

Análisis de Dobuss Project S.L. desde el Departamento de Marketing

Autor 1: Francisco José Delgado Álvarez
Autor 2: José Manuel Ríos Romero
Tutora del trabajo: Sandra M^o Sánchez Cañizares

Resumen. *Dobuss Projects SL. es una empresa situada en la provincia de Córdoba que efectúa su actividad en el sector del marketing digital, ofertando una gran cantidad de servicios a sus clientes. Desde su apertura en 2013, esta organización ha crecido con un ritmo acelerado, contando en la actualidad con un total de 50 empleados aproximadamente.*

Como en cualquier empresa, esta cuenta con un gran número de departamentos, entre los que destaca el área de Marketing y publicidad. Debido a esto, en este Trabajo de Fin de Grado, hemos decidido hacer un análisis del sector en el que opera la empresa Dobuss Projects SL, así como del funcionamiento del departamento de marketing, donde abordaremos una serie de aspectos que nos permitan precisar la importancia de esta área para la buena marcha de la organización. Todas las evidencias están basadas en aportaciones de información que nos han sido facilitadas por la empresa.

Palabras clave. *Dobuss Projects SL, marketing digital, clientes, servicios, posicionamiento SEO, redes sociales.*

Abstract. *Dobuss Projects SL is a company located in the province of Cordoba that operates in the digital marketing sector, offering a wide range of services to its clients. Since its opening in 2013, this organization has experienced rapid growth and currently has approximately 50 employees. Like any other company, it has a large number of departments, with the Marketing and Advertising department standing out. Therefore, in this Final Degree Project, we have decided to analyze the sector in which Dobuss Projects SL operates, as well as the functioning of the marketing department. We will address a series of aspects that will allow us to determine the importance of this area for the smooth running of the organization. All the evidence presented will be based on information provided to us by the company.*

Keywords. *Dobuss Projects SL, digital marketing, customers, services, SEO positioning, social networks.*

1 Introducción

Este Trabajo de Fin de grado va a consistir en un estudio de caso acerca de la empresa Dobuss Projects SL, la cual está situada en Córdoba. Este análisis va a realizarse con el objetivo de dar a conocer cuál es la situación en la que se encuentra la empresa actualmente, indagando especialmente en el departamento de marketing. Para ello, realizaremos un análisis del sector a través de un análisis PEST y DAFO, seguido de un estudio a la propia área de marketing, donde trataremos aspectos como productos y servicios, comunicación, precios, etc., y, por último, llevaremos a cabo una serie de propuestas de mejora para la buena marcha de la organización.

Es una Sociedad Limitada creada en 2013 que se encuentra dentro de la categoría 7311 del Clasificador Nacional de Actividades Económicas (CNEAI), específicamente en el área de Agencias de publicidad (Empresite, s.f.).

1.1 Propuesta y Justificación de elección de empresa

Nuestro gran interés por el sector del marketing, en especial, el marketing digital, nos ha llevado a elegir a Dobuss Projects SL., empresa cordobesa que se dedica a brindar alternativas a medida para compañías que operan en la industria, proporcionando opciones altamente recomendadas que permiten lograr una mayor visibilidad en los

motores de búsqueda. Se diferencia de las demás empresas por su alto nivel en diseño web y posicionamiento web. De hecho, cuenta con el reconocimiento a la mejor Agencia SEO de España (Escuela Europea de Empresa, 2023).

1.2 Objetivos del caso

El principal objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es realizar un estudio de caso sobre una empresa, Dobuss Projects SL. Dicho análisis va a ser realizado de forma interna y externa, puesto que la información utilizada proviene de datos aportados por gerentes de la organización, así como por fuentes ajenas a la organización.

Entre los objetivos específicos que se persiguen con la elaboración de este trabajo destacan los siguientes:

- Dar a conocer cómo la empresa ha ido evolucionando a lo largo de los años.
- Evaluar el sector en el que se encuentra la empresa, de forma que podamos observar el impacto que diferentes variables (como son la inflación, el consumo de redes sociales, etc.) tienen sobre la actividad económica en cuestión.
- Construir la principal matriz DAFO de Dobuss Projects SL.
- Realizar un estudio del departamento de marketing y publicidad
- Enumerar un conjunto de propuestas de acción que la empresa puede desarrollar en el futuro con el propósito de mejorar el progreso del departamento de marketing.
- Comentar una serie de conclusiones personales tras finalizar el análisis de Dobuss Projects, SL.

2 Presentación de la Empresa

2.1 Misión de la empresa.

La misión de una empresa u organización es su motivo fundamental, propósito esencial o razón de ser. Define lo que busca lograr en su entorno o sistema social, qué acciones pretende llevar a cabo y a quién se dirige. La misión puede estar influenciada en momentos específicos por diversos elementos, como la historia de la organización, las preferencias de la dirección y/o los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles y las capacidades únicas que posee (Thompson, 2006).

En este caso, la misión de Dobuss projects SL es aumentar las ventas de sus clientes, aportándoles soluciones digitales que les permita desarrollar su estrategia, potenciando su conversión y atrayendo a nuevos clientes (Web Dobuss, s.f.).

La empresa define una serie de valores para la consecución de la misma (Web Dobuss, s.f.):

- Prioridad del diseño web en la estrategia del proyecto.
- Asegurar que todos los servicios que se realizan están adaptados a cada cliente.
- Conocer todos los rasgos de nuestros clientes para poder alcanzar los resultados deseados.
- Ofrecer una alta calidad en el diseño e imagen de marca.

2.2 Visión de la empresa.

La visión de una empresa se define como la dirección a la que la organización se encamina en el futuro a largo plazo. Actúa como una guía y motivación para orientar tanto las decisiones estratégicas de crecimiento como las decisiones de competitividad (Jack Fleitman, 2000).

Dobuss tiene muy clara su visión, la cual exponen como el deseo de ser la agencia de referencia en Andalucía, consiguiendo que sus clientes experimenten a través de sus servicios todos los beneficios que el marketing puede brindarles (Web Dobuss, s.f.).

2.3 Objetivos de la empresa

El propósito principal de una organización es alcanzar metas económicas, como la producción de bienes y servicios.

En este caso, los objetivos de la empresa Dobuss Projects SL son los siguientes (Web Dobuss, s.f.):

- Incrementar la visibilidad en línea de las empresas clientes

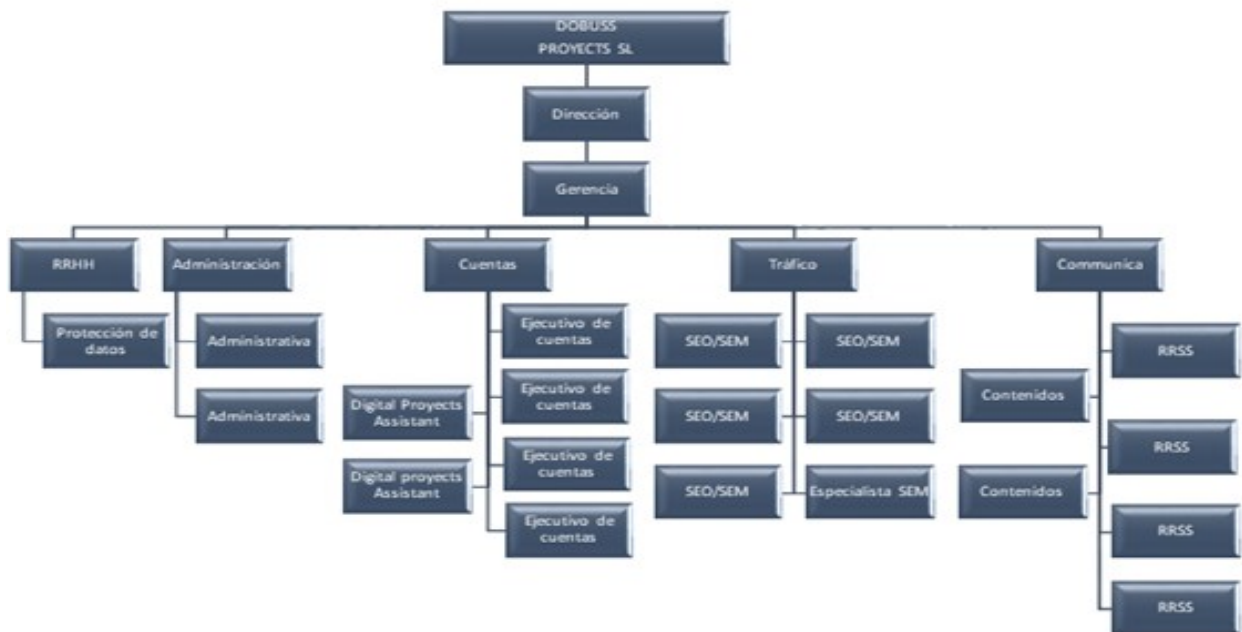
- Generar Leads y conversiones
- Mejorar la imagen que proyecta la empresa
- Analizar el rendimiento del negocio a través de una consultoría estratégica

2.4 Organigrama de la empresa

Los organigramas poseen una serie de funciones vitales para empresa, entre las que podemos destacar su papel como guía para la administración de la organización, permite mantener actualizado el sistema de la empresa, facilita el estudio del área de administración del personal, mejora la identificación de posibles errores en la organización y mostrar cualquier modificación que se haya producido (Fonseca, 2010).

A continuación, mostramos el organigrama que refleja la estructura sobre la que se rige la empresa Dobuss Poyects SL:

Ilustración 1: Organigrama Dobuss Projects S.L.



Fuente: Dobuss Projects S.L.

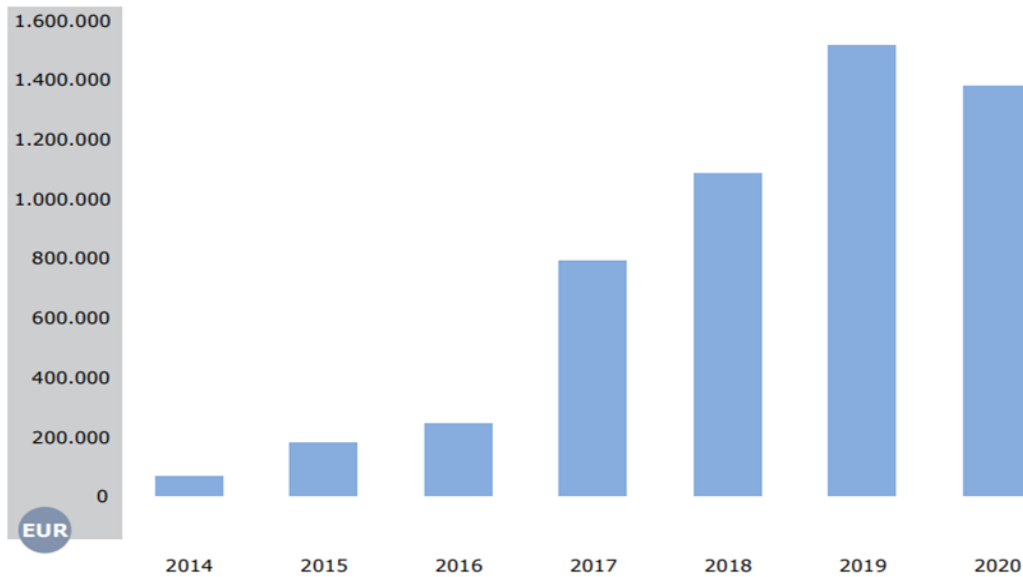
2.5 Análisis económico-financiero de la empresa

En este punto, desarrollaremos la evolución de la empresa a través de cifras obtenidas de la base de datos SABI. En concreto, se revisará la evolución de los ingresos de explotación, resultado neto de explotación y perfil financiero.

2.5.1. Evolución de los ingresos de explotación (2014-2020).

A continuación, podemos observar un gráfico de la evolución del resultado neto de explotación de Dobuss SL. de 2014-2020

Gráfico 1: Evolución de los ingresos de explotación de Dobuss (2014-2020)



Fuente: SABI

Como podemos observar, se ha producido un notable incremento de los mismos hasta 2019 debido al crecimiento de la empresa, que, como se ha indicado previamente, se encuentra estudiando una posibilidad de ampliación de sus instalaciones.

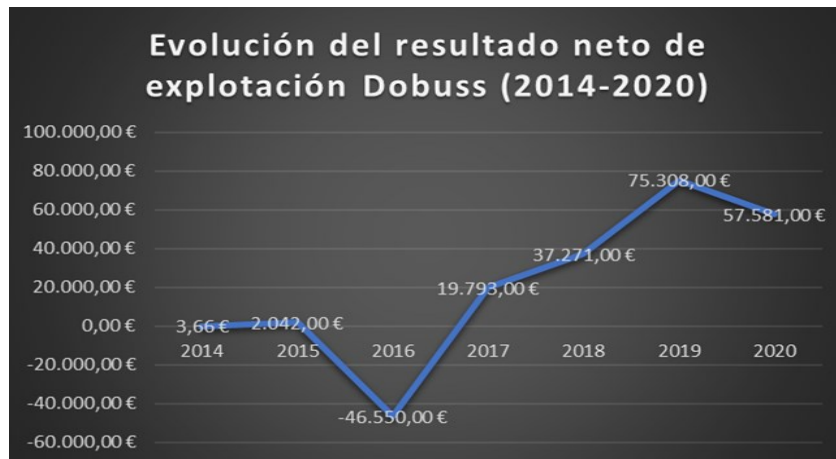
En 2020 se produce una disminución provocada por la pandemia del Covid-19, donde la empresa sufrió recortes en todos los ámbitos. Los ingresos de explotación en 2019 llegan a alcanzar un total de 1.514.380 €, pero disminuyen a 1.380.397 € en 2020.

Como conclusión, Dobuss S.L. ha tenido una evolución positiva que refleja un desarrollo de innovación y calidad en sus servicios, fidelizando a sus clientes debido al gran trabajo realizado.

2.5.2. Evolución del resultado neto de explotación (2014-2020).

A continuación, podemos observar un gráfico de la evolución del resultado neto de explotación de Dobuss S.L. de 2014-2020:

Gráfico 2: Evolución del resultado neto de explotación Dobuss (2014-2020)



Fuente: elaboración propia a partir de datos provenientes de SABI

El resultado neto de explotación es un indicador muy correcto para analizar la empresa, ya que no tiene en cuenta los factores externos como los impuestos o intereses. Como podemos apreciar en el gráfico, ocurre una situación similar a la de los ingresos de explotación, donde su auge se da en 2019, produciéndose en 2020 una caída debido al covid-19, pasando de 75.308 € a 57.581 €.

Además, debemos destacar el año 2016, donde la empresa realizó una gran inversión para mejorar en todos sus ámbitos, lo que produjo que los ingresos tuvieran dificultad para asumir los gastos, produciéndose un resultado neto de explotación de -46.550 €.

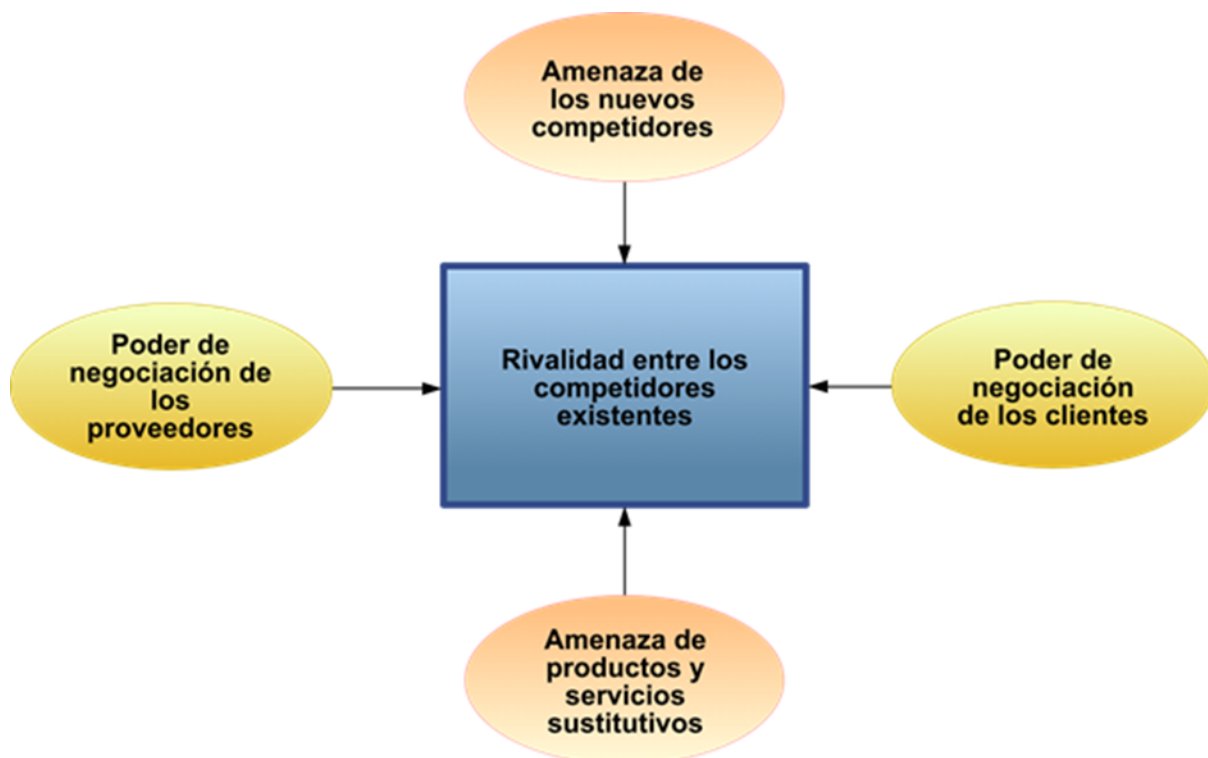
3 Análisis del sector

3.1 Competitividad del sector.

3.1.1 Las 5 fuerzas de Porter

Pérez y Polis (2011) establecen que dicho enfoque permite a las empresas evaluar su posición actual, permitiendo seleccionar cuál es la mejor estrategia a seguir. Este modelo determina la existencia de cinco fuerzas, las cuales son indispensables para poder analizar la estructura de la empresa, ya que identifican los costos, precios y necesidades de inversión.

Ilustración 2: Esquema de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Pérez (s.f)

A continuación, vamos a desarrollar cada una de estas cinco fuerzas, que permiten llevar a cabo una estrategia que nos proporcione una ventaja competitiva y así poder posicionarnos sobre nuestros adversarios.

1- Competidores actuales.

A nivel local, los principales competidores de Dobuss son: Eccuo, Sábado.pro, Soko publicidad, Espacio Web y Amarillo Limón; agencias de marketing digital las cuales ofrecen servicios relacionados con el mismo sector.

Tabla 1: Comparación de servicios ofertados por Dobuss y sus principales competidores.

Empresa	Kit Digital	SEO	SEM	Auditoria Web	Naming	Consultoria Estratégica	LinkedIn	Instagram	Facebook
Dobuss	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Sabado.pro	No	No	Sí	No	No	No	Sí	Sí	Sí
Amarillo Limón	No	Sí	Sí	No	No	No	Sí	Sí	No
Eccuo	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Soko publicidad	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Espacio Web	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia en base a páginas webs de las empresas.

Hemos elegido una serie de servicios de gran importancia en el marketing digital, que podemos ver representados en la tabla. En ella, podemos observar que ninguno de los competidores consigue reunir la amplia gama de servicios que ofrece Dobuss, por lo que esto supone una importante ventaja competitiva en el mercado.

2- Competidores potenciales:

Los nuevos participantes que desean ingresar en el sector presentan una significativa capacidad y determinación para obtener una porción del mercado, generando presiones sobre los precios, los costos y los niveles de inversión requeridos para competir (Porter, 1990).

Nosotros creemos en la posibilidad de entrada de nuevos competidores, pero realmente no contemplamos que su existencia pueda suponer una verdadera amenaza para Dobuss, debido a la gran cuota de mercado que esta posee. Los motivos en los que nos basamos para poder realizar dicha afirmación son los siguientes:

- Existencia de economías de escala.
- Una de las grandes ventajas competitivas de Dobuss es la diferenciación de sus servicios.
- Gran identificación de la marca.
- Un elemento que podría suponer una amenaza es la poca inversión inicial que tienen que realizar las empresas para adentrarse en este sector, puesto que con un equipo informático con sus respectivas aplicaciones podrían ser competidores.
- Dobuss cuenta con diez años de experiencia en el sector, lo que le ha permitido, gracias a sus innumerables servicios, posicionarse como la mejor agencia SEO del país, puesto que Google le ha concedido la renovación del título “Partner en Adwords” como forma de confirmar su profesionalidad y metodología (Europa Press, s. f.).

3- Productos o servicios sustitutivos.

En muchas ocasiones, las pymes o las micropymes suelen disponer para determinadas actividades lo que se denomina como el “sobrino”, que es la persona que va a hacerse cargo de llevar la página web o las redes sociales. Estas empresas consideran que esto es suficiente, por lo que no suelen plantearse contratar a otras agencias o profesionales para que lleven a cabo estas actividades (Entrevista Dobuss, 2023).

Otra opción puede ser emplear un freelance, que consiste en contratar a un profesional independiente con conocimientos sobre las áreas que necesitamos ocupar. Por otro lado, otro servicio sustitutivo podría ser disponer de un propio departamento interno de marketing, que, en ocasiones, es un poco más amplio, pero en otras, consiste en solo una persona que realiza la totalidad del trabajo.

4- Proveedores:

Los proveedores de la empresa Dobuss Proyects SL son principalmente tecnológicos. En un determinado momento, la empresa tuvo que tomar una serie de decisiones importantes. Por un lado, se tuvo que decidir si gestionar correo de manera interna o decantarse por utilizar los servicios de Google Workspace.

Con respecto a los servidores, existía la necesidad de acordar si contratar servidores a través de Google Cloud, Amazon o CPD (centro de procesamiento de datos) como puede ser assessment.

Otro ejemplo serían los proveedores de negocio, los cuales se hacen necesarios en la empresa al hacer uso de herramientas que analizan el posicionamiento orgánico, como pueden ser Seranking o Senra, o DELSOL para

temas de facturación. Esta situación provoca la necesidad de elegir entre uno u otro servicio, dependiendo de las opciones que se puedan alcanzar a un determinado coste.

5- Clientes:

En el caso de Dobuss existe una gran diversidad de clientes, ya que cuentan con una gran cantidad de proyectos a nivel local, global e internacional. Esto ha sido posible gracias a que presentan una propuesta de valor que los distingue de sus competidores, como es el deseo de garantizar el crecimiento de sus clientes.

Por otro lado, otro aspecto que hace que Dobuss cuente con un gran atractivo en el mercado son sus inversiones en campañas de marketing, mostrando todas las certificaciones que poseen y las valoraciones positivas de plataformas importantes como Google.

3.2. Matriz DAFO.

El análisis DAFO es una herramienta que agiliza el procedimiento de planificación de la estrategia de una empresa al proporcionar los datos necesarios para implementar actuaciones y procesos de corrección, así como para desarrollar proyectos de perfeccionamiento. Este acrónimo debe su nombre a los cuatro elementos que componen dicho análisis: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Con el fin de elaborar la matriz DAFO se requiere llevar a cabo una selección meticulosa de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que puedan tener un impacto significativo en el logro de la Misión y la Visión de la organización.

Como conclusión, podemos afirmar que el análisis DAFO permite anticipar de la mejor manera las acciones que serán necesarias en cada escenario, además de facilitar el desarrollo de un enfoque eficaz que garantice la consecución de la misión y la visión de la organización.

Tabla 2: Análisis DAFO sobre la situación actual de la empresa Dobuss Projects SL.

Fortalezas	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuentan con el mejor posicionamiento SEO del país. 2. Ofrecen una gran cantidad de servicios de marketing digital, desarrollo, diseño web y consultoría estratégica. 3. Cuentan con un gran reconocimiento, siendo hasta ahora la primera empresa dedicada al marketing digital de la provincia de Córdoba con el certificado de Google partner. 4. Cuentan con más de 200 casos de éxito. 5. Gran experiencia en el sector gracias a su larga trayectoria. 6. Dobuss cuenta con equipo altamente cualificado y profesional que le permite llevar a cabo sus servicios de forma óptima. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posible aparición de nuevos competidores que puedan hacer frente a su negocio. Una aparición de nueva competencia sería una situación constante de atender y continuar atrayendo nuevos clientes. 2. Las frecuentes alteraciones que se generan en la economía pueden afectar a la realización de los proyectos de la empresa. 3. Los cambios gubernamentales también pueden suponer un problema, puesto que pueden influir a la capacidad de la organización para intervenir en el mercado. 4. La presencia de la Inteligencia Artificial puede ser una amenaza para Dobuss, pudiendo reemplazar a algunos de sus servicios.
Debilidades	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa tiene cierta dependencia de sus proveedores para obtener los recursos y materiales necesarios para poder llevar a cabo sus servicios. 2. Su actuación se centra únicamente en el ámbito nacional. 3. Solo cuentan con una única sede en España, la cual se ubica en Córdoba. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El mercado del diseño y construcción de contenido web cuenta con un gran auge y crecimiento en la actualidad, lo que puede suponer una oportunidad para Dobuss. 2. El progreso de las tecnologías, el descubrimiento de nuevas herramientas que puedan facilitar los procesos de producción, puede ser una gran oportunidad para Dobuss de hacer más eficaz su labor.

Fuente: Elaboración propia

4 Análisis del departamento: Área de marketing

La función del departamento de Marketing es vital para las empresas, puesto que su finalidad es descubrir cómo se comportan los compradores y vendedores en el mercado, y así, poder llevar a cabo soluciones que aporten un beneficio común.

A continuación, para poder analizar ese departamento, vamos a basarnos en varios aspectos como son los mencionados anteriormente (posicionamiento, comunicación y fidelización) y otros aspectos que resultan relevantes para poder entender la importancia de esta área, como son el producto o servicio, el precio, etc.

4.1. Servicios de Dobuss Proyects SL

En este, caso, Dobuss es una empresa que oferta servicios de marketing digital, y que, como bien mencionamos en el apartado de “Propuesta y justificación de elección de empresa”, cuenta con cuatro tipos de servicios que dependerán de la intención del consumidor:

1. Marketing Digital: Orientados a ayudar el negocio del cliente.

Los servicios de marketing digital que podemos encontrar en Dobuss son los siguientes (Web Dobuss, s.f.):

- a) Posicionamiento SEO: Consiste en optimizar el sitio web con el objetivo de aumentar sus visitas y posiciones en los motores de búsqueda.
- b) SEO Local: Tiene el mismo funcionamiento que el posicionamiento SEO, con la diferencia de que el SEO local está orientado a un área geográfica determinada y en relación con las preferencias de los consumidores.
- c) Google Ads/SEM: Esta plataforma en línea creada por Google permite crear y presentar anuncios en los resultados de búsqueda.
- d) Publicidad Programática: utiliza la tecnología automática para comprar y vender espacios publicitarios en línea con el objetivo de presentar anuncios relevantes a los usuarios.
- e) Gestión de Redes Sociales: Administración de las redes sociales de la empresa cliente para conseguir un buen desempeño.
- f) Marketing Industrial: Servicios de marketing orientados a empresas dedicadas al sector industrial.
- g) Email Marketing: es una estrategia de marketing digital que consiste en enviar correos electrónicos comerciales a una base de datos propia o adquirida, con el objetivo de incrementar las ventas a través de este canal.
- h) SMS Marketing: Consiste en llevar a cabo campañas de marketing a través de mensajes SMS.
- i) Gestión de Reputación: Administra la información que Google posee sobre la empresa y la imagen que esta proyecta a los clientes y competidores.
- j) Comunicación: Mejorar la comunicación externa de la organización a través de los medios de comunicación.
- k) Campañas con influencers: Realizar campañas de marketing con influencers a través de distintos medios.

2. Desarrollo Web: Elaboración y mantenimiento de páginas webs.

Los servicios de desarrollo web de Dobuss son los siguientes (Web Dobuss, s.f.):

- a) Diseño Web: Este servicio consiste en la creación de sitios web visualmente atractivos y funcionales.
- b) Diseño de tiendas online: Elaboración de tiendas en internet.
- c) Diseño Web adaptativo: Es una técnica que busca asegurar una visualización y experiencia óptima al usuario en una variedad de dispositivos y tamaños de pantalla, incluyendo computadoras de escritorio, tablets y teléfonos móviles.
- d) Desarrollo Web: Consiste en llevar a cabo la página Web a través de procesos de programación y maquetación.
- e) Auditoría Web: Consiste en realizar un análisis exhaustivo de todo el contenido de la página web con el objetivo de detectar posibles desviaciones.
- f) Marketing de Contenidos: Creación del contenido de la página web.
- g) Creación de Apps: Formulación de aplicaciones específicas a cerca de la compañía.
- h) Tarjetas virtuales.
- i) Mantenimiento Web: Proceso para garantizar el funcionamiento adecuado de la página web.
- j) Alojamiento Web y Hosting: Para almacenar una gran cantidad de datos, como imágenes o vídeos.

3. Diseño: Servicios que ayudan a mejorar la imagen que proyecta una empresa.

Los servicios de diseño que Dobuss ofrece son los siguientes (Web Dobuss, s.f.):

- a) Naming: Consiste en adjudicar un nombre a la marca de una empresa o producto.
- b) Imagen Corporativa: Creación del mensaje que quieres transmitir al exterior. Está formada por el logotipo, símbolo, tipografía, web, envases y diseño acorde con el punto de venta.

- c) Diseño Gráfico: El diseño gráfico es una disciplina creativa que implica la creación de mensajes visuales dirigidos a un público específico (target) con una intención particular, especialmente en el ámbito comercial.
- d) Fotografía publicitaria y comercial: Consiste en realizar las fotografías que el cliente desea con el objetivo de promocionar su empresa.
- e) Fotografía del producto: Realizar fotografías de los productos que oferta la empresa con el fin de darlos a conocer.
- f) Videos Corporativos: Los videos corporativos son producciones audiovisuales que representan, promocionan y comunican la identidad, valores, productos o servicios de la empresa cliente.
- g) Webinars para empresas: Organización de eventos a través de medios digitales.

4. Consultoría estratégica: Con este tipo de servicios se pretende mejorar el éxito de las ventas.

Los servicios de Consultoría estratégica de los que dispone Dobuss son los siguientes (Web de Dobuss, s.f.):

- a) Optimización de ratio de conversión (CRO): El ratio de conversión es el porcentaje referido a los usuarios que visitan una página web y las interacciones que realizan en la misma. Por tanto, este servicio busca conseguir el máximo ratio de conversión.
- b) Consultoría comercial: Administración del departamento de venta de una organización para aumentar su rendimiento.
- c) Consultoría Marketplace: Este servicio utiliza el marketplace (Mercado en línea) para incrementar la visibilidad en internet y mejorar las ventas.
- d) Agencia Amazon: Utilizar el marketplace para ayudar a vender los productos a través de Amazon.
- e) Gestión de Subvenciones: Este servicio se encarga de administrar asistencias y subvenciones digitales para empresas y PYMES en Córdoba, con el objetivo de impulsar su presencia en el ámbito online y facilitar su inclusión en el mercado virtual.
- f) Consultoría de ventas: Utilizan tecnologías y los medios digitales para realizar consultorías para PYMES, negocios de cualquier sector y empresas de tamaño considerable.
- g) Kit Digital: Conjunto de iniciativas dirigidas a fomentar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), con el fin de potenciar su competitividad y eficiencia, así como respaldar la integración de los sectores estratégicos en la Economía Digital (Junta de Andalucía, s.f.).

4.1.1 Embalaje

A diferencia de los productos, los servicios no cuentan con ningún tipo de embalaje, sino que se atiende al cliente con la información.

Para poder hacer un producto digital, se deben convertir una serie de acciones digitales en datos (Kpi), como por ejemplo: cantidad de clientes que ha tenido la página web, número de conversiones, ventas producidas a través de e-commerce (Entrevista Dobuss, s.f.).

La atención al cliente puede funcionar como un embalaje para los servicios, ya que está orientada a proporcionar un mejor servicio al cliente y permite conocer los datos mencionados anteriormente.

Esta información debe ser mostrada de manera coherente y sencilla para que puedan ser interpretados fácilmente por el cliente. Esto es obligatorio, puesto que el cliente no debe saber de marketing, sino que debe saber cuáles son sus datos (Entrevista Dobuss, s.f.).

4.1.2 Cartera de clientes

A medida que la empresa ha ido evolucionando, se ha constituido una cartera de clientes. En dicha cartera existe una serie de clientes antiguos localizados en Córdoba, que poseen una estrategia local-provincial. Pero, actualmente, debido al posicionamiento de la organización, un gran porcentaje de los clientes que acuden a Dobuss no son cordobeses, y, además, su estrategia puede estar orientada al ámbito nacional o internacional.

Además, en esta organización existen dos grandes nichos de mercado, siendo el B2B el que cuenta con más fidelización (Entrevista Dobuss, 2023).

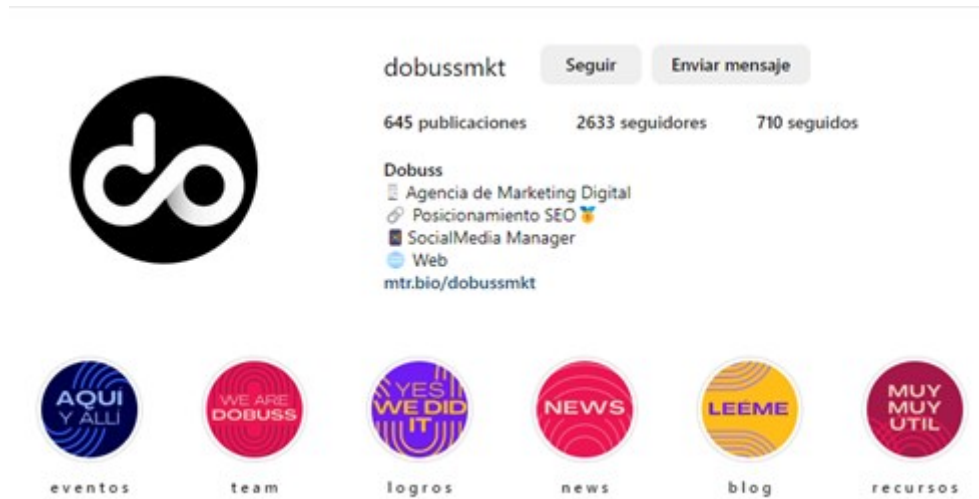
Por último, destacar una gran característica de los servicios que Dobuss ofrece, que es la personalización de cada uno de ellos, procurando siempre otorgar al cliente aquel servicio que se adapte completamente a sus necesidades. (Entrevista Dobuss, 2023).

4.2 El mix de comunicación

4.2.1. Comunicación de la empresa Dobuss Projects SL

La comunicación de Dobuss se basa en el posicionamiento orgánico (SEO) y la comunicación en redes sociales. Normalmente, esta empresa no suele utilizar medios como la prensa, radio o televisión. Si no que, más bien, se centra en promocionarse a través de los motores de búsqueda y de sus redes sociales, como pueden ser Instagram, Facebook o LinkedIn. En dichas plataformas, exponen aspectos de su empresa como pueden ser los resultados de sus servicios, los propios servicios que ofertan y sus actuales logros. Además de estas redes sociales, también están pensando en expandirse a plataformas como TikTok o Twitter, con el objetivo de poder captar a un público más joven (Entrevista Dobuss, s.f.).

Ilustración 3: Cuenta de Instagram de Dobuss.



Fuente: Instagram Dobuss

Otra manera de promocionarse es mediante el publicity, un pilar esencial en el ámbito de las Relaciones Públicas. Un ejemplo de ello podemos encontrarlo en artículos como “Dobuss reconocida como mejor agencia SEO” (DC Digital, 2022.), donde se destacan todos sus puntos fuertes, además de algunos de sus servicios.

Ilustración 4: Dobuss, reconocida como mejor agencia SEO y SEM de Andalucía

Dobuss, reconocida como la mejor agencia SEO y SEM de Andalucía

La entidad ha vuelto a posicionarse en el top ten de las mejores agencias de marketing digital de España

DC Digital AD

Córdoba | 03-11-22 | 08:36 | Actualizado a las 12:53



Fuente: Web DC Digital

4.3. Política de precios

La política de precios juega un papel crucial en la economía, puesto que de ella van a depender los ingresos y la eficiencia de la organización. Al igual que los productos físicos, los servicios también llevan asignado un precio el cual debe fijarse teniendo en cuenta factores internos y externos.

Entre los factores internos podemos encontrar los objetivos de la empresa, las políticas financieras y de personal, la cartera de productos de la organización, etc.; por otro lado, en referencia a los factores externos que afectan al precio, podemos encontrar la ley que se encuentra en vigor en el país, los posibles competidores, los clientes y el mercado, entre otros (Pérez y Pérez, 2006).

Con respecto a Dobuss, la empresa siempre tiene en cuenta la relación calidad-precio a la hora de fijar el coste de sus servicios. Por lo general, estos precios suelen ser elevados debido a que utilizan herramientas de alta calidad y coste para asegurar un resultado excelente, es por ello que se necesita asignar un precio considerable a estos servicios para poder obtener beneficios a la vez que se satisface al cliente.

4.3.1. Fijación del precio

Dobuss Project ha escogido una fijación de precios basada en las horas de trabajo necesarias para la realización del servicio o por las contratadas por cada cliente.

Por ejemplo, una auditoría web tiene un precio más elevado ya que necesita aproximadamente una semana de trabajo de un empleado de la empresa para realizarla de manera correcta que un encargo de contenidos que suele necesitar un tiempo aproximado de 40 minutos.

4.4. Segmentación y posicionamiento

A pesar de que Dobuss dispone de proyectos locales, nacionales e internacionales, la empresa sigue una estrategia focalizada en el ámbito nacional y en la segmentación. En su caso podemos encontrar un mercado dividido en dos tipos de clientes: el e-commerce y las webs corporativas (Entrevista Dobuss, s.f.)

4.4.1 E-commerce y estrategia B2C

En el caso de Dobuss, la principal diferencia que provoca la segmentación del mercado en e-commerce y Web corporativa es la estrategia basada en el e-commerce B2C.

El B2C, siglas correspondientes a la expresión “Business to customer”, hace referencia a la táctica que emplean las organizaciones comerciales con el propósito de establecer una comunicación directa con el consumidor o el usuario final (Esumer, 2017).

Dobuss desempeña esta estrategia, puesto que supone una gran ocasión de comercializar gracias al surgimiento de estrategias multicanal provocadas por la unión del ámbito físico y electrónico. Con este tipo de estrategias se consigue influir en el cliente de manera directa, acción que cada vez resulta más sencilla gracias al acceso de los clientes a la web de Dobuss desde sus dispositivos electrónicos (Entrevista Dobuss, s.f.).

4.4.2 Web corporativa y estrategia B2B.

Dobuss sigue una estrategia B2B a la hora de comercializar con webs corporativas. Esta táctica se distingue por ser un paradigma empresarial íntegramente digitalizado de transacciones comerciales electrónicas, que relega a un nivel secundario los esquemas tradicionales para la concreción de transacciones comerciales (I. U. E. O. de Tendencias, 2017).

Hoy en día es muy importante tener una buena web corporativa debido a la digitalización que estamos atravesando. Ante esto, Dobuss cuenta con una amplia cartera de clientes de web corporativas donde realizan estrategias focalizadas en sacar el mayor potencial de los distintos elementos que componen una web, de manera que sea atractiva y visual para el consumidor, con la finalidad de que dichas empresas tengan un alto nivel de competencia antes sus rivales satisfaciendo a los clientes B2B.

5. Propuestas de actuación futuras

1. Aparición de la inteligencia artificial (IA):

Si tomamos a la IA como una oportunidad, esta puede ofrecer buenos resultados a la hora de desarrollar los servicios de la organización. Para explicar las ventajas de la IA, podemos tomar como ejemplo la auditoría web, la cual consiste en verificar que todo el contenido de la página web del cliente esté en condiciones óptimas con el objetivo de incrementar la navegación y el agrado de los usuarios (Web Dobuss, s.f.).

Inicialmente, las auditorías realizadas manualmente son un proceso largo y tedioso, puesto que se debe realizar un análisis profundo a la página web para detectar cualquier defecto. Esto puede llevar a cometer errores y pasar por alto aspectos que pueden ser desventajosos para el cliente.

Sin embargo, si se realiza un estudio sobre cómo aplicar la inteligencia artificial a la realización de auditorías webs, éstas podrían llevarse a cabo de manera más eficiente y con poca probabilidad de cometer errores.

Por el contrario, si tomamos a la inteligencia artificial como una amenaza, los servicios que la empresa ofrece podrían verse perjudicados por dicha herramienta. Para ejemplificar esta situación, vamos a tomar como ejemplo la imagen corporativa o de marca, la cual consiste en un mensaje que se transmite al mercado con el propósito de comunicar, expresar y conectar con el público objetivo de la forma más efectiva posible (Web Dobuss, s.f.).

Con el desarrollo de la inteligencia artificial, esta podría llegar a ser capaz de crear una imagen corporativa de una empresa, estableciendo una serie de parámetros, como pueden ser la intención, la imagen que se desea proyectar, etc. Esto provocaría que los equipos creativos de la organización pudieran ser reemplazados por este instrumento.

Dobuss cuenta con un gran equipo creativo que se encarga de realizar esta labor, por ello, proponemos aumentar la inversión en dicho con el objetivo de evitar el reemplazo de este. Aunque la IA sea capaz de realizar esta labor, este equipo cuenta con la capacidad de crear e imaginar, factor del que la inteligencia artificial carece. Por ello, un aumento de la inversión en este recurso permitiría conseguir mejores resultados y elaborar una imagen corporativa más adaptada al cliente.

2. Expandir su presencia física en otros lugares de España.

En la página web de Dobuss (s, f.) encontramos varias localizaciones de España donde podemos encontrar a esta organización, siendo estas Córdoba, Sevilla, Málaga, Almería, Jaén, Granada, Cádiz, Huelva, Barcelona, Madrid, Valencia, La Coruña y Bilbao.

El problema de esta información radica en que no se especifica que estas localizaciones no son un punto de encuentro físico, sino que se tratan de fichas de Google my business, las cuales tienen posicionadas por toda España.

Esta herramienta también ayuda a los consumidores a ubicar la empresa, por lo que podría resultar un poco confuso tener ubicadas fichas de Google my business en distintos puntos de la península cuando solo se encuentra en Córdoba.

Por ello, creemos que, a largo plazo, la empresa debería empezar a abrir sedes en dichos puntos con el objetivo de facilitar a los consumidores más información en caso de necesitar un trato presencial con la organización.

3. Expandir su presencia mediante franquicias.

Otra propuesta de actuación futura que Dobuss Project podría realizar sería la de franquiciar su marca.

El franquiciado suele ser un profesional independiente que, mediante los servicios que le son adquiridos, puede aumentar sus beneficios y con ello su reputación.

Por otra parte, el franquiciador (Dobuss) también aumentaría sus ganancias ya que un porcentaje de todos los beneficios obtenidos por parte del franquiciado sería recibido por el franquiciador. Algunos de estos beneficios vendrían condicionados por los derechos de alquiler, de licencia, de gestión, de publicidad y de canon de entrada.

Esto tiene una serie de ventajas sobre el franquiciador, puesto que pasaría a tener 2 líneas de negocio distintas: la primera sería su propia prestación de servicios y la segunda los pagos recibidos por parte de los franquiciados por venderle el know-how. Además, se produciría un ahorro en costes y en inversión con la ventaja de poder expandirse territorialmente y en nuevos mercados (Cuesta Valiño, 2004).

También se crearía una red minorista en la que Dobuss tendría un alto poder de negociación, ya que todos los profesionales independientes que adoptaran la franquicia quedarían bajo el amparo de Dobuss.

4. Rotación de la fórmula de trabajo de los puestos.

En Dobuss Projects existen 3 tipos diferentes de maneras de trabajar:

1- Físicamente, en el lugar de la empresa.

2- De manera telemática.

3- De manera híbrida, combinando las dos anteriores.

En nuestra opinión, podría convertirse en una desventaja que haya personas con el total de porcentaje de horas trabajadas de forma física en el local o, por el contrario, de forma online, desde su propio domicilio o el lugar que prefieran. Esto puede suponer, por ejemplo, que las personas que trabajan desde casa no tengan la oportunidad de conocer a sus compañeros de trabajo o establecer relaciones con ellos.

En este aspecto, Dobuss podría desarrollar una rotación en la manera de trabajar de las personas, de modo que todos los trabajadores puedan trabajar tanto físicamente como telemáticamente.

De esta forma, los empleados llegarían a tener una relación más cercana entre ellos que ayudaría a tener un mejor ambiente de trabajo. Como resultado, entre sus conversaciones podrían aportar un número de ideas mayor con relación al que tienen ahora, aumentando la eficiencia en todos los puestos de trabajo y, por lo tanto, un incremento de los beneficios.

Otra opción es tener un día de la semana obligatorio para trabajar en el local, de manera que ese día coincidan todos los empleados.

Agradecimientos

En nombre de los dos nos gustaría dar las gracias a todo el personal de Dobuss Project S.L. implicado en proporcionarnos información sobre la empresa que nos ha permitido tener el material necesario para poder realizar el trabajo.

Por último, hacer mención especial a Sandra M^a Sanchez, que nos ha acompañado durante todo el recorrido y que con su paciencia y dedicación, nos ha guiado y conseguido que saquemos lo mejor de nosotros mismos, de lo que estamos muy agradecidos.

Referencias

- Cuesta Valiño, P. (2004). La franquicia: una fórmula comercial con éxito en pleno crecimiento. *Distribución y consumo*, (78), 5-13. Disponible en: http://www.portaldocomerciante.gal/datos/biblioteca/franquicia_formulacomercial.pdf Ultima consulta: 7 de junio
- De Tendencias, I. U. E. O. (2017). B2B y B2C. *Mercatec*, 3(54). Disponible en: <https://esumer.edu.co/revistas/index.php/mercatec/article/view/141> Ultima consulta: 6 de junio
- De Tendencias, I. U. E. O. (2017). B2B y B2C. *Mercatec*, 3(54). Disponible en: <https://esumer.edu.co/revistas/index.php/mercatec/article/view/141> Ultima consulta: 6 de junio
- Dobuss Projects Sl. - Teléfono y dirección | Empresite.* (s. f.-b). Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España. Disponible en <https://empresite.economista.es/DOBUSS-PROJECTS.html>. Ultima consulta: 10 de abril.
- Escuela Europea de Empresa. (2023, 1 junio). Top 50: Mejores Agencias SEO de España 2023 | Escuela Europea de Empresa. *Escuela Europea de Empresa*. Disponible en: <https://escuelaeuropeadeempresa.eu/top-50-mejores-agencias-seo-de-espana/> Ultima consulta: 2 de junio
- Europa Press. (s. f.). Dobuss, único Partner de Google Adwords en Córdoba. europapress.es.
- Extradigital. (2022, 25 noviembre). La industria publicitaria crece en número de empresas y en cifra de negocio - EXTRADIGITAL - Agencias y Medios de Comunicación. EXTRADIGITAL - Agencias y Medios de Comunicación. Disponible en: <https://www.extradigital.es/la-industria-publicitaria-crece-en-numero-de-empresas-y-en-cifra-de-negocio-nac/> Ultima consulta: 23 de mayo
- Fonseca, D. M. (2010). Importancia del organigrama en una empresa. Disponible en: https://www.academia.edu/33131377/IMPORTANCIA_DEL_ORGANIGRAMA_EN_UNA_EMPRESA Ultima consulta: 3 de mayo
- Michael, E. (1990). Porter. The competitive Advantage of Nations. Disponible en: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> Ultima consulta: 12 de mayo
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). El precio. Tipos y estrategias de fijación. *EOI Marketing*, 4, 53. Disponible en: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/77713/el-precio-tipos-y-estrategias-de-fijacion> Ultima consulta: 1 de junio
- Pérez, J. P., & Polis, G. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031897004.pdf> Ultima consulta: 12 de mayo
- Thompson, I. (2006). Misión y visión. *Promonegocios.net*, 1-3. Disponible en: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html> Ultima consulta: 1 de mayo

Transformación digital de la pyme - Junta de Andalucía. (s. f.). Disponible en : <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/presidenciainteriordialogosocialysimplificacionadministrativa/areas/economia-digital/transformacion-digital.html> Última consulta: 5 de junio