

Registro de la Propuesta del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Marta Rodríguez Galainena

PROGRAMA: E4

GRUPO: A

FECHA: 27/10/2020

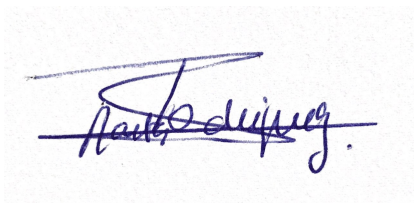
Director Asignado: Fernández Fernández, José Luis
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA START-UP

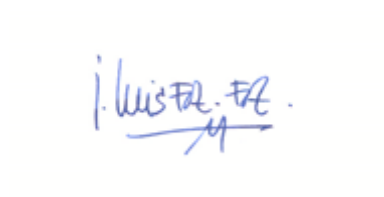
ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:



Fecha: 30/10/2020

Firma del Director:



PROPUESTA DE TRABAJO DE FIN DE GRADO

Marta Rodríguez Galainena
E - 4

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA START-UP



Tutor: José Luis Fernández Fernández

1. Título provisional

Plan de negocio de una startup: hotel *low cost* con procesos digitalizados.

2. Objetivo

Este TFG tiene como propósito la creación y el diseño del plan de negocio de una startup. Se basa en el concurso de emprendimiento de Comillas Emprende en el que varios equipos compiten. Mi equipo está formado por Blanca Prieto Valles, Alain Marxcuach Velasco y Cristina Wentz. Lo supervisa el mentor Santiago Estrada de la Guerra. José Luis Fernández Fernández es el director de este TFG.

- Analizar el sector hotelero: ¿Cuáles son las consecuencias a corto plazo del Covid19? ¿Cuáles son las expectativas a largo plazo? ¿Cómo diferenciarse del resto de los hoteles?
- ¿Cuál es el rol de la digitalización y como se puede implantar teniendo en cuenta la expansión de un negocio?
- Estudiar al público objetivo: ¿Quiénes serán nuestros clientes? ¿Cuáles son sus comportamientos? ¿Cómo atraerlos?
- Presentar una visión general de la startup incluyendo su misión, su visión y su propuesta de valor.
- Desarrollar el modelo de negocio del hotel innovador.
- ¿Cómo puede el marketing digital impulsar un negocio recién creado?

El objetivo de nuestra startup es crear un hotel con procesos digitalizados y con precios bajos. Así, podrá expandirse rápidamente a pesar de la crisis que conlleva el Covid19.

Queremos convertir la crisis en el sector hotelero en una oportunidad para nuestro negocio.

3. Metodología

Una vez definidos los objetivos, la metodología permite cumplirlos.

Llevaremos a cabo una investigación de mercados basándonos en fuentes secundarias que nos darán la información sobre el sector de la empresa, el tamaño del mercado y la implementación de procesos digitalizados.

Después, una parte cuantitativa con cuestionarios y otra cualitativa con entrevistas permitirán tener información actual y concreta sobre los clientes y sus expectativas.

Por último, la herramienta Adventurees es una plataforma que permite seguir los pasos del modelo de negocio. De esta manera, se comprueba la viabilidad del modelo.

Se complementará con el análisis detallado del plan de marketing que permite dar a conocer al negocio y sostenerlo a lo largo del tiempo.

4. Índice provisional

1. Introducción
 - 1.1. Interés general en la cuestión
 - 1.2. Objetivos
 - 1.3. Metodología
 - 1.4. Estructura
2. Marco teórico
 - 2.1. Análisis del sector hotelero
 - 2.2. Análisis de la tecnología que permite digitalizar procesos hoteleros
3. Presentación de la startup
 - 3.1. Resumen ejecutivo
 - 3.2. Misión y visión
 - 3.3. *Business Model Canvas*
 - 3.3.1. Propuesta de valor
 - 3.3.2. Segmento de clientes
 - 3.3.3. Relación con los clientes
 - 3.3.4. Canales
 - 3.3.5. Socios clave
 - 3.3.6. Recursos clave
 - 3.3.7. Actividades clave
 - 3.3.8. Fuentes de ingresos
 - 3.3.9. Estructura de costes
 - 3.4. Estrategia de expansión con el modelo de franquicias
4. Estrategia de marketing digital
5. Conclusiones
6. Bibliografía
7. Anexos

5. Bibliografía

- Aramayona, B. and García-Sánchez, R., 2020. *Decoding Middle-Class Protest Against Low-Cost Nocturnal Tourism In Madrid*. [online] Taylor & Francis. Available at: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19407963.2019.1584627>> [Accessed 15 October 2020].
- Ardura Urquiaga, A., Lorente-Riverola, I. and Ruiz Sanchez, J., 2020. *Platform-Mediated Short-Term Rentals And Gentrification In Madrid*. [online] SAGE Journals. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0042098020918154?casa_token

n=BKt5zFB8S7UAAAAA%3A51MJYfK7KhFw9-
uY8aCL3JKR8t0Sp6oKJ15ITVR5vNn0U1Hgel9uC7ODRzZaywap7IxVjUqxPLt
O> [Accessed 10 October 2020].

- Benavente, C., 2020. *Informe Hotelero Madrid 2019 | The Hotel Factory | Consultoría Hotelera Y De Asset Management*. [online] Thehotelfactory.com. Available at: <<http://www.thehotelfactory.com/informe-hotelero-madrid-2019/>> [Accessed 5 October 2020].
- Cost, G., 2020. *Hotel (Barato) En Madrid: 7 Mejores Zonas Para Alojarse - Guía Low Cost*. [online] Guía Low Cost. Available at: <<https://www.guialowcost.es/hotel-barato-madrid-zonas-alojarse/>> [Accessed 21 October 2020].
- Egger, R. and Buhalis, D., 2008. *Etourism Case Studies - Omena*. Butterworth-Heinemann.
- Longart, P., 2020. *Understanding Hotel Maintenance Management*. [online] Taylor & Francis. Available at: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1528008X.2019.1658148>> [Accessed 4 October 2020].
- R. Colmenero, R., 2020. Turismo - Más hoteles en venta que abiertos. *El Mundo*, [online] Available at: <<https://www.elmundo.es/economia/2020/10/23/5f92fe82fc6c83ac788b4583.html>> [Accessed 24 October 2020].