

## **CIUDADANOS INTEGRANTES DEL AYUNTAMIENTO DE GUADALAJARA. PRESENTES.**

El que suscribe, Miguel Zárate Hernández, en mi carácter de regidor integrante de este Órgano de Gobierno Municipal, en uso de la facultad que me confiere el artículo 76 fracción II del Reglamento del Ayuntamiento de Guadalajara, someto a su consideración la presente iniciativa de acuerdo con carácter de dictamen que tiene por objeto **crear una campaña permanente de sensibilización sobre la adquisición de mascotas con motivo de las fiestas decembrinas**, de conformidad con la siguiente:

### **Exposición de motivos**

Los animales sienten, sufren y gozan. Esta es una de las consignas de Adopta GDL, una de las muchas asociaciones que trabajan dentro del Área Metropolitana de Guadalajara en el rescate de perros y gatos que no tienen propietario responsable, ni hogar.

Según datos de la Secretaría de Salud en México existen alrededor de 22 millones de canes, de los cuales más de 10 millones viven en las calles<sup>1</sup> y se estima que de estos, el 75% no han recibido una sola vacuna y desparasitación en toda su vida.<sup>2</sup>

A este panorama hay que sumar la cantidad de casos de abandono que aumenta especialmente con motivo de las festividades decembrinas, en las que se adquieren mascotas con la finalidad de obsequiarlos sin considerar las verdaderas posibilidades de hacerse cargo de un animal y la responsabilidad que esto implica para los nuevos propietarios. Muchos de estos ejemplares terminan en la calle al no ser aceptados en los hogares a donde llegan.

---

<sup>1</sup> UNAM. (2012). “Proponen solución al problema de los perros callejeros”. [Consultado el 26/11/2019]. Disponible en: [http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen\\_solucion\\_al\\_problema\\_de\\_los\\_perros\\_callejeros](http://ciencia.unam.mx/leer/109/Proponen_solucion_al_problema_de_los_perros_callejeros)

<sup>2</sup>Boehringer Ingelheim. “Día internacional del perro callejero”. [Consultado el 26/11/2019]. Disponible en: [https://www.boehringer-ingelheim.mx/sites/mx/files/documents/inografia\\_perrito\\_callejero.pdf](https://www.boehringer-ingelheim.mx/sites/mx/files/documents/inografia_perrito_callejero.pdf)

Además de los animales domésticos, esta compra desenfrenada desencadena un aumento de la adquisición de especies exóticas, la cual acarrea situaciones de distinta naturaleza que tampoco pueden ser ignoradas.

Las consecuencias que conlleva la adquisición indiscriminada de mascotas son entonces diversas, pero con un elemento en común: en ambos casos existe un alto índice de abandono, y este repercute de manera negativa en el entorno en el cual se abandona a los ejemplares. A esto hay que adicionar que con el abandono se incurre también en una forma de maltrato animal.

En el caso de los animales domésticos, la principal causa de abandono son los problemas de conducta y la incapacidad de los propietarios para adiestrarlos para la convivencia diaria. En el caso de los especímenes exóticos, estos requieren cuidados y condiciones específicas tanto de ambiente como de recursos, las cuales no cualquier persona es capaz de proveer. Si estas realidades y necesidades se dimensionan por parte de la ciudadanía previamente a la adquisición de los ejemplares, muchas estas situaciones no se presentarían en la magnitud en que lo hacen.

No es únicamente la ausencia de bienestar animal, es un problema de salud pública: accidentes por mordeduras, transmisión de zoonosis y contaminación del ambiente. Reconociendo el papel que juega la incorporación de un nuevo integrante en la familia y sus bondades, es indispensable fomentar la adopción como primera alternativa y como la verdadera opción para lograr el cuidado y respeto a las otras formas de vida. El fomento a los criaderos que incurren en la explotación para cría de mascotas resulta muy desafortunado, y es justo por ello que en otros países ya se trabaja fuertemente para erradicar estas prácticas. Como ejemplos tenemos la ley AB 485 en California o Lucy's Law en Reino Unido, inspirada en un caso de explotación reciente que impactó a su población.

En el caso de la adquisición de fauna exótica tenemos, por un lado, el fomento del tráfico y venta ilegal de especies en peligro de extinción, y por el otro, la liberación

arbitraria. Se da entonces la introducción de especies invasoras en los ecosistemas locales teniendo consecuencias irreversibles en los mismos.

Como bien lo señala el artículo 20 fracción IV de la Ley Federal de Sanidad Animal “el ser humano se beneficia de los animales de muy diversas maneras, y en ese proceso, adquiere la responsabilidad de velar por su bienestar”

Por ello el Artículo 8 fracción IV de la Ley de Protección a los Animales para el Estado de Jalisco menciona la facultad de los municipios para el desarrollo de programas de educación y difusión en la materia.

En armonía con lo anterior el Reglamento Sanitario de Control y Protección a los Animales para el Municipio de Guadalajara expresa en su Artículo 2, fracción II, V y VIII que persigue la protección de la vida, la salud y el sano crecimiento de los animales, la prevención de la sobrepoblación de perros y gatos así como promover la cultura de protección a los animales.

En el caso de la fauna exótica, la Ley General de Vida Silvestre, en el artículo 27 establece que el manejo de ejemplares y poblaciones de exóticos sólo se podrá llevar a cabo en condiciones de confinamiento que garanticen la seguridad de la sociedad civil y trato digno y respetuoso hacia los ejemplares

A su vez en su artículo 27 Bis. Determina que no se permitirá la liberación o introducción a los hábitats y ecosistemas naturales de especies exóticas invasoras.

Con motivo de lo anteriormente expuesto, se propone la realización de una campaña mediática de sensibilización ciudadana para desincentivar la compra de mascotas con motivo de las festividades decembrinas, campaña que se pretende implementar de manera permanente. Esta campaña mediática debe estar compuesta por spots publicitarios en radio y televisión, menciones en radio y televisión y publicaciones en medios impresos y redes sociales. En ella se debe abordar el tema desde dos ámbitos que se detallan a continuación:

Por un lado, el negarse a adquirir animales domésticos partiendo de la conciencia de que los animales no son juguetes, así como las responsabilidades que el cuidado de los mismos implica. Esta campaña deberá estar fuertemente dirigida al fomento a la adopción como primera alternativa para desincentivar la compra. También deberá hacer énfasis en las consecuencias de la existencia de criaderos fuera de la norma y como estos fomentan el maltrato animal. Es importante recalcar que estas campañas deben estar fuertemente enfocadas a los niños, para generar en ellos la conciencia de no solicitar animales como regalo y comprender que tanto la adopción como el rescate de animales en situación de calle son actos de amor que se pueden emprender durante todo el año y no distinguen razas.

Por otro lado es importante realizar campañas dirigidas principalmente a adultos para concientizar bajo la premisa de que los animales silvestres no son mascotas. Partiendo de este eje rector, es importante dar a conocer el estatus en el que se encuentran las distintas especies, ya que en ocasiones se incurre en la compra de ciertos ejemplares partiendo del desconocimiento de que están adquiriendo una especie en peligro de extinción y que con ello contribuyen a una afectación grave para la biodiversidad. Recordemos que lo que no se conoce no se ama, y lo que no se ama, no se protege. A su vez, hacer énfasis en los recursos económicos que requiere el cuidado de fauna exótica, la dificultad de proveer las condiciones espaciales apropiadas para la manutención de estos especímenes y el comportamiento de los mismos en un entorno doméstico que muchas veces no corresponden con las expectativas de quienes lo adquieren. A su vez es imprescindible que dicha campaña haga especial énfasis en que bajo ninguna circunstancia se debe liberar a estos especímenes en los entornos naturales, y se deben canalizar a la autoridad competente para su correcto manejo y reinserción a su medio.

No causa efectos negativos resaltar que no todas las especies de fauna exótica son especímenes en peligro de extinción, y que no todos los especímenes exóticos (a pesar de existir venta lícita) provienen de sitios autorizados y cuentan

con certificados que avalen su legal procedencia. Esta información debe ser clara para la ciudadanía.

Las implicaciones de realizar dicha campaña serán altamente beneficiosas para el cuidado y bienestar animal, además de acarrear consecuencias positivas en términos de salud pública. En cuanto a las implicaciones sociales se contribuirá en mejorar la calidad de vida de la ciudadanía fomentando espacios públicos limpios y sanos que promuevan la responsabilidad social y el cuidado animal.

En lo que respecta a las implicaciones jurídicas se estaría facilitando el cumplimiento de la NOM-059 –SEMARNAT-2010 para la Protección ambiental de especies nativas de México de flora y fauna silvestres, al proveer de información y sensibilizar a la población de manera permanente. A la vez se estará atendiendo a las normativas de protección animal cuya esencia es proteger estas formas de vida.

En lo que respecta a las repercusiones laborales serán solo aquellas derivadas de la elaboración de las campañas por parte de la Dirección de Comunicación Institucional. No existirán repercusiones de carácter económico y presupuestal.

Por ello presento a consideración de ustedes lo siguiente:

### **Acuerdo**

**Primero.** Se instruye a la Dirección de Comunicación Institucional para que, en coordinación con la Dirección de Medio Ambiente, realice campañas mediáticas permanentes de sensibilización ciudadana para desincentivar la compra de mascotas con motivo de las festividades decembrinas. Dicha campaña abordará el fomento a la adopción de mascotas domésticas y las implicaciones de la compra de fauna exótica.

## **Transitorios**

**Único:** publíquese el presente acuerdo en la Gaceta Municipal.

**Salón de Sesiones del Ayuntamiento de Guadalajara  
“2019”, año de la igualdad de género en Jalisco”  
Guadalajara, Jalisco, al día de su presentación.**

**Regidor Miguel Zárate Hernández**