
TRANSTRAVEL

OPCION DE GRADO I

LEIDY KATERINE CASTRO
JORGE ALFREDO MOGOLLON

INTRODUCCION

En esta oportunidad mostraremos nuestro servicio que queremos lanzar al mercado con unas pautas principales, al cual le dimos el nombre de TRANSTRAVEL y que hicimos con el fin de demostrar que hoy en día si es posible seguir sacando al mercado productos y/o servicios innovadores que no salgan del presupuesto de cada ciudadano con características especiales las cuales mediante unas encuestas realizadas detectamos que son necesarias al momento de brindar este servicio. Analizaremos cuales han sido las problemáticas, insatisfacciones y necesidades que tiene hoy en día la sociedad sobre el tema de turismo y transporte.

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:

Se definió por el método Customer Development que consiste en un pentágono, donde se identifican las necesidades de un servicio en este caso, para así mismo ofrecer al público un producto innovador que mitigue la necesidad que se está presentando, con el mínimo de incomodidades posibles y un mayor índice de satisfacción. Para ello presentamos nuestra idea de TransTravel un servicio de transporte turístico el cual brinda seguridad, descanso, entretenimiento, y confort. El cual brinda igualmente un servicio de sofacamás individuales, transporte para las mascotas, un servicio de salud y bienestar dentro del mismo, televisión incorporada, y finalmente un servicio turístico el cual nuestro cliente elige si desea o no al momento de adquirir nuestro servicio.

1.2 PROBLEMA A DESARROLLAR

Hemos observado que los pasajeros se quejan ante problemas específicos los cuales queremos tratar de solucionar con el mínimo de errores posibles tales como:

1. Inseguridad
 2. Insatisfacción con el producto y/o servicio
 3. Incomodidad y poco descanso
 4. Bastante tiempo de espera al comprar un tiquete
 5. Pocas opciones al momento de llevar nuestras mascotas
- Por lo cual vimos una necesidad la cual ya será explicada.

1.3 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- Con respecto a los problemas anteriores nace nuestra idea de negocio la cual suple todas estas incomodidades expuestas para así brindar un producto final innovador con grandes expectativas para los usuarios.

1.4. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

- Sector terciario o de servicio

OBJETIVOS

General

- Ser líderes en el transporte y servicios turísticos, contar con el mejor servicio o paquete turístico que se adapte a la necesidad del cliente, brindando calidad comodidad, entretenimiento y seguridad al momento de viajar.

Específicos

- Brindar un servicio de calidad, confort y elegancia, para que el cliente tenga la confianza de viajar con nosotros, además que se sienta como si estuviera en casa.
- Ofrecer un paquete especial para los amantes de las mascotas para que no viajen sin ellas, ya que estos seres hacen parte de la familia.

- como valor agregado, un servicio médico, que vendrá con cada paquete, para así mismo poder atender alguna emergencia en cualquier caso de accidente.

1.1 HIPOTESIS

Enliste las hipótesis identificadas por usted en cada uno de los cuadrantes del Pentágono de Perfilación de Clientes en su etapa inicial, basado en la preguntas guía.

1.1.1 Stakeholder:

- Nuestro público principal son las empresas públicas y privadas para actividades de integración
- Familias que deseen un producto completo de turismo
- Personas naturales que deseen adquirir el servicio individualmente

1.1.2 Identificación de las Necesidades del Stakeholder:

- Vemos necesidades principalmente en la comodidad y descanso de nuestro cliente debido a que es una de las inconformidades principales.
- La necesidad de no perder tiempo, de tener un producto fácil de adquirir sin la necesidad de hacer filas extensas para comprar un tiquete.
- Igualmente nuestros clientes tienen muchas veces la necesidad u obligación de viajar con sus mascotas lo cual es bastante complicado.
- Muchas personas no viajan por la simple razón que les dan malestares generales, llegan más cansados a su destino todo por incomodidad.

1.1.2 Identificación de Soluciones Actuales:

Actualmente existen servicios de transporte terrestre diversos los más conocidos como:

- ✓ Bolivariano
- ✓ Brasilia
- ✓ Macarena
- ✓ Gacela

Haciendo un paréntesis esta una COMPETENCIA DIRECTA la cual se trata de dúo bus que cuenta con algunas de nuestras características.

Y están los aéreos más populares:

- ✓ Avianca
- ✓ Viva Colombia
- ✓ Latam
- ✓ Copa Airlines

Agencias de viajes tales como:

- ✓ Viajes éxito
- ✓ On vacation
- ✓ Aviatur
- ✓ Viaje coopava

1.1.4 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:

- En esta oportunidad vemos principalmente una inconformidad con el servicio que se presenta actualmente debido a que hay poca seguridad en este transporte terrestre, cualquier persona puede acceder al servicio sin ninguna restricción.
- Aparte de esto hay una gran frustración al momento de que no es cómodo ir en un asiento de 3 a 24 horas sin mayor entretenimiento o comodidad.
- Vemos que al momento de subir una mascota a un sistema de transporte ponen bastantes inconvenientes o simplemente no brindan el servicio.

1.1.5 Mercado: Defina las variables empleadas para realizar la segmentación del mercado, demográfica, geográfica, cultural, comporta mentales. Cuantifique el segmento de mercado seleccionado; y plantee la respectiva hipótesis, además identifique cual es el mercado TAM, SOM y SAM

TAM: nuestro servicio va dirigido a todo tipo de público ya que es un servicio turístico, especialmente a empresas, universidades, familias la cuales puedan acceder al servicio, ofreciendo un producto de un precio asequible con las comodidades de una primera clase de un vuelo comercial.

SAM: el servicio se ofrecerá para viajar a lugares representativamente turísticos y reconocidos de Colombia, al inicio las oficinas de venta, serán ubicadas en las principales ciudades del país, para posicionarnos en el mercado.

TM: primordialmente se ofrecerá el servicio como un producto turístico al sector empresarial, universitario y a algunas familias para que evalúen la calidad del servicio, y acorde al gusto de ellos se harán las debidas modificaciones para ofrecer un servicio de calidad a la demanda

MISION

Somos una empresa de turismo y transporte innovador dedicada a brindar servicios a todos aquellos que necesiten y quieran tranquilidad, confort, descanso, entretenimiento y seguridad con el fin de subir las expectativas de nuestros clientes tenemos servicios diferentes los cuales van enfocados en la comodidad, salud y en los animales mediante un buen servicio brindado por nuestros servidores y colaboradores debidamente capacitados.

VISION

Para el año 2027 ser una empresa de turismo y transporte nacional e internacionalmente reconocido por sus servicios innovadores de excelencia y confiable y de altos estándares de calidad pensando principalmente en nuestros clientes y en sus necesidades.

PROPUESTA DE VALOR

- ✓ Siéntete en casa cuando viajas.
- ✓ se concientizan a nuestros pasajeros, de la importancia de cuidar el medio ambiente, no botando productos contaminantes a la carretera, sino en las canecas de nuestro servicio de transporte.
- ✓ Precios asequibles a todo tipo de público, para que puedan disfrutar de un cómodo viaje a un buen precio.
- ✓ Pensamos en tus mascotas, ya que también hacen parte de la familia, para que puedas viajar con ellos de forma segura.
- ✓ Ya que la salud no es un juego y es bueno siempre tener un bienestar, contamos con servicio de medico sobre ruedas

MACROAMBIENTE

Demografía

Para lograr una gran cantidad de clientes fieles al servicio, se implementara planes diferentes a los que están en el mercado hoy en día, ofreciendo el servicio para todo tipo de público (niños, adultos, personas de la tercera edad y mascotas).

Economía

El incremento del desempleo afectara directamente ya que son menos los usuarios a los cuales se podrá ofrecer el servicio, debido a que tienen necesidades de mayor relevancia.

Naturaleza

Es un componente que nos beneficia, debido a que se buscara minimizar la contaminación con una caneca especial donde los pasajeros puedan depositar los desechos de envolturas, etc.

Tecnología

La tecnología nos ayuda bastante en el sentido que podemos ofrecer mayores servicios a nuestros clientes debido a que buscan entretenimiento, comodidad como; la tecnología con la cual cuentan nuestros sofacamas, televisión, WiFi, Música. Por otro lado en los servicios turísticos el foco es que se conecten más con la naturaleza, medio ambiente.

Cultura

la cultura empresarial es lo que identifica una empresa es el conjunto de formas de actuar, sentir, pensar que se comparten entre los miembros de la organización y se tratara de difundir igualmente una cultura a cada uno de nuestros clientes para que si mismo nos distinga por los buenos valores, normas y hábitos.

Política

Tener definida una política adecuada es esencial para el buen funcionamiento ya sea tanto porque alinea y marca las “reglas del juego” para todos nuestros directivos y empleados debido a que existen normas como, la calidad de servicio, medio ambiente, seguridad y salud. En resumen todo aquellos principios generales que nuestra empresa u organización a lo cual nos comprometemos a cumplir.

MICROAMBIENTE

✓ Empresa

Comprende tanto el sector administrativo de TransTravel S.A., los conductores y los médicos acompañantes de cada bus. El sector administrativo está compuesto por los coordinadores generales de rutas, los accionistas de la sociedad.

✓ Publico

Estamos vigilados por el ministerio de transporte, para garantizar la calidad y el buen servicio a nuestro cliente.

✓ Proveedores

Contamos con proveedores turísticos que nos ofrecen sus productos principales para así mismo ofrecerlo a nuestros clientes que ya adquirieron el servicio de transporte con nosotros directamente.

✓ Competidores

Buscamos tener siempre la mejor opción de transporte turístico y planes para nuestro cliente, ofreciendo calidad y comodidad para fidelizar a nuestro cliente.

✓ Clientes

Nuestros clientes son todas aquellas empresas o personas naturales que quieran usar el servicio de transporte y planes turísticos.

✓ Intermedios comerciales

Nuestros intermediarios donde podemos ofrecer nuestros servicios, son los terminales de transporte además de nuestras oficinas comerciales.

ANALISIS DE LAS FUERZAS PORTER

- 1. Nuevos entrantes:** Colombia es un país conocido en el mundo no solo por el café, el banano, también es un lugar turístico, por lo tanto muchas nuevas empresas buscaran esa ventaja que tiene Colombia hoy en día hay grandes empresas de turismo no solo aérea, también terrestre, y las nuevas

empresas, pueden crear ideas más innovadoras por ello, es nuestra directa competencia.

- 2. Proveedores:** al ofrecer un servicio no se trabajaría en convenio sino con pocos proveedores, más que todo con las empresas productoras de los buses el cual es el medio para ofrecer el servicio de turismo de la empresa.
- 3. Clientes:** Colombia al ser un país de turismo, nuestros clientes pueden demandar el servicio en todo el país, ofreciéndole a ellos un producto innovador, asequible para todo tipo de público.
- 4. Productos sustitutos:** las empresas de transporte intermunicipal de pasajeros ofrecen muchos servicios de turismo los cuales por comodidad o por precios son servicios sustitutos al nuestro.
- 5. Rivalidad de la industria:** En el mercado hay gran variedad de empresas que no solo compiten con comodidad sino también con precios, los cuales serían los servicios sustitutos a los que TransTravel ofrece al público, para ello TransTravel buscar ofrecer un buen servicio con calidad y calidez al cliente, para posicionarnos y ser reconocidos como empresa de transportes y servicios de turismo a nivel nacional.

Encuestas y análisis

1ra pregunta

- ▶ Le gusta viajar: a muchos le gusta y a los que no le gusta han viajado pero no quedan satisfechos con el servicio ofrecido, siendo así el 91% de las personas que le gusta viajar y al otro 9 % no.

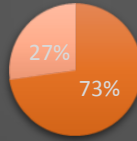


2da pregunta

- ▶ En qué forma le gusta viajar, siendo así que el 73% viaja de forma terrestre y el otro 27% de forma aérea

En qué forma le gusta viajar

terrestre aereo

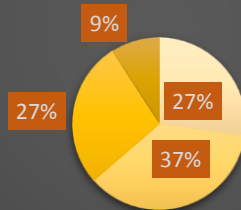


3ra pregunta

- ▶ Cuánto paga por la forma de viaje que escogiste: (máximo y mínimo)

Cuánto paga por la forma de viaje que escogiste: (máximo y mínimo)

Entre 10 mil y 100 mil Entre 100 mil y 500 mil Entre 500 mil y 1 millón Más de 1 millón

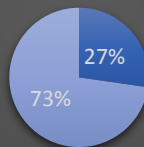


4ta pregunta

- ▶ De qué forma adquieres pasajes al momento de viajar

De qué forma adquieres pasajes al momento de viajar

internet terminal de transporte



5ta pregunta

- ▶ Tiene mascotas, le gustaría viajar con ellas



6ta pregunta

- ▶ Como acostumbras a viajar

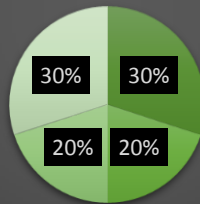


7ma pregunta

- ▶ Qué esperas que haya en un bus al momento de viajar

Qué esperas que haya en un bus al momento de viajar

comodidad medico baño y tv lugar para mascotas

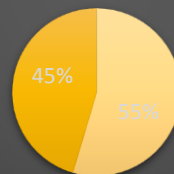


8va pregunta

- ▶ Pagarías un coste adicional con tal de viajar con tu mascota en un lugar seguro

Pagarías un coste adicional con tal de viajar con tu mascota en un lugar seguro

si no



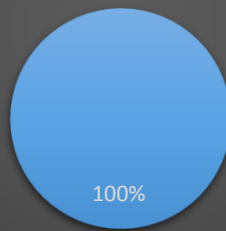
9na pregunta

- ▶ Te gustaría sentirte en casa mientras viajas

Te gustaría sentirte en casa mientras viajas

■ si ■ no

0%



100%

CONCLUSIONES

Con respecto a lo expuesto anteriormente concluimos que las necesidades en estos tipos de servicio son bastantes específicas y muy importantes, debido a que el turismo en Colombia cada vez es más grande y tiene más ramas con las cuales se nos hace más fácil y viable seguir sacando productos innovadores como es el expuesto en este documento.