

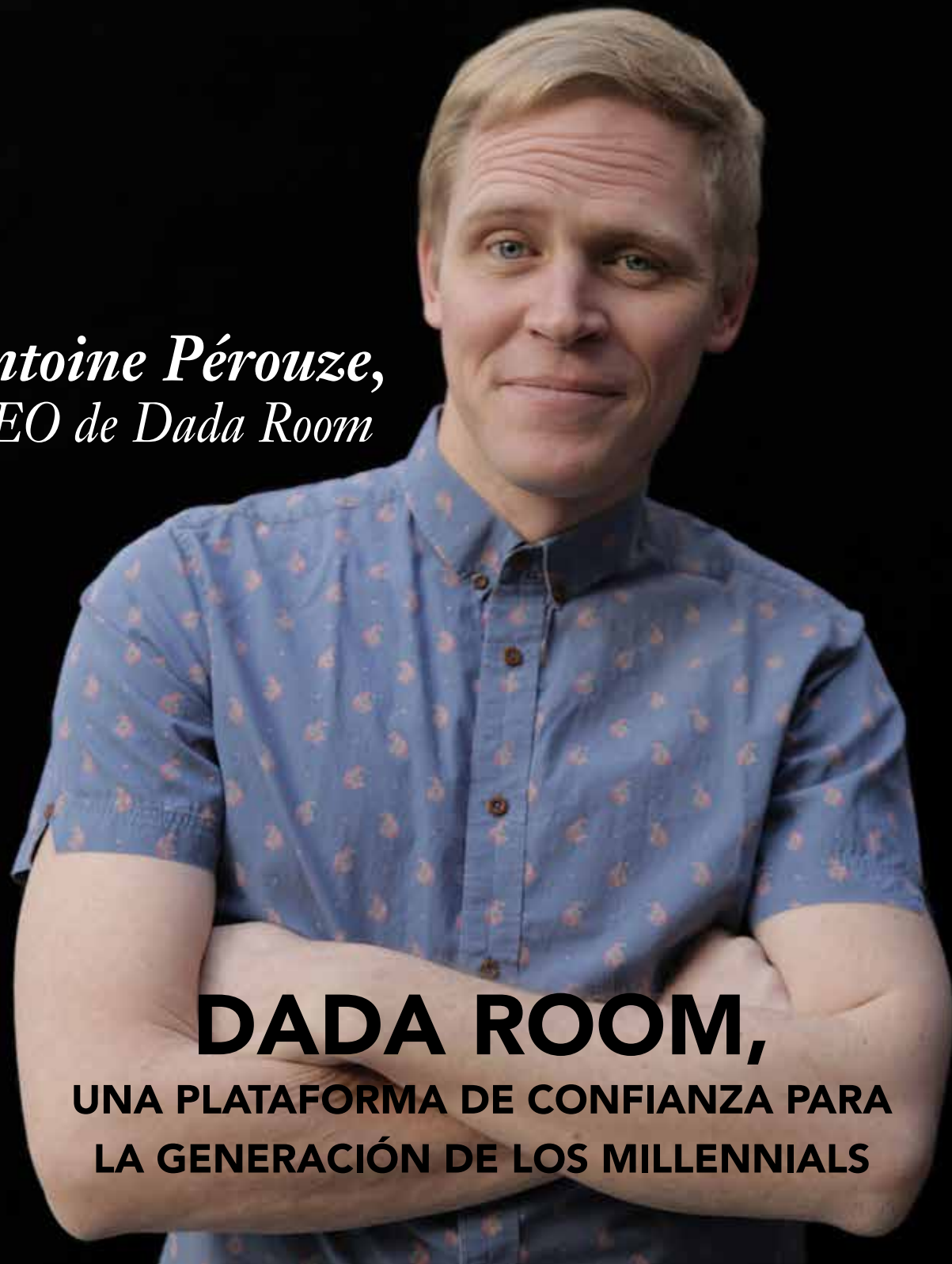


# IWM [perfiles]

InnovationWeek Magazine

THE BUSINESS VALUE OF TECHNOLOGY

*Antoine Pérouze,  
CEO de Dada Room*



**DADA ROOM,**

**UNA PLATAFORMA DE CONFIANZA PARA  
LA GENERACIÓN DE LOS MILLENNIALS**

# DADA ROOM, UNA PLATAFORMA DE CONFIANZA PARA LA GENERACIÓN DE LOS MILLENNIALS

*Hoy México es semillero para el nacimiento de startups como Dada Room, por los bajos costos y porque se está dando un cambio muy importante durante la llamada era de la digitalización. Dada Room es una plataforma digital para buscar al roomie ideal, de acelerado desarrollo en México y América Latina, y enfocada en la comunidad de los millennials.*

■ Por **Gabriela Guerra Rey**

Como muchos casos de emprendedores con éxito, Dada Room comenzó siendo un proyecto de domingos en la tarde de amigos de entre 25 y 26. Hoy, apenas cuatro años después, opera en seis países del continente —México, Colombia, Chile, Argentina, Perú y Brasil—, tiene un cuarto de millón de usuarios registrados, 2.5 millones de páginas vistas, cifra que se espera crezca a 10 millones para finales de 2017 y, sobre todo, ofrece una opción singular para un problema que el mercado no parecía haber identificado.

## UN SUEÑO HECHO REALIDAD

El problema, o la necesidad, no fue difícil de reconocer, dado que ellos, los fundadores —Pamela Olvera (CCO), Juan Ávalos (CPO), Oscar Castillo (CTO), Arie Radilla (Lead Programmer) y Antoine Pérouze (CEO)— lo vivieron en carne propia. “Estábamos en ese momento de la vida donde ya te graduaste, tienes tu primer trabajo, no ganas mucho, pero tienes ganas de independizarte y vivir más cerca de donde laboras. Yo soy de Francia, pero mis socios todos son del norte de la ciudad... Nos dimos cuenta de que muchos de nuestros amigos también trabajaban en la ciudad, pero tenían que seguir viviendo con sus padres, porque con su primer sueldo de \$8 o \$10 mil pesos no les alcanza-

ba para conseguir un departamento”, recuerda Antoine Pérouze, director de la empresa.

Fue entonces que pensaron crear una plataforma para encontrar a las personas indicadas, y salirse de la casa paterna sin tener que firmar un contrato de un año, solo, y pagar una renta completa. Con esta idea empiezan a desarrollar el proyecto, que en 2012 va a probar suerte en la convocatoria de Wayra México, incubadora de Telefónica. Son seleccionados para su segunda generación, recibiendo una ayuda de \$50 mil dólares en efectivo, además de servicios de valor, apoyo legal y acceso a otros emprendedores.

Dada Room (dadaroom.com) se convierte en una plataforma comunitaria para la búsqueda de roomies, que conecta a quienes están buscando compartir departamento en un ambiente social y seguro. Al tiempo, sus fundadores se dedican 100% a la empresa, en principio por teletrabajo o trabajo a distancia (hoy día tienen oficinas en la colonia Roma de la Ciudad de México).

Todos venían de agencias de publicidad digital, y cumplían los perfiles complementarios (programador, diseñador, comunicóloga y consultor en estrategia). Eran ambiciosos y buscaban crear un servicio que funcionara en México, en Estados Unidos, en Francia y en Japón. El nombre no tiene una historia especial, explica Pérouze, “queríamos construir algo que fuera más una marca y una comunidad que un servicio descriptivo”.

## DE LA TECNOLOGÍA AL NEGOCIO

La realidad de Dada Room hoy es que cada mes miles de jóvenes profesionales y estudiantes de América Latina encuentran su próximo hogar y a las personas adecuadas para compartirlo dentro de esta plataforma.

Ello atiende a antecedentes serios: un aumento del costo de la vivienda que, en la última década, se ha incrementado cinco veces más rápido que los sueldos de los recién graduados en las grandes metrópolis latinoamericanas. Por otra parte, identifica la compañía, las aspiraciones de los jóvenes también han cambiado: se le da más importancia a la calidad de vida, y tardan más en casarse. En esencia, responden a esa generación, los millennials, que tanto ha dado que hablar y planear al mercado moderno de bienes y servicios.

Todo el desarrollo tecnológico de Dada Room fue realizado in house, asegura su CEO. Solo recurrieron a expertos sobre puntos específicos cuando fue necesario. “Nuestro core no es el marketing ni el diseño ni los bienes raíces, sino ofrecer una solución tecnológica. La mayor inversión de la empresa es tecnología. El presupuesto de tecnología es tres o cuatro veces más alto que el de marketing”.

Antoine Pérouze explica cómo se apalancaron en herramientas grandes como Facebook para el registro y crear la cuenta de usuario, y en Google para el sistema de búsqueda, mapas y localización. Estos grandes actores facilitan la vida a las startups. “Si hubiéramos querido hacer todo nosotros mismos, creando componentes desde cero, todavía estaríamos en el desarrollo y no hubiéramos entrado en el mercado”.



*“Queríamos construir algo que fuera más una marca y una comunidad que un servicio descriptivo”*  
—Antoine Pérouze

Según el fundador, no hay nada excepcional en lo que hacen: “Lo que hicimos bien fue identificar tendencias y ser los primeros en agregar un componente de sitios de encuentro (*dating*) en una plataforma, agarrando cosas que ya existían en la web y en otros sitios, pero mezclándolo de una nueva manera para crear un producto original”.

El esquema de negocio radica en que las funciones básicas del sitio sean gratuitas: crear anuncios, contactar otros usuarios, pero que se paguen \$299 pesos (pago único) para acceder a beneficios exclusivos y encontrar mucho más rápido un cuarto o un inquilino. Pérouze lo describe como una especie de Spotify, con beneficios especiales para los usuarios Premium.

Una vez que se registra una cuenta, el usuario busca opciones o publica un anuncio en donde explica lo elemental: qué busca, de cuánto, en qué zona, qué tipo de persona es, qué tipo de roomie, a dónde lo encuentras un viernes en la noche, etcétera. A partir de ahí, los usuarios se contactan entre sí mediante sistema de mensajes, hasta que se ponen o no de acuerdo. La misión de Dada Room se limita a acercar a las personas afines. “Luego el trato o el hecho de decidir vivir juntos pasa porque esas personas se conozcan en el mundo real”.

## EL FUTURO: UNA COMUNIDAD DE CONFIANZA

A mediano plazo, Dada Room busca digitalizar el pago de rentas. Sin embargo, México no parece aún estar preparado para ello: “Sentimos que México todavía es un mercado de efectivo, donde es temprano proponer opciones de pago de renta en línea”, comentó Pérouze.

A mediano y largo plazos, pretenden convertirse en la plataforma en la que confíe toda una generación, los Millennials, en el acceso a su primer o segundo departamento. “Hoy estamos muy enfocados a un tema de encuentro. Nos gustaría en los próximos cinco años tener una oferta más amplia que asegure que cualquier chavito de México, de Chile o de Brasil, al momento de independizarse, pase por nuestra plataforma”, dice.

En lo inmediato, Dada Room pretende tener una oferta de cuarto propia —en la que sea posible ver todos los detalles en internet—, y pasar del negocio digital al negocio de piedra. Le apuestan también a una aplicación móvil en IOS y Android, ya que se deben a un público que pasa la mayor par-

te de su tiempo delante de sus teléfonos. Adicionalmente, mantener la máxima seguridad en la plataforma.

¿Cómo sabe la gente de Dada Room? “Tenemos una gran comunidad en redes sociales; la mayor de América Latina para este tipo de plataformas. Estamos muy activos en Facebook, donde está nuestro público. Interactuamos, publicamos contenido relevante, que va desde memes y chistes hasta ejemplos de convenios a firmar con los dueños de casas, derechos, etcétera”. Explica Pérouze que, además, han hecho campañas de adwords para Google y se proponen siempre ofrecer una experiencia lo suficientemente buena como para que los usuarios los recomienden y hablen de Dada Room. Por demás, este año esperan crecimiento exponencial avalado con inversiones en canales tradicionales: campañas de carteles, vallas, etcétera.

## LO QUE DISTINGUE A DADA ROOM

A mediados de 2016, Dada Room ocupó el cuarto lugar en el ranking de “Las 50 empresas más innovadoras de *InnovationWeek Magazine*”, provocando admiración en el mercado, acostumbrado a que este tipo de reconocimientos se lo lleven las áreas de Sistemas de grandes empresas tradicionales.

“Para nosotros fue también una sorpresa... El hecho de haber ganado nos abrió muchas puertas. Hemos empezado pilotos con corporativos grandes, como Bancomer. Fue muy valioso y nos permitió entrar a otra liga”, reconoce Antoine Pérouze.

En México, Dada Room llega sobre todo a Ciudad de México y área metropolitana, Guadalajara, Monterrey, Querétaro, Puebla, Toluca y Mérida. Sus usuarios se encuentran, en promedio, en ocho de 10 en nivel de satisfacción. Los jóvenes mexicanos han ahorrado, como media, 24% de su ingreso destinado a pagar renta mensual. Más de medio millón se han independizado, y se han publicado, hasta finales de 2016, más de 250 mil anuncios de departamentos compartido en los 32 estados.

Lo que les pasó en México es una experiencia repetible. En primera instancia, construyeron una plataforma local, enfocada en las condiciones del mercado y analizando problemas locales, como la seguridad. En 2014 se inscriben en Startups Chile, programa del gobierno chileno, abierto a emprendedores extranjeros, con apoyo económico y la condición de que lanzaran su solución allá. Esta será la apertura del primer mercado dentro de América Latina, después de México, con 70 mil usuarios. En Chile, dice Pérouze, ha funcionado muy bien.

En 2015, lanzaron una versión de la plataforma para Argentina, Perú, Colombia y Brasil al mismo tiempo, con 230 mil usuarios.

Por el camino descubrieron que América Latina tiene muchas cosas en común, pero subestimaron las diferencias por países. En Colombia y Perú se dio una transición acelerada, que funciona muy bien, con problemas muy similares a los de México. Al contrario, Argentina o Brasil han sido más lentos, costosos y complicados. “Pero el hecho de pasar de ser una solución local a ser global, nos ha ayudado a tener un mejor producto”, es la reflexión del CEO ante el crecimiento de la compañía que, según dice, todavía no sabe a dónde va a parar.

“Es muy difícil saber si vamos a tener la oportunidad como startup de crecer y hacer un cambio grande en México, o si las empresas grandes van a actuar y tener la capacidad interna de cubrir las oportunidades que estamos tomando. Este es un mercado que va creciendo año tras año y nadie lo había entendido o tratado de conquistar antes. Yo creo que sí podemos imponernos como actores grandes”. A propósito, el fundador de la compañía, de origen francés, reconoce en México un lugar genial para innovar y con un talento “brutal”. En definitivas cuentas, un buen mercado para tomar riesgos y lanzarse.

## LOS SOCIOS INDICADOS

Antoine Pérouze tiene 31 años, hace ocho que vive en México, pero llegó por primera vez al Tecnológico de Monterrey en un intercambio universitario cuando apenas tenía 19. Ahí conoce a quienes años más tarde serán sus amigos y socios de Dada Room.

En Francia se graduó de maestro en Administración Pública. En México trabajó para la Embajada Francesa, hasta que decidió instalarse y reinventarse. Entró entonces a trabajar al mercado de la publicidad digital, mismo



# [perfiles]

giro en el que laboraban sus excompañeros del Tec, con quienes decide hacer esta plataforma, y, en 2012, independizarse y constituirse como empresa.

“Para ser emprendedor lo que hace falta es tener los socios adecuados”, menciona Pérouze como clave de éxito a la hora de entrar al mundo de las empresas nuevas, basadas en tecnología, que se estima harán la diferencia en los próximos años. “Los que emprenden en solitario tienen mis respetos, yo no habría sobrevivido. Creo que la razón por la cual seguimos es porque los socios y amigos con los cuales creamos el proyecto vivimos una experiencia colectiva de apoyarnos unos a los otros. Tienes que

estar dispuesto a pasar malos y grandes momentos con ellos”, expresa.

Por otra parte, Pérouze considera que para la generación de los millenials, a la cual pertenece, emprender, sea un éxito o un fracaso, tiene mucho valor curricular. Reconoce que una opción podía haber sido hacer un MBA, que, dice, le habría costado más o tal vez aportado menos.

“Uno no debe tener miedo al fracaso en temas de emprendimiento, porque es una curva de aprendizaje increíble. Cuando veo a amigos que se lanzaron y tuvieron que cerrar por *equis* o *ye*, profesionalmente veo que de todas formas crecieron mucho”, fue su conclusión. ■

## DADA ROOM EN MÉXICO

- **37.11%** de los usuarios tarda de una semana a un mes en encontrar roomie
- **29.38%** permanece de seis meses a un año en el espacio que encontró
- **28.86%** de los usuarios viven juntos más de dos años
- **55.1%** reconoce que lo que más le gusta de Dada Room es que es fácil de usar
- **38.5%** encuentra que es una plataforma segura
- **18.5%** la ve como fácil para encontrar roomies

Jóvenes de Estados Unidos, España, Colombia, Francia, Argentina, Alemania, Canadá, Reino Unido, Perú y Brasil han usado Dada Room en México para encontrar roomies.

### Las características más valoradas en los roomies son:

- limpios y ordenados (**75.6%**)
- Sin prejuicios (**25.9%**)
- Responsables en los pagos (**74.1%**)
- Con gustos afines (**22.4%**)
- Tranquilos (**55.6%**)