

Traslada

Un amigo confiable para trasladarse y que la ayude en lo que necesita.

Autor:

Diego Gabriel Enriquez Rodriguez

**Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Estrategia de
Negocios Digitales**

Directores de trabajo de grado:

Ana Lucia Alzate Alvarado

Carlos Hugo Gómez

Jhon Jairo Cuadros González

Universidad Icesi

Facultad de ciencias Administrativas y Económicas

San Juan de Pasto, junio de 2023

TABLA DE CONTENIDO

	Pag
Resumen	¡Error! Marcador no definido.
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	7
Análisis de mercado.....	8
PROPUESTA DE VALOR.....	10
DEFINICIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO	11
Usuario de servicio.....	11
Compradores	11
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	12
Acompañamiento.....	12
Traslados.....	13
MODELO DE GENERACIÓN DE INGRESOS.....	15
MUESTRA DE SERVICIO - MVP	16
HIPÓTESIS CRÍTICAS.....	17
EXPERIMENTACIÓN	19
Experimentación aplicada	19
Experimento 1	20
Experimento 2.....	20
Experimento 3.....	21
Observaciones, aprendizajes y acciones.....	22
Propuesta de valor posterior a pruebas	26
Roadmap de negocio.....	26
Aprendizajes del proceso.....	27
Conclusiones	27

Bibliografía	29
ANEXOS.....	31
Anexo A	31
Anexo B	31
Anexo C.....	32
Anexo D.....	33
Anexo E	34
Anexo F	34
Anexo G.....	35
Anexo H.....	35
Anexo I.....	36
Anexo J.....	36
Anexo K.....	36
Anexo L.....	37

RESUMEN

Los mercados se están envejeciendo. Es una frase que está rondando en los diferentes entornos económicos debido al aumento de expectativa de vida a consecuencia de mejoras las áreas de salud y de cuidado personal. Por otro lado, a nivel social podemos encontrar un fenómeno de familias reducidas o sin hijos, lo que reduce la natalidad en términos globales comparando la misma variable en épocas pasada. A raíz de esto, surge un mercado denominado Economía plateada, donde se orienta la generación de servicios y productos para aquellos usuarios que envejecen pero que cuenta con la capacidad económica, cognitiva y social para disfrutar su vida de una manera diferente a lo que se espera. Traslada, surge como una idea de negocio que se orienta a este mercado ofreciendo mayor independencia personal a través de la optimización de la movilidad en la ciudad donde ejerce su servicio.

Palabras clave: Economía plateada, traslados, adulto mayor, propuesta de valor, experimentos, use persona, buyer persona, competencia, MVP, hipótesis.

Summary

Markets are getting older and older. It is a phrase going around in different economic environments due to the increase in life expectancy because of improvements in health and personal care. On the other hand, at a social level, we can find a phenomenon of reduced or childless families, which reduces the birth rate globally compared to the same variable in the past. As a result of this, a market called Silver Economy arises, where the generation of services and

products is oriented to those users who are aging but have the economic, cognitive, and social capacity to enjoy their lives in a different way than what is expected. Traslada emerges as a business idea oriented to this market offering greater personal independence through the optimization of mobility in the city where it provides its services.

Keywords: Silver economy, transfers, elderly, user persona, buyer persona

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

El envejecimiento es una etapa de nuestra vida que es inevitable a nivel biológico. Los avances tecnológicos en las áreas de salud y cuidado personal han dado como resultado una tendencia global que apunta al crecimiento en la población mayor. De hecho, se ha denominado Economía Plateada (o Silver Economy en su denominación en inglés), al mercado que reúne a aquellas personas mayores de 50 y/o 60 años a la cual nos estaremos refiriendo en el presente documento.

“La Economía Plateada es aquella parte de la economía global vinculada al cambio demográfico producido por el envejecimiento de la población cuyo enfoque se centra en las necesidades y demandas de los adultos mayores.”

(Sánchez, y otros, Aug 2020)

Teniendo en cuenta la anterior definición, y comprendiendo las dinámicas sociales y económicas en un contexto ágil como el actual, nuestros veteranos, requieren un tiempo distinto para la realización de tareas y servicios que se adecuen a su estilo de vida.

Hay diversos retos a nivel social y económico que abren un abanico de posibilidades de inversión. En éste documentos me enfocaré al rubro de

MOVILIDAD Y CONEXIÓN (Sánchez, y otros, Aug 2020)

Imaginemos el siguiente escenario:

Marta es una abuelita que necesita ser más independiente en sus traslados dentro de la ciudad. Sin embargo, al tener una movilidad reducida por una operación de rodilla, requiere un poco más de ayuda de lo usual. Si bien puede

contar con el apoyo de sus hijos/nietos; ellos, no pueden estar presentes todo el tiempo ya que trabajan durante el día y/o salen de viaje frecuentemente por motivos laborales y/o personales. Esto, genera una fricción en su objetivo de ser una persona más independiente. Ella no quiere sentirse como una carga, por consiguiente, requiere ayuda en la gestión de sus traslados.

¿crees que alguien (tu, un familiar, amigo) se puede identificar con esta situación? Hay una alta probabilidad de que sí. Y no solamente te pasa a ti, esta situación la compartimos varios. Analicemos el mercado. Ten presente a Marta de ahora en adelante, se nombrará en varios apartados.

Análisis de mercado

En la primera instancia del proyecto, me estaré enfocando en la ciudad de San Juan de Pasto, del departamento de Nariño, Colombia. El departamento cuenta con una población de 1.335.521. De los cuales, en el centro poblado, la ciudad de San Juan de Pasto congrega a casi la mitad de esta población siendo 647.595 el total en la ciudad. Del total de la ciudad nos enfocaremos en dos grupos poblacionales: el primero Mayores a 65 años que corresponde a 61.506 personas; y el segundo aquellas personas dentro de los 15 y 64 años que congrega a 452.690. (DANE, 2018)

Los grupos anteriormente mencionados nos dará una pauta para comprender el tamaño de mercado de las personas que posiblemente serían usuarios del servicio y compradores y/o contratistas de este. Más adelante en el documento estaremos revisando nuestro público objetivo para comprender la relevancia de esta división.

Ahora, adentrémonos en el rubro de traslados. Del total de la población de la ciudad, y tomando como referencia el estudio realizado por el Programa Ciudades Emergentes y Sostenibles (CES) de la División de Vivienda y Desarrollo Urbano del BID; encontramos que el 36% de las personas de Pasto utilizan algún medio de transporte público oficial como taxis y/o buses. De este porcentaje el 5% usan exclusivamente taxis. (Programa Ciudades Emergentes y Sostenibles, 2015)

Imagino que has tomado o tuviste que tomar un taxi para poder llegar a algún lugar. ¿cómo podrías definir tu experiencia en general? ¿has vivido situaciones donde el taxi convencional no cumple con los requisitos que necesitas? Me atrevería a suponer que sí. En una encuesta realizada para propósitos del presente trabajo, 45 personas respondieron a ésta última pregunta y el 91% han vivido situaciones donde un taxi convencional no cumple con lo que se requería para tu traslado. Ahora, pongamos en escena la situación de Marta, nuestra abuelita nombrada en párrafos anteriores. ¿Cómo te imaginas se puede sentir Marta? Ella tiene movilidad reducida y cuenta con todas las capacidades cognitivas para ser independiente, pero no lo puede hacer en un 100%. Y, por otro lado, siendo hijo, nieto, o la persona que cuida de Marta, ¿cómo te gustaría que la ayuden?

Por esta razón, creo **Traslada**, como una opción de transporte que ayuda a nuestras personas mayores que más queremos. El objetivo es que ganen mayor independencia y nosotros poder tener mayor tranquilidad en nuestro día a día ayudándolos en esta labor. ¡Conozcamos un poco más!

PROPUESTA DE VALOR

He descrito anteriormente un escenario que puede sonar familiar en nuestro entorno, o tal vez estamos atravesando una situación similar.

Por esta razón, Traslada tiene el propósito: **Facilitar la vida al adulto mayor brindando propuestas que fomenten su independencia personal.**

La propuesta de valor radica en brindar a Marta y a su familia la opción de **tener un amigo confiable para trasladarse y que la ayude en lo que necesita.**

Actualmente, el mercado cuenta con diversas opciones de traslado, por ejemplo, bus, taxi; como los componentes más tradicionales. En centro más poblados, opciones de traslado en plataformas digitales se hacen cada vez más recurrentes; sin embargo, su objetivo es el traslado per se. El servicio “WOW” que puedas recibir de los conductores, está basado más en una actitud de servicio personal que del servicio en sí mismo. Recordemos que una experiencia WOW se refiere más a la consistencia de ser mejor que el promedio (Courtney, 2021). A qué me refiero, un traslado lo puede hacer cualquiera con un vehículo; acompañarte y hacerte sentir que eres independiente en un entorno que te dice que no puedes, ¡hace la diferencia!

Traslada se quiere enfocar en esta experiencia de traslado donde un usuario, como Marta, pueda sentirse libre; y su hijo, Edgar, se siente tranquilo de dejar a Marta sola cuando tiene que salir de viaje. En conclusión, *se puede definir Traslada como un traslado con acompañamiento no médico.*

DEFINICIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO

Traslada contempla dos públicos objetivos que se dividen en: compradores y usuarios de servicio.

Usuario de servicio.

Se define a usuario de servicio a aquella persona que hace uso de los servicios brindados por Traslada. Es decir, aquella persona que posiblemente están en el rango etario mayor a 60 años y necesita un traslado y/o un acompañamiento más específico y detallado.

Es importante resaltar, que Traslada no se define como un servicio de traslado y/o acompañamiento médico. Por lo tanto, sus servicios se orientan a generar un aumento en la sensación de independencia a través de un acompañamiento no médico, más bien, de orden logístico, operativo y de conocimiento. La ficha técnica del **user persona** creado para el proyecto se podrá revisar al final del documento en la sección de Anexos. (**Anexo A**)

En el Anexo A

Como se puede ver, el objetivo de Marta es poder liberarse de la sensación de sentirse una carga para los demás. Este sentimiento lo despierta su limitación en el movimiento. A pesar de ello, es una persona en completa capacidad cognitiva y de salud.

Compradores

Se define como aquella persona que contrata el servicio de Traslada. Esta persona puede ser el mismo usuario y/o la persona que tiene a cargo a un adulto mayor o persona que usará el servicio.

Para los compradores, no se define un límite de edad y/o característica. Sin embargo, para efectos del ejercicio académico se define un **buyer persona**. Al final del documento se encontrará la ficha técnica de cómo sería un comprador habitual. (**Anexo B**)

Como se puede observar, el objetivo de Edgar es poder disfrutar con su familia y lograr tener un respaldo con las responsabilidades que tiene con su madre a nivel logístico cuando él no se encuentre disponible para ella.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para esta sección debemos tener en cuenta dos factores fundamentales: Los traslados y el acompañamiento.

Acompañamiento

Existen diferentes tipos de empresas que ofrecen servicios similares, sin embargo, los enfoques son completamente diferentes. Dentro de este tipo de competencia podemos nombrar los asilos de ancianos y/o empresas de enfermería domiciliaria, quienes, en su conjunto tiene claras diferencias en la propuesta de valor con base al tipo de servicio ofrecido.

La aproximación a un servicio sustitutivo es realizada por diferentes grupos o personas que pueden ser: Servicios de enfermeras. Su labor se encarga principalmente en visitar a los pacientes, supervisar la condición médica, su aseo y confort, trabajo que se realiza en turnos que varían entre tiempo completo o parcial. En un gran porcentaje, el servicio de acompañamiento se orienta cubrir necesidades con enfoque médico.

Es por la razón anterior que el enfoque que busca el acompañamiento para realizar diferentes actividades de entretenimiento, lúdicas, deportivas o acompañamiento que no sea médico en el hogar, es una oportunidad que no se encuentra atendido en el momento.

Traslados

El rubro de traslado es uno de los más antiguos y posee una gran fuerza en el mercado. Se puede encontrar empresas de traslados de servicio público y/o privado con el objetivo de transportar una persona o mercancías de un punto A hacia un punto B en un territorio determinado. Al igual que en el rubro de acompañamiento, existen diferencias en la propuesta de valor con base al tipo de servicio ofrecido.

Los grandes jugadores en el rubro traslados público local son: Coonartax, Expreso Juanambú, y Cootaxlujo. Estas empresas son cooperativas de taxistas que brindan servicio base de transporte de pasajeros y mercancías. Con la aparición de las nuevas tecnologías y con el objetivo de brindar una mejor experiencia, podemos hablar de empresas como InDrive y Transportesejecutivos.com. Éstas últimas, son compañías prestadoras de servicio de traslado de cobertura nacional. Si embargo, hay una carencia en los traslados que ayuden a generar independencia en el público objetivo. Es por esto por lo que se convierte en una oportunidad de negocio.

Con base a lo anterior, me animo a ofrecer un adelanto del mapa de posicionamiento del negocio (**Anexo C**). Esta herramienta me ayuda a identificar las posiciones existentes de los productos de la empresa Traslada y los de la

competencia mencionada. (Ulacia Oviedo, 2021) Para esta ocasión se define las variables Digitalización (eje vertical) y Personalización de servicio (eje horizontal).

Las grandes empresas de traslado locales tienen un enfoque tradicional sin ofrecer una opción de digitalización (aplicación o web app) donde se pueda reservar servicios y o personalizar solicitudes. Su principal contacto son los servicios de “radio taxi”, WhatsApp y o teléfono de línea fija. Además, las páginas web tiene un componente altamente informativo de misión, visión y logros realizados para los asociados a las cooperativas. Por otro lado, tenemos a las empresas de cobertura nacional, que cuenta con un componente digital de medio a alto, sin posibilidad de personalización de servicios. La coordinación de traslado se realiza por la plataforma y no cuenta con un contacto directo con la empresa.

Traslada, ve una oportunidad en el vacío de servicio de traslados y el acompañamiento. Su objetivo es poder brindar una opción tecnológica para aquellos usuarios con conocimientos digitales y una opción tradicional para las personas con menor conocimiento digital. Además, la propuesta de valor del servicio se basa en el acompañamiento personalizado, es por esto por lo que no se evidencia una competencia directa. Sin embargo, para el ejercicio de mapa de posicionamiento, Traslada se ubica en el cuadrante superior derecho donde resaltarán por su propuesta única de servicio.

MODELO DE GENERACIÓN DE INGRESOS

Traslada se enfocará en implementar y ganar el mejor provecho del modelo de negocio Agregador o en su denominación en inglés Aggregator Business Model.

El modelo agregador tiene como base el networking, con el objetivo de conectar a varios negocios y/o personas que ofrecen un servicio, bajo una marca corporativa única. (Sama, 2022)

Teniendo en cuenta la definición del modelo de negocio, podemos decir que Traslada:

Desde la perspectiva del usuario, cuenta con un servicio que le facilitará el poder resolver una necesidad. Por otro lado, desde la perspectiva del conductor y/o asistente persona, obtendrá de Traslada la capacitación y un número de clientes para poder generar ingresos por un porcentaje del valor del servicio.

Como se ha comentado anteriormente, el objetivo de Traslada es facilitar la vida del adulto mayor y su familia ayudándolos a generar más independencia. Este modelo de negocio permite enfocar las energías y recursos para conectar la necesidad de Marta y su familia a una solución sin mucho esfuerzo.

A modo de ejemplo, tenemos que en Pasto una carrera de Taxi cuesta \$6500, este valor se toma como base de servicio de traslado. El objetivo de Traslada es cobrar una comisión del total del servicio entre el 20 al 25% del acompañamiento, posterior al pago de la tarifa base del traslado.

Se estima que el servicio de Traslada tendrá una tarifa mínima de aproximada \$15.000 pesos colombianos.

MUESTRA DE SERVICIO - MVP

Traslada permite a sus usuarios poder programar traslados con un conductor de confianza desde cualquier parte. La combinación de offline y online, permite ser una propuesta versátil para sus usuarios. Una opción más tradicional de contacto (teléfono/whatsapp) y una web app para el contacto online.

A continuación, daré a conocer la opción online que se podrá en funcionamiento a través de un sitio web responsive. Abajo, encontrarán algunas imágenes de objetivo de en cada sección y se puede ingresar para ver su funcionamiento y navegabilidad a través en el siguiente enlace: [PROTOTIPO](#).

Las principales funcionalidades para el MVP son (**Anexo D**):

- **Home de plataforma** – En esta sección se explicará la propuesta de valor de servicio
- **Home solicitud** – Opción de coordinar un servicio para otra persona o para sí mismo.
- **Detalles del servicio** – Dará a conocer las condiciones del servicio y proceso de reserva.
- **Formulario de solicitud** – Es la sección para poner los detalles de la solicitud
- **Confirmación de solicitud** – Muestra confirmación de solicitud y promesa de contacto.
- **Formulario contacto** – Sección para ponerse en contacto con la empresa.

HIPÓTESIS CRÍTICAS

Al revisar los dolores principales que los usuarios que pueden usar Traslada, se generan las siguientes hipótesis:

- **Deseabilidad**

- Propuesta de valor es adecuada para el segmento de clientes al que se plantea servir Traslada.
- Se requiere canales online y offline para la solicitud y gestión de servicios.
- La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.
- El segmento el cliente si bien es susceptible a precios, reconoce la calidad de servicio y pagaría una diferencia para lograr sus objetivos.
- El usuario de servicio requiere ayuda adicional en sus labores del día a día y encuentra valor en la ayuda de un asistente personal.

- **Factibilidad**

- Traslada cuenta con conductores y asesores que cuentan con vocación de servicio y disposición de aprendizaje de nuevas perspectivas de servicio.
- La empresa cuenta con los recursos necesarios para poder brindar un servicio de calidad.

- **Viabilidad**

- Determinar cuál es precio máximo que un usuario estaría dispuesto a pagar por un traslado personalizado y asistente personal.
- Validar si el costo de servicio cubre los costos operativos de funcionamiento de traslado.

Teniendo en cuenta lo anterior y filtrando por los atributos más importantes a validar, se presenta el mapa de prioridad. (**Anexo E**):

Deseabilidad

La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.

Este criterio es fundamental validar ya que define el verdadero valor que Traslada puede ofrecer. La intención del servicio es poder liberar de la carga operativa de los cuidadores brindando independencia a los adultos mayores en sus día a día.

Factibilidad

Traslada cuenta con conductores y asesores que cuentan con vocación de servicio y disposición de aprendizaje de nuevas perspectivas de servicio.

El componente humano de los asesores es un factor crítico al momento de brindar el servicio. Por lo tanto, se requiere tener un personal capacitado y con gran vocación de servicio para la ejecución de una asistencia con altos estándares de calidad. Además, los conductores al salir de la zona de confort de manejar necesitan tener disposición de aprendizaje de nuevas experiencias de servicio.

Viabilidad

Determinar cuál es precio máximo que un usuario estaría dispuesto a pagar por un traslado personalizado y asistente personal.

Este punto determinará la generación de ingresos en la empresa. Por lo tanto, comprendiendo que es un segmento que suele ser susceptible al precio, se requiere validar la disposición a pagar por valor de servicio diferenciado.

EXPERIMENTACIÓN

La validación de hipótesis se realiza a través de 3 experimentos. El enfoque en esta etapa se orienta a la perspectiva del usuario / comprador de servicio.

La hipótesis de factibilidad con los conductores requiere un componente legal el cual requiere una mayor disponibilidad de tiempo e investigación. Este punto se estará agregado en el mapa de ruta se mostrará más adelante.

Experimentación aplicada

Para la primera hipótesis se realizan dos experimentos: **Encuestas de validación + Mago de OZ.**

Se escoge estos dos experimentos para la validar la deseabilidad del servicio. En una primera instancia con la **encuesta de validación** se busca conocer lo relacionados a los siguientes objetivos:

- Rango etario interesado en el servicio
- Comprensión en la usabilidad de la plataforma
- Intención de uso de servicio + para quién coordinaría un traslado
- Ponderación de características deseables en los traslados
- Precio dispuesto a pagar

- Recomendación de servicio.

Experimento 1

Hipótesis: *La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.*

Experimento: Encuestas de validación – Test card (**Anexo F**)

Encuesta: [Link de encuesta](#)

Validar: Encuesta online de validación intencionalidad de uso de servicio y validar si han tenido inconvenientes con traslados tradicionales

Medición: Porcentaje de personas que han tenido inconvenientes con traslados tradicionales y desean utilizar una nueva alternativa como trasladada debido a las características de servicio.

Criterio: El 80% de los encuestados han tenido inconvenientes con servicios de traslado tradicionales y un porcentaje similar cuenta con un interés de uso de servicios como Traslada.

En una segunda instancia, se realiza el experimento **Mago de OZ**. Esta prueba de servicio se realiza con potenciales usuarios que también fueron respondiendo las encuestas.

Experimento 2

Hipótesis: *La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.*

Experimento: Encuestas de validación – Test card (**Anexo F**)

Encuesta: [Link de encuesta](#) para coordinación de servicio.

Validar: Las personas coordinan servicios

Medición: Porcentaje de personas que se interesan por un servicio de traslado y su disposición de pago por el servicio.

Criterio: Si de las personas que tomaron el servicio, más del 50% probaría el servicio nuevamente.

Experimento 3

Por último, con la misma **encuesta de validación** del experimento se evalúa la segunda hipótesis relacionada intención de disposición de pago de servicio.

Hipótesis: *Determinar cuál es precio máximo que un usuario estaría dispuesto a pagar por un traslado personalizado y asistente personal.*

Experimento: Encuestas de validación – Test card (**Anexo F**)

Encuesta: [Link de encuesta](#)

Validar: Encuesta online de validación intencionalidad de uso de servicio + presupuesto dispuesto a pagar

Medición: Porcentaje de personas que se interesan por un servicio de traslado y su disposición de pago por el servicio.

Criterio: La intención de pago de servicio se acerca al estimado propuesto de servicio que es \$15.000 pesos colombianos.

Observaciones, aprendizajes y acciones

Hipótesis: *La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.*

El total de encuestas respondidas: 46

El rango etario de las personas que respondieron la encuesta se encuentra dentro de las edades esperadas para un posible comprador del servicio de traslado. Los dos rangos de edad que respondieron fueron 36 a 45 y 46 a 55, entre ambos rangos se reúne un 48% del total. Sorprendentemente, encontramos que el siguiente rango de edad que respondió la encuesta fue 25 a 35 comprendiendo un 30%. **(Anexo G)**

La encuesta se realizó posteriormente a que las personas evaluadas, tuvieron contacto con el prototipo de la plataforma. Dentro de las preguntas se indaga sobre las experiencias que han tenido con servicios tradicionales y se evidencia que el 91% de los encuestados han tenido alguna situación donde los servicios de traslado tradicional no cumplen con los requisitos que ellos necesitan. Además, se indaga sobre a quién le ha pasado estas situaciones (familiar y/o amigos, a la misma persona o ambos); y se evidencia que el 63% informan que ambos grupos han sido afectados. También se pregunta sobre la intencionalidad de uso de un servicio como Traslada con 100% de favorabilidad. **(Anexo H)**

Tomando como base las respuestas anteriores, puedo inferir que el servicio de Traslada despierta el interés de las personas encuestadas. Las validaciones se cumplen ya que más del 80% de las personas expresan inconformidad con el

servicio tradicional del traslado y hay un 100% de aceptabilidad para nuevos servicios que puedan adaptarse a sus necesidades. Por lo anterior, uno de los siguientes pasos es poder conocer qué tipos de servicios pueden llegar a necesitar las personas, y para ello, las pruebas de Mago de Oz, nos dará una idea global de las expectativas que tiene un usuario.

Hipótesis: *Determinar cuál es precio máximo que un usuario estaría dispuesto a pagar por un traslado personalizado y asistente personal.*

El total de encuestas respondidas: 46

Con relación a la disposición a pagar, se identifica que el 24% de los encuestados consideran que +10.000 pesos es el valor adicional que estarían dispuesto a pagar por el servicio de traslado + acompañamiento. En una segunda instancia, se encuentra la opción de sólo pagar el traslado. **(Anexo I)**

Dentro de la opción otros, encontramos diversas respuestas a considerar como aprendizaje del proceso para la determinación de precios. **(Anexo J)**

Se debe considerar en las próximas evaluaciones, la definición de expectativas de servicio en términos de distancia, tiempos y tipo de asistencia a necesitar.

Respecto a la aplicación de experimento podemos decir que se debe trabajar en la determinación de precios, sin embargo, el precio determinado como base de servicio no es tan alejado de la realidad de un cuarto de las personas encuestadas. Se debe tener muy presente de resaltar el valor y beneficio del servicio a aquellas personas que ven en Traslada como una opción de valor para ahorrar tiempo, y como apoyo en sus actividades diarias. Debo considerar un

segmento objetivo con mayor ingreso ya que están dispuestos a pagar el diferencial que ofrece el servicio.

Hipótesis: La propuesta de valor brinda tranquilidad y aporta a la independencia del adulto mayor que usaría el servicio liberando carga a los cuidadores.

Se realiza una prueba de servicio gratuita para conocer la dinámica de los usuarios ante la posibilidad de personalizar un servicio de traslado. Debido a temas de tiempo, se realiza la totalidad de 6 servicios de 8 solicitudes.

Se toma la muestra de 8 solicitudes debido a tiempos y coordinación de los mismo, si bien han llegado más solicitudes, las pruebas se hacen nivel personal sin uso de intermediarios, por lo que hay una limitación de disponibilidad.

Los interesados debían completar un formulario con los datos de la solicitud de servicio brindando: dirección de recogida, destino, hora, y petición personalizada.

Dentro de los servicios se pudo realizar:

- Traslado sólo ida – Personalización música
- Traslado ida y regreso – Tiempo amplio de espera por motivo de visita familiar
- Traslado ida y regreso – Varios destinos, carga de elementos por evento
- Traslado sólo ida – Recoger a niños de actividades extracurriculares
- Traslado sólo ida – Envío de paquetería
- Traslado sólo ida – Varios destinos + personas

Posteriormente al servicio, se envió una encuesta para determinar: recomendación de servicio, posibilidad de recontractación, y validación de disposición de precio a pagar.

Dentro de los hallazgos se encuentra que el servicio gusta y el 100% de las personas que respondieron la encuesta, recomendarían a un familiar o amigo. Además, se consulta sobre la posibilidad de contratación reiterada y se evidencia que las personas se interesan por servicios como Traslada ya que facilitan la búsqueda de opciones. Para opción de recontractación se pregunta sobre la opción de suscripción por varios servicios o por un solo uso. Los hallazgos muestran que las personas se interesan por opción sencillas de coordinación y buscan un precio favorable por un re-uso. Es decir, si contratan una suscripción esperan algún beneficio respecto al precio de los traslados; ejemplo, descuentos. Este insight se consigue por entrevista con los usuarios durante el servicio.

Al preguntar nuevamente respecto al precio, se resalta la necesidad de determinar un precio teniendo en cuenta la asistencia que se requiere. Aquellas personas que pusieron un valor más alto corresponden a servicios de asistencia que necesitan de más tiempo.

Con base a lo anterior, se puede inferir que la tercera hipótesis se cumple dado que hay intención de recontractación de servicio. De igual forma, debido al tiempo y cantidad de servicios prestado, se necesita aumentar las pruebas de servicio para obtener una muestra más significativa.

Propuesta de valor posterior a pruebas

La propuesta de valor de Traslada radica en ser un amigo confiable para trasladarte y ayudarte en lo que necesitas. Si bien su propuesta inicial se enfoca en los adultos mayores y la generación de independencia, se evidenció en las pruebas de uso que hay muchas personas que requieren una asistencia para sus actividades del día a día, madres con sus hijos, eventos, envío de paquetes. Resulta interesante abrir el abanico de servicios, sin olvidar el propósito principal de la propuesta de valor.

Por otro lado, el MVP requerirá una modificación para la cotización de servicios ya que es un feedback recurrente el tema precio considerando el tipo de asistencia, tiempo, y distancia. Es necesario crear un apartado en la plataforma que dedique la aclaración de dudas respecto a este tema.

A pesar de lo anterior, los hallazgos validan que la propuesta de Traslada es de interés y tiene un mercado potencial a desarrollar.

Roadmap de negocio.

Para poder lograr que el negocio se implemente se requiere realizar más pruebas de servicios con el objetivo de indagar en profundidad los hallazgos encontrados hasta el momento en términos de precio, tipos de servicio esperados, entre otros.

Además, se debe iniciar la validación del otro aspecto del negocio que corresponde con los asistentes personales y conductores. Para esto, se debe realizar una profundización en expectativas y temas legales + administrativos en términos de contratación. Un esquema tentativo de trabajo (**Anexo L**).

Aprendizajes del proceso

Esta etapa ha sido de grandes aprendizajes que pueden aplicar en nuestro día a día. El poder centrarse en la solución de problemas que permiten generar impacto es lo que hace que las empresas tengan una relevancia en el tiempo dentro de un mercado tan dinámico como el que vivimos actualmente.

Ponerme a mismo en un escenario de creación con base a la información recolectada, convierte las ideas en algo más tangible. Salir del confort de pensar al actuar es el principal aprendizaje de mi proceso. Definir metas realistas e iterar ayuda a que grandes ideas se puedan ejecutar en el tiempo. ¡No todo puede ser implementado ya! Se debe comprender el tiempo dentro del proceso que estamos armando y ejecutando porque es ahí donde se puede descubrir y ajustar el verdadero valor de las ideas.

En definitiva, no es imposible generar empresa o nuevas ideas, es arriesgarse a probar y brindar el mejor valor que podamos brindar.

Conclusiones

El proceso de formación de una empresa utilizando los modelos de Design Thinking e iteración de procesos puede brindar una serie de aprendizajes valiosos. Como profesionales en el armado y gestión de estrategias de negocios digitales, debemos conocer y hacer uso de las herramientas que nos permitan obtener el mayor feedback de los usuarios para validar y ajustar las propuestas de valor. En este caso, Traslada es el resultado de la investigación de necesidades reales de clientes y el desarrollo del proyecto se muestra la aplicación de los conocimientos adquiridos.

Empatía y comprensión del cliente: Design Thinking fomenta la empatía y la comprensión profunda de los clientes. Comprender mejor las necesidades y frustraciones de tus clientes potenciales ayudará a crear productos y servicios que realmente resuelvan sus problemas.

Prototipado rápido y prueba iterativa: La iteración de procesos se centra en crear prototipos rápidos y en recibir comentarios constantes para mejorarlos. Estos ciclos de retroalimentación permitirán aprender rápidamente y adaptarte según los comentarios recibidos, lo que a su vez puede ahorrar tiempo y recursos valiosos.

Fallar rápido y aprender de los errores: A medida que se prueba y experimentas con diferentes ideas y prototipos, es probable que encontremos fallas y desafíos. Sin embargo, cada error es una oportunidad de aprendizaje para mejorar las soluciones en función de los resultados obtenidos.

Adaptabilidad y flexibilidad: Estos enfoques enseñan a ser adaptable y flexible en el proceso de formación de empresa. A medida que obtengas nuevos conocimientos y comentarios, es posible que necesites ajustar y redirigir tu estrategia en función de las circunstancias cambiantes del mercado y las necesidades de los clientes.

Reitero que, tanto a nivel personal como en una perspectiva más general, no es imposible innovar. La diferencia que podamos generar en nosotros mismos y en los productos y/o servicios que administremos o creamos radicará en poder ofrecer lo mejor que tenemos al servicio de las personas.

Bibliografía

Courtney, P. (27 de Jun de 2021). *Creating The WOW Experience*. (S. Hyken, Entrevistador)

DANE, C. G. (2018). *DANE COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Hyken, S. (27 de Jun de 2021). *Creating The WOW Experience*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2021/06/27/creating-the-wow-experience/?sh=287333adab60>

Programa Ciudades Emergentes y Sostenibles. (24 de Jun de 2015). *Inter-American Development Bank*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/desarrollo-urbano-y-vivienda/programa-ciudades-emergentes-y-sostenibles>

Sama, R. (2 de Jun de 2022). *Aggregator Business Model: A Complete Guide*. Obtenido de LinkedIn2: <https://www.linkedin.com/pulse/aggregator-business-model-complete-guide-raman-sama/>

Sánchez, M., Stampini, M., Ibararán, P., Vivanco, F., Castillo Martínez, P., Buenadicha Sánchez, C., . . . Okumura, M. (Aug 2020). *The Silver Economy in Latin America and the Caribbean: Aging as an Opportunity for Innovation, Entrepreneurship, and Inclusion*. *Publicaciones Inter-American Development Bank*, 40.

Ulacia Oviedo, Z. S. (5 de Mayo de 2021). *Los mapas de posicionamiento: una alternativa para determinar competidores*. Obtenido de Conciencia Digital: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i2.1.1707>

ANEXOS

Anexo A

Figura 1 - Traslada – User persona

Personalidad
Alegre, gran sentido del humor y le encanta socializar. En las tardes siempre busca algo para hacer como ir a la casa de sus nietos, su hermana o el grupo de la tercera edad con la que organizan viajes. Además, los fines de semana le gusta ir a su pueblo de origen al campo, que es cerca de la ciudad.

Costumbres
Le gusta cocinar para compartir en familia cuando la visitan. Va a misa durante la semana. Aprovecha a sumarse al familiar con auto disponible para que la trasladen para sus trámites, ya que le tendrán paciencia por sus problemas en las rodillas que la hacen caminar más lento.

Frustraciones
Si bien aprovecha del familiar con auto libre, no quiere sentir que está "obligando" a alguien a que la acompañe a sus trámites. Al tener un problema en la rodilla, hace su caminar más lento y algunos conductores taxi no tienen la paciencia que ella necesita. Si comprenden sus tiempos, ella no dependería de los demás.

Metas
Disfrutar con su familia y no sentirse dependiente a que alguien la traslade o agarrar algún taxi que no comprenda sus necesidades.

Relación con el servicio
El servicio le permitirá a Marta de disfrutar de su tiempo a su criterio y no depender de otros para poder transportarse.



Marta

Edad: 70
Ubicación: San Juan de Pasto, Colombia
Ocupación: Ama de casa
Ingresos: Medio - Bajo
Uso de Tecnología: nulo
Redes Sociales: ninguna

 Traslada

Nota: Imagen de autoría propia

Anexo B

Figura 2 - Traslada – Buyer persona

Personalidad
Alegre, tímido, pero cuando entra en confianza tiene un gran sentido del humor. Además, le gusta estar con sus amigos cercanos y familia. Al ser un trabajador independiente, tiene mayor flexibilidad de tiempo. Cuando trabaja, viaja mucho por varios días.

Costumbres
Viaja mucho por trabajo. Cuando está en casa si bien administra su tiempo, debe estar en seguimiento de contratos. En casa le gusta ver TV, escuchar radio al levantarse y jugar voleibol los domingos. Todos los días que puede siempre está con su madre al medio día.

Frustraciones
No contar con el tiempo suficiente de estar más pendiente de sus padres ya que viaja bastante. No contar con personas de confianza para que estén con su madre cuando está de viaje. Ama a su madre y es el que está más pendiente de ella ya que sus hermanos viven por fuera de la ciudad.

Metas
Disfrutar de sus logros alcanzados y del tiempo disponible en familia.

Relación con el servicio
El servicio le permitirá a Edgar tener un respaldo cuando no se encuentra en la ciudad y estar tranquilo con los traslados que necesita su madre.



Edgar

Edad: 54
Ubicación: San Juan de Pasto, Colombia
Ocupación: Independiente
Ingresos: Medio-Alto
Uso de Tecnología: mínimo
Redes Sociales: TikTok - Usa WhatsApp para comunicarse.

 Traslada

Nota: Imagen de autoría propia

Anexo C

Figura 3 - Traslada – Mapa de posicionamiento



Nota: Imagen de autoría propia

Anexo D

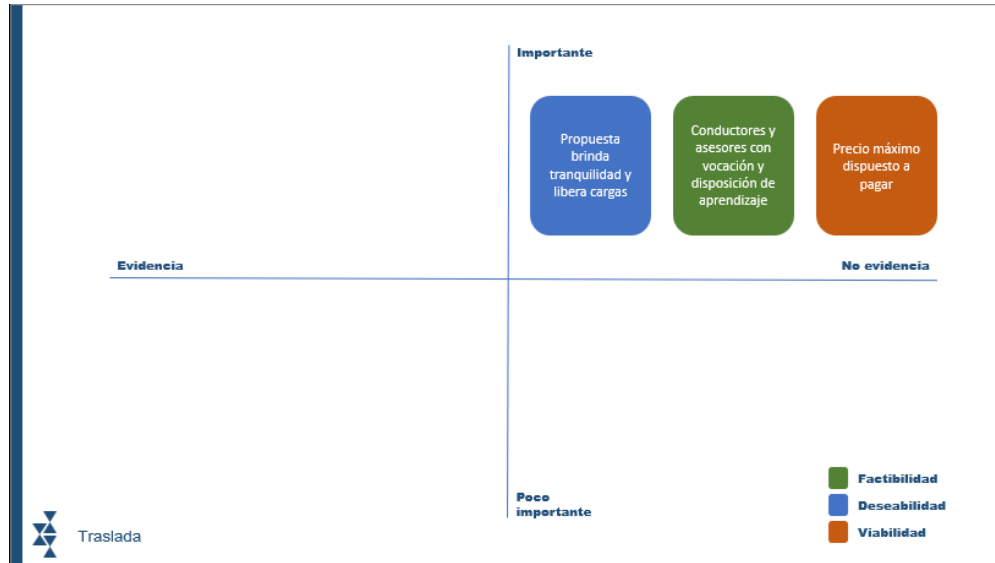
Figura 3 - Traslada – MVP

Nota: Imagen de autoría propia

Home de plataforma propuesta de valor	Home Solicitud de servicio	Solicitud de servicio detalles de servicio	Formulario solicitud servicio	Confirma solicitud	Formulario contacto
<p>Cuidarte o cuidar de alguien que amas, es sencillo.</p> <p>Traslada es una iniciativa de traslados que ayuda a conectarte con la ciudad sin preocupaciones.</p> <p>Es tener un amigo confiable para trasladarte y que te ayude en lo que necesitas.</p> <ul style="list-style-type: none">- Traslado sólo ida, o ida y regreso.- Tiempo de tolerancia de espera por trayecto.- Acompañamiento con asistente personal- Personalización de trayectos.- Contratación de conductor- Asistente personal- Y mucho más, preguntanos por lo que necesites. <p>Quieres conocer más? Solicita una prueba de servicio con 30% de descuento*</p> <p>Prueba de servicio</p> <p>Tienes preguntas? No te preocupes.</p> <p>Contáctanos</p> <p>Traslada S.A. San Juan de Pasto Nariño - Colombia</p> <p>Cra 18A # 9 - 106 Tel: 3115889170</p> <p>Contáctanos:</p>	<p>Hola!</p> <p>Espero que estes muy bien. En qué te puedo ayudar?</p> <p>Servicio para mi</p> <p>Servicio para otra persona</p>	<p>Tu sabes dónde quieres ir. Nosotros te ayudamos a llegar</p> <p>¿Cómo reservar?</p> <p>Traslada se encarga de conectar con el servicio de traslado y asistente personal que requiere para tus trámites.</p> <p>La coordinación requiere mínimo, 30 min de antelación.</p> <p>¿Qué debo hacer?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Completa el formulario o escribenos por whatsapp.2. Nuestro equipo valida la solicitud y se contactará contigo.3. Confirma y paga tu servicio.4. Disfruta de un servicio personalizado hecho a la medida de tus necesidades. <p>Tarifa base traslado por tramo \$10.000*</p> <p>*Incluye: - Personalización de servicio - Tiempo de tolerancia espera - 30 min. - Asistente personal</p> <p>Reservar</p> <p>Página principal</p>	<p>Reservar</p> <p>Nombre y apellido</p> <p>Teléfono</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Tipo de servicio</p> <ul style="list-style-type: none">• Sólo ida• Ida y regreso• Personalizado <p>Dirección de recogida</p> <p>Dirección de destino</p> <p>Fecha de servicio</p> <p>Hora de servicio</p> <p>Solicitud especial</p> <p>Reservar</p>	<p>Solicitud de servicio enviada</p> <p>Una persona de nuestro equipo te contactará a la brevedad.</p> <p>Servicio</p> <p>Juana Martínez 321187464527</p> <p>Ida Cra 23 # 6 - 16 - La colina</p> <p>Regreso Calle 1C # 5 - 13 - Atahualpa 24 - 05 - 2023 - 4:30 PM</p> <p>*Necesito que me lleven y después pasen por mí cuando termine mi cita médica para ir a casa de mis nietos.*</p> <p>Traslada S.A San Juan de Pasto Nariño - Colombia</p> <p>Cra 18A # 9 - 106 Tel: 3115889170</p> <p>Contáctanos:</p>	<p>Contactar</p> <p>Nos encantaría saber de tí y lo que piensas. Si tienes consultas, estamos para ayudarte!</p> <p>Nombre y apellido</p> <p>Teléfono</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Pregunta/Solicitud</p> <p>Enviar</p> <p>Traslada S.A San Juan de Pasto Nariño - Colombia</p> <p>Cra 18A # 9 - 106 Tel: 3115889170</p> <p>Contáctanos:</p>

Anexo E

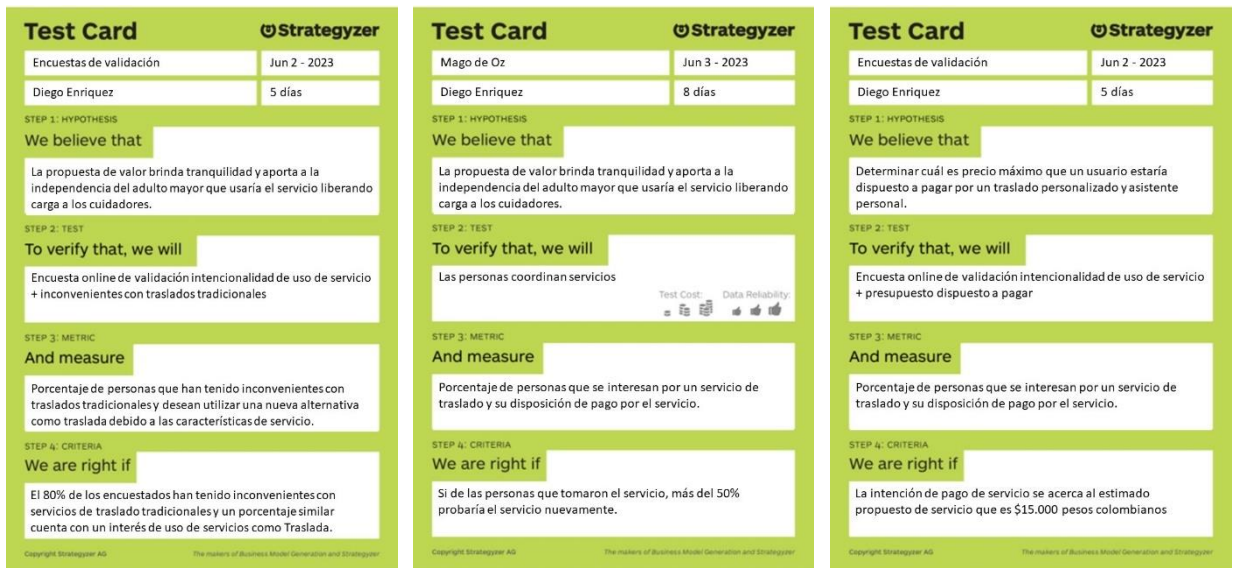
Figura 4 - Traslada – Mapa de prioridad



Nota: Imagen de autoría propia

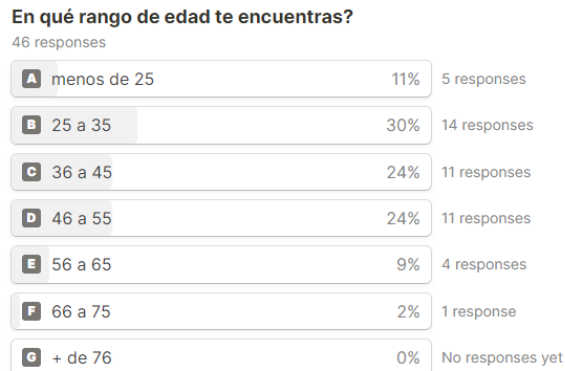
Anexo F

Figura 5 - Traslada – Test card



Anexo G

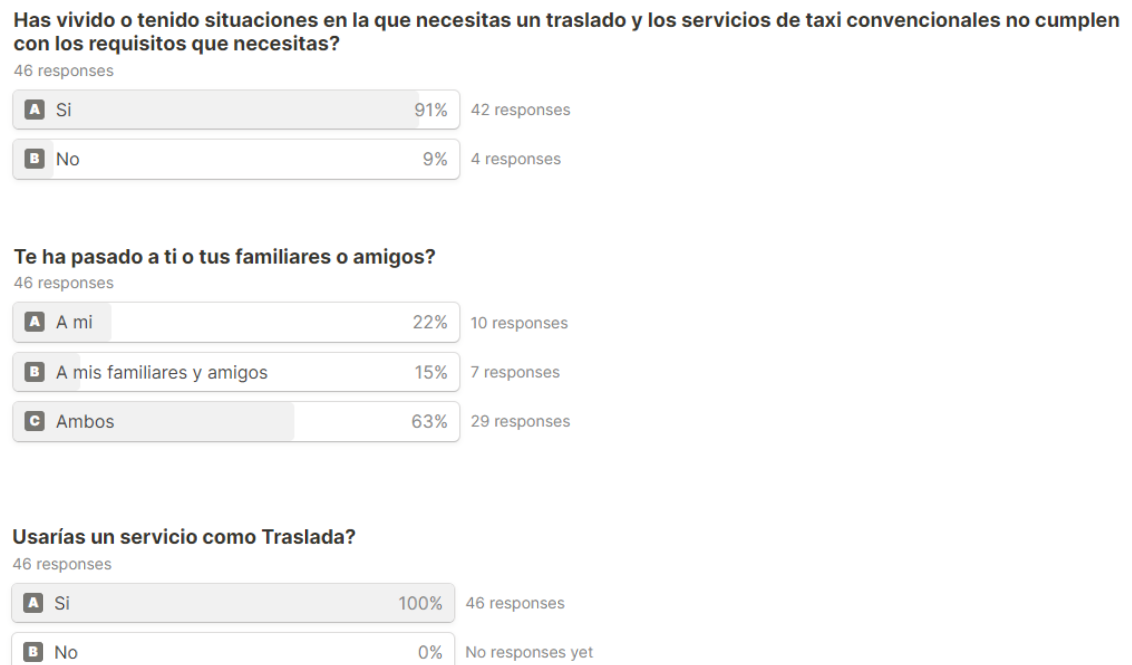
Figura 5 - Traslada – Resultados Rango Edad



Nota: Imagen tomada de los resultados de encuesta realizada

Anexo H

Figura 5 - Traslada – Resultados situación taxi convencional + Intención de uso



Nota: Imagen tomada de los resultados de encuesta realizada

Anexo I

Figura 5 - Traslada – Resultados situación taxi convencional + Intención de uso

Por último, si pidieras un servicio personalizado de traslado + asistente personal, qué rango de precio estarías dispuesto a pagar?

46 respuestas

A	Sólo lo del traslado	24%	11 respuestas
B	Lo del traslado + 2000	17%	8 respuestas
C	Lo del traslado + 5000	22%	10 respuestas
D	Lo del traslado + 10.000	24%	11 respuestas
E	No me interesa tomar un servicio así	0%	No responses yet
F	Otro	13%	6 respuestas

Nota: Imagen tomada de los resultados de encuesta realizada

Anexo J

Figura 5 - Traslada – Resultados otros montos con disposición de pagar

Si seleccionaste otro, Cuánto?

6 respuestas

Depende de las distancias

El Qie correo si da justamente por la prestación del servicio de asistente

Puede ser más considerando la asistencia necesitada, tal vez \$20.000

30.000 mínimo adicional depende del lugar! La distancia y que se va a trasladar

Lo justo por la distancia recorrida

+20.000

Nota: Imagen tomada de los resultados de encuesta realizada

Anexo K

Figura 5 - Traslada – Opción de contratación

Si tuvieras la opción de escoger un servicio como el que tuviste, cómo lo contratarías?

4 respuestas

Por traslado y/o solicitud	25%	1 response
Podría tener una suscripción mensual por una cantidad de traslados (para ti sólo o familiares/amigos)	75%	3 respuestas
Otro	0%	No responses yet

Nota: Imagen tomada de los resultados de encuesta realizada

Anexo L

Figura 5 - Traslada – Mapa de ruta año 2023/ 2024

ACTIVIDADES	MES 2023											
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Pruebas de servicio - Mago de oz												
Indagación de tipos de servicio												
Determinación de propuesta económica												
Viabilidad legal y técnica												
Estudio con conductores												
Planteamiento de nuevo MVP												
Asesoramiento formación empresa												
Consultoría mentor												
Montar página web												
Formar perfiles de contratación												
Acuerdos con conductores + asistentes												
Prueba piloto servicio												