

2023

**INFORME DE IMPACTO Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

ÍNDICE

1- Introducción

2- Misión y visión

3- Líneas de actuación

- Sensibilización
- Compromiso empresarial
- Compromiso institucional
- Creación de movimiento / capacidad

4- Progreso 2023

- Iniciativa «Huevos sin jaula»
 - Logros
 - Trabajo desarrollado
- Iniciativa Compromiso Europeo del Pollo
 - Logros
 - Trabajo desarrollado
- Bienestar de los peces de piscifactoría
 - Logros
 - Trabajo desarrollado
- Comunicación
 - Rebrand

- Operaciones

- Personas y cultura
- Victorias
 - Spar
 - Investigación de cerdos

5- Impacto histórico agregado

6- Finanzas y contabilidad de 2023

- Balance general
- Ingresos y gastos
- Crecimiento anual

7- Estructura

- Gobernanza

8- Información general

9- Anexos

INTRODUCCIÓN

Estimados/as:

Con una mano en el catalejo y desde la cubierta, seguimos navegando los remotos mares de la vieja Europa, para pasar a relataros los cambios de dirección en nuestra travesía. Bien lo sabe nuestra tripulación, trabajar o colaborar en OBA es sumergirse en mares con aguas calmadas, a veces vertiginosas tempestades, de cambios constantes para adaptarnos a la incertidumbre y la flexibilidad que exige el momento, en nuestro afán de mejorar la versión de quienes integramos el equipo de OBA.

Después de años atracados en puerto, nos embarcamos en una nueva aventura marinera que desembocó en un cambio de nombre, logo, comunicación y visión. Con viento favorable, la bandera de Equalia bajó y se izó la nueva bandera del Observatorio de Bienestar Animal. Pensamos en que no era suficiente lograr los mayores estándares de bienestar animal en la industria cárnica, decidimos soñar para estar más cerca de nuestro destino: ¡Acabemos con la ganadería industrial que tanto sufrimiento está generando a personas, animales y medio ambiente!

Con diez cañones por banda, viento en popa a toda vela, continuamos nuestra aventura para conseguir que Lidl aceptase el Compromiso Europeo del Pollo en siete países, y si bien aún no hemos obtenido la victoria, cada vez estamos más cerca de la costa. Como parte de la campaña, pusimos patas arriba la atención mediática con el lanzamiento de imágenes de la granja del terror, una explotación porcina relacionada con un proveedor de Lidl que sumió en un escándalo al supermercado,

a las certificaciones de bienestar animal que estaban detrás, y al sector cárnico entero, ya fuertemente cuestionado. Seguiremos remando si hace falta, y más pronto que tarde llegará el día en que nos subamos al palo más alto y gritemos: ¡Compromiso a la vista!

La iniciativa europea por el fin de las jaulas se postergó, por lo que necesitaremos algunos años más para acabar con las jaulas, pero la dirección está clara en nuestros cuadernos de navegación, una Europa sin jaulas, y seguiremos plantando batalla con todo el armamento almacenado en nuestras bodegas.

Precisamente fue la rosa de los vientos la que nos dio buenos augurios en el ámbito marino, y conseguimos un compromiso colosal con un gigante de la acuicultura europea, Avramar, el mayor productor de lubina y dorada de Europa, comprometido tras conversaciones con OBA a que todas sus piscifactorías en España aturdan a los peces antes de 2027, y a que en sus mares de Grecia el 50 % de su producción siga el mismo compromiso.

Como capitán de a bordo, siempre con el cuaderno de bitácora en una mano y con la otra en el timón, tuvimos un sitio de donde partir y un lugar a donde llegar, por ahora desconocido, que iremos descubriendo y navegando con la misma ilusión de siempre.

¡Seguimos!



Guillermo Moreno
Fundador y director ejecutivo



MISIÓN Y VISIÓN

OBA es una organización no lucrativa dedicada a mejorar las condiciones de vida de los animales destinados a consumo con peores estándares de bienestar animal.

Nuestra misión es llegar a acuerdos con empresas e instituciones para acabar con el sufrimiento de los animales destinados a consumo.

Nuestra visión es conseguir un sistema alimentario libre de ganadería intensiva.



LÍNEAS DE ACTUACIÓN



- **Sensibilización**

Publicamos reportajes de investigación, mostrando a las empresas alimentarias, a los organismos reguladores y a la sociedad en su conjunto las prácticas irregulares o especialmente crueles en la cría intensiva de animales.

- **Compromiso empresarial**

Velamos por que las empresas alimentarias publiquen y cumplan sus compromisos en materia de bienestar animal en relación con algunas de las especies más producidas y a la vez desatendidas: gallinas ponedoras, pollos y peces.

- **Compromiso institucional**

Trabajamos con instituciones y grupos políticos, ayudando a desarrollar normativas que integren los avances en bienestar animal en las agendas de sostenibilidad.

- **Creación de movimiento / capacidad**

Invertimos parte de nuestros recursos en compartir conocimientos con otras organizaciones internacionales en el campo de la defensa efectiva de los animales.

PROGRESO 2023

INICIATIVA «HUEVOS SIN JAULA»



Logros

- Impacto directo* en 47.000 gallinas.
- Una política de huevos libres de jaula completada; siete de las principales cadenas de supermercados y empresas productoras reportan avances en sus políticas.
- Organización de jornada en el Senado sobre la Iniciativa Ciudadana Europea «Fin a la Era de las Jaulas», cuyo impacto mediático alcanzó a 33 millones de audiencia potencial.
- Cinco partidos políticos incluyen el fin de las jaulas y la importancia del bienestar de los animales destinados a consumo en su programa de las elecciones generales.



* Impacto directo: número de animales positivamente beneficiados por una política empresarial en España, en la que OBA ha desarrollado un papel fundamental en solitario o con una o dos organizaciones más.

Trabajo desarrollado

RANKING SUPERMERCADOS	POLÍTICA DE HUEVO FRESCO	EXTENSIÓN A INGREDIENTE DE HUEVO DE MARCA PROPIA	FECHA DE CUMPLIMIENTO DEL COMPROMISO	REPORTE ANUAL DE HUEVO FRESCO DE MARCA PROPIA	REPORTE ANUAL DE HUEVO FRESCO DE OTRAS MARCAS
① Mercadona	Comprometido	No comprometido	2025 ¹	No informa	No informa
② Carrefour	Comprometido	35%	2025	100%	100 % programado en junio de 2024
③ Lidl	Comprometido	100%	2019	100%	100%
④ DIA	Comprometido	No comprometido	2025	58 % de las referencias disponibles	
⑤ Eroski	Comprometido	No informa	2025	59,5 % de las ventas de huevos frescos	
⑥ Consum	Comprometido	12 % de los productos con huevo ²	2025	52 % de las referencias son huevos código 0 y 1	
⑦ Alcampo	Comprometido	22 % de las unidades distribuidas	2025	100%	63% de las unidades distribuidas
⑧ El Corte Inglés	Comprometido	No informa	2025	100%	97%
⑨ Aldi	Comprometido	56%	2025	100%	100%
⑩ Ahorramas	Comprometido	No comprometido	2019	100%	100%

¹ Durante 2022, Mercadona modificó unilateralmente la fecha de cumplimiento de 2023 a 2025.

² Consum no dispone de una política definida en cuanto a abanico de productos y fecha de implementación de su transición a huevos libres de jaula usados como ingrediente en productos de marca propia.

INICIATIVA COMPROMISO EUROPEO DEL POLLO



Logros

- Impacto directo* en 27.500.000 pollos.
- Tres nuevos acuerdos con grandes cadenas de supermercados (Ametller Origen, DIA y La Sirena), y dos de ellas reportan avances en sus políticas de Compromiso Europeo del Pollo (Carrefour y Eroski).

* Impacto directo: número de animales positivamente beneficiados por una política empresarial en España, en la que OBA ha desarrollado un papel fundamental en solitario o con un máximo de dos organizaciones más.

Trabajo desarrollado

RANKING SUPERMERCADOS	POLÍTICA DE COMPROMISO EUROPEO DEL POLLO	FECHA DE CUMPLIMIENTO EL COMPROMISO	REPORTE DE IMPLEMENTACIÓN
① Mercadona	No comprometido	-	-
② Carrefour	Comprometido	2026	No informa adecuadamente
③ Lidl	No comprometido	-	-
④ DIA	Comprometido	2026	No informa
⑤ Eroski	Comprometido, reporta avances significativos	2026	Informa
⑥ Consum	No comprometido	-	-
⑦ Alcampo	Comprometido	2026	Reporta avances significativos
⑧ El Corte Inglés	Comprometido	2026	Reporta avances
⑨ Aldi	Comprometido	2026	No informa
⑩ Ahorramas	No comprometido	-	-

* Actualizado a fecha 13/3/23.

BIENESTAR DE LOS PECES DE PISCIFACTORÍA



Logros

- Acuerdo de aturdimiento con Sürsan, empresa productora de dorada y lubina en Turquía, cuyos principales clientes están en la Unión Europea, incluida España.
- Acuerdo de aturdimiento con Avramar, la empresa con la mayor producción mundial de dorada y lubina.
- Impacto en 133 millones de peces.
- Presentación de datos para impulsar el bienestar en la acuicultura del Mediterráneo en el congreso de la RedCIBA, en el Colegio de Veterinarios de Madrid, en la Aquatic Life Conference y en el Congreso Europeo de Acuicultura.

Trabajo desarrollado

En España se produjeron en 2022 más de 23.000 toneladas de lubina, más de 16.000 toneladas de trucha arcoíris y casi 9.000 de dorada. Desde OBA, en 2023, dedicamos nuestros esfuerzos a impulsar la implementación del aturdimiento previo al sacrificio de estas especies.

Por un lado, participamos en la redacción de las guías específicas de lubina y de dorada en un proyecto conjunto con la Asociación Empresarial de Acuicultura de España (APROMAR), Compassion in World Farming y la comunidad científica, con el aval del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Estos documentos se publicarán en 2024. En los textos se incorpora una sección sobre el aturdimiento, donde se reconoce que la inmersión en agua con hielo no es un método efectivo aceptado y que provoca un estrés innecesario a los peces.

El apoyo a la intervención de prohibición del sacrificio con aturdimiento en peces podría justificarse potencialmente por la incertidumbre empírica en torno a la gravedad y duración del dolor, o para ayudar a sentar las bases de futuras intervenciones (de mayor duración) para el bienestar de los peces de piscifactoría.



Además, hemos encargado a Animal Welfare Education Center, empresa vinculada a la Universidad Autónoma de Barcelona, un informe científico sobre la viabilidad de implantar el aturdimiento en los procesos de cría de dorada y lubina. El informe se publicará en 2024.

Por otro lado, en coordinación con otras organizaciones que trabajan para el bienestar de los peces en el Mediterráneo, redactamos un compromiso sobre el aturdimiento de dorada, lubina y trucha. El texto se presentó, mediante reunión, a productores y a la gran distribución, con especial foco en supermercados.



COMUNICACIÓN

Rebrand

Tras un año de duro trabajo, nuestras compañeras y compañeros del área de comunicación, principalmente, sacaron adelante un cambio de marca que implicó modificar nombre, logo y estrategia de comunicación. Equalia fue sustituido por el Observatorio de Bienestar Animal, un nuevo nombre que pensamos que podía ser adecuado porque aporta seriedad, pero a la vez identifica la organización siempre vigilante de lo que las empresas y las instituciones están haciendo, y nos alinea aún más con el trabajo que estamos realizando, eminentemente centrado en reducir el sufrimiento del mayor número posible de animales de consumo.

Decidimos apostar por una comunicación más emocional, fresca, dinámica e incluso humorística.



OPERACIONES

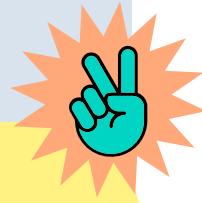
Personas y cultura

Nuestra prioridad en 2023 fue garantizar una mayor conciliación y desarrollo del personal. Para ello, se crearon políticas internas a fin de limitar el número de horas extras y se promovieron mecanismos para asegurarse de que el personal tomara los descansos correspondientes. Por otro lado, se implementaron medidas y herramientas que aumentaron la eficiencia y priorización de tareas del equipo, gracias a las que se facilitó el aumento en el nivel de conciliación. En nuestra encuesta de satisfacción, se reportó un aumento mayor al 90 % en la toma de días de vacaciones y compensación de horas extra.

De otro lado, 2023 fue el primer año en que desarrollamos una ruta de formación para cada persona de la organización. Evidenciamos que de esta manera podemos asegurar que el desarrollo del personal sea no solo un componente de crecimiento clave para la organización, sino también para cada persona y para su crecimiento tanto personal como profesional; y así lo reportó el 84 % de la organización.

Finalmente, este año teníamos el ambicioso objetivo de aumentar nuestro nivel de satisfacción con respecto al año anterior (87 %), meta que también se cumplió, pues un 90 % de personas que integran nuestra organización reportaron un alto nivel de satisfacción, y un mismo porcentaje recomendaría a otras personas el trabajar en nuestra organización.

VICTORIAS



SPAR

Spar

¡Ganamos el SLAPP de SPAR!

SLAPP es el acrónimo de Strategic Lawsuit Against Public Participation, por sus siglas en inglés (demanda estratégica contra la participación pública). Las SLAPP son un tipo de demandas presentadas por empresas y poderes políticos con el objetivo de desgastar e intimidar para que se deje de investigar o de informar sobre determinadas cuestiones. Este tipo de denuncias no se inician con el propósito de ganar en los tribunales, sino que están principalmente pensadas para generar miedo.

En 2020, la multinacional SPAR denunció a la organización y a cuatro de sus miembros por injurias, amenazas y coacciones, tras una campaña de información por nuestra parte en la que pedíamos un compromiso libre de jaulas. Tras tres años de litigio, finalmente tanto el juez como el tribunal correspondiente confirmaron la inadmisión y el archivo de la denuncia.

Resaltamos los siguientes párrafos de los autos judiciales recaídos en el proceso, que pueden representar un precedente en nuestro movimiento:

«No cabe en ningún caso sostener que los hechos resaltados puedan conformar un delito de coacciones o amenazas. No toda presión ejercida por un determinado grupo de opinión puede considerarse penalmente relevante, mucho menos si está relacionada con el ejercicio del derecho fundamental a la libertad de expresión y en el contexto de un debate público como es la búsqueda de un determinado nivel de bienestar animal en las granjas de producción destinadas al consumo humano».

«En una sociedad como la actual es correcto el lanzamiento de campañas tendentes a movilizar a la sociedad en pos de un determinado objetivo. Este tipo de conductas son admisibles en una sociedad libre y en la que la libertad de expresión sea debidamente amparada».

Investigación de cerdos

En el marco de la campaña europea en que se solicitaba a Lidl adherirse al Compromiso Europeo del Pollo, en noviembre de 2023 OBA publicó imágenes de una granja española de cerdos vinculada al supermercado alemán. Esta granja, situada en Burgos, es propiedad del alcalde del pueblo y estaba siendo certificada como bienestar animal por el sello de AENOR/IRTA desde hacía años. Entre los hallazgos se encontraron cadáveres en putrefacción, cerdos con hernias de 7 kilos, animales con tantas heridas que no podían abrir el ojo o un vertedero ilegal de huesos y cerdos en descomposición en el monte. Además, el alcalde dejó morir a la intemperie a un cerdo, apartándolo de comida y agua durante días, hasta que fue devorado por una manada de buitres.

Este lanzamiento supuso un escándalo en España. De la noticia se hicieron eco la mayor parte de medios españoles. Salió publicada en la portada del periódico El País por primera vez en la historia de OBA, e incluso el Gobierno español tuvo que prestar declaraciones ante los sucesos en esta granja.

Estamos continuamente reevaluando nuestros procesos, sistemas, políticas y acciones de campaña, utilizando la evidencia existente para pivotar hacia acciones, procesos, políticas o intervenciones más efectivas o que demuestren la obtención de mejores resultados.



Impacto histórico agregado

En esta sección mostramos la evolución de los datos de impacto del Observatorio del Bienestar Animal en el número de millones de gallinas, pollos y peces beneficiados por las intervenciones de la organización desde el año 2020.

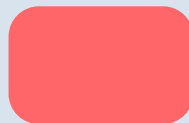


10.6
MILLONES



2020

19.1
MILLONES



2021

81
MILLONES



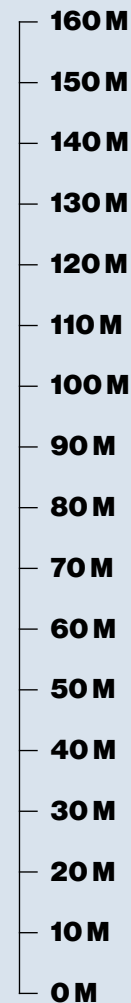
2022

160
MILLONES



2023

TOTAL DE ANIMALES IMPACTADOS



Finanzas y contabilidad de 2023

A continuación, presentamos nuestro ejercicio 2023, aportando tres cifras. Esto se debe a que nuestra principal fuente de financiación procede de fundaciones filantrópicas altruistas efectivas. Las subvenciones de dichas entidades cubren gastos durante un periodo de tiempo concreto, que con frecuencia no coincide con el año natural. Por lo tanto, la primera cantidad reflejada es el importe total de las donaciones recibidas en 2023, y la segunda muestra la proporción de esas donaciones con cargo al ejercicio fiscal, ya que la mayor parte se destinará a gastos en 2024.

BALANCE GENERAL

- Total donaciones 2023:

1.627.099,80 €

- Donaciones destinadas a 2023:

1.416.308,09 €

- Gastos 2023:

1.236.405,49 €



INGRESOS Y GASTOS

RATIO DE INGRESOS



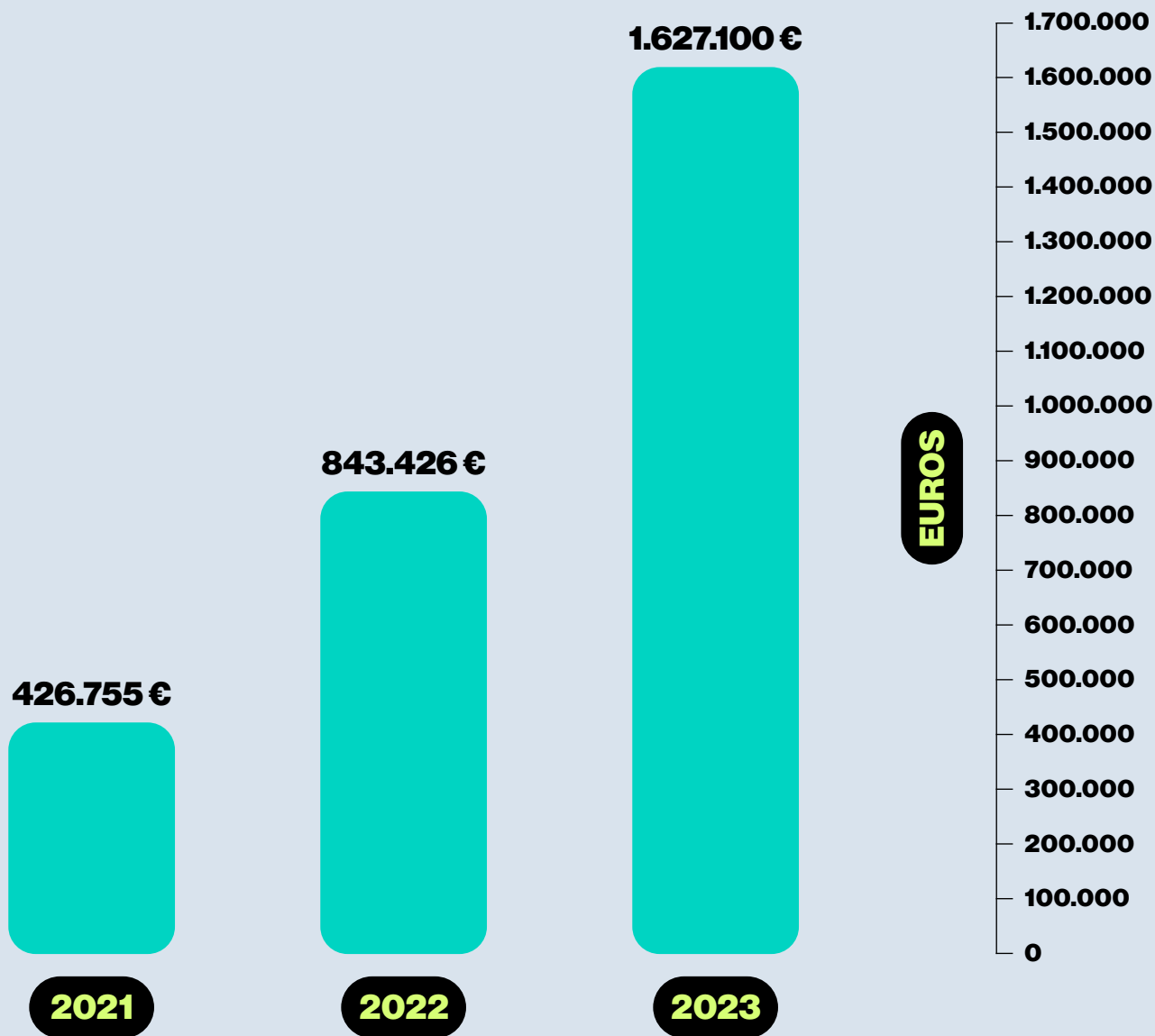
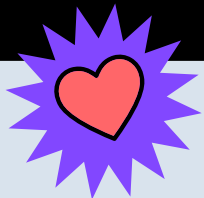
- Donaciones de entidades filantrópicas privadas: **97%**
- Donaciones puntuales: **2%**
- Socias y socios: **1%**

RATIO DE GASTOS



- Campañas: **63%**
- General y administración: **31%**
- Recaudación de fondos: **6%**

CRECIMIENTO ANUAL



ESTRUCTURA

Gobernanza

Este año hemos creado la primera junta directiva del Observatorio de Bienestar Animal. La junta directiva es nuestro máximo órgano de gobernanza. La integran profesionales que evalúan el rendimiento global de la organización, esto es, solidez financiera y jurídica, cumplimiento legal y de las políticas de recursos humanos, rendimiento del director, mitigación de riesgos, cumplimiento ético de los valores y recaudación de fondos.



Daniel Castejón
Presidente



Elizabeth Álvarez



Luis Aguado Alba

INFORMACIÓN GENERAL

Observatorio de bienestar animal (OBA), con CIF G88148028, es una asociación sin ánimo de lucro registrada legalmente en el registro nacional de asociaciones: sección 1a / número nacional: 615639

Fundación:
mayo de 2018

Contacto:
info@observatoriodebienestaranimal.org



ANEXOS

Anexo 1

Listado de cuentas anuales (balance de situación)

OBSERVATORIO DE BIENESTAR ANIMAL
Listado de cuentas anuales (Balance de Situación)

Pág. 1

Ejercicio: 2023, Periodo: Apertura-Diciembre (Euros)

Activo		Pasivo	
A) ACTIVO NO CORRIENTE.	51.361,12	A) PATRIMONIO NETO	2.080.889,82
I. Inmovilizado intangible.	20.229,04	A-1) Fondos propios	2.080.889,82
III. Inmovilizado material	31.132,08	III. Excedentes de ejercicios anteriores.	1.690.195,51
B) ACTIVO CORRIENTE.	2.085.490,43	IV. Excedentes del ejercicio.	390.694,31
II. Existencias	2.542,00	B) PASIVO NO CORRIENTE	0,00
IV. Deudores comerciales y otras cuent	2.556,49	C) PASIVO CORRIENTE	55.961,73
VI. Inversiones financieras a corto plaz	34.505,08	VI. Acreedores comerciales y otras cue	55.961,73
VIII.Efectivo y otros activos líquidos equ	2.045.886,86	2. Otros acreedores	55.961,73
TOTAL ACTIVO (A+B)	2.136.851,55	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2.136.851,55

Anexo 2

Listado de cuentas anuales (pérdidas y ganancias)

OBSERVATORIO DE BIENESTAR ANIMAL
Listado de cuentas anuales (Pérdidas y Ganancias)

Pág. 1

Ejercicio: 2023, Periodo: Enero-Diciembre (Euros)

	(Debe) Haber
A) Excedente del ejercicio	390.694,31
1. Ingresos de la actividad propia	1.621.027,90
a) Cuotas de asociados y afiliados	10.539,33
c) Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	8.146,92
d) Subvenciones, donaciones y legados imputados al excedente del ejercicio	1.602.341,65
3. Gastos por ayudas y otros	48.758,33
a) Ayudas monetarias	48.758,33
8. Gastos de personal	946.111,02
9. Otros gastos de la actividad	231.956,44
10. Amortización del inmovilizado	9.568,56
A.1) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD (A1+A2+A3+A4+A5+A6+A7+A8+A9+A10+A11+A12+A13+A14)	384.633,55
15. Ingresos financieros	6.071,90
18. Diferencias de cambio	11,14
A.2) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS (A15+A16+A17+A18+19)	6.060,76
A.3) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS (A.1 +A.2)	390.694,31
A.4) Variación de patrimonio neto reconocida en el excedente del ejercicio (A.3+A20)	390.694,31
I) RESULTADO TOTAL, VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO EN EL EJERCICIO(A.4+D+E+F+G+H)	390.694,31



GRACIAS