

## In-FUR-mercials: Publicidad & adopción

La Fundación de Animales es una organización sin fines de lucro que maneja el albergue de libre admisión más grande de Nevada, el Lied Animal Shelter y el centro de adopción de mascotas. El albergue, Lied Animal Shelter, se encuentra en Las Vegas y es financiado por los ciudadanos gracias a los impuestos que pagan, contribuciones públicas, y donaciones individuales. El centro es un albergue para miles de animales extraviados, abandonados, y no deseados cada año.

En los últimos años, el albergue ha tenido una serie de problemas como sobrepoblación gracias a que más residentes del municipio de Las Vegas (condado de Clark) entregan o pierden sus mascotas. Analistas creen que la recesión económica del 2008 fue un factor importante que contribuyó al abandono de mascotas. April Corbin, escribiendo para *Las Vegas Weekly*, reportó:

“El valle de Las Vegas tiene un problema con animales domésticos: tenemos más de los que queremos o podemos manejar, y los que no tienen hogares por lo general terminan en el albergue Lied Shelter. En cualquier día este albergue es el centro de retención de mascotas más ocupado de la nación. ...Algunos culpan a la recesión, la cual causó la venta judicial de más de 150,000 casas en el condado de Clark County entre enero del 2007 y mayo de 2014, provocando un gran abandono de animales.”

En 2013, el albergue Lied Animal aceptó a más de 40,000 animales abandonados o extraviados. De esta población, más de 10,000 animales fueron adoptados, casi 5,000 fueron reunidos con a sus dueños, y más de 2,500 fueron transferidos a otras instalaciones. Pero 21,000 animales—más de la mitad de los animales que llegaron al albergue—fueron sacrificados. Muchos en el condado de Clark se sintieron desilusionados con la serie de problemas que afectaban al albergue de Lied Animal.

Líderes de R&R Partners, una agencia de publicidad internacional basada en Las Vegas, creían que sus habilidades comunicativas convincentes podrían ayudar a resolver los problemas de la Fundación de Animales. R&R aceptó a esta organización sin fines de lucro como cliente sin cobrarles con la idea de promover tener mascotas y aumentar el volumen de visitas a la página de internet de adopciones de la fundación de animales, NewPetNow.com. La agencia realizó investigaciones cualitativas como grupos de enfoque con empleados de R&R que tenían mascotas. Ellos fueron los que tuvieron la idea de la estrategia de formular la adopción de mascotas no como una cuestión de amor y compañía, sino sobre los usos domésticos de las mascotas (e.g., despertador, mascarilla para dormir, aspiradora) con un tono cómico. Los empleados de la agencia crearon una campaña integrada de comunicación usando “In-FUR-mercials,” basado en el modelo convencional que combina comerciales e información, pero como parodias que mostraban a las mascotas como productos



multi-usos para el hogar. Abajo pueden encontrar las páginas de algunos ejemplos como el “Mascota perro” y “Mascota gato,” como también ejemplos de anuncios impresos (exhibición 1 y 2) que siguen en la sección de referencias.

<https://www.youtube.com/watch?v=ChMYMHvpJ0c>  
<https://www.youtube.com/watch?v=MID3BZHtcqA>

Después de que salieron los anuncios a principios del 2015, la campaña inmediatamente recibió reconocimiento y aplauso de analistas de la industria. El contribuidor de *ADWEEK* Gabriel Beltrone declaró que, “Su mensaje es cómico e inteligente, la actuación está perfectamente sobreactuada, y la voz en el fondo es lo más cursi posible—es la parodia perfecta.” Los In-FUR-mercials también recibieron el premio de CynopsisMedia por el mejor anuncio de 30 segundos.

La campaña conectó a audiencias en Las Vegas y generó cobertura mediática positiva para la fundación de animales y el albergue Lied Shelter, ayudándoles a realizar su objetivo de aumentar las adopciones de mascotas. El porcentaje de mascotas disponibles que fueron adoptadas aumentó un 9.39 por ciento durante el 2015, lo que implica que más de 1,000 mascotas adicionales fueron adoptadas ese año.

Los líderes de R&R Partners reconocieron que la campaña también les generó beneficios a la empresa que iban más allá de la visibilidad de la campaña. La moral y el compañerismo de la agencia también se benefició a raíz de esta campaña, como también su reputación como una empresa socialmente responsable. Sarah Catletti, supervisora de cuentas en la empresa R&R Partners, explica los beneficios a la agencia de tal manera:

“Incorporar a la Fundación de Animales a la lista de clientes de R&R en Las Vegas fue una gran manera de aumentar la moral dentro de la agencia. Escogimos este cliente pro bono por medio de un sistema de voto por los empleados. Dado que la Fundación de Animales fue la organización que recibió la mayoría de votos, todos en la agencia estábamos comprometidos y contentos de saber más de su trabajo, incluso los que no estaban directamente involucrados con la cuenta.”

**Preguntas de discusión:**

1. ¿Qué es la imaginación moral? En tu opinión, ¿crees que los empleados de la agencia de publicidad R&R Partners ejercieron imaginación moral en el trabajo que hicieron para la fundación de animales? ¿Por qué o por qué no?
2. ¿Qué beneficios generaron con la campaña de “In-FUR-mercial” y para quién? Explica.
3. En este caso de estudio, ¿qué tenían en común la imaginación moral con otros tipos de creatividad e innovación? Explica.
4. Este caso es sobre el trabajo pro bono, sin cobrar, que una agencia de publicidad le ofreció a una organización sin fines de lucro. Es decir, la agencia hizo un trabajo de manera gratuita. ¿Crees que es posible que una agencia de publicidad ejercite imaginación moral en su trabajo para clientes corporativos que le pagan a la agencia por sus servicios? En caso de que sí, ¿cómo? En caso de que no, ¿por qué?
5. ¿Puedes pensar en un ejemplo de otra empresa o campaña de publicidad que ha demostrado imaginación moral? Explica.

**Recursos:**

El reporte anual 2013 de la Fundación de Animales

[https://issuu.com/theanimalfoundation/docs/2014\\_annualreport](https://issuu.com/theanimalfoundation/docs/2014_annualreport)

Sobre la Fundación de Animales

<http://animalfoundation.com/about/>

Mascotas son herramientas de multi-usos según estos anuncios fantásticos para un albergue de animales: Cada hogar necesita uno

<http://www.adweek.com/adfreak/pets-are-exciting-multi-use-tools-these-fantastic-infomercials-animal-shelter-163663>

El dilema de no matar: Puede Las Vegas salvar a todos los animales rescatados?

<http://lasvegasweekly.com/news/2014/aug/07/no-kill-dilemma-can-las-vegas-save-shelter-animals/#/0>

Parodia comercial de un albergue de animales muestra los usos de los perros y gatos

<https://www.good.is/articles/animal-shelter-infomercials>

Exhibición 1 "Pet Cat" Print Ad	Exhibición 2 "Pet Dog" Print Ad
<p><b>THE PURRFECT</b> ADDITION TO ANY HOME!!!</p>  <p><b>PET CAT IS A HANDY:</b></p> <p>SLEEPING MASK! WINDOW DECORATION! HEATING PAD! EXTERMINATOR! BISCUIT MAKER!</p> <p>... AND MORE!</p> <p>GET YOURS TODAY AT <b>NEWPETNOW.COM</b></p> 	<p><b>VERSATILITY! POWER!</b> IT'S EVERYTHING YOU NEED!!!</p>  <p><b>PET DOG IS A HANDY:</b></p> <p>VACUUM CLEANER! BODY PILLOW! PERSONAL TRAINER! HOME ALARM SYSTEM! GARDENER!</p> <p>... AND MORE!</p> <p>GET YOURS TODAY AT <b>NEWPETNOW.COM</b></p> 

**Authors:**

Minette E. Drumwright, Ph.D. and Jade Magalhaes  
Stan Richards School of Advertising & Public Relations  
Moody College of Communication  
The University of Texas at Austin