

La Travelería

VIAJES A LA CARTA



**TRABAJO DE GRADO
APLICACIÓN LA TRAVELERÍA**

ESTUDIANTES:

LUZ ÁNGELA PALOMINO C.

JOSE WILSON GIRALDO R.

TUTORES:

ANA LUCÍA ALZATE ALVARADO

JHON JAIRO CUADROS GONZÁLEZ

JUAN GUILLERMO SÁNCHEZ

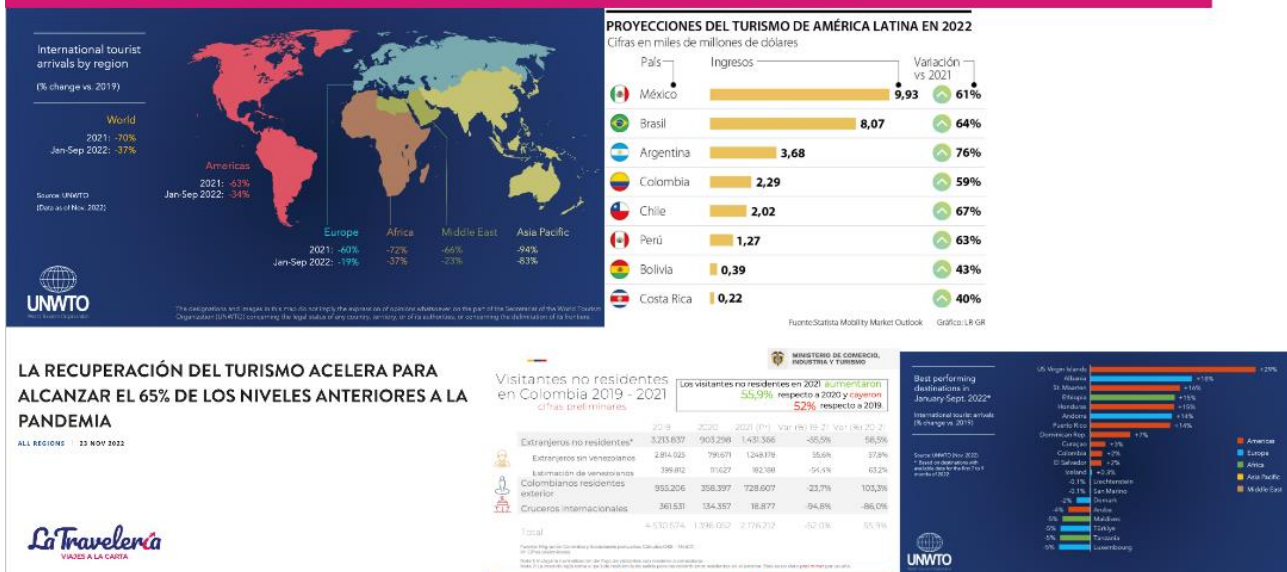
**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
MAESTRIA EN ESTRATEGIA DE NEGOCIOS DIGITALES
SANTIAGO DE CALI**

2023

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD	4
3. PROPUESTA DE VALOR DE LA TRAVELERÍA	6
4. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO O SEGMENTO OBJETIVO	9
5. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA PRINCIPAL Y LOS FACTORES DIFERENCIADORES	11
6. MODELO DE GENERACIÓN DE INGRESOS	14
7. MUESTRA DEL PRODUCTO DE LA SOLUCIÓN	15
8. HIPOTESIS CRITICAS	19
9. PROCESO DE EXPERIMENTACIÓN	21
10. APRENDIZAJES	30
11. ROADMAP	30
12. CONCLUSIONES	31
13. BIBLIOGRAFIA	31

CONTEXTO SECTOR TURISMO



Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo y contribuye significativamente a la economía global [1]. En 2019, se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, y se estima que esta cifra se duplicará para 2030.

La industria del turismo es un importante generador de empleo. En 2019, el turismo generó 330 millones de empleos en todo el mundo, lo que representa el 10% del empleo mundial. Además, el turismo ofrece oportunidades de empleo en una amplia variedad de sectores, desde el transporte hasta la hostelería.

La planificación de viajes es una parte fundamental del turismo y puede ser una fuente importante de estrés para los viajeros. Según una encuesta realizada por la empresa de tecnología de viajes Amadeus, el 40% de los viajeros consideran que la planificación de un viaje es estresante y el 76% consideran que la tecnología puede ayudar a reducir el estrés relacionado con los viajes [2].

De acuerdo con una encuesta realizada por El Observatorio Cetelem, únicamente el 9% de las compras de viajes en España se producen en agencias de viajes físicas [3].

El 55% de los viajeros comienza a investigar su próximo viaje entre uno y tres meses antes de salir [4].

El 70% de los viajeros con smartphones han realizado búsquedas sobre viajes en sus teléfonos inteligentes.

Las actividades es el tercer segmento más grande de viajes y está creciendo más rápido que el propio mercado total de viajes.

El 75% de los usuarios finales que reservan un recorrido o actividad tienen 34 años o menos.

Estos datos sugieren que hay una demanda creciente de soluciones digitales para planificar y reservar viajes[5], especialmente entre los jóvenes y los usuarios de dispositivos móviles. Un servicio de diseño de viajes complementada con una aplicación de planificación de viajes integral podría ofrecer una experiencia más cómoda, personalizada y completa que las agencias de viajes tradicionales o las plataformas online existentes.

En el mercado existen muchas herramientas de planificación de viajes en línea, pero a menudo son fragmentadas y no ofrecen una experiencia integrada y personalizada, es por esta razón que una herramienta de planificación de viajes integral podría mejorar significativamente la experiencia del usuario siempre y cuando sea sencilla y contenga lo esencial para tener la mejor experiencia reuniendo todos los aspectos de su viaje en un solo lugar (información esencial, reservas de vuelos y alojamiento hasta la planificación de actividades, la creación de itinerarios personalizados alertas, seguimiento en línea entre otros).

La Travelería a través de los servicios que ofrece, aborda esta problemática creando con su equipo de diseñadores las mejores experiencias para que los viajeros disfruten sin fricciones, esta labor se complementará con una herramienta de centralización del plan de viaje para mantener informado al cliente.

Esta tecnología podría tener un impacto positivo en la industria del turismo en general, aumentando la eficiencia y la transparencia en la gestión de viajes, lo que podría llevar a una mayor satisfacción del cliente y una mayor fidelidad a la marca. Además, al evolucionar a una herramienta integral podría ayudar a los destinos turísticos a promocionarse mejor y a atraer a un mayor número de turistas.

3. PROPUESTA DE VALOR DE LA TRAVELERÍA

Brindar una solución que centralice el diseño de experiencias de viajes turísticos en un solo lugar y te permita viajar como un experto sin ninguna fricción.

- Acompañamiento en el diseño, planificación, cotización y compra
- Acompañamiento durante el viaje (Confianza)
- La información que necesitas en un solo lugar (Conocimiento y Tiempo)
- Ahorra tiempo en la búsqueda de información (Tiempo)
- Viaja como un experto sin serlo (Confianza)

¿Qué hace la Travelería?

La Travelería ayuda a planificar los viajes de forma integral desde la fase de investigación de rutas, lugares hasta la compra y seguimiento durante la experiencia.



Asesoría



Planeación



Documentación



Guías



Consejos



Seguimiento



Autogestión

Servicios de la Travelería:

- **Planeación (Proceso manual de los diseñadores de La Travelería)**
 - Crea tu grupo de viaje
 - Comparte información para que otros opinen
 - Plan de viaje prediseñado y adaptable
 - Mejores Rutas a los destinos de interés
 - Sugerencias de viaje según perfil
- **Búsqueda (Plataformas de mayoristas - Proceso manual de los diseñadores de la Travelería)**
 - Destinos
 - Hospedaje
 - Transporte aéreo
 - Terrestre (Trenes, buses)
- **Precios y presupuesto (Plataformas de mayoristas - Proceso manual de los diseñadores de La Travelería)**
 - Estimación de precios
 - Notificación de cambios de precios
 - Promociones
- **Plan de viaje estructurado (En la aplicación)**
 - Lugares a visitar
 - Plan Día a Día

- **Tips, sugerencias, Contenido de valor (En la aplicación)**
 - Lugares
 - Restaurantes
 - Información documentación
 - Consejos inmigración
 - Clima
 - Contexto urbano
 - Contexto histórico
 - Seguridad
 - Multiplataforma (Tripscout, wikivoyage, Tripadvisor, Google)

- **Seguimiento Alertas y notificaciones (En la aplicación)**
 - Recordatorios y alertas útiles
 - Dónde debes estar y cuando
 - Que debes tener en cuenta en cada momento del proceso

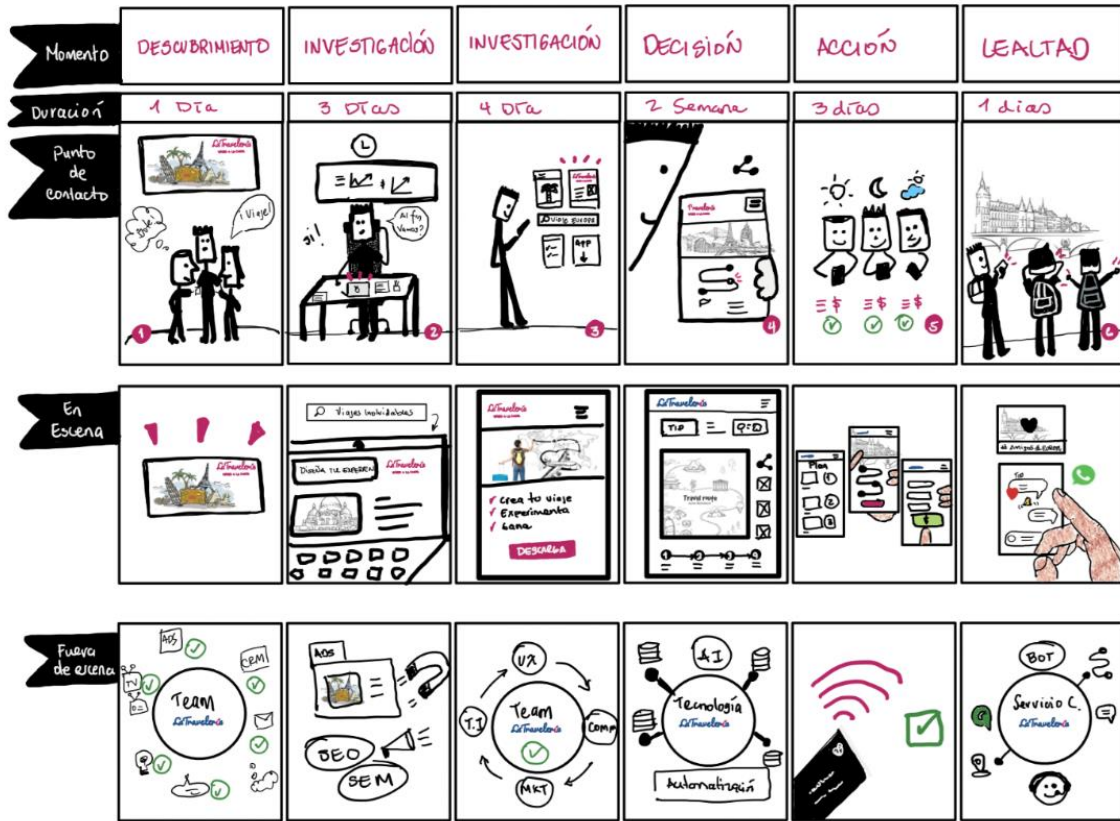
¿Cómo funciona la aplicación de la Travelería?

La aplicación presentará de forma centralizada y fácil de entender toda la información relevante relacionada con el viaje del cliente, así como contenido de interés de acuerdo con el lugar y perfil del cliente, también tendrá alertas, mensajes y recordatorios convenientes y atención 24/7.

Componente Innovador:

1. Personalización de la experiencia
2. Organización fácil de los viajes
3. Seguimiento continuo
4. Centralización de la información

SERVICE BLUEPRINT *LaTravelería* VIAJES A LA CARTA



4. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO O SEGMENTO OBJETIVO:

El público objetivo son personas de todas las edades independientes y aventureras que les gusta planear sus destinos de viaje con detalle, pero que se encuentran bastante ocupados por sus trabajos o quieren delegar esta función a un tercero ya que les gustaría que su experiencia de viaje fuera la mejor, viajar de forma óptima y garantizar una experiencia increíble.

Mercados viajeros en Colombia 2021 4.9 millones



Viajeros con destino a Europa 45% principalmente España

50% Viajeros independientes y aventureros [6]



5. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA PRINCIPAL Y LOS FACTORES DIFERENCIADORES:



Cómo lo comentamos la competencia es bastante amplia, existe un ecosistema amplio de aplicaciones para planificación de viajes, a continuación, hemos realizado una breve clasificación para diferenciar la competencia y poder seleccionar cual podría ser la competencia más cercana:

Agencias de viajes digitales:



	
Motor de búsqueda de viajes	Agencia de viajes digital
Rappi Travel es un servicio de viajes en línea ofrecido por la compañía Rappi, permite a los usuarios buscar y reservar vuelos, hoteles y paquetes turísticos en línea, y cuenta con una amplia oferta de opciones en diferentes destinos del mundo	Escappy es un servicio en línea de viajes y turismo que ofrece una plataforma para que los usuarios puedan buscar, comparar y reservar vuelos, hoteles, paquetes turísticos, actividades y alquiler de coches. La plataforma se enfoca en ofrecer opciones de viajes a destinos turísticos en todo el mundo
Características: <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y reserva de vuelos • Búsqueda y reserva de hoteles • Configuración de alertas de precios • Paquetes turísticos • Suscripción a Rappi Prime • Tarjeta de crédito Rappi 	Características: <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y reserva de vuelos • Búsqueda y reserva de hoteles • Paquetes turísticos • Alquiler de coches • Actividades y tours • Seguros de viaje • Turismo virtual • Viajes sorpresa • Simulador de viajes
Descuentos para usuarios prime y pagos con tarjeta de credito Rappicard	Gratis
https://travel.rappi.com.co/	https://escappy.com/Index

Planificadores de viaje:

		
Solución integral de planificación de viajes	Consolidación de información de viajes	Venta y planificación de viajes
<p>Wanderlog es una plataforma de planificación de viajes en línea que permite a los usuarios crear itinerarios personalizados de viaje con recomendaciones de alojamiento, actividades y atracciones turísticas, todo en una sola plataforma. Además, los usuarios pueden colaborar en tiempo real con amigos y familiares para planificar y compartir sus experiencias de viaje, y descubrir información local para tomar decisiones informadas sobre su itinerario de viaje. La plataforma también ofrece herramientas para compartir el itinerario de viaje en las redes sociales y crear una comunidad de viajeros.</p>	<p>TriplIt from Concur es una aplicación de planificación de viajes diseñada para ayudar a los viajeros de negocios a organizar sus itinerarios de viaje en un solo lugar. La aplicación utiliza la tecnología de Concur, una plataforma de administración de gastos y viajes, para integrar automáticamente los detalles de los viajes de negocios, como reservas de vuelos, hoteles y coches de alquiler, en una única agenda de viajes en tiempo real. La aplicación también proporciona información detallada sobre los viajes, incluyendo detalles sobre las tarifas de cambio, las políticas de reembolso y los gastos de viaje en tiempo real.</p>	<p>Búsqueda y reserva de vuelos y alojamiento eficiente, con ahorros en los precios y una interfaz de usuario amigable.</p> <p>Es una herramienta que nace como una herramienta de venta de vuelos con un diferencial y es que muestra en qué momento es oportuno comprar vuelos, y han ido adicionando otros servicios como hospedaje, renta de vehículos entre otros servicios y permite la acumulación de puntos para obtener recompensas.</p>
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar y comprar vuelos • Compartir y colaborar con amigos • Importar vuelos y reservaciones • Optimización de rutas • Sugerencias personalizadas • Conexión con Google Maps 	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de información • Acceso sin conexión • Compartir información • Recordatorios y alertar • Mejoras en ubicación en asientos • Alertas de demora de vuelos • Condiciones de tráfico 	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar y comprar vuelos • Historial de precios • Notificaciones de precios de vuelos en tiempo real • Reservas
<p>\$16.000/mes - 189.000/año (-20%off)</p>	<p>\$139.900/año</p>	<p>Gratis</p>
		<p>https://www.hopper.com/es/</p>

	
Motor de búsqueda de viajes Planificación de viajes fácil	
<p>Kayak es una plataforma en línea que permite a los usuarios buscar y comparar precios de vuelos, hoteles, alquiler de coches y paquetes turísticos</p>	<p>Pruvo es una plataforma en línea que utiliza tecnología de inteligencia artificial para rastrear los precios de las habitaciones de hotel y alertar a los usuarios cuando el precio de una reserva de hotel ha disminuido. Los usuarios pueden cargar sus reservas de hotel existentes a la plataforma de Pruvo, monitoreará automáticamente los precios de las habitaciones del hotel para esa reserva específica. Si se encuentra un precio más bajo, Pruvo notificará al usuario y proporcionará instrucciones sobre cómo cambiar la reserva para aprovechar el nuevo precio. La plataforma también ofrece herramientas para comparar precios de diferentes proveedores de reservas de hotel y reservar alojamiento en línea.</p>
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motor de búsqueda de viajes con diferentes proveedores • Filtros de búsqueda • Alertas de precios • Aplicación móvil • Interfaz fácil de usar • Organización de viajes • Sincronización de reservas • Compartir con amigos 	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de hoteles conectado con boking • Seguimiento de precios de hoteles
<p>Gratis</p>	<p>Gratis</p>
<p>https://www.kayak.com.co/trips</p>	

Herramientas para agencias y clientes finales

	
	Libérate del estrés de planear un viaje
Vive Travel es una plataforma que te ofrece tu propio sitio web + motor de reservas para que tu negocio de alojamiento o actividades turísticas empiece a recibir reservas directas si pagar las altas comisiones de otros intermediarios.	Plataforma para diseñar viajes, permite también que los diseñadores de viajes monten su perfil y lo publiquen para las personas interesadas.
Características: <ul style="list-style-type: none"> • Reservas directas para dueños de hospedajes, sin intermediarios • Motor de reservas 	Características: <ul style="list-style-type: none"> • Crear plan de viaje • Colaborar con compañeros de viaje • Recomendación de Atracciones • Optimizador de ruta de itinerario • Planes prediseñados • Selección del diseñador de viaje
	US\$25 / día
https://www.vive.travel/	https://www.voyayge.com/

Estas aplicaciones son un estrato de todas las herramientas estudiadas, las que consideramos más cercanas al propósito sin embargo observamos que estas contienen las dos modalidades de la aplicación y estas son:



Principales diferencias de la Traveleria y la competencia principal:

- ✓ Diseño personalizado del viaje
- ✓ Información centralizada y en tiempo real
- ✓ Acompañamiento durante el viaje
- ✓ Selección de contenido clave y de interés

6. MODELO DE GENERACIÓN DE INGRESOS:

Como estrategia de generación de ingresos a través del uso de la aplicación de La Travelería se tienen los siguientes aspectos:

- **Publicidad de Mayoristas:** La aplicación móvil tendrá espacios publicitarios para ofrecer a mayoristas de la industria del turismo, como hoteles, aerolíneas, agencias de viajes y empresas de alquiler. Los ingresos se generarán a partir de acuerdos comerciales y según el tipo de publicidad.
- **Comisiones por Compras de Paquetes:** Alianzas estratégicas y comerciales que se establecen entre La Travelería y los mayoristas, con el fin de recibir comisiones por compra de paquetes, tiquetes y demás servicios turísticos que estos mayoristas ofrezcan.
- **Datos y Análisis:** La aplicación recopilará datos sobre preferencias en cuanto a destinos y tipos de viajes que realicen los usuarios. Con estos datos se puede ofrecer servicios de análisis de mercado relevantes para los mayoristas de la industria del turismo.

7. MUESTRA DEL PRODUCTO DE LA SOLUCIÓN:

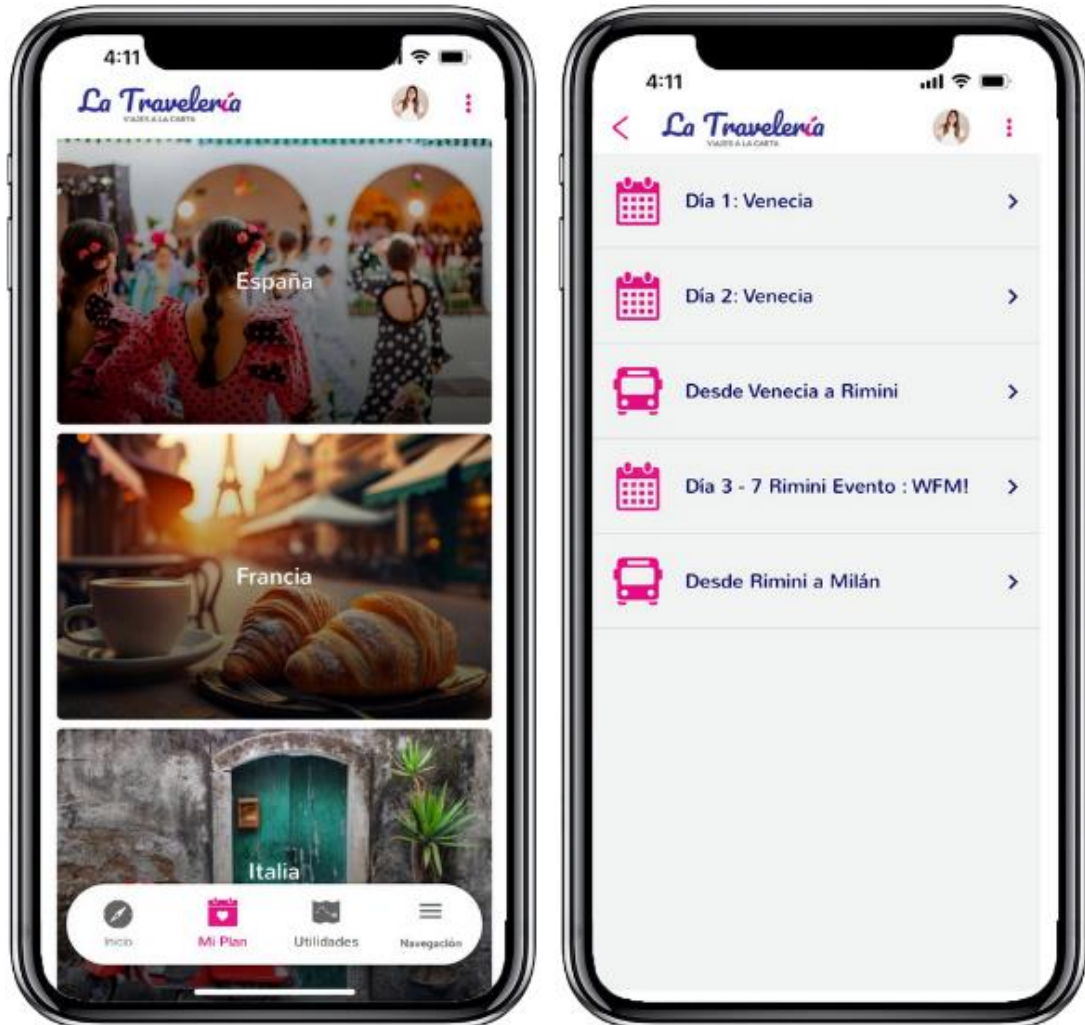
El siguiente link contiene el video de recorrido de la aplicación de La Travelería:
[Link:AppLaTraveleria](#)

En la aplicación el usuario tiene acceso a las siguientes secciones:

- **Home:** Sección de bienvenida y acceso a todas las demás secciones de la aplicación:



- **Mi Plan:** Esta sección presenta toda la información personalizada del viaje del usuario, emplea fotos reales del lugar, fechas de eventos y opciones de transporte:



- **Imperdibles:** Presenta de forma intuitiva y fácil de entender, toda la información de valor para el cliente, seleccionada y depurada por los diseñadores de viajes de La Travelería:



- **Utilidades:** Herramientas e información útil para el cliente respecto a requisitos de visado, de ingreso a países, seguros de viaje, alternativas de transporte y hospedaje:



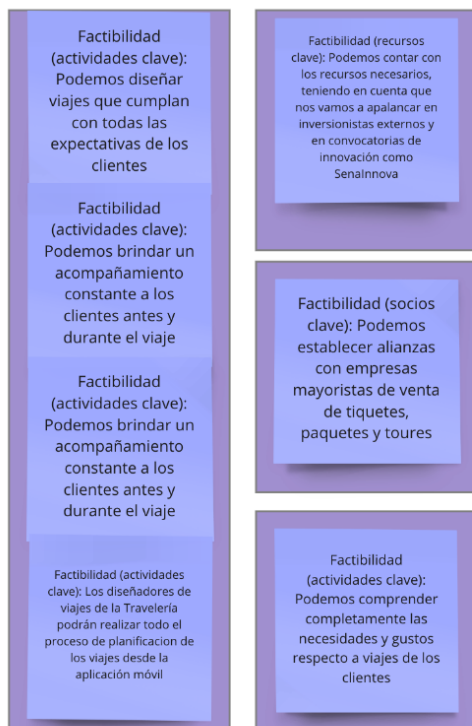
8. HIPOTESIS CRITICAS:

Se comenzó analizando el modelo de negocio y las interrelaciones entre sus diferentes componentes. Además, se consideraron los conocimientos adquiridos durante las etapas iniciales de segmentación y validación, donde se estableció una descripción detallada del cliente y se identificaron sus principales problemas y necesidades:

- Falta de tiempo o interés para planificar vacaciones o viajes
- Valora la planeación de los viajes para disfrutarlos sin inconvenientes
- Falta de conocimiento en planificación de viajes
- Hay muchas fuentes de información sobre viajes que abruma
- Falta de centralización de la información del viaje

Aplicando la metodología de generación de hipótesis empresariales valiosas, se identificaron las suposiciones clave que requerían validación. Considerando los atributos de deseabilidad, factibilidad y viabilidad, se evaluaron estos elementos en relación con cada uno de los componentes del modelo de negocio.

Riesgo Infraestructura



Riesgo de mercado



Riesgo Financiero



Se definieron la siguiente hipótesis más valiosas para el modelo de empresa:

- a. **Deseabilidad (Propuesta de Valor):** Las personas que les gusta viajar necesitan tener toda la información del viaje centralizada en un solo lugar ya que la industria de viajes es altamente competitiva: La competencia en la industria de viajes es feroz, con grandes jugadores como Booking.com, Expedia y Airbnb liderando el mercado. Por lo tanto, es importante tener una propuesta de valor única y sólida para destacar entre la competencia.
- b. **Viabilidad (Ingresos):** Podemos generar ingresos a través de venta de espacios publicitarios en la aplicación móvil de la Travelería: Es importante

validar si los ingresos que pensamos obtener realmente hacen sostenible la solución.

- c. Deseabilidad (relacionamiento): Las personas que les gusta diseñar viajes y los diseñadores de la Travelería estarán muy atraídos por la solución planteada: esta solución tendrá funcionalidades que facilitaran el proceso a ambos roles en el momento de planear y disfrutar el viaje.

Debemos testear las hipótesis ya que:

- En la actualidad, los clientes buscan herramientas y soluciones que les ahorren tiempo y esfuerzo. Por lo tanto, es importante ofrecer una experiencia fácil y eficiente para los diseñadores de viajes.
- La personalización es clave: Los clientes de la industria de viajes buscan experiencias personalizadas y adaptadas a sus gustos y necesidades. La capacidad de ofrecer recomendaciones y soluciones personalizadas para los diseñadores de viajes es un elemento clave.
- La retroalimentación de los clientes es fundamental: Escuchar y responder a las necesidades de los clientes nos permitirá mejorar la herramienta y construir una comunidad.

9. PROCESO DE EXPERIMENTACIÓN:

Los experimentos desarrollados fueron los siguientes:

- a. **Prueba de concepto:** Se creó un video exponiendo el contexto, el concepto de la solución y la propuesta de valor y se entregó un prototipo con las funcionalidades que pensábamos que podrían funcionar para resolver los dolores que se presentan al momento de diseñar un viaje, luego se recibieron comentarios espontáneos.

La siguiente imagen muestra el primer prototipo desarrollado utilizado en este experimento:



Para obtener de forma oportuna las observaciones de los usuarios, se creó un grupo de WhatsApp, en la siguiente imagen se muestra evidencia de esta actividad:



Con este experimento se obtuvo como principal resultado que: Las personas que les gusta planear sus viajes manifestaron que una aplicación de este tipo les aporta valor en su proceso de planeación.

La siguiente imagen muestra la Test Card de este experimento:

Test Card Strategyzer

Nombre: Prueba de concepto	Deadline
Asignado a: Jose Wilson Giraldo	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS
We believe that
Las personas que les gusta viajar y diseñar viajes quisieran tener una aplicación sencilla dónde tuvieran todo lo que se necesita para planear en un solo lugar

STEP 2: TEST
To verify that, we will
Se contactó a un equipo de 8 personas y se les dio a probar el prototipo de baja resolución
Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC
And measure
Registro de las observaciones de las funcionalidades
Time Required:

STEP 4: CRITERIA
We are right if
Las personas se involucran en aportar lo que para ellos son los dolores en el proceso de diseño y esperan ver en la aplicación

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Cantidad de personas que participaron en el experimento: 10.

Con la presentación de este prototipo de baja resolución, se identificó la necesidad de reducir o simplificar sus funciones, concentrando el desarrollo en las características principales enfocadas en agregar valor a los usuarios.

- b. **Apreciaciones Mago de Oz:** Se creó un MVP para que el cliente vea toda la planeación del viaje de forma manual, de aquí aprenderemos si la aplicación con las funcionalidades mínimas requeridas apunta a la oferta de valor y genera deseabilidad y se complementará con una encuesta de validación.

En este experimento se realizaron de forma manual todas las tareas automatizadas que se integrarán en la aplicación, aunque para el cliente esto fue transparente y no obstaculizó su experiencia de uso.

El principal resultado que se obtuvo en este experimento es que se identifica que para las personas lograr tener centralizada la información es importante para el desarrollo del viaje.

En la siguiente imagen se muestra la Test Card de este experimento:

The image shows a 'Test Card' from Strategyzer, which is a tool used for testing hypotheses. The card is divided into four main sections: Hypothesis, Test, Metric, and Criteria. Each section contains specific text and icons related to the experiment.

Test Card Strategyzer

Nombre: **Apreciaciones Mago de Oz** Deadline

Asignado a: **Jose Wilson** Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Las personas que les gusta viajar necesitan tener toda la información del viaje centralizada en un solo lugar Critical: ▲ ▲ ▲

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Se compartió la app del PMV de la solución a un grupo de 5 personas para que interactúen con la app y completen la encuesta Quality: [Quality Icon]

STEP 3: METRIC

And measure

Diferentes opiniones de la aplicación en cuanto a funcionalidad y utilidad a través de una encuesta Time Required: [Clock Icon] [Clock Icon] [Clock Icon]

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Las personas manifiestan valor en la información centralizada que propone el PMV

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

- c. **Encuesta de validación:** Se diseñó una encuesta de validación para aplicar a los usuarios que realizaron el experimento de apreciaciones Mago de Oz, utilizando la aplicación con características 100% funcionales.

Las preguntas de esta encuesta son las siguientes:

- i. ¿Qué funcionalidades consideras que son más relevantes en las secciones de la aplicación?
- ii. ¿Qué ventajas identificaste con la centralización de la información de tu viaje en la aplicación?
- iii. ¿Consideras que el uso de esta aplicación te puede ahorrar tiempo en la planificación del viaje? ¿por qué?
- iv. ¿Consideras que la información contenida en la aplicación te es de utilidad durante el viaje? y por qué?
- v. ¿Qué características adicionales te gustaría ver en esta aplicación? y por qué?
- vi. ¿Estarías dispuesto a pagar por una aplicación de viajes como esta? ¿cuánto estarías dispuesto a pagar? por qué?

Esta encuesta se aplicó a 5 usuarios, obteniendo como resultados principales las siguientes respuestas, estas respuestas son hallazgos muy valiosos para el proceso:

- i. Funciones relevantes:
 - a. Itinerario de viaje detallado.
 - b. Toda la información del viaje centralizada en un solo lugar.
 - c. Acceso a sitios de interés desde la aplicación de La Travelería.
- ii. Ventajas principales:
 - a. Toda la información del viaje en un solo lugar.
 - b. Ahorro de tiempo en la planificación del viaje.
- iii. Disposición para pagar por la aplicación:
 - a. Sí, disposición para pago por la aplicación y por el servicio del diseño del viaje.
- iv. Observaciones generales:
 - a. Aplicación simple y va al grano.

En la siguiente imagen se muestran algunas respuestas de la encuesta realizada a los viajeros para quienes se diseñó el viaje de universidad, es decir usuarios reales que testearon la aplicación (MVP) con contenido de su plan de viaje :

Preguntas Respuestas 3 Configuración

¿Consideras que el uso de esta aplicación te puede ahorrar tiempo en la planificación del viaje?
¿porque?
3 respuestas

- Si porque consigo en un solo lugar la info más relevante de cada destino
- Si, ya que ahí encuentro todo y me permite mentalmente llevar un orden
- Si! Me ayudaría a ver fácilmente el día a día

¿Consideras que la información contenida en la aplicación te es de utilidad durante el viaje? y porque?
3 respuestas

- Si porque me permitirá conocer de primera mano los lugares más cercanos de importancia o interés turístico, así como consolidar información relacionada a asistencia de viajes, hoteles y demás
- Si, porque puedo ver todos mis planes e itinerarios juntos
- Si, es simple y va al grano

Nombre y Apellido
3 respuestas

- Leidy Molina
- Luisa Sánchez rojas
- IVAN PEDROZO

¿Que funcionalidades consideras que son más relevantes en las secciones de la aplicación?
3 respuestas

- El itinerario día a día detallado y los imperdibles
- Poder tener todo en una misma app, planear y comprar
- Tener las webs de interés, eventos, etc, dentro de la app.

¿Qué ventajas identificaste con la centralización de la información de tu viaje en la aplicación?
3 respuestas

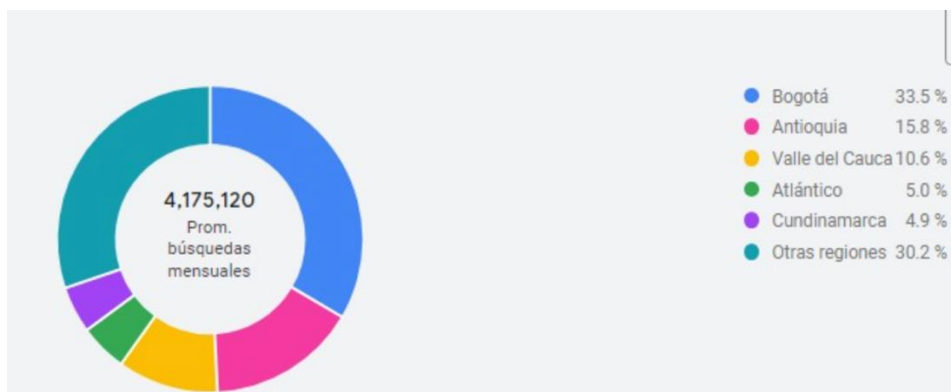
- Me parece que está muy bien condensada la info de interés sobre cada destino, quizá hay un poco de duplicidad en algunos puntos
- Tengo todo en un mismo lugar, no perder tiempos en otros sitios web
- Todo en un solo lugar, además integrado con múltiples recursos externos

d. Search Trend Analysis [7]:

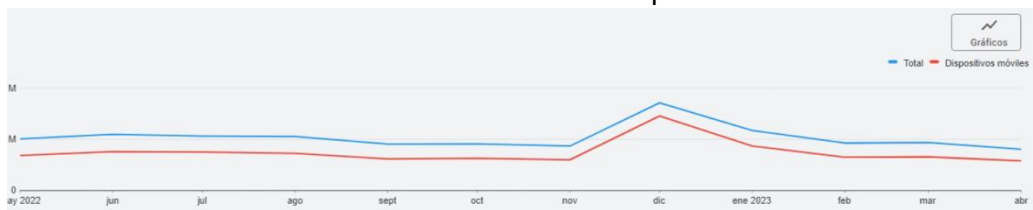
3.500 palabras claves relacionada en Colombia

Keyword	Avg. mont.
tiquetes baratos	1000000
vuelos baratos	550000
vacaciones de temporada	301000
google vuelo	165000
los tiquetes más baratos	165000
vuelo google	165000
vuelos	135000
avianca vuelos	110000
viajes éxito	110000
viajesexito	110000
latam vuelos	49500
vuelos latam	49500
pasaje barato	49500
viajes	33100
tiquetes	33100
avianca vuelos baratos	33100
pasaje baratos en avion	33100
agentes de viajes	27100
kayak vuelos	27100
tiquetes baratos com	27100
tiquetes baratos avianca	27100
vuelos kayak	27100
vuelos economicos	22200
wingo vuelos	22200
satena vuelos	22200
despegar vuelos	18100
atrapalo vuelos	18100
viva air vuelos	18100

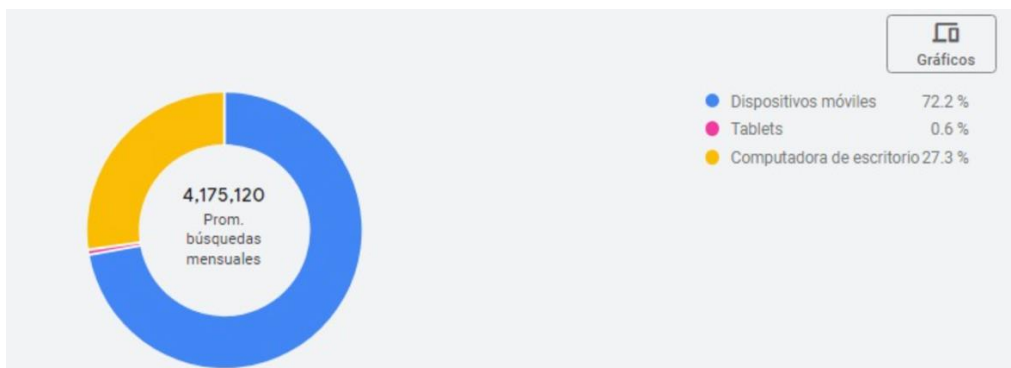
Búsquedas relacionadas a viajes planeación



Fluctuación en el tiempo:



Búsquedas por dispositivos:



Key Word más específicas: 210 búsquedas

<input type="checkbox"/> Palabra clave	↓	Prom. búsquedas mensuales
<input type="checkbox"/> aplicaciones para viajar	210	
<input type="checkbox"/> aplicacion para viaje	210	
<input type="checkbox"/> aplicaciones para vuelos b...	170	
<input type="checkbox"/> app de viajes	140	
<input type="checkbox"/> seguir vuelo en tiempo real	140	
<input type="checkbox"/> apps de viajes	140	

Competencia:

Ideas de palabras clave		Metricas	meses			
<input type="checkbox"/>	hopper vuelos	5,400		-47%	-65%	Medio
<input type="checkbox"/>	vuelos hopper	5,400		-47%	-65%	Medio
<input type="checkbox"/>	rastrear vuelos tiempo real	880		+60%	+60%	Bajo
<input type="checkbox"/>	hopper vuelos baratos	590		-64%	-76%	Medio
<input type="checkbox"/>	flightradar24 rastreador de...	320		+23%	0%	Bajo
<input type="checkbox"/>	hopper tiquetes	320		-48%	-58%	Medio
<input type="checkbox"/>	hopper viajes	260		+22%	+22%	Bajo

Test Card Strategyzer

Nombre: N/A	Deadline
Asignado a: N/A	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Podemos generar ingresos a través de venta de espacios publicitarios en la aplicación móvil de la Travelería. Critical:

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Verificar si existe demanda, para usar los servicios de la traveleria con el valor agregado de la APP Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure

Medir el volumen de búsqueda de términos relacionados con vuelos para posicionar la marca. Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Tenemos búsquedas relevantes asociadas a la aplicación

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Resultados validaciones de la hipótesis:

En el desarrollo de este proyecto, se obtuvieron los siguientes logros:

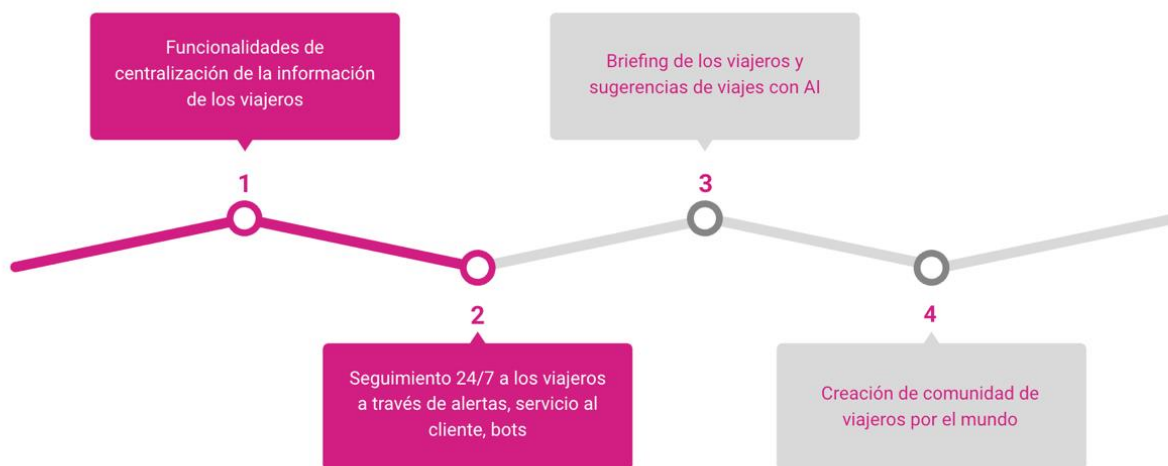
- Se identificación de dolores al planificar el viaje y durante el viaje
- Las funcionalidades se cocrearón con los usuarios
- Validación de su utilidad para los usuarios en un caso real
- Confirmamos que existe disposición de pago por el servicio

10. APRENDIZAJES:

A lo largo del desarrollo del proyecto de La Travelería, se obtuvieron valiosos conocimientos, lecciones y aprendizajes que jugaron un papel fundamental en su ejecución. A continuación, se destacan algunos de los aprendizajes clave obtenidos durante este proceso:

- Importancia del enfoque en la satisfacción del cliente de forma transversal en el desarrollo del proyecto.
- Propiciar espacios para obtener retroalimentación directa de los usuarios en cuanto a dolores, características y experiencia de uso de la aplicación
- Se evidenció la importancia de la implementación de tecnologías digitales en el sector turístico, así como la relevancia que tiene la aplicación desarrollada en el proyecto para La Travelería.
- Adaptación o mejoras rápidas durante el proceso de diseño de la solución en función de los resultados de los experimentos con el usuario.
- Importancia del trabajo en equipo, tanto en el equipo de desarrollo, como con el usuario, dado que se aprendió a recibir de forma oportuna las ideas u opiniones de los usuarios e integrantes del equipo.

11. ROADMAP



12. CONCLUSIONES

- Competir en un sector tan lleno de opciones requiere una propuesta de valor diferencial
- La aplicación genera valor a las personas que les gusta viajar sin tener problemas ni fricciones
- En un mundo que se proyecta tan automatizado brindar experiencias que se sientan personalizadas agrega valor a los viajeros

13. BIBLIOGRAFIA:

[1] Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). International Tourism Highlights 2019 Edition. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

[2] Amadeus. (2020). Las principales tendencias que transformarán el turismo en 2020. Recuperado de <https://amadeus.com/es/articulos/blog/las-principales-tendencias-que-transformaran-el-turismo-en-2020>

[3] Estadista. (<https://es.statista.com/temas/4005/las-agencias-de-viajes-en-espana/#topicOverview>)

[4] Mabel Cajal. (<https://www.mabelcajal.com/2018/06/estadisticas-turismo-viajes-plan-de-marketing.html/>)

[5] Entorno Turístico. (<https://www.entornoturistico.com/travel-tech-tecnologias-en-el-turismo-que-estan-innovando-la-forma-de-viajar/>)

[6] Delegation of the European Union to Colombia. https://www.eeas.europa.eu/colombia/travel-study_en?s=160

[7] Google Adwords. (https://ads.google.com/intl/es-419_co/home/)