



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

PROPUESTA TFG ADE

TFG Emprendimiento / Business Plan de una idea de negocio

Director Luis Fernández López

Pablo Junceda Cosmen

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG-BA)

NOMBRE DEL ALUMNO: **Pablo Junceda Cosmen**

PROGRAMA: E2+BA

GRUPO: 5ºA

FECHA: 20/10/2024

Director Asignado: Fernández López,
Apellidos

Luis
Nombre

Título provisional del TFG-BA:

TFG Emprendimiento / Business Plan de una idea de negocio: BeBus

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

Propuesta del Trabajo Fin de Grado: TFG Emprendimiento / Business Plan de una Idea de Negocio: ByBus

Objetivo del TFG:

El presente Trabajo Fin de Grado tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio para ByBus, una plataforma digital destinada a la intermediación en el alquiler de autobuses privados en España. ByBus busca cubrir una necesidad cada vez más evidente en el mercado: la falta de un sistema centralizado y eficiente para la contratación de transporte colectivo, facilitando el acceso a soluciones de transporte para eventos como bodas, congresos, festivales y otros acontecimientos que requieren la movilización de grupos grandes de personas.

En un contexto donde la digitalización está transformando diferentes sectores de servicios, ByBus pretende posicionarse como una alternativa innovadora que simplifica y optimiza el

proceso de búsqueda, comparación y reserva de autobuses privados. Su principal propuesta de valor radica en la creación de una plataforma tecnológica que no solo agilice la contratación, sino que también ofrezca precios competitivos y una experiencia de usuario amigable.

Este TFG tiene como finalidad realizar un análisis profundo sobre la viabilidad del proyecto, evaluando desde los aspectos financieros hasta los estructurales y operativos. Se elaborará un plan de negocio que abarcará un análisis del mercado, un plan de marketing digital, una estructura de costes detallada, y proyecciones financieras con distintos escenarios de crecimiento.

Metodología:

La metodología que se utilizará para el desarrollo de este TFG será integral y mixta, combinando análisis cualitativo y cuantitativo, para garantizar una visión completa y precisa del modelo de negocio de ByBus. Se seguirá un enfoque estructurado que comprende las siguientes fases:

Análisis de mercado

Se llevará a cabo un estudio exhaustivo del mercado del transporte privado en España, con especial énfasis en el sector de autobuses. A través de la revisión de informes de mercado, estadísticas del sector y tendencias de consumo, se identificarán las necesidades insatisfechas, el comportamiento del cliente objetivo y los factores que impulsan la demanda de este tipo de servicios. Además, se realizarán encuestas y entrevistas a potenciales usuarios y proveedores del servicio, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora y evaluar la aceptación del concepto ByBus.

Análisis de la competencia

Se analizarán las principales empresas que actualmente ofrecen servicios de alquiler de autobuses en el país, tanto plataformas digitales como operadores tradicionales. Este estudio incluirá un análisis de sus fortalezas y debilidades, estrategias de precios, calidad del servicio, y grado de satisfacción del cliente. El objetivo es identificar las barreras de entrada al mercado, posibles áreas de diferenciación para ByBus y la posición que podría ocupar en un entorno competitivo.

Desarrollo del plan financiero

La viabilidad financiera del proyecto será una de las áreas clave a evaluar. Se desarrollará un plan financiero que incluirá proyecciones de ingresos y gastos a corto, mediano y largo plazo, considerando diferentes escenarios de crecimiento. Este análisis contemplará tanto los costes fijos como los variables, las necesidades de inversión inicial, y el punto de equilibrio (break-even point). También se explorarán posibles fuentes de financiación, como inversores privados, fondos de capital riesgo o crowdfunding, que podrían ser esenciales para el lanzamiento y la expansión de ByBus.

Propuesta de valor y modelo de negocio

Se definirá la propuesta de valor de ByBus en detalle, poniendo énfasis en su capacidad

para simplificar la experiencia de alquiler de autobuses. La plataforma se presentará como un intermediario que ofrece una solución completa y eficiente, con un modelo de negocio basado en el cobro de comisiones por reservas realizadas a través de la plataforma. También se evaluarán posibles fuentes de ingresos adicionales, como servicios de publicidad para operadores de autobuses o asociaciones estratégicas con empresas organizadoras de eventos.

Estrategia de marketing y comercialización

Para lograr el éxito comercial de ByBus, será crucial implementar una estrategia de marketing digital efectiva. Se diseñará un plan de marketing que abarcará técnicas de Search Engine Optimization (SEO), campañas en Google Ads y redes sociales, y la creación de alianzas con otros actores clave del sector eventos. Además, se definirá una estrategia de captación y retención de clientes que permita generar tracción en los primeros meses de operación y lograr una base de usuarios recurrentes. El plan también incluirá una propuesta de lanzamiento en fases, empezando por mercados locales y expandiéndose de manera progresiva a nivel nacional.

Viabilidad técnica y prototipo de la plataforma

Como parte del análisis de viabilidad técnica, se desarrollará un prototipo visual de la plataforma ByBus, destacando su facilidad de uso y las funcionalidades clave que permitirán a los usuarios gestionar sus reservas de manera intuitiva. Este prototipo incluirá las funcionalidades de búsqueda, comparación de precios, selección de rutas, y seguimiento en tiempo real. Además, se evaluarán las necesidades tecnológicas y de infraestructura para garantizar que la plataforma sea escalable y sostenible a medida que crezca la demanda.

Bibliografía preliminar:

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*. Wiley.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill.

Índice preliminar:

- 1. Introducción**
 - 1.1. Justificación del proyecto y planteamiento del problema
 - 1.2. Objetivos generales y específicos del trabajo
- 2. Análisis del entorno**
 - 2.1. Análisis del mercado del transporte privado en España
 - 2.2. Estudio de la competencia y análisis FODA
 - 2.3. Regulaciones y barreras de entrada
- 3. Modelo de negocio de ByBus**
 - 3.1. Propuesta de valor
 - 3.2. Modelo de ingresos y estructura de costes
 - 3.3. Estudio de mercado y validación del concepto
- 4. Plan financiero**
 - 4.1. Proyecciones de ingresos y gastos
 - 4.2. Análisis del punto de equilibrio y escenarios financieros
 - 4.3. Plan de inversión y fuentes de financiación
- 5. Estrategia de marketing y comercialización**
 - 5.1. Estrategia de adquisición de clientes
 - 5.2. Estrategia de retención de clientes
 - 5.3. Presupuesto de marketing y fases de lanzamiento
- 6. Conclusiones y recomendaciones**

Conclusión:

Esta propuesta para el TFG pretende desarrollar un plan de negocio sólido para ByBus, una plataforma digital que busca innovar en el sector del transporte privado en España. A través de un análisis exhaustivo del mercado, la competencia y las necesidades del cliente, así como un plan financiero riguroso, el trabajo evaluará la viabilidad de ByBus como un proyecto empresarial de éxito. Las estrategias de marketing y la planificación técnica asegurarán que la plataforma esté preparada para su lanzamiento y expansión, con el objetivo de consolidarse en el mercado a largo plazo.

Firma del estudiante:

Pablo Junceda Cosmen

Fecha: 20/10/2024