

**SUGAR
DOGGIES**

The image features the words "SUGAR DOGGIES" in a highly decorative, gold-colored, serif typeface. The letters are raised and have a metallic sheen. The text is framed by elaborate, symmetrical scrollwork and flourishes that extend upwards and outwards. Below the word "DOGGIES", there is a small, stylized paw print with four green gemstones for claws. The entire design is set against a solid, deep red background.

El hacinamiento de perros adultos en los albergues es una **problemática presente en varios países.**





“Los perros adultos son los más difíciles de adoptar; la mayoría prefiere un cachorrito”

Voz Animal – Lima, Perú.



En ese contexto nace el proyecto

Sugardoggies



¿Qué es Sugar Doggies?

Es un sistema aplicable en cualquier lugar del mundo que convierte a perros adultos en busca de adopción en perros que, con el apoyo de marcas locales, están acompañados de una serie de regalos, descuentos y beneficios (por lo general económicos) que los hacen más visibles y atractivos para posibles adoptantes. Bajo el lema: adopta un perro adulto que te mantenga.





Un proyecto que nació como una campaña para el Albergue **Voz Animal** en Lima, Perú.





Sugar Doggies trabaja sobre 3 objetivos claves:

**Promover la adopción
de perros adultos.**

**Liberar espacio
en los albergues.**

**Generar conciencia social
sobre el trato a las mascotas.**



¿Quién puede implementar **Sugar Doggies** en su localidad?

Albergues o instituciones
de protección de animales.

Marcas de la categoría
de mascotas.

Toda marca en general
interesada en promover la
adopción de mascotas.



¿Cuánto cuesta?

Sugar Doggies es un proyecto sin fines de lucro. Por lo tanto, implementar **Sugar Doggies** es gratuito y libre para todos. Sin embargo, es importante contar con un conocimiento basado en la experiencia previa que compartiremos de manera libre, junto a todo el material gráfico necesario para facilitar su aplicación y garantizar el éxito en tu localidad.





Guía para la implementación de

Sugardoggies

en tu localidad



Reclutar



Convertir



Conquistar



Reclutar



Definir un número de perros adultos:

Una de las claves para el éxito de tu campaña es definir correctamente el número de perros adultos que vas a convertir en **Sugar Doggies**. No es necesario sobrepasar un número aproximado de 40 perros, y puedes determinar esta cifra en función de la cantidad de perros adultos que tenga el albergue específico con el que decidas trabajar.

Ejemplo: Si el albergue tiene 56 perros adultos en total, puedes decidir trabajar con todos ellos. Sin embargo, ten en cuenta que mientras más perros defines, puede resultar más difícil conseguir que las marcas ofrezcan 56 “regalos”. Esto dependerá de tu capacidad para negociar con los gerentes de marketing.

Si encuentras un albergue con 20 perros adultos, tampoco es necesario buscar otro para llegar a 40. Algunos albergues suelen trabajar coordinadamente con otros, así que, si esto facilita tu gestión, considera sumar 2 o 3 albergues que tengan una relación o persona con quien puedas coordinar el proyecto.

Aunque el objetivo es que todos los perros definidos sean adoptados, lo más importante es el impacto social y mediático sobre la problemática.

Si eres un albergue, esta parte es más sencilla, ya que puedes definir un número bajo (30 o 35) que te permita negociar con las marcas la cantidad de auspicios posibles. Esto expondrá a todos los perros de tu albergue.



Establece una zona de trabajo

Es importante que el albergue con el que decidas trabajar tenga, en lo posible, un acceso fácil al público. Aunque la gente pueda ver la campaña, dar "likes", comentar y preguntar por mensajes directos, nada garantiza una adopción tanto como una conexión física entre el perro y el futuro adoptante.

Los albergues suelen ubicarse en zonas alejadas, y mientras más cerca estén del público, más fácil será para las personas solicitar una visita. No obstante, si decides trabajar con un albergue en una zona lejana, busca formas de acercar los perros al público; esto es crucial y se desarrollará en detalle en la última etapa.



Definir filtros de adopción

Aunque los sistemas de adopción han mejorado, es crucial que el albergue tenga filtros que garanticen la permanencia del perro en su nuevo hogar.

Si eres una marca y desconoces el tema, consulta al albergue sobre sus filtros. Ellos te ayudarán a entender cuáles son los más efectivos, como el espacio mínimo para perros de raza grande o la restricción de adopción en ciertos distritos de Lima, donde ya hay un alto número de perros callejeros.

Entender los filtros de adopción es importante y sobre todo comprender sus razones. Si eres un albergue, ya conoces el tema, por lo cual te pedimos que mantengas un balance justo.

El filtro tiene como objetivo evitar que personas busquen un Sugar Doggy solo por su beneficio económico. Aunque es poco probable, dado el nivel de exposición pública, es importante considerarlo.



Convocar marcas

Ya tienes la cantidad de perros adultos definida, te aseguras de que el público puede conocerlos en persona y sabes que los filtros del albergue garantizan adopciones efectivas. Ahora es momento de contactar a las marcas.



a.1. ¿Qué tipo de marcas elegir?

Sugar Doggies nace de una simple asociación: en el mundo humano, un Sugar Daddy o Mommy es un adulto que te ofrece beneficios a cambio de compañía. En el caso de **Sugar Doggies**, buscamos que ofrezcan beneficios tanto para el adoptante como para el perro (por ejemplo, cobertura de salud o alimentación).

Es importante lograr una combinación de beneficios típicos de un Sugar Daddy y otros beneficios para el perro.

Aquí tienes una lista de marcas o empresas sugeridas para iniciar tu búsqueda:

- Aerolíneas
- Joyerías
- Restaurantes
- Seguros de mascotas
- Gimnasios
- Centros comerciales
- Ropa deportiva
- Hoteles
- Alimentos de mascotas, entre otros.



a.2. ¿Qué le puedes pedir a cada marca?

Explica el proyecto a cada marca, mostrando la cantidad de perros adultos a beneficiar y aclara que todo regalo debe ser para la cantidad total de perros definidos. Por ejemplo, si trabajas con 36 perros y contactas a **JetSMART**, podrías solicitar que cada adoptante reciba dos pasajes nacionales gratis. Aclara que esto implica que la aerolínea debe otorgar 36 paquetes de dos pasajes.



a.3. ¿Cómo conseguir marcas?

La mejor manera es trabajar con contactos interesados en el mundo animalista. Solicita una reunión, presenta el proyecto y muestra los perros que se convertirán en Sugar Doggies. Hemos adjuntado una presentación en PDF donde puedes incluir las fotos de tus perros elegidos.

No hay un número fijo de marcas necesarias, pero te recomendamos definir un combo de beneficios atractivo para captar interés. La primera campaña en Lima logró **22 marcas con 22 beneficios**, y aunque contactar a tantas marcas puede parecer difícil, este esfuerzo es clave para el éxito.

Además, evita contactar marcas de la misma categoría para poder ofrecer exclusividad.



a.4. Prueba un último impulso

Si ya has contactado varias marcas y cerrado acuerdos, intenta hacer una convocatoria final. Por ejemplo, un restaurante podría ofrecer 56 platos gratis para los adoptantes. Te sugerimos hacer **un video mencionando las marcas que ya participan para motivar a otras a unirse.**



a.5. Establece tu metodología de entrega de premios

Parte de la conversación con las marcas es definir cómo y cuándo entregarás los beneficios a los adoptantes de tus Sugar Doggies. Existen maneras físicas y digitales para hacerlo; lo importante es ser claro y directo.



b.1. Sistema físico

Si una marca de aerolíneas ofrece pasajes gratuitos mediante códigos de descuento o una marca de ropa ofrece un vale de consumo, puedes optar por un sistema físico. Crea un archivo donde imprimas esos códigos y detalles de canje, e incluye también el vale de consumo. Este archivo se entrega al adoptante una vez confirmada la adopción, y debe contener todas las instrucciones necesarias para redimir cada beneficio.



b.2. Sistema digital

Si tienes acceso a un programador, considera crear una landing page donde cada adoptante pueda ingresar con un usuario y contraseña para acceder a sus beneficios e instrucciones de canje en cualquier momento.



Formulario de adopción

Crear un formulario de adopción es sencillo y te ayudará a recibir solicitudes de futuros adoptantes, así como a medir tus resultados. Te recomendamos adaptarlo a los filtros de adopción del albergue con el que trabajas y usar Google Forms, que es gratuito y fácil de usar. Este link será clave para tu contenido, ya que redirigirá a los interesados a concertar citas para conocer a los Sugar Doggies.

Información básica del formulario:

- Nombre del posible adoptante.
- Número de contacto.
- Sugar Doggies que le interesa conocer.
- Razón por la que quiere adoptar.

Otros detalles como el tamaño de su departamento o la cantidad de personas en su familia deben ser evaluados junto con el albergue para crear un formulario breve y relevante.



Transformación

Aquí empieza la magia. Ahora, cuando veas a ese perro adulto en el que has trabajado, lo verás como ese **Sugar Doggy** que conquistará a su nueva familia. Convierte las fotos de la presentación en cuadros de cada perro que servirán de contenido para tu lanzamiento. Si necesitas ayuda, puedes utilizar un diseñador gráfico o el tutorial de IA que hemos preparado para generar los cuadros con Midjourney. Si no puedes crear cuadros, utiliza fotos de cada perro junto al logo que lo identifica como un **Sugar Doggy**.

Este contenido puede publicarse en una landing page o cuenta de Instagram gratuita. Te será útil tanto en la etapa de Awareness de la campaña como en la etapa de Interacción. Además, hemos preparado material audiovisual de la primera campaña para que lo adaptes a tus perros, marcas y llamados a la acción específicos. Recomendamos que sigas el típico funnel de conversión digital donde el video y las fotos generan Awareness, los posts e historias de los perros generan Interacción, y el formulario capta Leads para concertar citas entre familias y Sugar Doggies.



Además, refuerza la acción con eventos donde tus marcas aliadas pueden ser de gran ayuda. Hemos comprobado que los eventos son la parte más efectiva del proyecto; un evento en un centro comercial con 10 perros puede generar hasta 8 adopciones en solo 3 horas. Esto demuestra que el contacto directo entre perros y familias es el mayor impulso para adopciones exitosas.



Lanzamiento

El lanzamiento en redes sociales es fundamental. El paso a paso recomendado es:

1. Crea una cuenta de Instagram de Sugar Doggies, donde subas los cuadros de cada perro con un link que lleve al formulario de adopción.
1. Lanza un video “hero” que será tu pieza principal. Con ayuda de influencers, amplía el alcance del video y genera interés, lo que incluso puede llevar a entrevistas con un portavoz de la campaña en medios de noticias. Todo debe llevar a completar el formulario de adopción.



Evento de adopción

Si eres una marca de la categoría de mascotas con tiendas físicas, tienes una ventaja. Con algunos eventos de adopción puedes cumplir tus objetivos. Si eres un albergue o una marca sin locales, busca entre tus marcas aliadas alguna con puntos físicos. También puedes recurrir a municipios para utilizar un parque o plaza para el evento.

¿Qué incluye un evento de Sugar Doggies? Un grupo de mínimo 10 perros, cada uno con un voluntario asignado para su cuidado. Juega con la idea de que los Sugar Doggies sean atractivos, por lo que un lazo o corbata puede ayudar a llamar la atención. Además, un encargado debe explicar que no se trata de un perro adulto común, sino de un Sugar Doggy que viene con beneficios para su adoptante. Un banner es también útil; te dejamos artes de banners que hemos utilizado y que son fáciles de replicar.

Añade lo que se te ocurra para generar más interés en tu localidad. Un influencer, una pasarela para que los perros desfilen... todo depende de tu capacidad de convocatoria. Solo te pedimos que cualquier acción tenga en cuenta la salud e integridad de los Sugar Doggies.



Comunidad

Finalmente, es importante perfeccionar el proyecto y que animalistas de todo el mundo, preocupados por el hacinamiento de perros adultos en albergues, se unan y compartan sus experiencias. Participa en el foro para intercambiar aprendizajes y mejorar el proyecto.



Anexos



[Logos](#)

[Manual de uso](#)

[PPT para presentación del proyecto](#)

[Video editable](#)

[Ejemplo de formulario](#)

[Ejemplo de eventos](#)

