

# Casos

## **MARKETING DIGITAL COMO INSTRUMENTO PARA A ECONOMIA COLABORATIVA: O ESTUDO DE CASO DA DOGHERO**

**Paulo Gonçalves**

*Instituto Politécnico do Porto – ISCAP  
(Portugal)*

**Alexandre Vieira Sabóia**

**Douglas Legramante**

**Max Uanderson Pereira Menegaz**

**Wagner da Silva Ferreira Filho**

### **Resumo:**

O presente artigo tem como finalidade analisar a ação de marketing digital da *startup* brasileira DogHero, pormenorizando o uso do aplicativo e o segmento/público destinatário, ilustrado com aspectos de economia colaborativa. Este artigo diferencia a DogHero das *pet shops* tradicionais, evidenciando sua originalidade de negócio e explorando o marketing digital utilizado na campanha publicitária veiculada na plataforma YouTube, que ultrapassou a marca de 200 mil visualizações e ampliou o número de interessados em atuar como anfitriões, numa plena economia colaborativa.

### **Abstract:**

This article aims to analyze the digital marketing action of the Brazilian startup DogHero, detailing the use of the application and the target segment / audience, illustrated with aspects of collaborative economy. This article differentiates DogHero from traditional pet shops, highlighting its business originality and exploring the digital marketing used in the advertising campaign on the YouTube platform, which surpassed the mark of 200 thousand views and increased the number of interested in acting as hosts, in full collaborative economy.

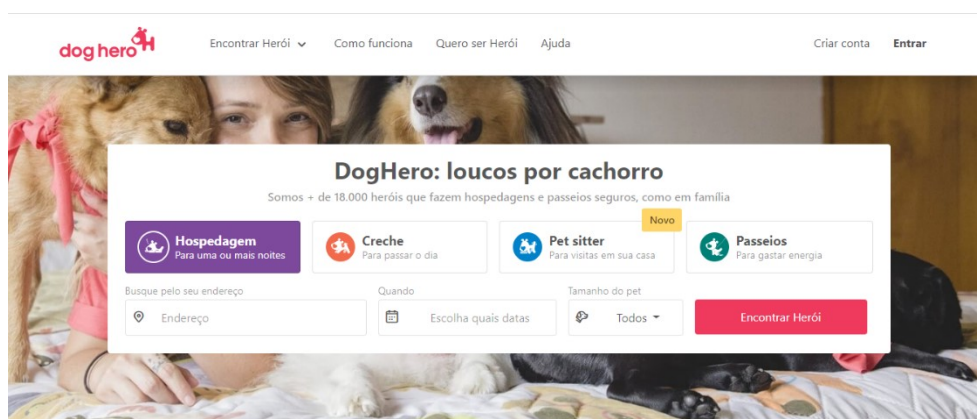
## 1. Introdução

Criada pelo engenheiro Fernando Gadotti e pelo publicitário Eduardo Baer, a DogHero é uma plataforma de economia compartilhada que conecta donos de cães que precisam se ausentar a pessoas que aceitam receber o cachorro em casa durante o período da ausência, que surgiu após Baer se ver diante de uma dificuldade; tinha vontade de ter um cachorro, porém a necessidade de viajar constantemente o impedia de possuir um animal, uma vez que os hotéis para cachorros nem sempre oferecem bons serviços.

Foi assim que em novembro de 2014 surgiu a DogHero, considerada um Airbnb dedicado aos animais de estimação, ela atua como um intermediário, conectando donos de cachorros com anfitriões que oferecem cuidados especializados, acolhendo os *pets* em suas próprias residências. Com sede em São Paulo, hoje é a maior rede colaborativa de apaixonados por cachorro, com mais de 1 milhão de animais cadastrados e mais de 20 mil cuidadores, entre eles passeadores, *pet sitters* e anfitriões que hospedam em casa. A região sudeste concentra a maior parte da rede de heróis da empresa, cerca de 40%. Seu ritmo elevado de crescimento possibilitou que a empresa hoje esteja presente no México, Argentina e em mais de 700 cidades brasileiras, e, mesmo sem ter filiais e funcionários nessas cidades, eles arrecadam uma fatia 25% do valor das hospedagens intermediadas pela plataforma.

Atualmente a empresa oferece seus serviços através de aplicativos disponíveis para as plataformas Android e iOS, e diretamente no site, ilustrado na Figura 1, onde os próprios usuários fazem o cadastro, efetuam a reserva. Nos planos para o futuro, a empresa pretende “se tornar um *hub* de *pet service* na América Latina, propondo outros tipos de serviços aos que possuem um cachorro em casa. Recentemente, começaram a testar o *dog walking*, um setor onde você consegue encontrar profissionais para passear na frequência que desejar com seu *pet*”. (Vieira, 2017).

**Figura 1.** Écrã do início da página web oficial da DogHero.



Fonte: <https://www.doghero.com.br/>, à data de 18/02/2020.

## 2. Desenvolvimento do caso

A constante evolução tecnológica tem afetado diretamente a estrutura de funcionamento das organizações, tornando-as cada vez mais modernas e competitivas, o que tem possibilitado alterações na forma de interação com clientes e contribuído para o surgimento de um novo modelo de negócio: a economia colaborativa.

Para Gansky (2011) a economia colaborativa desponta como um movimento mundial caracterizado por um contexto em que jovens empreendedores desenvolvem novos produtos, serviços e soluções a partir de oportunidades de negócios. Bardhi e Eckhardt (2012, p. 881), complementam dizendo que “em vez de comprar e possuir coisas, os consumidores querem ter acesso aos bens e preferem pagar pela experiência de acessá-los temporariamente”. Um elemento fundamental para este novo modelo é a internet, pois os novos negócios baseados em compartilhamento estão constituídos, em grande parte, nas mídias sociais, e através do acesso à rede é possível encontrar serviços cada vez mais direcionados e pessoais. (Gansky, 2011).

Este modelo de negócios, que usa a internet para promover ações de marketing, é chamado de marketing digital. De acordo com Torres (2018, p. 66), o marketing digital tem como característica, “utilizar efetivamente as tecnologias digitais como uma ferramenta de marketing, (...) criando uma estratégia de

marketing ativa, garantido que ela seja executada e que seus resultados sejam efetivos”. Desta forma podemos considerar marketing digital como o conjunto de atividades que uma empresa desenvolve de forma *online* que tem como objetivo principal, captar novos negócios, expandir seu mercado de atuação, criar novos relacionamentos, desenvolver e fortalecer a sua identidade, ou seja sua marca.

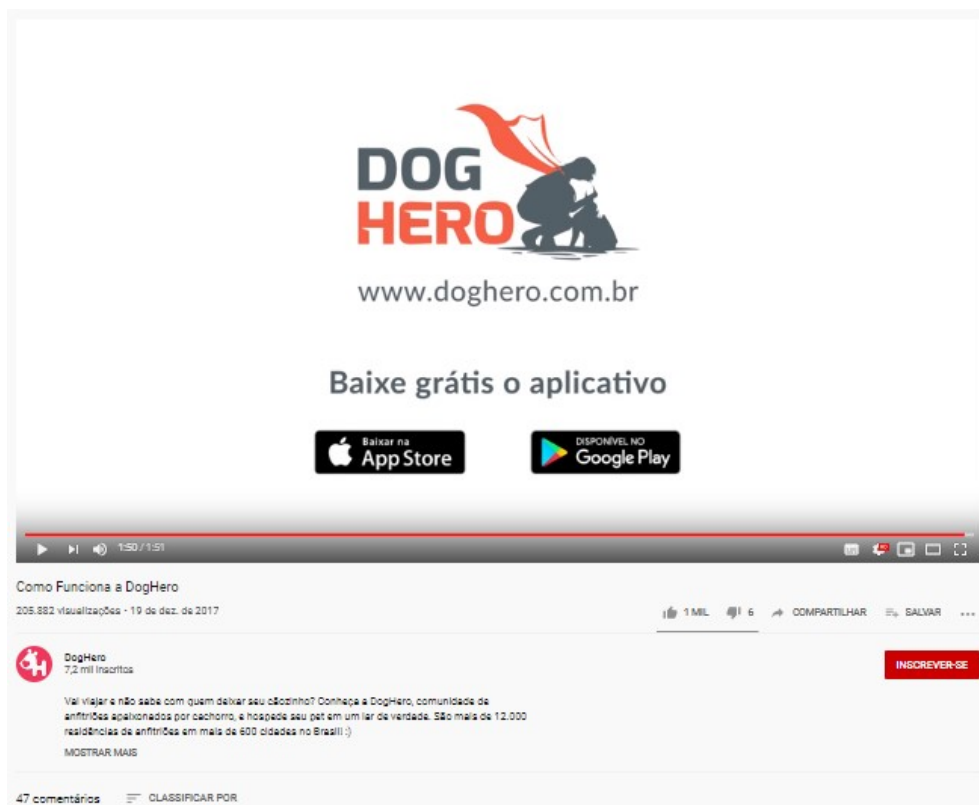
Enquadrada nos conceitos de economia colaborativa e aplicando estratégias de marketing digital, a DogHero desenvolveu uma campanha publicitária, que está disponível em seu canal na plataforma de vídeos YouTube, com o título “Como funciona a DogHero”. Esse vídeo publicitário foi publicado em 19 de dezembro de 2017. Ele inicia fazendo um questionamento para os donos de cachorros que precisam se deslocar para outra cidade ou para longe de casa, e que não sabem onde deixar seu “melhor amigo”. Então é apresentada como opção a DogHero, que “conecta “pais” e “mães” de cachorros a anfitriões amorosos prontos para manter a rotina deles enquanto estão a viajar”.

Na sequência, o vídeo explica o procedimento para contratar os serviços da empresa: através do site ou aplicativo é possível escolher as datas de hospedagem e verificar a avaliação dos anfitriões, e após a aplicação dos filtros é possível encontrar vários heróis com o perfil certo para cada perfil de cachorro. Na próxima etapa é possível conversar com o herói escolhido e marcar um pré-encontro para apresentar o cão e falar sobre sua rotina. O próximo passo é fazer a reserva escolhendo uma das opções de pagamento disponíveis.

O vídeo ainda comenta sobre a garantia veterinária no valor de até cinco mil reais, e, por fim, convida o navegante a conhecer a DogHero, baixando o aplicativo ou navegando pelo o site.

Esta publicação no YouTube possui como descrição o seguinte texto: “Vai viajar e não sabe com quem deixar seu cãozinho? Conheça a DogHero, comunidade de anfitriões apaixonados por cachorro, e hospede seu pet em um lar de verdade. São mais de 12.000 residências de anfitriões em mais de 700 cidades no Brasil! :)” (DogHero, 2017), que tem como objetivo influenciar na decisão do internauta, explorando aspectos relacionados à fatores emocionais.

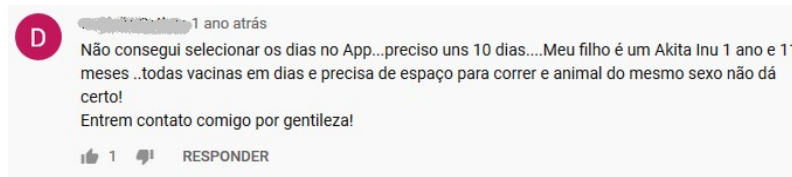
**Figura 2.** Campanha DogHero.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Lu7D2oFpe6Q>, à data de 18/02/2020.

Atualmente o vídeo possui mais de 200 mil visualizações, 1000 likes e 47 comentários. Além da comunicação impessoal, essa ação de marketing também explorou a comunicação pessoal, estreitando a comunicação com o cliente, como pode ser observado na imagem abaixo.

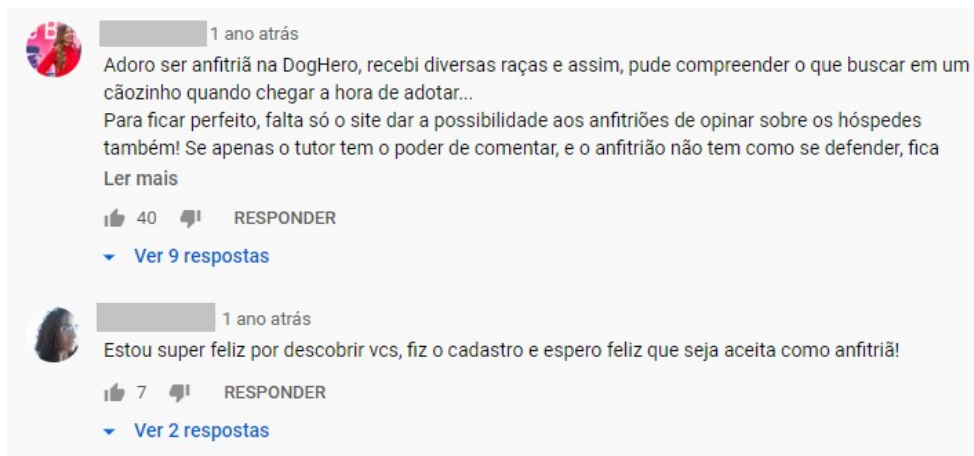
**Figura 3.** Comentário da ação de marketing.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Lu7D2oFpe6Q>, à data de 2/11/2019.

O vídeo também possibilitou que a DogHero aumentasse sua rede de anfitriões, pois algumas pessoas que assistiram ao vídeo realizaram o cadastro como herói, conforme pode ser observado na Figura 4.

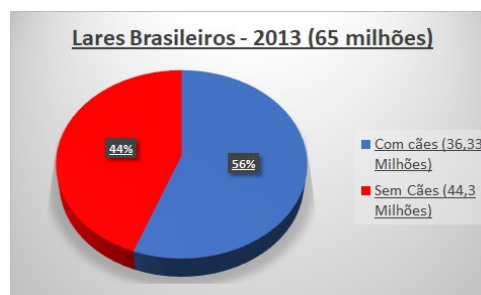
**Figura 4.** Comentários da ação de marketing.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Lu7D2oFpe6Q>, à data de 19/02/2020.

O sucesso da empresa DogHero deu-se ao explorar um nicho de mercado, pois de acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde de 2013 que estimou a proporção de domicílios com cachorros ou gatos; revelou que 44,3% dos domicílios o Brasil possuem pelo menos um cachorro, o equivalente a 28,9 milhões de unidades domiciliares, assim como demonstra a Figura 5.

**Figura 5.** Quantidade de lares Brasileiros com cães.



Fonte: Adaptado de Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2015)

O estudo demonstrou que a Região Sul possui a maior proporção de cães (58,6%), e a Região Nordeste, a menor (36,4%). Na área rural, a proporção de domicílios com cachorros é de 65,0%, superior à observada na área urbana (41,0%). O estudo evidenciou ainda que o número de cachorros em domicílios brasileiros é estimado em 52,2 milhões, ou seja, uma média de 1,8 cachorro por residencia. Isso demonstra o tamanho do mercado para a empresa. Nesta perspectiva, o público que está inserido neste segmento, quando precisa viajar ou fazer atividades que impliquem em ficar afastado de sua residencia, tem os seguintes questionamentos: onde deixar o animal? Canil? Hotel?


Diante desta necessidade evidenciada, a empresa DogHero aproveitou o nicho de mercado oferecendo três serviços: hospedagem, creche e passeios. No serviço de hospedagem o usuário pode encontrar um herói

para cuidar de seu cão durante suas viagens. No serviço de creche é possível contratar os cuidados de anfitriões em horários específicos. Já os passeios, possibilitam que os cães gastem energias acumuladas, evitando que os animais fiquem estressados.


Na Figura 6 é possível visualizar os serviços oferecidos pela DogHero. Atualmente mais de 1 milhão de cachorros já fazem parte da família DogHero e 98% das avaliações são 5 estrelas. (DogHero, [s.d.]).

Figura 6. Serviços oferecidos pela DogHero.


**De cachorro a gente entende: conheça nossos serviços**




**Hospedagem**  
Encontre anfitriões que hospedam seu cachorro e mantêm a rotina dele.  
[Saiba mais >](#)



**Creche**  
Cuidado e atenção o dia todo. Não deixe seu cão sozinho em casa enquanto trabalha. A gente te ajuda!  
[Saiba mais >](#)



**Passeios**  
Peça passeios para o cachorro farejar novos ares e gastar energia.  
[Saiba mais >](#)

 **98% das avaliações são 5 estrelas**

- ✓ Apenas 20% dos candidatos são aprovados pelos nossos especialistas
- ✓ Pagamento seguro pela DogHero com **Garantia Veterinária** inclusa
- ✓ **Fotos e notícias** para você acompanhar seu cãozinho onde estiver

Fonte: www.doghero.com.br, à data de 2/11/2019.


Na DogHero você faz a busca por heróis, onde é possível encontrar o cuidador que tem o perfil mais adequado para o seu cão, aplicando diversos filtros, possibilitando encontrar o melhor anfitrião para o seu “melhor amigo”.

Figura 7. Filtros para escolher do melhor anfitrião.


Encontre o Anfitrião perfeito ×

---


Busque pelo seu endereço




Entrada





Saída





Tamanho do pet

  
até 5kg

  
5 a 10kg

  
10 a 20kg

  
20 a 40kg

  
+40kg

O cachorro é:

Macho

Fêmea

É castrado?

Sim

Não

Encontrar Herói

Fonte: www.doghero.com.br, à data de 2/11/2019.

Para ser um anfitrião ou passeador, é preciso realizar testes criteriosos e ter experiência e afinidade com animais. Cada profissional escolhe o preço que irá cobrar pelos serviços, a média é de R\$ 24,00 para passeios e de R\$ 45,00 para hospedagens, sendo possível ganhar até R\$ 8 mil com as hospedagens em períodos de alta temporada.

### 3. Perguntas para discussão

**Pergunta 1.** *Porquê as iniciativas de economia colaborativa vêm ganhando cada vez mais espaço na economia global?*

As empresas baseadas em economia colaborativa podem se adaptar facilmente aos diferentes mercados, gerando vantagem competitiva, se comparada aos modelos formais de negócio, aumentando potencialmente seu alcance e tamanho. Dreyer, Lüdeke-Freund, Hamann e Faccer (2017, p. 1) afirmam que “um estudo da IBM descobriu que executivos de todo o mundo temem a “síndrome do Uber” ou a “Uberização”, ou seja, a desestabilização de negócios tradicionais ou mesmo de indústrias inteiras pela concorrência inesperada de empresas com modelos de negócios completamente diferentes”.

Portanto, devido à sua natureza inovadora e competitiva, este modelo de negócio está ganhando cada vez mais espaço no mercado, mudando a forma de exploração do capital e revolucionando o modelo das transações econômicas.

**Pergunta 2.** *Quais as vantagens oferecidas pela DogHero, se comparada com os pet shops tradicionais?*

A DogHero possui alguns diferenciais se comparada aos pet shops tradicionais. São eles:

1. Possibilidade de manter a rotina dos cães durante as viagens;
2. Acesso aos feedbacks dos heróis, possibilitando escolha daquele com melhor avaliação;
3. Aplicação de filtros que atendam às necessidades específicas de cada cão, como por exemplo, uma casa com jardim com anfitrião que forneça cuidados especiais;
4. Interação através do aplicativo, proporcionando o acompanhamento da rotina do cão com o envio de fotos e vídeo;
5. Garantia veterinária de até R\$5.000,00 caso o cão venha a adoecer.

Além disso, por se tratar de uma economia colaborativa, a DogHero possui vantagem competitiva, quando comparada com as empresas tradicionais, ao permitir aos utilizadores reduzir seus gastos e permitir o acesso a experiências únicas, com base na (com)partilha de diversos serviços, em vez de “usar e deitar fora” cachorros, pela sua compra.

**Pergunta 3.** *Qual a importância do marketing digital para que as startups, como a DogHero, consigam obter sucesso financeiro?*

O grande número de pessoas que utilizam a internet diariamente não permite que empresas inovadoras fiquem fora da rede. Seja para atrair novos clientes ou para estreitar o vínculo com os clientes já fidelizados, o marketing digital é uma excelente ferramenta capaz de fortalecer o nome das empresas, aumentar geração de receitas, criar parcerias, entre outros.

Portanto, o marketing digital é uma ferramenta estratégica capaz de aumentar a visibilidade das startups, levando bens/serviços do produtor para o consumidor, contribuindo para o aumento da geração de receitas e fortalecendo a marca no mercado, possibilitando que objetivos estratégicos sejam alcançados.

### 4. Conclusões

O avanço da tecnologia e o aumento da concorrência está obrigando as empresas a se inovarem para permanecerem competitivas no mercado. Nesta perspectiva, a economia colaborativa possui enorme vantagem se comparada ao mercado tradicional, visto que é possível obter um grande alcance de recursos, com menor custos e investimentos, em um curto período de tempo.

A DogHero apostou nesse modelo inovador no Brasil, atuando no mercado de serviços caninos através de uma plataforma on-line, e seu alto índice de crescimento possibilitou que hoje ela esteja presente em mais de 700 dos municípios brasileiros, além de atuar na Argentina e México.

Ao analisar o vídeo “Como Funciona a DogHero”, percebe-se que o número de dislikes é ínfimo se comparado ao número de likes, o que indica uma boa aceitação pelas pessoas que visualizaram, conforme pode ser reforçado nos feedbacks recebidos através dos comentários.

Nos planos para o futuro, a empresa pretende “se tornar um hub de pet service na América Latina, propondo outros tipos de serviços aos que possuem um cachorro em casa. Recentemente, começaram a testar o dog walking, um setor em que se consegue encontrar profissionais para passear na frequência que desejar com seu pet” (Vieira, 2017).

Em suma, é evidente que a DogHero soube explorar uma necessidade real de muitas pessoas que buscam serviços e produtos baseados no conceito de economia colaborativa. A DogHero tem tudo para continuar crescendo e criando felicidade e bem-estar das pessoas, com base na simples utilização de ferramentas de marketing digital, como instrumento de desenvolvimento para economia colaborativa.

### **Bibliografia**

- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- DogHero. ([s.d.]-a). Como Funciona a DogHero—YouTube. Recuperado 5 de novembro de 2019, de YouTube website: <https://www.youtube.com/watch?v=Lu7D2oFpe6Q>
- DogHero: Passeios e hotel para cachorro na palma da mão | DogHero. ([s.d.]-b). Recuperado 2 de novembro de 2019, de DogHero: Passeios e hotel para cachorro na palma da mão | DogHero website: <https://www.doghero.com.br>
- Dreyer, B., Lüdeke-Freund, F., Hamann, R., & Faccar, K. (2017). Upsides and downsides of the sharing economy: Collaborative consumption business models’ stakeholder value impacts and their relationship to context. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 87–104. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.036>
- Gansky, L. (2011). *Mesh—Por Que o Futuro Dos Negócios É Compartilhar* (1o ed). Alta Books.
- Torres, C. (2018). *A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. Recuperado de <https://books.google.pt/books?id=uDN7DwAAQBAJ>
- Vieira, J. (2017, outubro 3). A criação, os erros e planos da DogHero para intermediar estadia para todos os cachorros do país. Recuperado 5 de novembro de 2019, de Projeto Draft website: <https://projetodraft.com/a-criacao-os-erros-e-planos-da-doghero-para-intermediar-estadia-para-todos-os-cachorros-do-pais/>