



Canales

Consideramos que los canales de distribución más adecuados en Valladolid serían aquellos que permitan una combinación eficaz entre presencia física, soporte local y accesibilidad digital, con el fin de llegar tanto al público general como a segmentos específicos del mercado.

En primer lugar, las tiendas especializadas en movilidad urbana, bicicletas o patinetes eléctricos representarían un canal clave para la distribución. Estos establecimientos no solo ofrecen visibilidad directa del producto, sino también la posibilidad de asesorar al cliente, resolver dudas y generar confianza a través de la experiencia de compra presencial.

Por otro lado, los talleres de mantenimiento y reparación pueden convertirse en aliados estratégicos, ya que permiten ofrecer un servicio postventa de calidad, garantizando la satisfacción y fidelidad del usuario. Además, su colaboración puede facilitar la promoción local mediante recomendaciones y acuerdos de mantenimiento preferente.

Los servicios de alquiler o flotas compartidas son otro canal con un gran potencial, especialmente en una ciudad como Valladolid, donde existe una creciente demanda de soluciones de movilidad sostenible. Integrar nuestros productos o servicios en este tipo de plataformas permitiría aumentar la visibilidad y fomentar la prueba del producto entre nuevos usuarios. Asimismo, la venta online constituye un pilar fundamental de la estrategia, al permitir llegar a un público más amplio y ofrecer comodidad, rapidez y disponibilidad constante. Una plataforma digital bien diseñada, complementada con estrategias de marketing digital y redes sociales, reforzaría el posicionamiento de la marca y facilitaría la conversión de nuevos clientes.

Segmentación de los clientes: Consideramos que nuestros principales clientes potenciales serían estudiantes, trabajadores, turistas y empresas de reparto que carecen de medios de transporte propios y que buscan alternativas de movilidad económica, flexible y sostenible. Este grupo encuentra especialmente atractiva nuestra propuesta debido al bajo coste y la conveniencia que ofrece frente a otros medios de transporte tradicionales. En el caso de los estudiantes y jóvenes trabajadores, valoran la posibilidad de desplazarse de forma rápida y asequible, sin necesidad de afrontar los gastos asociados a la compra o mantenimiento de un vehículo. Los turistas, por su parte, encontrarán en este servicio una opción práctica para recorrer la ciudad o acceder a zonas menos conectadas por transporte público. Finalmente, las empresas de reparto o mensajería pueden



Canales

beneficiarse al disponer de un recurso de movilidad temporal y rentable para cubrir rutas o entregas de última milla. La franja de edad principal se situaría entre los 16 y los 30 años, un segmento caracterizado por su familiaridad con la tecnología, su tendencia a utilizar aplicaciones de movilidad compartida y su interés en opciones sostenibles y accesibles.

Además, consideramos fundamental priorizar los canales más rentables para captar y retener a estos clientes. Esto incluye la presencia activa en redes sociales, colaboraciones con universidades, alojamientos turísticos, empresas locales y aplicaciones de transporte o reparto. Paralelamente, resulta imprescindible analizar la normativa local sobre movilidad urbana, transporte compartido y seguridad vial, para garantizar que la actividad cumpla con todos los requisitos legales y operativos.