

CIUDAD VIRTUAL

Julio César Meza Ramírez

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Maestría en Estrategia Digital de Negocios

Manizales

2023

CIUDAD VIRTUAL

Julio César Meza Ramírez

Mentores:

Andrés Felipe Millán Cifuentes

Ana Lucía Alzate Alvarado

Jhon Jairo Cuadros González

Trabajo para optar al Grado Académico de Magíster en Estrategia Digital de
Negocios

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Maestría en Estrategia Digital de Negocios

Manizales

2023

Índice

Resumen	5
Abstract	5
Planteamiento Del Problema	7
Propuesta De Valor	9
Público O Segmento Objetivo	10
Identificación De La Competencia	12
Modelo De Generación De Ingresos	16
Muestra Del Pmv	18
Hipótesis Críticas	23
Diseño Y Evidencias Del Proceso De Experimentación	26
a- Test card de los experimentos	26
Test card del primer experimento	26
Test card del tercer experimento	28
Test card del cuarto experimento	30
b- Learning card de cada experimento	32
Learning card primer experimento	32
Learning card segundo experimento	33
Learning card tercer experimento	35
Learning card cuarto experimento	36
c- Reflexión sobre los hallazgos	37
Primera hipótesis	37
Segunda hipótesis	37
Tercera hipótesis	38
Evaluando el componente de usabilidad, se ejecutó el tercer experimento, en este se enviaron mensajes de correo electrónico para establecer contacto con las personas que habían manifestado interés a través de la página simple de aterrizaje del experimento anterior.	38
Cuarta hipótesis	39
d- Propuesta de valor, segmento de clientes y características del PMV	40
Propuesta De Valor	40
Segmento De Clientes	42
Características Del PMV	44
e- Evidencia de los logros obtenidos	45
Primera hipótesis	45
Segunda hipótesis	46
Tercera hipótesis	48
Cuarta hipótesis	51
Roadmap Del Negocio	54
Aprendizajes Del Proceso	55

Conclusiones	56
Bibliografía	57

Resumen

Este documento presenta el modelo de negocio de Ciudad Virtual, una aplicación pensada para solucionar el problema de conexión que existe entre los pequeños comerciantes de productos o servicios y su clientela potencial.

Se definieron dos grupos de usuarios, los compradores que no tienen tiempo para conseguir lo que necesitan, y los vendedores que desean crecer su negocio; en ambos casos se les presenta una propuesta de valor que solucionan sus dolores.

Por último se realizaron procesos de empatización con los usuarios y experimentos, que permitieron diseñar un producto mínimo viable que refleja factibilidad para la continuidad de la idea de negocio.

Palabras clave: Comercio Informal, Mercado, Ciudad Virtual, Vendedor, Comprador

Abstract

This document presents the Virtual City business model, an application designed to solve the connection problem that exists between small merchants of products or services and their potential customers.

Two groups of users were defined: buyers who don't have time to get what they need, and sellers who want to grow their business; In both cases, they are presented with a value proposition that solves their pain.

Finally, empathy processes with users and experiments were carried out, which allowed the design of a minimum viable product that reflects feasibility for the continuity of the business idea.

Keywords: Informal commerce, Marketplace, Virtual City, Seller, Buyer

Planteamiento Del Problema

Problema: No existe una conexión efectiva entre los comerciantes informales o las personas que ofrecen servicios, y sus clientes potenciales.

En la vida cotidiana de las personas, existen momentos en los que necesitan productos o servicios que nunca antes los han comprado y, probablemente no saben en dónde conseguirlos. Por ejemplo, un tornillo para reparar algún mueble, una consulta particular con un psicólogo, un veterinario que atienda a domicilio, un estanquillo que tenga domicilio las 24 horas, una papelería que venda papel fotográfico por unidad, ensaladas saludables para almorzar, entre otros.

En consecuencia, las personas pueden recorrer la ciudad buscando lo que necesitan, gastando tiempo que no tienen, recurrir a las recomendaciones de algún conocido, o comprarlo en otras ciudades a través de plataformas como mercadolibre.

Por otro lado, Los pequeños comercios como tiendas de barrio, estanquillos, papelerías, ferreterías, puestos de comida rápida, entre otros, se están viendo en riesgo de cierre cada vez más latente debido a los hipermercados y establecimientos de grandes superficies, y muchos de ellos sienten como una amenaza aplicaciones como Rappi y domicilios.com, debido a su modelo de negocio y a que según el portal especializado gohubster.com (Hubter Blog, 2023), las comisiones sobre las ventas van entre el 20% y 30%.

Los comerciantes se limitan a vender a sus vecinos, no tienen clientes que rompan barreras geográficas convencionales y esto los lleva a tener un volumen de ventas modesto, que alcanza para cubrir sus gastos y surtir nuevamente sus negocios, aunque esta no es una constante ya que existen meses en los que no generan lo necesario para costos fijos, y deben

acudir a sus remanentes. Lo anterior está llevando que cada vez sean más los pequeños comercios que se declaran en quiebra y cierran sus puertas.

Ciudad Virtual, busca ser ese articulador que permita construir tejido social uniendo la oferta de los pequeños comerciantes con su demanda, impactando directamente en la generación de empleo, propiciando el mejoramiento de la calidad de vida de ellos y sus familias.

El proyecto hace uso las siguientes tecnologías:

- **Desarrollo móvil:** Ciudad Virtual funcionará como un app instalada en los dispositivos móviles.
- **Computación en la nube:** La aplicación funcionará con servidores en la nube
- **SIG:** a través del GPS Ciudad Virtual conectará a los compradores con sus vendedores cercanos.
- **Analítica de datos:** Todos los datos que entren a la aplicación pasarán por un proceso de estudio y depuración para predecir gustos y eventos.
- **Inteligencia artificial:** Se utilizará la tecnología de Google para hacer búsquedas con fotos.

Propuesta De Valor

Propuesta de valor al vendedor: Ciudad Virtual, ayuda a los comerciantes informales que venden productos o servicios y a sus clientes a desarrollar una relación comercial efectiva y permanente, evitando la desconexión que les impide mantener negociaciones que rompan la distancia geográfica que hay entre ellos; por medio de una aplicación móvil que les permita expandir su población objetivo. precisar población

Tu cliente es la ciudad

Propuesta de valor a los compradores: Ciudad Virtual, ayuda a los compradores que buscan productos o servicios, que saben que en su ciudad los venden pero no saben en dónde, a conseguirlos a través de una app que integra todos los comercios que conforman la economía popular.

Encuentra lo que necesitas, ¡y en tu ciudad!

Público O Segmento Objetivo

Tabla 1

User Persona Comerciante


Comerciante pequeño que aspira a crecer su negocio

Leonardo		
	<p>Metas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener su negocio 2. Crecer para ganar más dinero 3. Seguir aprendiendo lo relacionado con su trabajo 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ayudar con los quehaceres de su hogar 2. Jugar con su hijo 3. Leer sobre cuidado animal 4. Realizar su trabajo según lo pactado con sus clientes
<p>Biografía breve</p> <p>Edad: 40 Educación: Secundaria completa Formación: N.A Estilo de vida: Casado con un hijo, con su trabajo sostiene los gastos de su hogar</p>	<p>Desafíos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Que sus productos o servicios sean de excelente calidad 2. Generar ingresos para sostener su hogar y poder dejar algo para la recreación de su hijo 	<p>Canales preferidos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook 2. Tiktok 3. Whatsapp 4. Instagram
<p>Frustraciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No saber cómo tener nuevos clientes 2. A veces sus ingresos no son suficientes 	<p>Motivaciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poder sostener a su familia 2. Que los hijos puedan estudiar 3. La satisfacción de hacer bien su trabajo 	<p>Miedos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quebrar su negocio 2. Tener mala reputación 3. Quedar mal con un trabajo

Tabla 2

User Persona Comprador

User persona comprador

Juan José		
	Metas <ol style="list-style-type: none">1. Realizar un posgrado2. Comprar un carro3. Conocer a la persona ideal para que sea su pareja	Actividades <ol style="list-style-type: none">1. Trabajar, en muchas oportunidades hasta 12 horas.2. En las noches pasea a sus perros estando muy agotado.3. Pocas veces cocina, prefiere pedir algo a domicilio.
Biografía breve <p>Edad: 30 Educación: Universidad Formación: Arquitecto Estilo de vida: Soltero, vive solo en un apartamento cerca a su trabajo, tiene dos perros y es aficionado al fútbol. Su trabajo requiere de mucho tiempo de dedicación</p>	Desafíos <ol style="list-style-type: none">1. Tener tiempo para su vida social2. Dejar de hacer ciertas actividades para liberar tiempo3. Cuidar adecuadamente de sus mascotas4. Poder estudiar y trabajar	Canales preferidos <ol style="list-style-type: none">1. Redes sociales2. Rappi3. Mercadolibre
Frustraciones <ol style="list-style-type: none">1. Necesitar algo y no saber en dónde comprarlo2. No poder conseguir un veterinario que atienda a sus perros a domicilio3. No saber en dónde contratar los servicios que necesita	Motivaciones <ol style="list-style-type: none">1. Ganar dinero para comprar lo que él y sus perros necesitan2. Avanzar y ser reconocido en su trabajo	Miedos <ol style="list-style-type: none">1. Perder a sus mascotas2. Dejar el trabajo actual y conseguir uno en donde le paguen menos

Identificación De La Competencia

Rappi: Esta súper app presta un servicio similar al que prestará Ciudad Virtual, sin embargo, su público objetivo es diferente, y dadas las altas comisiones que cobra se sale de las posibilidades de los pequeños comerciantes que son en su mayoría informales. Rappi tampoco está dirigida a profesionales y personas que presten servicios. Por último, Ciudad Virtual no pretende trabajar directamente con los domiciliarios, para esto se realizarán alianzas estratégicas con empresas de entregas locales para evitar tener relaciones laborales con las personas que hacen las entregas.

Redes sociales: Mostrar los productos o servicios por redes sociales se ha convertido en una tendencia, aun cuando la mayoría de las personas no tienen conocimiento de estrategias de Marketing digital avanzadas, y terminan administrando sus perfiles comerciales de la misma manera que utilizan sus perfiles personales. Ciudad Virtual permitirá establecer una verdadera relación comercial entre vendedores y compradores, con plataforma de pagos integrada y la posibilidad de realizar transacciones sin necesidad de contactar las partes involucradas directamente, es decir, a través de la app se podrán hacer compras 100% autogestionadas.

Mercadolibre: Esta plataforma es robusta y confiable, allí se puede encontrar una gran cantidad de productos en Colombia e incluso en varios países del mundo. La diferencia con Ciudad Virtual es que esta última es una app especializada en el comercio del ámbito local (ciudad), lo cual permite a los compradores obtener sus productos en pocos minutos, y no tener que esperar días e incluso semanas como cuando utilizan mercadolibre; por último, al igual que Rappi, esta app no está pensada para ofrecer servicios.

dondo: Dondo se especializa en el intercambio de objetos, según su propia descripción allí se puede encontrar todo lo que las personas no saben en dónde encontrar;

basados en la premisa de que las personas tienen en sus hogares objetos que no necesitan y los pueden cambiar por otros de su interés pertenecientes a otros miembros de la comunidad. Esta app no está orientada al intercambio de servicios, y actualmente está fuera de funcionamiento tanto en android como en iOS.

melonn: Esta plataforma se encarga de todo el fulfillment (cumplimiento) de los emprendimientos, es decir, estos pueden tercerizar la logística de sus negocios: planificación, recepción, almacenamiento, envío y distribución. melonn hace presencia en Colombia, posee centros logísticos y se puede integrar con un gran número de plataformas de e-commerce. Esta plataforma no está orientada a la venta de servicios, y no realiza la promoción de productos, ya que su trabajo comienza cuando se cierra una venta. Ciudad Virtual no considera el almacenamiento de productos, a diferencia de melonn su función principal es servir como intermediaria en operaciones de compra y venta de productos y servicios.

Pandas: Pandas App comercializa muchos tipos de productos, similar a Mercadolibre, con la diferencia que en Panda no existen usuarios que vendan, y todas compras se realizan directamente a la App, no comercializa servicios. En cuanto a los envíos, Panda los realiza a través de un tercero, característica similar a Ciudad Virtual.

La siguiente tabla muestra un cuadro comparativo entre las aplicaciones que se consideran competidores directos y sus atributos:

Tabla 3*Competidores Directos*

Item	Aplicaciones			
	Rappi	Mercadolibre	Redes sociales	Ciudad Virtual
Cobro de comisión por venta	X	X		X
Cobro de comisión por compra	X	X		X
Permite compras autogestionadas	X	X		X
Permite contratar servicios			X	X
Posee un buscador integrado en la app	X	X	X	X
Permite comercio informal		X	X	X
Se necesita saber de marketing digital para obtener buenos resultados			X	
Permite comparar precios de los productos entre todos los competidores	X	X		X
Cuenta con diferentes medios de pago	X	X		X
Se especializa en el comercio local de cada ciudad	X			X
Permite vender cualquier producto siempre y cuando sea legal		X	X	X
Permite varios tipos de envío	X	X		X
Tiene una consola de administración para	X	X		X

vendedores				
Tiene la opción de pagar mensualidad para que los compradores obtengan beneficios	X	X		X
Se especializa en comercio electrónico	X	X		X
Trabaja directamente con sus domiciliarios	X			
Los vendedores deben invertir en pauta mensual			X	

Ciudad Virtual está dirigida a las personas que conforman la economía popular de una ciudad, allí los pequeños comerciantes de productos o servicios se podrán contactar con sus clientes sin importar su ubicación. En comparación con sus competidores, la app está especializada en productos y servicios que se ofrecen en una ciudad, con compras autogestionadas en donde las personas podrán adquirir lo que necesitan, pero normalmente no saben en dónde conseguirlo.

Mientras otras aplicaciones del mercado cobran entre 20% y 30% de comisión por venta, las comisiones de Ciudad Virtual no superarán el 10%. Según el Diario La Tercera (La Tercera, 2019), la propuesta de valor de Rappi dice que ellos tienen el 90% de las cosas que necesitamos a diario, Ciudad Virtual está pensada para cubrir el 10% restante.

El proceso de entrega se llevará a cabo con empresas especializadas en delivery para evitar relaciones contractuales con los repartidores, con el fin de evitar problemas laborales como los que tiene Rappi en este momento.

Modelo De Generación De Ingresos

Cobros recurrentes:

- **Los vendedores pagan comisión por venta:** A los comerciantes se les cobrará comisión por todas las ventas.
- **Comisión por domicilio (la empresa de domicilio es externa):** Las entregas no se realizarán directamente por Ciudad Virtual, para esto se contratará con empresas especializadas en delivery y a ellas se les cobrará una comisión por cada domicilio que se les direcciona.
- **Tarifa de servicio:** A los compradores se les cobrará comisión por cada compra que hagan utilizando la plataforma.
- **Membresía para compradores:** Los compradores pueden pagar una comisión mensual para evitar pagar tarifa de servicio.

Servicios especiales:

- **Inventario automático:** Uno de los dolores identificado en los pequeños comerciantes, es el temor de poder vender todo su inventario sin que nada se venda, además pocos lo tienen organizado y sistematizado. Por un pequeño cobro, Ciudad Virtual ofrece un inventario automático basado en la analítica de datos del negocio y teniendo en cuenta factores como la época del año, compradores habituales, cosechas y el clima actual.

- **Recomendar productos para vender:** Basado en la analítica de datos del negocio, un comerciante puede consultarle a Ciudad Virtual sobre los nuevos productos que puede vender, por cada producto recomendado se cobrará una comisión.
- **Publicidad dirigida:** Los comerciantes podrán pagar para que sus productos sean mostrados a las personas probables para comprar sus productos o servicios.
- **Servicios que compran los clientes de forma periódica:** Muchos compradores utilizan la app de manera periódica para realizar la misma acción, por ejemplo, pedir almuerzo todos los días. Esta actividad se puede automatizar por un pequeño pago, con esto la aplicación elegirá un almuerzo diferente para enviarle cada día basado en sus gustos personales.

Servicios externos (para negocios que no hacen parte de la app):

- **Publicidad (conciertos, circos, eventos, entre otros):** Aprovechando la población cautiva que tenga la aplicación, se venderá publicidad a personas externas a esta.
- **Monetización de datos (información como activo del negocio):** Toda la información que recopile la app, se puede utilizar para múltiples propósitos, todo cuidando el habeas data de las personas.

Muestra Del Pmv

El PMV funciona como se muestra a continuación:

1- Las personas ingresan a la página web www.ciudadvirtual.com.co, allí selecciona si quiere participar como comprador y escoge su producto de preferencia, en este caso se eligieron para hacer las pruebas a las personas que marcaron “Tortas Personalizadas”:

Figura 1

Entrada al Producto Mínimo Viable

2:50 4G

CIUDAD VIRTUAL

PROXIMAMENTE...

Encuentra todo lo que necesitas ¡y en tu ciudad!

CIUDAD VIRTUAL: ¿CÓMO FUNCIONA?

Para vendedores: Ciudad virtual es una aplicación para celulares en dónde puedes vender tus productos o servicios, sin importar si estás o no registrado en cámara de comercio

Para compradores: En Ciudad virtual puedes comprar todo lo que necesitas y no sabes en dónde conseguirlo, por ejemplo, estancillos 24 horas, paseadores de perros, modistas, tortas personalizadas, tatuadores, entre otros

¿Te gustaría usar la app de Ciudad Virtual?

Acceder a Google para guardar el progreso.
[Más información](#)

ciudadvirtual.com.co

2:50 4G

estancillos 24 horas, paseadores de perros, modistas, tortas personalizadas, tatuadores, entre otros

En los próximos días te interesaría comprar uno de estos productos o servicios?

Puedes seleccionar varios *

- Paseadores de perros
- Tatuadores
- Tortas personalizadas
- Modistas
- Otro

¿Qué producto o servicio te gustaría encontrar en la app? *

Tu respuesta

Atrás Siguiente Borrar formulario

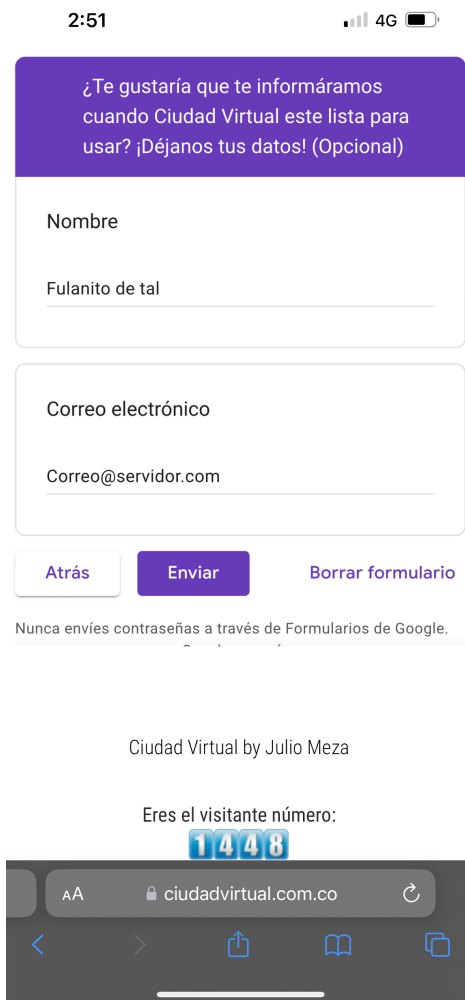
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.
Google no creó GoogleFormularios ni aprobó este contenido.

ciudadvirtual.com.co

Las personas dejan sus datos para ser contactados:

Figura 2

Recolección de Datos



2:51 4G

¿Te gustaría que te informáramos cuando Ciudad Virtual este lista para usar? ¡Déjanos tus datos! (Opcional)

Nombre
Fulanito de tal

Correo electrónico
Correo@servidor.com

Atrás Enviar Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Ciudad Virtual by Julio Meza

Eres el visitante número:
1448

AA ciudadvirtual.com.co

Después de que las personas manifiestan su intención de comprar, son contactadas con el siguiente mensaje de correo electrónico:

“¡Hola!

Sabemos que tienes mucho estilo y que te gusta celebrar de manera única, para esto es indispensable tener una torta personalizada.

En Ciudad Virtual queremos ser cómplices de esos momentos exclusivos, te invitamos a que nos cuentes cuales son tus fechas especiales para nosotros contactarte unos días antes y ayudarte a comprar la mejor torta del mundo.

También tenemos los mejores cupcakes y postres para ese antojito a cualquier hora del día, cuéntanos si quieres conocer vía Whatsapp, el portafolio para endulzar tu jornada.

¡Quedamos atentos a tu respuesta!

--

Cordialmente,

Julio César Meza Ramírez

Director General

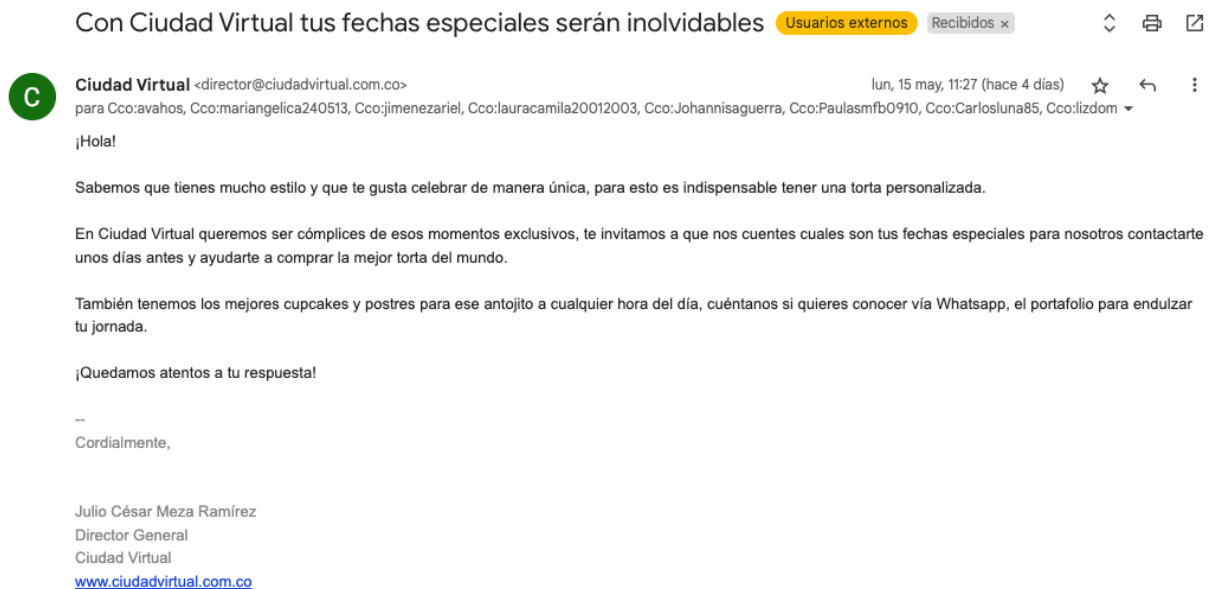
Ciudad Virtual

www.ciudadvirtual.com.co”

Cómo se muestra en la siguiente figura:

Figura 3

Mensaje de Correo Electrónico



Las personas responden el correo electrónico con su Whatsapp y son contactados a través de este con el siguiente mensaje:

“¡Hola Daniel!

Soy Julio Meza de Ciudad Virtual, muchas gracias por expresarnos tu interés en el portafolio de pastelería, te comparto los productos y los precios”

Como se muestra en la siguiente imagen:

Figura 4

Contacto Whatsapp



Para finalizar se recibe el pedido del cliente, el pago y la dirección de entrega. Se adquieren los productos con el vendedor y se le llevan al comprador.

¿Cómo genera valor?

Ciudad Virtual une la oferta de productos o servicios con su demanda, rompiendo las limitaciones de los negocios en cuanto a su ubicación geográfica, su tamaño y su visibilidad.

¿Qué valor entrega?

A los compradores les permite encontrar los productos o servicios que necesitan y normalmente no saben en dónde conseguir; a los vendedores les permite ampliar su red de clientes que generalmente conseguían por recomendación directa.

¿Cómo captura valor?

En cada venta que se hace se cobra una comisión al comprador por la intermediación, también se cobra el domicilio el cuál deja una pequeña ganancia por cada entrega. El mayor valor que se captura son los datos de las personas que se convierten en clientes y personas que son compradores potenciales a futuro.

Hipótesis Críticas

En todo el proceso de ideación, Ciudad Virtual plantea la solución para el siguiente problema identificado: No existe una conexión efectiva entre los comerciantes informales o las personas que ofrecen servicios, y sus clientes potenciales. Su público objetivo presenta los siguientes dolores:

- Los compradores no encuentran muchos de los productos o servicios que necesitan.
- Los pequeños comerciantes limitan las ventas a sus vecinos.
- Los pequeños comerciantes no hacen parte de las apps de comercio actuales, porque no están dirigidas para su tipo de negocio o por los altos costos de las comisiones.
- El costo salarial de los domiciliarios es demasiado alto.

A partir de estos dolores identificados, se plantearon las siguientes hipótesis:

Figura 5

Definición de Hipótesis



Luego de este proceso, se priorizaron las siguientes hipótesis:

(Deseable) A las personas les interesa usar una nueva app para comprar los productos que necesitan: Actualmente se encuentran en el mercado muchas aplicaciones para comprar productos o servicios, aunque Ciudad Virtual está pensada para tener en ella a los vendedores que no están en las otras plataformas. Es necesario probar si los compradores están dispuestos a instalar una nueva aplicación especializada en ese tipo de productos y servicios, o si por el contrario prefieren conseguir lo que necesitan de manera tradicional.

(Deseable) A través de una app, los comerciantes informales pueden aumentar sus ventas: Normalmente, los comerciantes informales adquieren sus clientes por recomendación directa, frecuentemente sus propios vecinos. Se debe probar si a través de Ciudad Virtual realmente aumentan sus ventas, y adquieren nuevos clientes sin importar el lugar de la ciudad en el que se encuentren.

(Factible) Las empresas de delivery les interesa hacer una alianza con Ciudad Virtual: Ante los constantes problemas laborales que tiene aplicaciones como Rappi, Ciudad Virtual pretende tercerizar la entrega de los productos. Se debe validar si las empresas de entrega que existen en las diferentes ciudades, están dispuestas a realizar alianzas estratégicas que mejoren los precios de su trabajo para Ciudad Virtual.

(Viable) Las personas están dispuestas a pagar una comisión cuando compran productos a través de la app: Uno de los pilares importantes para los ingresos de Ciudad Virtual, son las comisiones que pagan los usuarios por su uso. Se supone que las personas pagarían un pequeño cobro por la intermediación entre ellos y los vendedores, teniendo en cuenta que a través de la app podrán encontrar los productos o servicios que estas necesitan y que no saben en dónde conseguirlos.

Diseño Y Evidencias Del Proceso De Experimentación

a- Test card de los experimentos

Test card del primer experimento

Tabla 4

Test Card Primer Experimento

Nombre del experimento:	Encuesta	Fecha límite:	Abril 24
Responsable:	Julio Meza	Duración:	4 días
Hipótesis (creemos qué): (Viable) Las personas están dispuestas a pagar una comisión cuando compran productos a través de la app			
Explicación experimento: Se les entregará un prototipo de la aplicación en dónde los usuarios realizarán una compra, luego se les entregará un encuesta con varias preguntas sobre usabilidad y modelo de negocio.			
Medida: Número de personas entrevistadas / número de personas que están dispuestas a usar la aplicación			
Criterio de éxito: Que al menos el 50% de los entrevistados estén dispuestos a pagar una comisión por cada compra			

¿Por qué este experimento?

Aunque las encuestas son uno de los instrumentos poco confiables, se decidió el uso de estas dado que ya se tiene un conocimiento preliminar de los usuarios, este fue compilado utilizando varias técnicas de investigación.

Debido al poco tiempo que se tiene para el levantamiento de la información, se debe utilizar una herramienta rápida que permita conocer la opinión de las personas, lo que ellos creen que harían, la información que nos entregue este experimento, será la entrada para los próximos experimentos en donde se medirá lo que ellos hacen en realidad.

Test card del segundo experimento

Tabla 5

Test Card Segundo Experimento

Nombre del experimento:	Página de aterrizaje simple	Fecha límite:	Mayo 13
Responsable:	Julio Meza	Duración:	14 días
Hipótesis (creemos qué): (Deseable) A las personas les interesa usar una nueva app para comprar los productos que necesitan			
Explicación experimento: Se diseñó una landing page en donde se explica cómo funciona la app tanto para compradores como para vendedores. En este experimento se lanzó una publicación (orgánica) en redes sociales para medir la tracción y el interés que tienen las personas en conocer y utilizar una nueva app. En esta página también se ubicó un formulario que recopila información que sirve como input para los siguientes experimentos.			

<p>Medida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de visitas en la página web • Número de visitas en la página web / número de personas interesadas en participar en la app
<p>Criterio de éxito:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 visitas en 10 días • El 20% de las personas que visitan la web se apuntan como interesados en probar la tecnología cuando salga al público

¿Por qué este experimento?

Este experimento permite medir la tracción que tiene Ciudad Virtual al promocionarse, además de constatar el interés de las personas para usar la app una vez esté en el mercado. Se decide utilizar la página simple de aterrizaje por su utilidad para obtener los resultados esperados, y para recopilar información de entrada para las pruebas futuras.

Test card del tercer experimento

Tabla 6

Test Card Tercer Experimento

Nombre del experimento:	Mago de Oz	Fecha límite:	Mayo 19
Responsable:	Julio Meza	Duración:	5 días
Hipótesis (creemos qué): (Deseable) A través de una app, los comerciantes informales pueden aumentar sus ventas			

Explicación experimento:

Con los datos recopilados en el experimento de la página de aterrizaje simple, se enviarán correos electrónicos ofreciendo hacer contactos e intermediación para realizar compras. Todo el proceso se realizará de manera manual, pero para los usuarios será transparente.

Medida:

- Número de respuestas a los correos enviados
- Número de ventas por intermediación de Ciudad Virtual

Criterio de éxito:

- 5 correos de respuesta
- 1 venta intermediada por Ciudad Virtual

¿Por qué este experimento?

Esta prueba se utiliza porque es necesario medir si en realidad Ciudad Virtual le agrega valor a los comerciantes, la promesa de valor para ellos es que aumentarán su clientela y por ende sus ventas, se medirá si con la intermediación de la app se cumple este objetivo.

Test card del cuarto experimento

Tabla 7

Test Card Cuarto Experimento

Nombre del experimento:	Entrevistas a socios y proveedores	Fecha límite:	Mayo 21
Responsable:	Julio Meza	Duración:	6 días
Hipótesis (creemos qué): (Factible) Las empresas de delivery les interesa hacer una alianza con Ciudad Virtual			
Explicación experimento: Se contactará a una de las empresas de delivery de la ciudad, para indagar sobre las posibilidades que existen de establecer una alianza.			
Medida: <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas con posibles socios estratégicos que entreguen su información 			
Criterio de éxito: <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista con un socio estratégico 			

¿Por qué este experimento?

Dado que Ciudad Virtual no contempla hacer las entregas con domiciliarios propios, se debe validar si la empresa de delivery de la ciudad está dispuesta a realizar una alianza estratégica en la que además Ciudad Virtual pueda comisionar por cada entrega que se haga.

b- Learning card de cada experimento

Learning card primer experimento

Tabla 8

Learning Card Primer Experimento

Nombre del experimento:	Encuesta	Fecha aprendizaje:	Abril 25
Responsable:	Julio Meza		
Hipótesis (creímos qué): (Viable) Las personas están dispuestas a pagar una comisión cuando compran productos a través de la app			
Observamos: Las personas tienen varios productos o servicios que necesitan y no saben en dónde encontrarlos, por eso les inquieta una solución para ese dolor.			
De eso aprendimos qué: <ul style="list-style-type: none">● Se presume que, las personas pagarían hasta el 3% de comisión por cada compra que hagan en la app, algunos están dispuestos a pagar hasta el 6% pero se perdería más del 50% de clientes, por lo tanto esta no debe superar el primer valor,● Antes de la experimentación, se presumía que las membresías serían un flujo de ingresos importante, los resultados de la encuesta arrojan que la mitad de las personas no están interesadas en realizar este pago, por lo tanto, se puede mantener este ítem en los ingresos pero con un menor peso en su importancia.● Se cuenta con compradores interesados en ser adoptadores tempranos de la app.			
Por lo tanto haremos: Adquirir el dominio ciudadvirtual.com.co, con el fin de darle más seriedad a las siguientes pruebas; crear un landing page para medir la tracción que tiene la app en los usuarios, y para recopilar datos que sirvan para empezar a concretar ventas			

Learning card segundo experimento

Tabla 9

Learning Card Segundo Experimento

Nombre del experimento:	Página de aterrizaje simple	Fecha aprendizaje:	Mayo 14
Responsable:	Julio Meza		
Hipótesis (creímos qué): (Deseable) A las personas les interesa usar una nueva app para comprar los productos que necesitan			
Observamos: Con una campaña orgánica en redes sociales, se logró llevar a 319 personas a la página en 14 días, el 35% mostraron su interés en ser adoptadores tempranos, como vendedores y como compradores.			
De eso aprendimos qué: <ul style="list-style-type: none"> ● A las personas les llama la atención la marca Ciudad Virtual. ● Ciudad Virtual despierta interés tanto a compradores como a vendedores. ● A los usuarios sí les interesa contar con una nueva app que les permita buscar sus productos o servicios. ● Antes del experimento se planeaba hacer pruebas con las personas que necesitan paseadores de perros, al realizar dicho procedimiento, se encontró con que los adoptadores tempranos serían las personas interesadas en comprar tortas personalizadas. ● Adquirir el dominio ciudadvirtual.com.co y el correo electrónico @ciudadvirtual.com.co, le dio seriedad al experimento y las personas respondieron tranquilas y entregaron sus datos dejando de lado la posibilidad de fraude. 			

Por lo tanto haremos:

Mejorar la landing page para lograr más tracción; crear un logo que identifique a Ciudad Virtual y realizar pruebas que permitan concretar ventas para medir no solo lo que quieren los usuarios si no también lo que hacen.

Learning card tercer experimento

Tabla 10

Learning Card Tercer Experimento

Nombre del experimento:	Mago de Oz	Fecha aprendizaje:	Mayo 20
Responsable:	Julio Meza		
Hipótesis (creímos qué): (Deseable) A través de una app, los comerciantes informales pueden aumentar sus ventas			
Observamos: En los pocos días que se realizó el experimento se hicieron ventas, las cuales fueron diferentes a las que los comerciantes realizaron directamente en su negocio.			
De eso aprendimos qué: <ul style="list-style-type: none">• Los vendedores informales pueden aumentar sus ventas promocionando los productos a través de Ciudad Virtual.• Los compradores están dispuestos a pagar una comisión por la compra.• Los compradores están dispuestos a asumir el costo del envío.• A medida que se hacen los experimentos, se obtiene información más refinada que permite realizar pruebas que generen mayor valor y confiabilidad.			
Por lo tanto haremos: Seguir mejorando la web y permitir que las personas puedan ver el catálogo de productos en línea, agregar botones de llamado a la acción para que las personas se puedan comunicar con los administradores de la app cuando deseen realizar una compra. Establecer horarios de atención para que los usuarios no realicen pedidos fuera de los horarios de funcionamiento de los proveedores. Seguir midiendo intereses para definir otra línea de productos de consumo frecuente que se pueda incluir en Ciudad Virtual.			

Learning card cuarto experimento

Tabla 11

Learning Card Cuarto Experimento

Nombre del experimento:	Entrevistas a socios y proveedores	Fecha aprendizaje:	Mayo 20
Responsable:	Julio Meza		
Hipótesis (creímos qué): (Factible) Las empresas de delivery les interesa hacer una alianza con Ciudad Virtual			
Observamos: En Manizales solo existe una empresa de delivery, se mostró muy interesada en realizar una alianza estratégica con Ciudad Virtual.			
De eso aprendimos qué: <ul style="list-style-type: none">● Es posible establecer convenio con la empresa de delivery de Manizales.● Subcontratando las entregas, Ciudad Virtual evita riesgos y problemas laborales con los repartidores.● Es posible cobrar comisión a la empresa de delivery por cada entrega que esta realice.● Se podrían realizar ventas en ciudades y municipios cercanos para ampliar el área de operación.● Al ser la única empresa de delivery de la ciudad, tienen mayor poder de negociación.			
Por lo tanto haremos: Seguir avanzando en un convenio con Master Envíos; se revisará con un asesor jurídico y uno financiero los acuerdos que se puedan establecer con dicha empresa.			

c- Reflexión sobre los hallazgos

Primera hipótesis

En el primer experimento, se tuvo un acercamiento a los posibles usuarios y lo que ellos piensan al respecto. Para este ejercicio se utilizó un prototipo diseñado con la experiencia de usuario parecida a la utilizada en mercadolibre, esto permitió que los usuarios encontraran un funcionamiento transparente para hacer las compras a través de Ciudad Virtual.

Aunque parte del prototipo evaluaba la experiencia de usuario, luego de que las personas tuvieran acercamiento con este, además de consultarles sobre la UX, también se les preguntaba sobre temas que tienen que ver directamente con el modelo de negocio; validando lo deseable para recibir la primera realimentación sobre estos componentes.

En el experimento se recopiló información inicial que permitió conocer a los usuarios y proporcionó entradas para los próximos experimentos, se obtuvieron datos estadísticamente relevantes como para empezar a tomar decisiones para seguir con el proceso.

La información recopilada permite validar de manera concluyente la primera hipótesis: (Viable) Las personas están dispuestas a pagar una comisión cuando compran productos a través de la app. Con lo aprendido en el ejercicio, se hicieron modificaciones en los user persona, afinándolos a los posibles adoptadores tempranos.

Segunda hipótesis

En el segundo experimento, se quería cuantificar la tracción que Ciudad Virtual tenía en las personas, a fin de seguir evaluando el componente deseable del plan de negocio, midiendo el interés que mostraban los posibles compradores en utilizar una nueva app de marketplace.

Para esto se adquirió el dominio www.ciudadvirtual.com.co, lo cual permitió transmitir confianza a las personas y darle seriedad al ejercicio, allí se explicaba a los compradores y a los vendedores la manera como funcionaría la app. En 14 días de experimentación se registraron 310 visitas, de las cuales 110 (35%) personas indicaron que quieren participar de Ciudad Virtual, de ese grupo, 95 (86%) personas dejaron sus datos para que se les informe cuando la aplicación esté disponible.

Teniendo en cuenta que la publicación de la web se hizo de manera orgánica a través de redes sociales, se puede deducir que las personas están interesadas en utilizar la nueva app, dado que esta presta un nuevo servicio que la diferencia de sus similares. En consecuencia, la segunda hipótesis: (Deseable) A las personas les interesa usar una nueva app para comprar los productos que necesitan; se puede definir como concluyente.

Al finalizar la ejecución del experimento, se decidió cambiar nuevamente los user persona, ya que antes de este se consideraba que los adoptadores tempranos serían los paseadores de perros y sus posibles clientes, pero los resultados arrojaron que serían los vendedores de tortas personalizadas y sus posibles compradores. Este cambio se hizo para avanzar con las pruebas.

Tercera hipótesis

Evaluando el componente de usabilidad, se ejecutó el tercer experimento, en este se enviaron mensajes de correo electrónico para establecer contacto con las personas que habían manifestado interés a través de la página simple de aterrizaje del experimento anterior.

Lo anterior se hizo con el fin de concretar ventas utilizando la metodología “Mago de Oz”, como salida de la validación de la segunda hipótesis, se cambiaron los adoptadores tempranos de paseadores de perros a tortas personalizadas; se envió un primer mensaje

preguntando sobre el interés de realizar compras en ese momento, de allí solo se recibió una respuesta.

Considerando que no se obtuvieron las respuestas esperadas, se analizó la situación y se identificó que las personas necesitan tortas personalizadas solo para ocasiones especiales; por lo tanto, se modificó el mensaje para preguntarles sobre las suyas con el fin de que Ciudad Virtual los contacte días antes para ayudarles a realizar la compra. De allí se recibieron más respuestas de los compradores.

Con el propósito de concretar ventas, a través de Whatsapp se estableció comunicación con los posibles compradores, ofreciéndoles un portafolio de productos relacionados con pastelería; con esta estrategia se logró llevar a cabo la finalidad del Mago de Oz y cerrar transacciones.

Esta prueba permitió validar la tercera hipótesis: (Deseable) A través de una app, los comerciantes informales pueden aumentar sus ventas. Resultando como concluyente.

Cuarta hipótesis

Para este experimento se contactó a la empresa “Master Envíos”, la única organización que presta el servicio de delivery en la ciudad de Manizales, por medio de una entrevista con su coordinador administrativo se constató el interés de dicha organización para establecer una alianza con Ciudad Virtual.

En la entrevista se abordaron temas relacionados con posibles alianzas, pero también se dialogó sobre la posibilidad de recibir comisiones por cada entrega que ellos hagan relacionadas con ventas realizadas por medio de Ciudad Virtual, en ambos componentes se recibieron respuestas positivas por parte de Master Envíos.

En la conversación con la empresa de envíos se conoció que hace presencia en otros municipios, o cuál podría ser la clave para ampliar la operación de Ciudad Virtual contando con el aliado estratégico en el delivery.

Frente a la cuarta hipótesis: (Factible) Las empresas de delivery les interesa hacer una alianza con Ciudad Virtual. Se define como concluyente, ya que es evidente el interés de la empresa en hacer una alianza estratégica con Ciudad Virtual, y con esto cerrando el ecosistema necesario para el modelo de negocio.

d- Propuesta de valor, segmento de clientes y características del PMV

Propuesta De Valor

Propuesta de valor al vendedor: La ciudad es tu cliente

Tabla 11

Atributos propuesta de valor vendedores

Atributos de la propuesta de valor		
Atributo	Funcionalidad	Métrica
Relación comercial efectiva y permanente entre vendedores y compradores	A través de una app para dispositivos móviles, los vendedores promocionarán sus productos o servicios para hacer match con las necesidades de los compradores, de allí en adelante podrán producir recompras debido a la calidad de sus productos o servicios	Número de recompras cada semestre
Evitar la desconexión entre la oferta y la demanda	Por medio de un buscador incorporado en la aplicación, los clientes podrán encontrar a los vendedores sin importar el lugar de la ciudad en la que se	Número de transacciones realizadas por semestre

	encuentren	
Expandir la población objetivo de los vendedores	Los vendedores publicarán su portafolio de servicios o productos en la app, esta tiene alcance en toda la ciudad, y no solo a sus vecinos cómo están acostumbrados	Número de clientes nuevos por vendedor por cada semestre

Propuesta de valor a los compradores: Encuentra lo que necesitas, ¡y en tu ciudad!

Tabla 12

Atributos propuesta de valor para compradores

Atributos de la propuesta de valor		
Atributo	Funcionalidad	Métrica
Conseguir los productos o servicios que necesitan pero que no saben en dónde conseguirlos	A través de una app para dispositivos móviles, los compradores harán match entre sus necesidades y los productos o servicios que las suplen	Número de compras de cada usuario cada semestre

Segmento De Clientes

Tabla 13

User persona comerciante pequeño que aspira a crecer su negocio

Luz Marina		
	<p>Metas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener su negocio 2. Crecer el negocio y vender más 3. Poder generar empleo a sus hijos o vecinos 4. Seguir aprendiendo lo relacionado con su trabajo 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar los alimentos para su familia 2. Organizar la casa 3. Cuidar a sus nietos 4. Ver en youtube nuevas formas para decorar tortas 5. Trabajar de manera informal desde su hogar 6. Asistir a cursos para aprender nuevas recetas
<p>Biografía breve</p> <p>Edad: 40 Educación: Secundaria completa Formación: Algunos estudios de pastelería Estilo de vida: Casada con tres hijos, con su trabajo ayuda a los gastos del hogar</p>	<p>Desafíos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Que sus productos o servicios sean de excelente calidad 2. Generar ingresos para comprar materiales y que pueda ganar algo de dinero 	<p>Canales preferidos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook 2. Tiktok 3. Noticieros del mediodía
<p>Frustraciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No saber cómo tener nuevos clientes 2. A veces sus ingresos no son suficientes 	<p>Motivaciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poder ayudar con los gastos del hogar 2. Que los hijos puedan estudiar 3. La satisfacción de hacer bien su trabajo 	<p>Miedos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quebrar su negocio 2. Tener mala reputación 3. Quedar mal con un trabajo

Tabla 14

User persona comprador que no tiene tiempo

Juan José		
	<p>Metas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un posgrado 2. Comprar un carro 3. Conocer a la persona ideal para que sea su pareja 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajar, en muchas oportunidades hasta 12 horas. 2. Compartir con sus amigos diferentes actividades 3. Pocas veces cocina, prefiere pedir algo a domicilio.
<p>Biografía breve</p> <p>Edad: 30 Educación: Universidad Formación: Arquitecto Estilo de vida: Soltero, vive solo en una apartamento cerca a su trabajo, tiene dos perros y es aficionado al fútbol. Su trabajo requiere de mucho tiempo de dedicación</p>	<p>Desafíos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tener tiempo para su vida social 2. Dejar de hacer ciertas actividades para liberar tiempo 3. Cuidar adecuadamente de sus mascotas 4. Poder estudiar y trabajar 	<p>Canales preferidos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales 2. Rappi 3. Mercadolibre
<p>Frustraciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Necesitar algo y no saber en dónde comprarlo 2. Que el trabajo no le de tiempo para hacer otras cosas 3. No saber en dónde contratar los servicios que necesita 	<p>Motivaciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ganar dinero para comprar lo que él y sus perros necesitan 2. Avanzar y ser reconocido en su trabajo 	<p>Miedos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perder a sus mascotas 2. Dejar el trabajo actual y conseguir uno en donde le paguen menos

Características Del PMV

El PMV de Ciudad Virtual tiene las siguientes características:

1. Ciudad Virtual está en línea y abierto al público a través de la página web www.ciudadvirtual.com.co.
2. En la página web de la aplicación las personas indican su voluntad de participar de Ciudad Virtual, cómo vendedores, cómo compradores o ambos.
3. En la página los compradores pueden escoger entre cuatro opciones de productos o servicios, para ejecutar el MPV se eligieron las personas que escogen el producto tortas personalizadas.
4. Al dejar sus datos, los compradores son contactados por el desarrollador de Ciudad Virtual, las personas responden con su número de Whatsapp.
5. A través de Whatsapp se contacta a las personas y se les comparte el portafolio.
6. Al realizar la venta, se compran los productos en el proveedor y son entregados al comprador.
7. El MPV permite realizar ventas, pero también recoge información importante sobre el contacto, los gustos y las fechas especiales de los usuarios.
8. Los compradores siempre son contactos utilizando canales oficiales (director@ciudadvirtual.com.co), para darles tranquilidad y puedan entregar sus datos.
9. El MPV es escalable, se puede seguir ajustando para ir logrando los resultados propuestos.

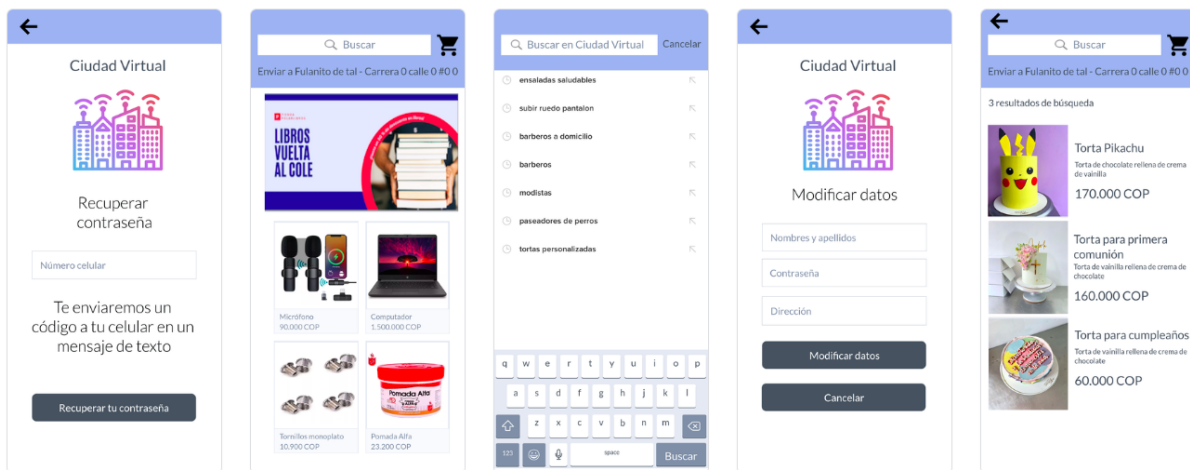
e- Evidencia de los logros obtenidos

Primera hipótesis

A través de una Encuesta virtual, se evaluó el prototipo, solicitando a las personas que realizaran una compra, para finalizar se les comparte la encuesta para diligenciar en línea. En la siguiente figura se muestra parte del prototipo de Ciudad Virtual:

Figura 6

Prototipo Ciudad Virtual



Allí se obtuvieron datos importantes y hallazgos que permitieron contar con información valiosa para planear los demás experimentos:

- Los usuarios mostraron su interés en adquirir productos y servicios a través de Ciudad Virtual.
- Los usuarios pagarían una comisión para encontrar lo que necesitan.
- Se empezaron a perfilar los adoptadores tempranos de la tecnología.

En el anexo 1, se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta.

Segunda hipótesis

Se adquirió un servidor y el dominio “ciudadvirtual.com.co”, allí se alojó una landing page que se promocionó de manera orgánica en redes sociales. Esto permitió probar la tracción que tiene la idea de la aplicación en las personas, y el interés que les genera utilizar una nueva aplicación para el fin específico.

Landing page www.ciudadvirtual.com.co

Figura 7

Landing Page Ciudad Virtual

The image displays the landing page for Ciudad Virtual, which includes a survey form and a mobile browser view. The survey form asks if the user would like to use the app and how they would use it. The mobile browser view shows the same survey form on a smartphone screen.

CIUDAD VIRTUAL

PROXIMAMENTE...

Encuentra todo lo que necesitas ¡y en tu ciudad!

CIUDAD VIRTUAL: ¿CÓMO FUNCIONA?

Para vendedores: Ciudad virtual es una aplicación para celulares en dónde puedes vender tus productos o servicios, sin importar si estás o no registrado en cámara de comercio

Para compradores: En Ciudad virtual puedes comprar todo lo que necesitas y no sabes en dónde conseguirlo, por ejemplo, estancillos 24 horas, paseadores de perros, modistas, tortas personalizadas, tatuadores, entre otros

¿Te gustaría usar la app de Ciudad Virtual?

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso.
[Más información](#)

*** Indica que la pregunta es obligatoria**

¿Cómo lo quieres hacer? *

Comprador

Vendedor

Ambos

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó GoogleFormularios ni aprobó este contenido.

Ciudad Virtual by Julio Meza

Eres el visitante número: **1430**

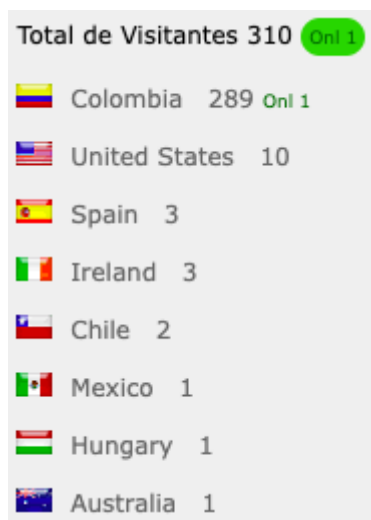
ciudadvirtual.com.co

Dentro de la página se incluyó una descripción sobre los diferentes roles que tiene Ciudad Virtual, y un formulario que permitió tomar datos para los siguientes experimentos. También se incluyó un contador de visitas gratuito que inició en 1.100.

La prueba se hizo durante 14 días, y se obtuvieron 310 visitas, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 8

Visitantes ciudadvirtual.com.co

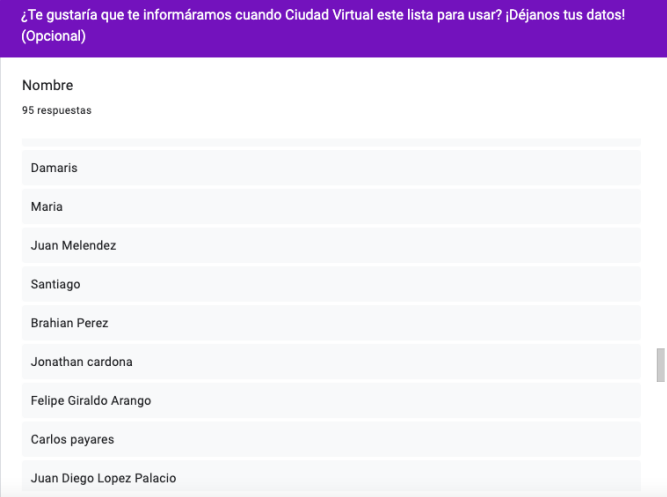


De esas 310 visitas, 110 (35%) personas indicaron que quieren participar de Ciudad Virtual, de ese grupo, 95 (86%) personas dejaron sus datos para que se les informe cuando la aplicación esté disponible.

En la siguiente figura se evidencia los datos recolectados, los usuarios entregaron su nombre y correos electrónicos:

Figura 9

Datos recolectados a través de ciudadvirtual.com.co



¿Te gustaría que te informáramos cuando Ciudad Virtual este lista para usar? ¡Déjanos tus datos!
(Opcional)

Nombre
95 respuestas

Damaris
Maria
Juan Melendez
Santiago
Brahian Perez
Jonathan cardona
Felipe Giraldo Arango
Carlos payares
Juan Diego Lopez Palacio

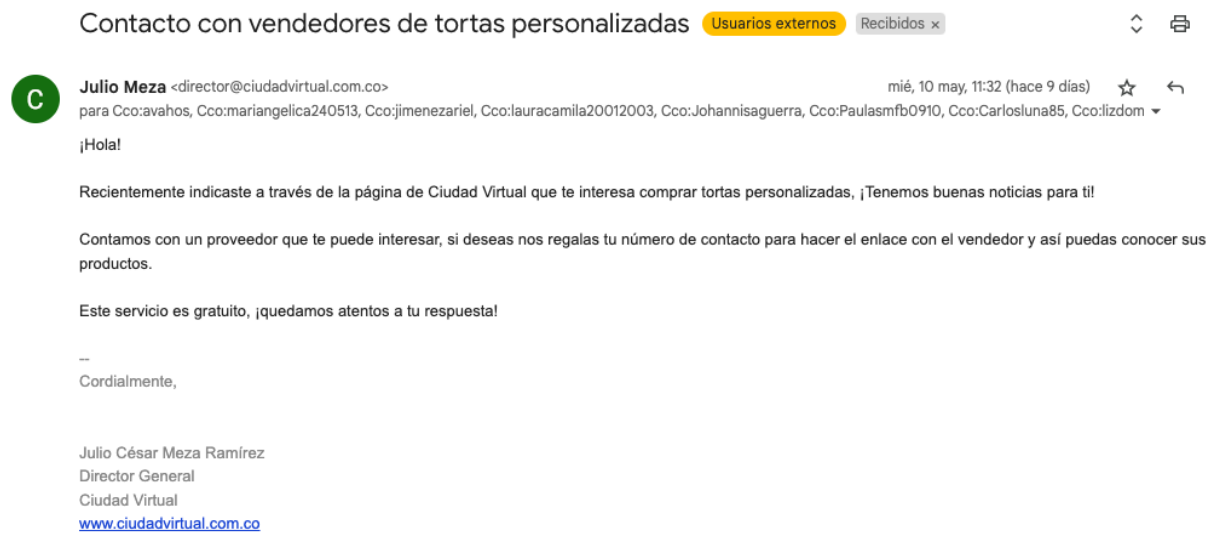
En el anexo 2 se encuentran los resultados de esta experimentación.

Tercera hipótesis

Teniendo los datos de contacto de los usuarios, se enviaron dos correos para intentar establecer intereses más concretos que pudieran llevar a una venta, a continuación se muestra el primer mensaje:

Figura 10

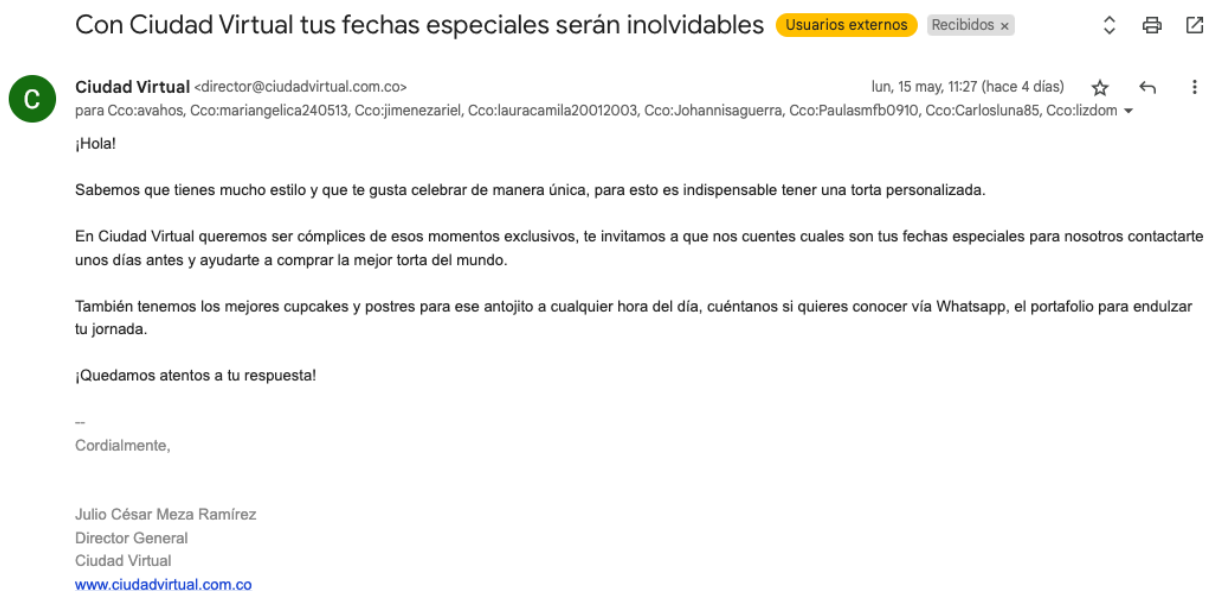
Correo electrónico enviado para contactar usuarios



De este correo se recopiló una respuesta de una persona interesada en hacer el contacto, teniendo en cuenta lo anterior, se cambió el mensaje de email y se envió nuevamente, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 11

Segundo correo electrónico enviado



De allí se obtuvieron tres respuestas de personas que reportaron sus fechas especiales para ser contactados en la víspera, para ayudarles a comprar su torta personalizada, en la siguiente figura se muestran algunos datos recopilados:

Figura 12

Datos recopilados después del segundo email

Nombre	Correo	Celular	Tipo de interés	Fechas especiales
Atrid Vahos	avahos@gmail.com	3117643772	Tortas	N.A
Juan David Bastos	jdavid.b.astos.o.campo@gmail.com	3166805671	Tortas y portafolio	Día de la madre Cumpleaños mamá julio 29 Cumpleaños hermano noviembre 30 Navidad Fin de año
Juan Pablo Marín	juanpablomaring27@gmail.com		Tortas	27 mayo 27 junio 11 julio 25 octubre 12 diciembre
Daniel Esteban Ramírez Duque	daeramirezdu@gmail.com	3226522453	Tortas y portafolio	cumpleaños (20 de julio) cumpleaños de mi papá (14 de noviembre) cumpleaños de mi pareja (30 de noviembre) cumpleaños de mi mamá (18 de enero)

Teniendo en cuenta que no había fechas cercanas, se les envió a través de Whatsapp el portafolio de productos (postres y cupcakes) animándonos a comprar, de allí se realizaron dos ventas, que dejaron como ganancia entre el 7% y el 9% de comisión, y ambos compradores asumieron el costo del envío.

Cuarta hipótesis

Para este experimento se contactó a la empresa “Master Envíos”, la única organización que presta el servicio de delivery en la ciudad de Manizales. Allí se realizó la siguiente entrevista:

Fecha: Viernes 19 de mayo de 2023

Entrevistador: Julio César Meza Ramírez

Entrevistado: Carlos Mario Luna

1- Por favor indíqueme su nombre y cargo.

Respuesta: Carlos Mario Luna, coordinador administrativo Master Envíos

2- Ciudad Virtual es una aplicación que está próxima a salir al mercado, en este momento se están realizando pruebas del modelo de negocio. El funcionamiento de esta es parecido al de Rappi, pero dirigida a los comerciantes informales y a las personas que prestan servicios.

Ciudad Virtual no contempla realizar las entregas de los productos, y en este momento está buscando socios estratégicos para realizar esta tarea. ¿Cree usted que a través de Master Envíos Ciudad Virtual puede realizar sus entregas?

Respuesta: Claro que sí, tenemos 15 domiciliarios contratados que pueden cubrir toda la ciudad, en caso de necesitar más, podemos contratar a más personas.

3- ¿En qué ciudades funcionan?

Respuesta: Master Envíos funciona en Manizales, Pereira, Armenia, Cartago, La Virginia, Chinchiná, Santa Rosa, Medellín y Cali.

4- En qué se basan ustedes para calcular la comisión de la entrega.

Respuesta: Depende del punto de recogida y el punto de entrega, ¿Cuál es el lugar de recogida?

5- El lugar de recogida no es fija, porque esta depende de la ubicación del vendedor ya que no es siempre la misma, ¿Es posible este tipo de funcionamiento?

Respuesta: Claro que sí, nos ponemos de acuerdo y fijamos comisiones dividiendo la ciudad por áreas.

6- ¿Ustedes tienen el servicio de pago contra entrega? Si lo tienen, ¿Cuál sería la comisión por el cobro?

Respuesta: Sí lo tenemos y no cobramos comisión, el mismo día hacemos el cierre y les consignamos el dinero a la cuenta que ustedes nos den.

7- ¿Cuánto vale el servicio más caro que ustedes tienen? Por ejemplo, un domicilio desde la Enea hasta Villapilar (Recorrer la ciudad de punta a punta):

Respuesta: Ese servicio vale 8.000 pesos, y por ejemplo a Pereira vale 15.000.

9- ¿Es posible bajar los precios que tienen actualmente?

Respuesta: Sí, miramos el volumen de envíos, si salen en ruta, el tipo de entrega, y dependiendo de todo eso podemos disminuir las tarifas.

10- ¿Es posible que Ciudad Virtual obtenga una comisión por cada servicio que les active?

Respuesta: Por supuesto, podemos entregarles comisión, nos ponemos de acuerdo y no hay ningún problema.

Roadmap Del Negocio

Los pasos siguientes a implementar para la continuidad de Ciudad Virtual, son los siguientes:

1. Validar si existe el talento humano para desarrollar la app y los valores contractuales.
2. Gestionar financiación para el proyecto.
3. Diseñar un logo que representa la app.
4. Mejorar el Landing Page, incluyendo el logo, y un diseño más funcional.
5. Seguir avanzando en la construcción del PMV, presentando el portafolio de productos en la página web, para que el usuario pueda solicitarlos sin necesidad de cruzar mensajes de correo electrónico.
6. Incluir llamados a la acción en la página web, para inscribirse como adoptador temprano y para realizar compras.
7. Avanzar con la alianza estratégica con la empresa Master Envíos.
8. Empezar a entregar productos con la empresa de envíos.
9. Incorporar la tecnología de GPS para sofisticar las entregas.
10. Programar la app en su versión beta para trasladar los procesos que se hacen en la web.

Aprendizajes Del Proceso

En todo el proceso de ideación y estructuración del modelo de negocio, se obtuvieron los siguientes aprendizajes:

1. No se puede lanzar un proyecto sin tener toda la información completa, es decir, antes de salir a vender se debe diseñar todo el modelo de negocio.
2. Es imprescindible empatizar con el usuario en todas las etapas del proceso.
3. Lo que el usuario piensa que haría es diferente a lo que el usuario hace en realidad.
4. Se debe probar constantemente en pequeño para tomar decisiones sobre el proceso.
5. Nunca es demasiado temprano para salir al aire con un proyecto, se debe lanzar y seguir construyendo en el camino.
6. La idea original se cambia varias veces en un proceso de creación de un plan de negocio.
7. La transformación digital es un cambio profundo en el núcleo de la empresa, necesariamente debe tocar toda la estrategia organizacional.
8. La propuesta de valor debe ir acompañada de atributos de valor que sean medibles en el tiempo.
9. Utilizar arquetipos de los usuarios ayuda a cerrar mejor los perfiles y esto facilita el proceso de empatizar.
10. Al estudiar la competencia, se debe tener claro los atributos diferenciadores de la nueva propuesta.

Conclusiones

Al finalizar el proceso, se concluye lo siguiente:

1. Según el informe del DANE (DANE, 2023), para el mes de marzo de 2023 el trabajo informal está por encima del 50%, esto entrega una gran posibilidad de clientes que pueden vender a través de Ciudad Virtual.
2. Los pequeños comerciantes pueden aumentar sus ventas implementando un marketplace especializado en ellos.
3. Las personas que venden servicios no cuentan con canales efectivos para su promoción, Ciudad Virtual les puede solucionar ese dolor.
4. Al subcontratar el proceso de entrega de los productos, se evitan problemas contractuales con los repartidores.
5. Se debe desarrollar una política de datos clara antes de empezar a capturar información a gran escala.
6. Las personas están dispuestas a adoptar una nueva aplicación que les permita encontrar los productos o servicios que necesitan, pero que no saben en dónde conseguirlos.
7. Se puede cobrar comisión a los tres componentes principales del proceso de compra venta: vendedores, compradores y empresa de entregas.
8. La mayoría de los usuarios no se quieren comprometer con el pago de membresías, prefieren pagar por cada servicio.
9. Tener el dominio ciudadvirtual.com.co, brinda seguridad a los usuarios para entregar sus datos personales.
10. Master envíos es la única empresa de delivery de Manizales, esto genera un gran poder de negociación frente a Ciudad Virtual.

Bibliografía

DANE - Empleo informal y seguridad social. (s. f.).

[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social#:~:text=Para%20el%20total%20nacional%2C%20en,anterior%20\(58%2C5%25\).](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social#:~:text=Para%20el%20total%20nacional%2C%20en,anterior%20(58%2C5%25).)

Rappi y el mercado del valor del tiempo. (2019, 20 noviembre). La Tercera.

<https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/rappi-mercado-valor-tiempo/835674/#:~:text=La%20propuesta%20de%20valor%20de,tu%20d%C3%ADa%20si%20es%20necesario.>

Guía: ¿Cómo darse de alta en Rappi? | Hubster Blog. (s. f.).

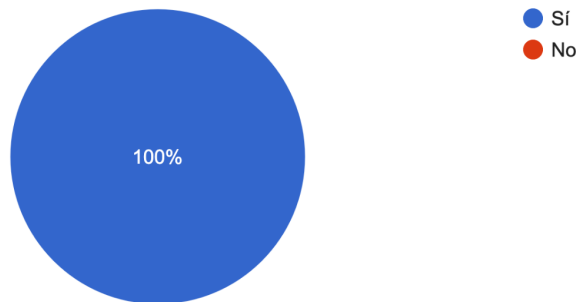
<https://www.gohubster.com/blog/guia-como-darse-de-alta-en-rappi#:~:text=Las%20comisiones%20que%20cobra%20Rappi,de%20delivery%20para%20tu%20negocio.>

Bertoglio, O. J., & Johansen, O. (1982). *Introducción a la teoría general de sistemas*. Editorial Limusa.

Anexo 1. Resultados encuesta primer experimento

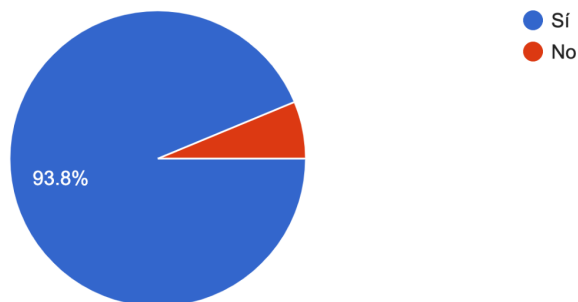
Existen productos que usted necesita pero no sabe en dónde los venden, ¿estaría dispuesto a comprarlos en línea por medio de una app?

32 respuestas



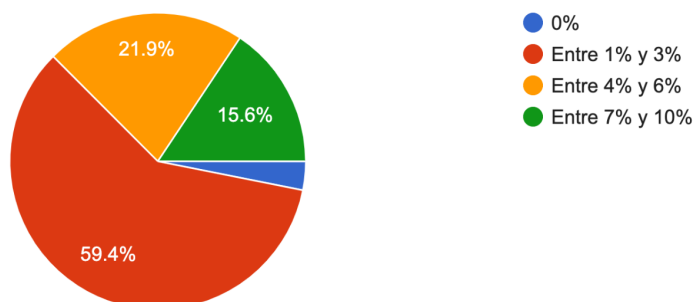
Existen servicios (paseador de perros, psicología, modista, barberos, entre otros) que usted necesita pero no sabe en dónde encontrarlos, ¿est...uesto a comprarlos en línea por medio de una app?

32 respuestas



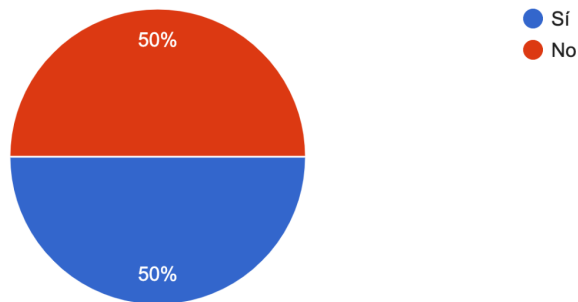
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de comisión a la app por ayudarle a encontrar lo que usted busca? (Comisión calculada sobre el valor de la compra)

32 respuestas



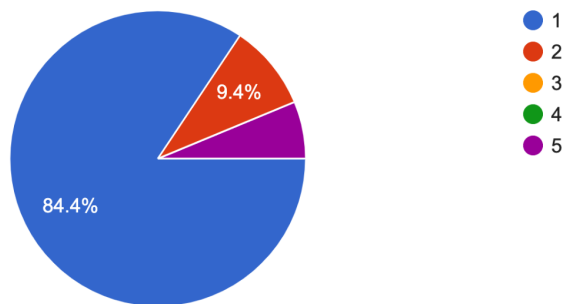
¿Estaría dispuesto a pagar una mensualidad fija para no pagar comisión por cada compra?

32 respuestas



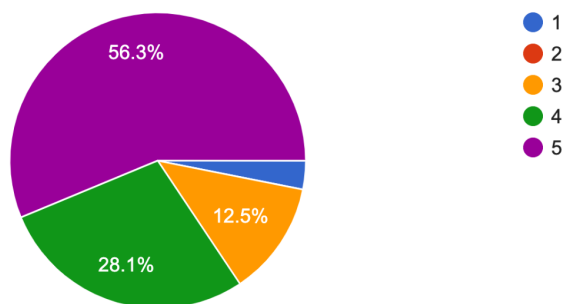
En una escala en donde 1 es muy fácil y 5 es muy difícil, ¿cuánto le costó cumplir con la tarea propuesta en la app?

32 respuestas



En una escala de 1 a 5, en donde 1 es poco interesado, y 5 es muy interesado, ¿qué tan interesado estaría usted en usar la app cuando salga su versión para celular?

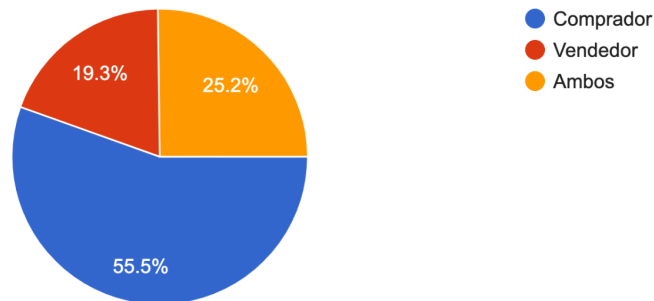
32 respuestas



Anexo 2. Resultado información recolectada en el segundo experimento, página de aterrizaje simple

¿Cómo lo quieres hacer?

119 respuestas



Puedes seleccionar varios

66 respuestas

