>• Incorporar datos sobre maltrato animal. Cantidad de animales muertos por maltrato etc. (solicitar en Consejo Consultivo)</li> </ul> <p>Esto también se ilustra con fotos de prensa y efectos sonido y alerta.</p> <p>En una segunda instancia, se presentan 2 testimonios muy breves con frases cortas del tipo: "creí que me mataba", "me mataron todo lo que tenía", "hay mucha crueldad con los animales" acompañado por imágenes de fotos de titulares de prensa sobre casos reales que sirva para dar marco a la frase.</p> <p>Testimonios de 3 casos que hayan sido de notoriedad en medios de la capital, y un caso de jaurías en el campo por ataque los animales. (Aparición breve en cada caso, con una frase de impacto y el titular de prensa que lo explica). Para ello deberá planificarse un día de rodaje.</p> <p>Ejemplos:</p>		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 45%;">  </div> </div>		

		<b>Campaña de sensibilización COTryBA</b>	Página 6 de 7
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>		VERSION 1	
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN	Revisión:	Fecha: (13-03-2017)	

**Segundo mensaje de spot:**  
**Involucra al espectador en el problema**


"PAREMOS ESTO"  
"PARA VOS"

Con una bajada muy breve dirigida al vos, tu, usted. La idea es involucrar al tenedor de animales dentro del problema. Indirectamente participamos de esto. Si tiro un perro en una bolsa, se puede morir, y/o puede ser el causante de un accidente, y/o reproducirse en forma descontrolada, o.... Si no controlo lo que hace mi mascota, puedo lastimar a otros. (IMÁGENES)

(El off en la locución le da la intención de comprometer al ciudadano)

**Tercer mensaje de spot:**  
**Lo que queremos decir**

Tener un animal es tu responsabilidad. Cuidalo.  
Tu imprudencia tiene graves consecuencias

 <b>Campaña de sensibilización COTRYBA</b>		Tenencia Responsable Bienestar Animal COTRYBA		Página 7 de 7	
<b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN</b>			VERSIÓN 1		
UNIDAD DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y DIFUSIÓN		Revisión:	Fecha: (13- 03 - 2017)		
<p>Nos alcanza a todos</p> <p>Las consecuencias las vivimos todos</p> <p><b>Es un mensaje de COTRYBA</b></p> <p>Comisión de Tenencia Responsable y Bienestar Animal. #TenenciaResponsable #BienestarAnimal.</p>					

Anexo XII: Campaña de sensibilización COTRYBA