

**Propuesta de un plan de mercadotecnia social para crear conciencia sobre las fábricas de cachorros en la ciudad de Puebla.**

**1. Lina Mercedes Pérez Viveros**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [linamercedes.perez@upaep.edu.mx](mailto:linamercedes.perez@upaep.edu.mx)**

**2. Dra. Judith Cavazos Arroyo**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [judith.cavazos@upaep.mx](mailto:judith.cavazos@upaep.mx)**

El presente trabajo consiste en una propuesta de campaña de mercadotecnia social dirigida a la población de la ciudad de Puebla sobre la existencia de las fábricas de cachorros, un negocio ilícito al que se encuentran propensos los perros hoy en día, cuya finalidad es la reproducción de estos animales para su comercialización, aunque el principal problema social radica en la forma en que estos negocios son llevados a cabo, ya que giran en torno al maltrato y abuso animal. La idea principal de la campaña a elaborar es informar a las personas acerca de la existencia de estas fábricas, cómo operan, en qué medios de comunicación comercializan a los cachorros, cuáles son las penalizaciones existentes en la ciudad de Puebla para la cría y venta de animales de compañía de establecimientos que no cumplen con las regulaciones establecidas para dichas actividades, y el proceso de denuncia de tales establecimientos clandestinos. Todo esto con la finalidad de crear consciencia en la población y así, poder motivar un cambio de comportamiento en la misma. El disminuir la compra en este tipo de establecimientos que se dedican al abuso y crueldad animal, evitará que continúe su proliferación.