

## **ÓMIBU, *startup* de Marketing Digital: “Todo es para bien”**

**Nombre entrevistado:** AADELL HAMAD **Cargo:** Director Ejecutivo (CEO) en Ómibu

### **Autores:**

Silvia Romera Braojos

Marina Romera Moyano

Daniel Santos Ramírez

**Departamento:** Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Granada



## INTRODUCCIÓN

Ómibu es una agencia de marketing digital, de reciente creación, pero con una gran trayectoria. Entre sus clientes se encuentra el Granada CF, para el que ha creado la campaña de su 90 aniversario o el restaurante de lujo de Marbella “Aüa Playa”, entre otros. La empresa cuenta con una plantilla muy joven, integrada por 32 empleados con una media de edad de 25 años. La juventud de su plantilla y su incipiente creación no está mermada con el potencial que tiene, de ahí que haya realizado una reciente adquisición de una empresa en Málaga, y entre sus futuros planes se contempla expandirse a otras ciudades dentro de Andalucía.

Su director ejecutivo y fundador, Aadell Hamad, es una persona hecha a sí misma, con grandes inquietudes y con un espíritu aventurero. Aadell comenzó su experiencia emprendedora en 2011, en Twitter, creando una cuenta dedicada a la gastronomía y cultura de Granada, consiguiendo una gran repercusión a nivel mediático, lo que le facilitó la consecución de fuentes de financiación con las que poder seguir avanzado en el proyecto. Tras esta primera experiencia, se embarca en numerosos proyectos, desde una granja de caracoles hasta una aplicación web, “Visitfy”, donde se ofrecían actividades en múltiples destinos turísticos. Sin embargo, acabó enamorándose de un proyecto que nació por necesidad, Ómibu, una empresa orientada al marketing digital.

Aadell a lo largo de su entrevista manifiesta, cómo el fracaso de proyectos anteriores no supuso una desmotivación que le llevara a olvidarse de emprender y alcanzar sus objetivos. Es más, supo reflexionar de las experiencias vividas y quedarse con lo aprendido para volver a levantarse porque “todo es para bien” y el hecho de tener inquietudes hace que las posibles amenazas o impedimentos hayan sido consideradas como lecciones de vida para seguir avanzando. Ello permite obtener los conocimientos necesarios y conocer a otras personas que crean en tus proyectos, generando oportunidades que, de otro modo, le hubiesen hecho abandonar en el primero de sus intentos.

### **Ómibu es una empresa muy joven dedicada al marketing digital, ¿cómo nació la idea? ¿Qué dirías que es importante a la hora de emprender un proyecto?**

A la hora de emprender un nuevo proyecto, este debe apasionarte para que las posibles dificultades que surjan en los inicios no limiten su desarrollo. A continuación, lo más importante es el día a día, ser racional y objetivo. No obstante, no todos los proyectos llegan a tener éxito y continuidad. En mi caso particular, “Visitfy” y “Granada Delicias” son proyectos que me llenaron desde sus inicios y, sin embargo, no alcanzaron la evolución y crecimiento que esperaba de ellos.

Ómibu, no obstante, nació por necesidad, y a diferencia de los anteriores proyectos no me apasionó inicialmente. Aunque fue la experiencia en “Granada Delicias” quién facilitó el nacimiento de este proyecto, cuando los clientes me solicitaban que les prestara servicios de marketing digital. En ese momento, entendí que el marketing digital presentaba una oportunidad que no había contemplado en un principio. A pesar de ello, me he ido enamorando en el proceso y eso me ha ayudado a perseverar y ser constante en el desarrollo de este proyecto. Por tanto, no importa si te enamoras del proyecto al inicio o no, pero sí es importante que te enamores de él.

### **¿De dónde viene el nombre de Ómibu?**

Ómibu es una palabra creada desde la expresión “omnia in bonum”. Fue en un momento de dificultad cuando pensé en ella, porque siempre he creído que, aunque las circunstancias no sean favorables y que tienes pocas opciones de progresar, siempre son para bien. Y eso en latín se dice: “omnia in bonum”. Por tanto, partiendo de esta expresión y jugando con las palabras, nació el nombre de Ómibu y de ahí proviene también nuestro eslogan “todo es para bien” y nuestra filosofía de empresa.

### **Ómibu tiene sede en Granada, ¿por qué elegiste esta ciudad?, ¿qué te ofrece de forma particular?**

Como granadino que soy, esta ciudad marcó mi origen y en parte la personalidad de Ómibu. Granada, al igual que ocurre con otras ciudades del sur de España, es una ciudad muy atractiva para vivir porque ofrece una gran calidad de vida.

Además, en Granada los costes de personal son mucho más atractivos que en otras ciudades españolas y se tiene acceso a un amplio potencial humano, dada la congregación de centros públicos y privados de educación superior. Por otro lado, esta ubicación no supone una limitación para la empresa, dado que como Ómibu opera de forma online podemos tener clientes tanto a nivel nacional como internacional, con las ventajas de mantener la sede en Granada.

### **Volviendo al principio de esta entrevista en la que nos has comentado tu experiencia previa en otros proyectos, ¿qué has aprendido de ellos?**

Hace poco un amigo me dijo: “cuando te pasa algo una vez, no te pasa una segunda”. Y es que, si cometes un error dos veces, a la tercera no lo cometes. La experiencia previa te ayuda a identificar situaciones adversas. En mi caso concreto, los proyectos me han dado marca personal, conocer a multitud de personas, saber si un negocio va a funcionar o no, y es esto lo que me hace ayudar a mis clientes.

### **Teniendo en cuenta la plantilla de Ómibu, esta resulta ser muy joven, ¿siempre contratáis a personas menores de 30 años?**

El motivo principal es porque cuando empezamos a operar, apostaba mucho por contratos de formación que requieren que los trabajadores sean menores de 30 años y gran parte de esas personas se han quedado en plantilla. Es cierto que el trabajo con redes sociales o la parte más creativa suele ser más fácil para las personas jóvenes. Sin embargo, actualmente estamos buscando perfiles con más experiencia, la última posible incorporación tiene unos 60 años.

### **Nosotros vamos a ser en breve egresados y tendremos que enfrentarnos a procesos de selección, ¿qué podrías aconsejarnos?**

La gestión del talento es una de las cuestiones más importantes y complicadas a las que se enfrentan hoy en día las empresas, porque cada persona tiene sus propias necesidades, objetivos e ilusiones y hay que ser empático, pero también hay que saber exigir. En concreto, cuando realizamos procesos de selección, valoramos la formación y su nivel de experiencia, pero lo más importante es la actitud y la disposición para trabajar. Como consejo, os recomendaría que en un proceso de selección hay que cuidar todos los detalles, dedicar tiempo a elaborar el currículum y presentarte a la entrevista con una buena actitud. La persona que te contrate debe tener claro que vas a tener una buena disposición a trabajar y que vas a aprovechar la oportunidad que te está ofreciendo.

**Cambiando un poco de tema, la pandemia del Covid-19 ha resultado ser una oportunidad para algunas empresas, cuando para la gran mayoría ha sido una amenaza, ¿cómo ha sido para Ómibu?**

Al principio lo consideré una amenaza, pero ese tiempo se convirtió en un multiplicador del crecimiento ya que durante esos meses de inactividad pudimos organizar determinadas cuestiones internas, que en el día a día es complicado de atender. Ha sido a partir de la pandemia cuando realmente hemos empezado a crecer, pero no creo que se haya debido a la crisis sanitaria en sí, sino por nuestro modelo de organización. Somos una *startup* que no sigue un modelo de agencia tradicional. Nuestra agencia tiene cosas muy novedosas y el hecho de haber iniciado esta actividad sin experiencia previa en otras agencias favorece que tengamos nuestra propia forma de hacer las cosas y creo que esa es la magia de hoy en Ómibu.

**A raíz de la pandemia, muchas empresas han planteado el teletrabajo como una forma de ahorrar costes, pero este modelo de trabajo podría reducir la creatividad o el control sobre los trabajadores, ¿qué opinas sobre ello?**

En mi opinión, la clave, sin duda, se encuentra en el formato híbrido. Pienso que hay que intentar trabajar por objetivos y hay que mantener un control. Compartir momentos de forma presencial es clave para la creatividad, el compañerismo o para la cultura de la organización, entre otras cuestiones. En nuestro caso, seguimos un modelo híbrido en la que la presencialidad se requiere durante tres días, mientras que el resto de la jornada laboral es online.

**Has mencionado que hay que ejercer un cierto control dentro de la organización y que no seguís un modelo tradicional de agencia, ¿nos podrías desarrollar un poco más esta idea? ¿Cómo funciona internamente Ómibu?**

Intentamos basar nuestro modelo de trabajo en metodologías que están de moda y que son muy productivas, como *Agile* o *Scrum*. Nuestra manera de organizar el trabajo es una matriz en la que tenemos departamentos, como el de servicios web, redes sociales etc., pero nos organizamos también por equipos compuestos por un técnico de cada departamento y un director de proyecto. Estos equipos funcionan de forma autónoma, como mini agencias dentro de Ómibu, con sus propios clientes.

**Siguiendo con la organización y trabajo en Ómibu, ¿cuál crees que es el factor principal que incentiva la creatividad?**

Me caracterizo por ser una persona que ama y odia por partes iguales la palabra “creatividad”. Ómibu es una empresa creativa, pero la creatividad para mí tiene que estar ligada a las ventas, es decir, ser creativo es conseguir que, con el presupuesto del cliente, se obtenga un resultado llamativo. No tenemos sesiones estrictamente creativas, creo mucho en los procesos y al fin y al cabo tenemos un tiempo limitado en el que sacar adelante el concepto. Ser creativos y eficientes a partes iguales.

**Una persona que quiere emprender un proyecto se enfrenta a miedos, desafíos e incertidumbres difíciles de gestionar en un primer momento. ¿Cuáles fueron tus principales miedos a la hora de emprender?**

En mi caso particular, no tuve miedo, pero tampoco era consciente de que estaba emprendiendo. No fue una decisión en la que un día dijera: “voy a emprender”, sino que empecé a trabajar en distintas iniciativas. Sin embargo, cuando empecé a tener miedo es

cuando fui consciente de que la iniciativa estaba funcionando. En mi caso, estaba inmerso en diferentes proyectos y me aconsejaban que me centrara, y sin duda, una vez que me centré en Ómibu, fue cuando este empezó a funcionar.

**Y con el bagaje y experiencia acumulada, ¿qué consejo le darías a alguien que quiera emprender? ¿Qué cualidades crees que debe tener una persona para emprender?**

No hay un consejo genérico. Pero como he dicho previamente, sí que le aconsejaría que haga lo que le gusta, algo que le ilusione, porque así será más fuerte y perseverante en los momentos de dificultad. Hay que creer en el negocio, en la idea. Y, sobre todo, ser conscientes de las circunstancias personales.

La ilusión es clave, pero también es importante la constancia y tener disciplina, así como ser reflexivo, razonar, y que tu idea pueda aportar valor. Hay que poder enfrentarse a las vicisitudes y tomar decisiones.

**¿Cuál ha sido tu mayor satisfacción a la hora de ver que Ómibu se está haciendo realidad?**

Mi satisfacción es ser feliz con lo que hago y hacer felices a otros. Es muy halagador que un cliente o un compañero te de las gracias, porque gracias a Ómibu su negocio funciona bien o porque desde que están en Ómibu son más felices.

Ves a tu equipo que, además se han convertido en amigos y, aunque no es que me lo atribuya, me alegra saber que hay personas que pueden vivir gracias a Ómibu y son felices, y eso, ciertamente, es muy gratificante para mí.

**Después de lo que nos has contado, tenemos la curiosidad en saber cómo es el día a día del CEO de Ómibu.**

Aprendiendo mucho todos los días. En realidad, soy *junior* en gestión de empresas. Ómibu es una empresa que está creciendo desde cero y que tenemos muchos retos nuevos. Aprendo y me equivoco a partes iguales, pero esto me enriquece.

En estos momentos, el día a día es un ciclón de tareas y me encargo de la parte comercial, del producto, de revisar la calidad que se ofrece, de los recursos humanos, de las finanzas, etc. Como CEO debo controlar todos los ámbitos de la empresa.

Siempre intento mejorar Ómibu. Mi padre tenía un amigo cristalero al que le iba bien en su negocio, pero un día mi padre le preguntó por qué no se dedicaba más a pensar en su negocio y gestionarlo y dejar que otros se encargaran de poner los cristales por él. El amigo de mi padre reflexionó sobre la idea y esto ayudó a que su negocio creciera. En mi caso intento seguir este ejemplo y pensar siempre en qué es lo más importante para el negocio, los clientes y el equipo.

**En relación con el sector, ¿consideras que el marketing digital puede seguir creciendo y hacia dónde crees que se orientará?**

Absolutamente el marketing digital irá creciendo en el futuro dada la digitalización del mercado. Todas las empresas necesitan marketing digital, y Ómibu ofrece servicios marketing digital, *branding*, web, diseño de estrategias, etc.

Aunque hay muchas empresas que acuden a redes sociales, tengo dudas al respecto. Por ejemplo, en el caso de Instagram, cada vez estamos más expuestos a anuncios y el consumidor podrá dejar de usar esta plataforma, por lo que, en mi modesta opinión, creo

que le quedarán dos o tres años de maduración y luego entrará en declive. No obstante, se desarrollarán nuevas plataformas y nos trasladaremos a esa nueva red social, como ya ha ocurrido en otras ocasiones. No sé si el futuro está en el metaverso, pero es probable que siga esta línea de evolución.

**Ahora que mencionas el metaverso -mundo virtual que se erige como una realidad alternativa-, ¿qué opinión te merece?**

Siempre se ha dicho: “*cuando el río suena, agua lleva*”. Y es que no es la primera vez que nuevos términos acaban siendo una realidad, como ha sucedido con el *Bitcoin* o como está sucediendo con las NFT (*non-fungible token*). Actualmente, la gente puede preguntarse quién va a pagar decenas de miles de euros por un derecho de autor de una imagen, pero ya es una realidad. Y si no te adaptas, el tren pasa.

Algo similar creo que ocurre con el metaverso, va a ser una revolución absoluta y estaremos inmersos en él totalmente. Por lo que Ómibu debe adaptarse para que pueda seguir ofreciendo valor en ese campo.

**Para concluir y a colación de las criptomonedas que mencionas, ¿cómo crees que puede Ómibu utilizar las últimas tecnológicas emergentes como el *Big Data*, *Blockchain* o *Business Analytics*?**

En Ómibu estamos sacando una rama de consultoría de negocio relacionada con en el *business analytics*, el cual empleamos en nuestra propia empresa. Queremos hacer una aplicación propia con inteligencia artificial para estandarizar procesos y llegar mucho mejor al mercado. No obstante, actualmente ya estamos dando servicio de formación a nuestros clientes para enseñarles a organizar su negocio como nosotros hemos organizado el nuestro y aplicar *business analytics*.