



**Número y nombre de la categoría:**

Categoría 23 - Marketing social

**Región:**

Chile

**Capítulo:**

General

**Título del caso:**

Adopta un perro. Construye un mundo.

**Nombre de la empresa o institución:**

Joy Group

**Departamento que desarrolló el plan:**

Creatividad y cuentas.

**Persona/s responsable/s:**

Javier Villar, Agustina Valverde, Tomás Bres Bullrich y Paola Rebori.



# Introducción

Creemos que educar a las nuevas generaciones es esencial para promover la adopción responsable.

## ¿El problema?

Millones de perros en Latinoamérica siguen esperando ser adoptados. Particularmente en Chile, en ese momento, había más de 3,5 millones de perros buscando un hogar.

Por otro lado, y mientras tanto, la brecha entre generaciones crece: los más jóvenes, nativos digitales, no conectan tan fácilmente con las campañas tradicionales de concientización sobre adopción.

## ¿El diagnóstico?

Era necesario salir de los medios obvios. Si queríamos hablarle a centennials y preadolescentes sobre adopción, teníamos que estar donde ellos pasan horas: los videojuegos. Y entre todos, uno se destacó por su simpleza, apertura y masividad: **Minecraft**.



## Propuesta de campaña:

El objetivo fue acercar el concepto de adopción responsable a las nuevas generaciones desde un espacio de juego, creatividad y empatía.

## Insight:

Los chicos adoptan antes en un juego que en la vida real. Pero si les mostramos que adoptar también puede ser una elección feliz y significativa en el mundo digital, es más fácil que ese chip quede instalado para el mundo offline.

Por eso diseñamos un juego que combina entretenimiento y aprendizaje. Construyendo conciencia. Un mundo de Pedigree en Minecraft con un único objetivo: Educar sobre la adopción de mascotas.

Nuestra estrategia fue crear una experiencia de juego dentro de Minecraft que simule la adopción de perros reales y construya conciencia a través de la emoción y la acción lúdica.



## Desarrollo/Ejecución del plan:

El desarrollo del juego: Se creó un servidor exclusivo de Minecraft con un mundo customizado en el que los jugadores debían ir logrando objetivos para pasar niveles.

En cada nivel tenían que encontrar un elemento relacionado al cuidado y preparación para recibir un nuevo perro en el hogar. Por ejemplo, plato de comida, correa, pelota para jugar, el alimento de la marca, etc.

## Acciones de difusión:

- Activaciones en Twitch y YouTube Gaming con influencers gamers que compartieron sus adopciones dentro del juego (@NachitoJuegaJuegos y @Caprimint y @Dylantero). Al finalizar los contents creators dieron un mensaje de concientización y anunciaron la web de adopción y explicaron la dinámica de la misma.
- Contenidos cortos en redes sociales con clips de jugabilidad y testimonios.
- Articulación con refugios reales para dar continuidad a la acción fuera del juego y hacer efectiva la adopción.

## Integración con el ecosistema Pedigree:

La acción se integró al concepto madre de la campaña de adopción de Pedigree, reforzando el mensaje de que todos los perros merecen un hogar.



## Resultados y evaluación

- Más de **243.715 visualizaciones y 25.172 espectadores** únicos en las transmisiones.
- **934 usuarios activos** en el chat, participando y compartiendo la experiencia en tiempo real.
- **Las adopciones** en la plataforma ([pedigreadoptame.cl](http://pedigreadoptame.cl)) real **aumentaron del 20% al 80% luego de la campaña.**
- Se logró **educar, concientizar y conectar emocionalmente** con nuevas audiencias sobre la importancia de adoptar: demostrar que hoy es fácil, rápido y profundamente



PEDIGREE  
JUGADOR  
· Mapa: Lobby  
· Tesoros: 6  
ESTADÍSTICA  
· Mapa actual  
· Online: 55

