

e:

Ekonomia

UNA COMUNIDAD INNOVADORA EN EL MERCADO «DOG FRIENDLY»

Dog Vivant es un punto de encuentro digital que reúne a establecimientos que quieren clientes con perros y a usuarios que buscan planes de ocio que compartir con su can. En su primer año la «startup» no ha parado de crecer, llamando la atención de los inversores.

Tener perro y poder hacer planes de ocio con él a veces puede ser más complicado de lo que parece. Bien lo saben Ana y Elena Fernández –comparten apellido, pero no parentesco–. Acostumbradas a aconsejar preguntar y comentar opciones con otros dueños, decidieron ordenar toda esa información en una web. Tras meses de investigación y de contrastar la idea, nació Dog Vivant el 25 de noviembre de 2015. En ella volcaron sus conocimientos de arte y marketing. Pocos días después crearon una sociedad limitada que tiene su oficina en el coworking KBI Digitala en Uribarri.

Las dos cofundadoras eran compañeras en una agencia de publicidad y llevaban tiempo queriendo realizar un proyecto juntas. Lo intentaron previamente y Elena se dio cuenta de sus limitaciones, por lo que decidió estudiar un master en Digital Business. Reconoce que «no es suficiente» y en estos meses les ha sido muy útil la ayuda recibida por parte de varias entidades. BEAZ Bizkaia y el programa Ekintzaile de la SPRI les otorgó financiación, y recientemente Conteneo y Metxa se han sumado al proyecto aportando capital. La primera es especialista en modelos digitales basados en comunidad, y la segunda, una aceleradora de empresas. Sobre esta última, la responsable valora especialmente el asesoramiento y la mentorización que les está ofreciendo. «Nos han dado herramientas y ante cualquier complejidad hablamos con Josetxo y Laura en sesiones individuales». No obstante, tratan de mantener el equilibrio entre los consejos y su visión. «Hay que probar, pero seguir tu intuición. La mía es: ¿esto sirve para mejorar, para ofrecer más planes a más gente con perro? Si es así, lo probamos; si no, no».

Los primeros pasos los dieron en Bilbo y no han parado de crecer. Ya están presentes en Araba, Gipuzkoa, Cantabria y Asturias. Empiezan a entrar en Galicia y Castilla-León.



Elena Fernández, segunda por la derecha, acompañada de parte de la plantilla de Dog Vivant. M.A.

Pronto llegarán a Cataluña y en unos meses intentarán llegar al sur del Estado. No se ponen límites y, aunque sin ningún estudio serio, tienen identificados «dos o tres países europeos similares, donde el servicio «encaja y puede interesar».

UN «SELLO DE GARANTÍA»

Se dedican a identificar y promocionar establecimientos *dog friendly*, alojamientos, restaurantes, comercios o atracciones en los que los perros no son simplemente admitidos, sino que realmente quieren clientes con perro. Los distinguen con una pegatina que Elena describe como «el sello de garantía para quien esta comprometido con este tipo de cliente, huésped o público». Tienen casi 400 registrados y siguen buscando nuevos anfitriones a partir de las 20-30 recomendaciones diarias que reciben por parte de los usuarios de Dog Vivant.

Contactan con los negocios y les informan de qué hacen sin ningún compromiso. Trabajan con cuota anual –60€ para comercios, 72€ para establecimientos hosteleros y a partir de 72€ para alojamientos turísticos– a cambio de un espacio en la web, en el directorio de su ciudad y visibilidad en buscadores relacionados con el ocio y el turismo con perros de su zona. Explica la directora que «les da acceso a una comunidad que a lo mejor no les conoce o no en esta faceta. Crea la imagen en la cabeza del usuario de que este sitio mola porque me dejan ir con perro.

Ofrece una garantía que los usuarios de nuestra comunidad valoran y, obviamente, más visibilidad y por tanto más clientes». Asimismo, les asesoran sobre cómo canalizar el servicio y ayudan a aclarar dudas una vez que se convierten en anfitriones.

En lo que a los usuarios se refiere, pueden opinar, publicar momentos o comentar en redes sociales. Gracias a sus publicaciones participan cada mes en el sorteo de un «Perricheque»: 90€ para canjear en cualquier anfitrión. También cuentan con una aplicación que, junto con la información de la web, indica los establecimientos más cercanos a la localización del usuario.

Unida a su filosofía, llevan a cabo una iniciativa solidaria con la que recaudan dinero para las tres protectoras. Se trata de una bolsa –«vendrán otros productos»– que venden a 9€ en los establecimientos adheridos. En el primer reparto entregaron 300€ a cada una y en breve repetirán la entrega.

En el primer año ha habido cosas que han ido mejor de lo esperado y otras peor, pero Elena afirma que al inicio «firmaría por estar donde estoy». Han apostado por los recursos humanos y ya son seis en plantilla. Están inmersas en la renovación de las cuotas y de momento el 90% ha optado por seguir. A corto plazo tratarán de afianzar el proyecto, hacer crecer su comunidad, abrir nuevas zonas y líneas de ingreso. Asimismo esperan formalizar en 2017 su colaboración con Basquetour y Turismo Bilbao.

REPORTAJE



Maitane
ALDANONDO
Bilbo