

Plan **AMMA**
Pasos en compañía

GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN

BASES METODOLÓGICAS

**Aspectos fundamentales
para poner en marcha el
Plan AMMA**

TODO LO QUE TIENES QUE SABER

Arquetipos, necesidades, mitos, consecuciones...



Mayo de 2022

www.nutralgape.com/obra-social/



CONTENIDO

GRACIAS

El trabajo del equipo de la Obra Social de Nutralgape y de muchas entidades amigas ha hecho posible la generación de estas bases metodológicas.

Por Salvador Hernández • P3

INTRODUCCIÓN

El Plan AMMA definió de partida una serie de pasos generales que marcarían su implementación.

• P4

ARQUETIPOS

En este apartado, revisaremos los arquetipos de mujeres y de perros con los que se trabajará desde el Plan AMMA.

• P5

NECESIDADES

En este apartado, se exploran los aspectos que más necesita cada uno de los actores del Plan AMMA.

• P11

DOS GRANDES MITOS CANINOS

Existen muchos mitos en torno a los perros. En nuestro caso, hay al menos, dos, que hemos de tener muy en cuenta.

• P15

¿QUÉ ES VIVIR CON UN PERRO?

Antes de comenzar a plantearse la adopción, es importante tener en cuenta algunas cosas.

• P16

¿QUÉ PROPORCIONARÁ LA UNIÓN?

El Plan AMMA abre a sus participantes a una nueva y rica experiencia vital.

• P17

ENCUENTRO EN EL ESPACIO DE IGUALDAD MARÍA MOLINER

El Plan AMMA es el fruto de un bonito esfuerzo colectivo.

• P18

GRACIAS



Hola a todas y a todos,

Esto que tenéis en vuestras manos es la base y el cimiento metodológico del Plan AMMA (Plan para la Ayuda Mutua de Mujeres y Animales) o, lo que es lo mismo, el resultado de un largo proceso de trabajo y de esfuerzo, pero también de ilusión y de compromiso.

NUTRALGAPE es una empresa pequeña, pero que – desde sus orígenes – ha querido pensar en grande y pensar en grande, para mí es devolverle a la sociedad un poco de lo que ésta nos ha dado y – por qué no – contribuir a mejorar un poco el mundo en el que vivimos.

Ese es el sentido de nuestra Obra Social, un espacio abierto a la colaboración, a la ayuda a personas y animales que lo necesitan, a las ideas, a la cultura... y – sobre todo – un espacio abierto a la colaboración para conseguir objetivos mayores.

Con el Plan AMMA, queremos atender a las necesidades de tantas mujeres vulnerables, que tal vez puedan ver paliada un tanto su situación a través de la adopción de un perro, siendo a su vez para éste, una formidable contribución a su bienestar.

Querría agradecer particularmente el trabajo de Isabel García Maestro como responsable de la Nutralgape Obra Social, por su perseverancia y por su constancia al frente de la Obra Social de Nutralgape. También, naturalmente, al resto del equipo y, por supuesto, a todas las entidades que están colaborando en la puesta en marcha de este plan.

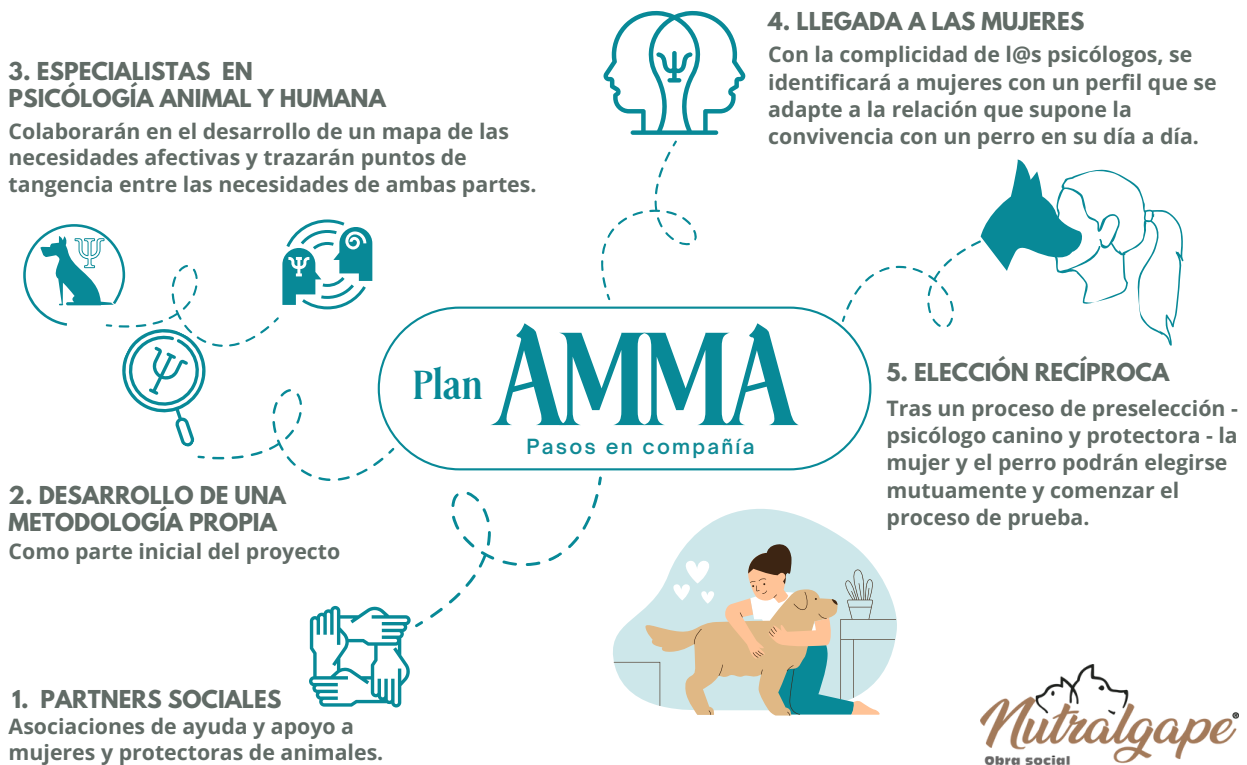
Ojalá que el PLAN AMMA se consolide en el tiempo y se convierta en un ejemplo de innovación social, logrando alcanzar los objetivos que nos hemos planteado y convirtiéndolos en una realidad.

Muchas gracias.

SALVADOR HERNÁNDEZ
CEO NUTRALGAPE

INTRODUCCIÓN

EL PLAN AMMA DEFINIÓ DE PARTIDA UNA SERIE DE PASOS GENERALES QUE MARCARÍAN SU IMPLEMENTACIÓN.



Una vez definidos sus primeros **partners sociales**, hemos trabajado en el **desarrollo de una metodología propia**, que – en realidad – se funde con el punto 3 del esquema, en el que especialistas en el trabajo con mujeres vulnerables y con perros en situación de necesidad “han colaborado en el desarrollo de un mapa de las necesidades afectivas y han trazado puntos de tangencia entre las necesidades de ambas partes.”

Tras la reunión del día 22 de abril de 2022, hemos concluido que el desarrollo del Plan AMMA implicará tener en cuenta una serie de premisas mínimas, que apoyarán a las fases del mismo, y que constituirán la **base de su metodología**.

1. **Arquetipos con los que trabajará el Plan AMMA.**
2. **Necesidades de los actores.**
3. **Mitos caninos.**
4. **¿Qué es vivir con un perro?**
5. **¿Qué proporciona la unión?**

1. ARQUETIPOS



Plan **AMMA**
Pasos en compañía



ARQUETIPO DE PERRO QUE PARTICIPARÁ EN EL PLAN AMMA

1. **La raza del perro no desempeñará ningún papel en el Plan AMMA**, puesto que – en realidad – esta no determina su forma de ser. El elemento fundamental a tener en cuenta será el **carácter**. Por tanto, no se discriminará, de partida, ningún tipo de raza.

2. Características básicas del carácter del perro del Plan AMMA.

a. Introducción:

- i. Todos los perros tienen un **temperamento** particular.
 1. Unos son más intensos y tienden a liderar.
 2. Otros son menos intensos y son más fáciles, a la hora de convivir.
- ii. Con el temperamento, se nace, y es muy difícil de cambiar:
 1. la parte biológica de la conducta.
 2. Hay perros con más y con menos temperamento.

b. El tipo de **perro que necesita el Plan AMMA**, es decir, el animal a dar en adopción a una mujer con dificultades ha de cumplir la **Regla de las 4 eses**.

i. Sumiso

1. Para evitar que haya ninguna posibilidad de enfrentamiento.
 - a. Se trata de un perro, que no genera problemas, bajo ninguna circunstancia.
 - b. Se adapta especialmente bien a personas sin capacidad de liderazgo.
2. Para reforzar la autoestima de la mujer y no someterla a ningún estrés añadido.

ii. Seguro

1. Se trata de un animal que nunca genera conflicto, ni puede esperarse de él una huida, reacciones extrañas...
2. La seguridad proporciona además estabilidad en el comportamiento.

iii. Sociable

1. Tiene que aceptar tener a su alrededor a muchas personas a las que no conoce.
2. Al mismo tiempo, ha de aportar algo a esas personas que le rodean.

iv. Sano

1. Es obligado para poder entrar a convivir con humanos.
2. Es necesario también que la salud del animal no se convierta en una preocupación añadida, que pueda perturbar a la mujer.

c. Perros que **quedan fuera**.

i. Los perros inseguros:

1. porque le crearían problemas a su propietaria.
2. La inseguridad tiene una base genética y es difícil de cambiar.
3. La inseguridad se trabaja, pero no se corrige del todo.

ii. Los perros con mucho temperamento.

iii. Los perros violentos.

iv. Los perros con alguna enfermedad.





3. **IMPORTANTE:** Aunque las 4 eses hayan de venir “de serie” y sean fundamentales, luego hay que adaptarse.

- a. Hay que trabajar para generar un vínculo positivo.
- b. Hay que cubrir una serie de etapas de conocimiento recíproco y adaptación.

4. Dentro de ese perfil, marcado por las 4 eses, nos encontraremos con las siguientes circunstancias:

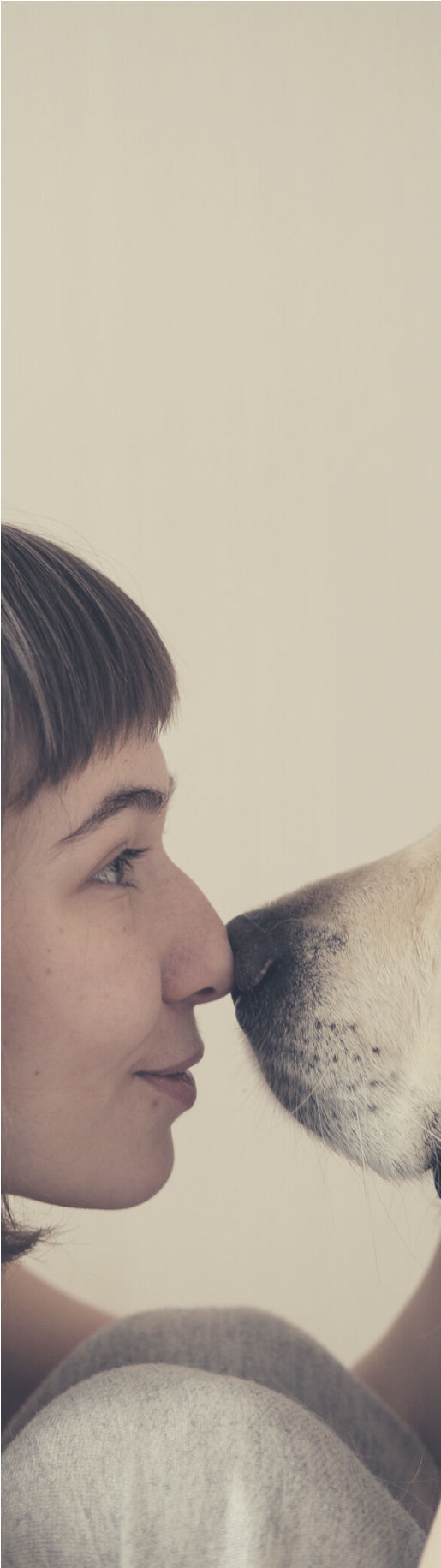
- a. Hay perros más **activos** y más **pasivos**.
 - i. La persona y sus circunstancias marcarán si necesita un perro activo o pasivo.
 - ii. Ello implicará, ante todo:
 - 1. Más necesidad de actividad.
 - 2. Menos necesidad de actividad.
- b. Hay que ser conscientes de que el carácter del animal también se va modelando paulatinamente.



ARQUETIPOS DE MUJERES, QUE PARTICIPARÁN EN EL PLAN AMMA

1. Son muchos los perfiles de mujeres, que pueden tomar parte en el Plan AMMA.
 - a. Mujeres con adicciones.
 - b. Mujeres con fobias.
 - c. Mujeres que han sufrido situación de maltrato o violencia de género.
 - d. Mujeres con desamor, término que debemos usar mentalmente para colocarlas en un lugar adecuado.
 - e. Mujeres en riesgo social y con hijos adolescentes problemáticos.
 - f. Mujeres con discapacidad/diversidad funcional.
 - g. Mujeres migrantes.
 - h. Mujeres mayores.
 - i. Mujeres que hayan sufrido algún trastorno relacionado con la salud mental.
 - j. Mujeres sin red social.

**Son muchos
los perfiles
de mujeres,
que pueden
tomar parte
en el Plan
AMMA**



2. Sin embargo, lo que determinará su participación en el programa será, ante todo, su **disposición**:

2.1 - En primer lugar, han de **querer tener perro**. Sin esta premisa, todas las demás pierden sentido.

2.2 - Es importante **que les gusten los animales**. Han de encontrarse en una etapa de su vida, marcada por la normalización y el **equilibrio mental**.

Será importante, que no tengan ira (por ejemplo, tras haber pasado por una terapia y la psicóloga valore que está preparada para esa responsabilidad).

2.3 - **No** ha de **carecer absolutamente** de recursos. Al margen de la ayuda que pueda recibir desde Nutralgape Obra Social, tiene que tener la posibilidad de cubrir económicamente algún imprevisto.

O lo que es lo mismo, que un problema mínimo no haga que tenga que desprenderse del perro.



2. NECESIDADES



Plan **AMMA**
Pasos en compañía

NECESIDADES DE LOS PERROS

1. Un perro necesita ante todo:
 - a. **Alimentarse** bien.
 - b. **Salir a pasear**.
 - i. No suele bastar con dar la vuelta a la manzana.
 - ii. Ha de salir a correr.
 - iii. Ha de desfogarse.



2. Un perro necesita **que lo cuiden**:
 - a. Recibir cariño.
 - b. Sentirse parte del medio en el que vive.
3. Un perro necesita **que se responsabilicen de él**.
 - a. Es obligado atender a sus ritmos biológicos y a sus necesidades.
 - b. Es obligado atender a sus necesidades afectivas.

4. Un perro necesita **un guía**

- a. La mujer ha de ser para él una referencia y una compañera.
- b. La mujer ha de guiar al perro, introducirle con cuidado en las nuevas situaciones, ayudarle en cualquier proceso adaptativo.

5. Un perro necesita socializar

- a. Con otras personas.
- b. Con otros perros.

6. Un perro necesita que su compañera humana tenga tiempo para responder a sus necesidades:

- a. Que la mujer tenga el tiempo necesario para sacarle.
- b. O que tenga las condiciones necesarias - en caso de disponer de menos tiempo - como una casa con patio o jardín.
- c. Que la mujer tenga tiempo para sus necesidades higiénicas.



NECESIDADES DE LAS MUJERES

Con un
perro,
se vive.



1. Las mujeres necesitan tener una **red de apoyo**, con asesores, con adiestradores y con psicólogos, para emprender el proceso con garantías.
2. Las mujeres necesitan **no sentir al perro como una carga** en ningún caso.
3. Las mujeres necesitan **que los perros contribuyan** a su estabilidad mental.
4. Las mujeres necesitan que la presencia del perro contribuya también a alejar de ella todo aquello que la llevó a la crisis o que la hizo sufrir en ella.
5. Las mujeres necesitan **evitar** a toda costa **que tener un perro se convierta en un problema mayor**.
 - a. En ese sentido, es importante evaluar la compatibilidad de ellas con el perro.
6. Las mujeres necesitan toda la **información**, para saber lo que está en sus manos, al tener un perro.
7. A la hora de la elección, las mujeres pueden necesitar **que se les ofrezcan varios perros** adecuados diferentes, para que ellas puedan también pensar en qué se acercan más a sus personalidades y necesidades.
 - a. El profesional canino puede ayudarle en ese camino.
8. Las mujeres han de autoevaluarse, en el sentido de comprobar el **nivel de frustración** que toleran.
 - a. Esto, a la hora de tener un animal, es decisivo.
 - b. Cuanta mayor frustración, más reacción.
9. Las mujeres necesitan tener una **relación de confianza con los profesionales caninos**.
 - a. En ese sentido, la persona que medie de las protectoras ha de ser **siempre una mujer**.
 - i. Sólo podrá ser hombre sólo si las profesionales que trabajan con ella lo dan de paso.
 - ii. De lo contrario, el proceso puede frustrarse desde el primer minuto.
 - b. Las mujeres han de saber que, si hay un problema con el perro, siempre tienen el recurso a la educadora canina.
10. Las mujeres necesitan tener un notable **nivel de apertura**.
 - a. Ello es clave para que, cuando se les explique algo, no se cierre en banda.
 - b. Por ejemplo, cuando el profesional les diga: "Aunque es un labrador, no te conviene"...
11. Las mujeres necesitan **que el perro les ayude a incrementar** su fuerza, sus vínculos, su motivación y su gestión emocional.

3. DOS GRANDES MITOS CANINOS

1. La raza en sí no determina el carácter ni el temperamento del perro.

a. Lo importante es el individuo.

2. El espacio no es un problema.

a. La casa es para dormir.

b. Un perro grande, duerme en casa.

c. Lo que necesita es salir.





4. ¿QUÉ ES VIVIR CON UN PERRO?

1. Un perro no se tiene. **Con un perro, se vive.** Con un perro, uno comparte la vida.
 - a. Nos encanta la propiedad, pero vivir con un perro es otra cosa.
 - b. Se trata además de compartir la vida del perro... no tu vida...
 - c. Se trata de adaptar tu vida a la del perro. Al contrario, es imposible.

2. Generar un **vínculo afectivo** y un **vínculo de liderazgo**, en el que la mujer controle al perro y no al revés.

3. **Conocer la parte negativa**, porque la positiva es muy fácil.
 - a. El perro puede romperte la casa, si no está bien educado.
 - b. Puede ladrar a los vecinos y que te echen de la casa... etc.

4. **Conocer las obligaciones:**
 - a. Darle una vida digna.
 - b. Darle buenas atenciones higiénicas, sanitarias, alimenticias y educativas.
 - c. Aceptar que tenerlo en casa es un compromiso: un perro obliga muchísimo.
 - i. Si marchas de viaje... ¿Qué haces con él?
 - ii. Tener un perro es tener siempre un plan para él y con él.
 - d. No se puede dar el perro a terceras personas sin autorización de los profesionales.

5. ¿QUÉ PROPORCIONARÁ LA UNIÓN?

LO QUE PROPORCIONE LA UNIÓN SÓLO LO DIRÁ EL TIEMPO, DE PARTIDA, PODEMOS DEDUCIR, QUE LA MISMA PROPORCIONARÁ:

AMOR

COMPAÑÍA

SEGURIDAD

SOCIABILIDAD



6. ENCUENTRO EN EL ESPACIO DE IGUALDAD MARÍA MOLINER 22/4/2022

Este documento que está en tus manos, si bien es el fruto de un trabajo de meses, no hubiera sido posible sin la generosa aportación de la Asociación MUM, de los espacios de igualdad Lucía Sánchez Saornil, Lourdes Hernández y María Moliner, la Fundación Mujeres Progresistas, del Proyecto EMMA (Espacio Mujer Madrid), la Escuela Formación profesional Canina EFPC y Doghorsecity.

Todas y todos participamos en la creación de este documento en una intensa jornada, que tuvo lugar en el Espacio de Igualdad María Moliner, el 22 de abril de 2022. Allí quedó más que claro TODO LO QUE PODEMOS HACER JUNTOS.

Por ello, a todas y a todos, en nombre del equipo de Nutralgape Obra Social,

MUCHAS GRACIAS




Nutralgape[®]
Pienso
como tú



Nutralgape a través de su Obra Social contribuirá a la alimentación del animal rescatado, en todos los casos en que se genere un vínculo a través del Plan AMMA, durante la vida del animal.

YO también PIENSO como TÚ

PORQUE LAS GRANDES CAUSAS
NOS LLAMAN A TRABAJAR UNIDOS

