

Título provisional del TFG

Plan de Negocio para la creación de la startup Mentora, creación de una plataforma online que optimiza el proceso de búsqueda de tutores de clases extraescolares.

Justificación del interés y resumen de la idea

Mentora es una plataforma digital diseñada para conectar de forma más directa a tutores con alumnos en distintos niveles educativos (educación secundaria, bachillerato y grado). Su modelo se basa en crear alianzas estratégicas con las universidades, institutos y colegios para ofrecer materiales de mejor calidad, evitar problemas de copyright, involucrar a alumnos de cursos superiores en la enseñanza de sus compañeros y, en última instancia, fortalecer la comunidad educativa.

Mentora permite buscar asignaturas filtrando por universidad y grado, lo que facilita encontrar al tutor que mejor se adapte a las necesidades de cada alumno. Además, incorpora un sistema de dynamic pricing, que optimiza la distribución de la demanda entre los tutores a lo largo del curso, una biblioteca de apuntes compartidos, un modelo freemium con funcionalidades avanzadas para los usuarios premium y una Inteligencia Artificial integrada que permite acelerar el aprendizaje haciendo test personalizados y sintetizando apuntes. Por último, incluye un sistema de puntuación que permite valorar tanto a tutores como a alumnos, mejorando la transparencia y la confianza dentro de la comunidad.

El fin de este trabajo de fin de grado es desarrollar un modelo de negocio dentro del marco del concurso de Comillas Emprende, en colaboración con Rodrigo de Gracia de Dios. Mientras que el coautor de este Business Plan se encargará de estructurar las operaciones de la empresa (crear un plan de Marketing, una estrategia de desarrollo de la tecnología, un plan de RR.HH., un análisis de riesgos y enumerar los Next-Steps), en este trabajo de fin de grado se diseñará la estrategia de la compañía (el plan de negocio y el plan económico y financiero).

Cronograma del proyecto

El siguiente esquema incluye los plazos y los contenidos de los distintos entregables que serán enviados al tutor para su análisis y posterior Feedback.

Tarea	Contenidos	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Introducción	Contextualización, justificación, objetivos y metodología						
Plan de Negocio	Mentora; Misión, Visión y Valores, Análisis externo (PESTEL, Competitive Benchmark)						
Plan de Negocio	Análisis Interno (DAFO), Análisis del entorno específico (Porter), Business Model Canvas						
Estudio de mercado	Elaboración y distribución de encuesta y análisis de resultados						
Plan económico y financiero	Inversiones iniciales, Plan de financiación, Proyecciones financieras						
Corregir TFG	Corregir fallos e incluir puntos faltantes						

Objetivos

1. **Evaluar la viabilidad estratégica de la plataforma.** Analizar las necesidades de los alumnos de instituciones educativas para comprender las dificultades que enfrentan a la hora de encontrar tutores para recibir clases extraescolares. Asimismo, estudiar el estado del mercado, su crecimiento, las principales tendencias y competidores; para desarrollar una propuesta integral.
2. **Evaluar la viabilidad operativa y financiera** de una plataforma con las características de Mentora, considerando la competencia, las limitaciones de los usuarios y la situación del mercado.
3. **Lanzar un producto mínimo viable (MVP)** y medir mediante unos KPIs previamente establecidos el acogimiento de la plataforma en un reducido número de alumnos de la Universidad Pontificia Comillas.

Metodología

El trabajo se desarrollará en cuatro fases principales:

1. **Análisis del mercado.** Se llevará a cabo un análisis del mercado combinando fuentes internas y externas. Primeramente, se estudiarán las fuentes externas, llevando a cabo un análisis de los informes sobre el estado y las tendencias del mercado. Posteriormente, con las hipótesis obtenidas del trabajo previo se elaborará y realizará una encuesta a estudiantes y tutores para comprobar hipótesis, identificar necesidades y estudiar sus preferencias.

2. **Diagnóstico estratégico del entorno, de la competencia y de los recursos clave.** Se llevará a cabo un análisis de la propuesta de valor de los principales players del mercado y la posterior identificación de los stakeholders y recursos de mayor valor para la compañía.
3. **Desarrollo del Business Model Canvas.** Con base a los resultados del análisis previo, se elaborará un Business Model Canvas para Mentora implementando los insights en la propuesta de valor. En él se definirá la propuesta de valor, la estructura de costes e ingresos, la relación con stakeholders (tutores, alumnos e instituciones), los recursos clave y las actividades clave para nuestros stakeholders.
4. **Desarrollo del prototipo de plataforma digital.** Una vez completado el análisis del mercado y el consumidor y definido el modelo de negocio, se creará un producto mínimo viable en forma de página web con funcionalidades básicas. Se intentará obtener una pequeña masa de usuarios dentro de la Universidad Pontificia Comillas y se estudiará su uso de la aplicación, las sugerencias que propongan, los fallos que encuentren y se intentará optimizar la experiencia de uso eliminando el mayor número de fricciones posible.
5. **Evaluación y mejora del MVP.** Antes del lanzamiento, se establecerá un plan de objetivos, plazos y KPIs. Tras el periodo de prueba, los resultados se analizarán para medir el rendimiento del prototipo e identificar oportunidades de mejora que permitan perfeccionar la plataforma y aumentar su valor para los usuarios.

Índice preliminar

1. Introducción
 - a. Contextualización
 - b. Justificación
 - c. Objetivos
 - d. Metodología
2. Plan de Negocio
 - a. Mentora
 - b. Misión, visión y valores
 - c. Viabilidad estratégica
 - i. Identificación de la demanda potencial *target*, y de la previsión de ventas
 - ii. Análisis Externo
 - iii. Análisis del entorno específico (Las 5 fuerzas de Porter)
 - iv. Análisis Interno
 - d. Business Model Canvas

3. Plan económico y financiero
 - a. Inversiones iniciales
 - b. Plan de financiación
 - c. Proyecciones financieras
 - i. Proyecciones de la cuenta de pérdidas y ganancias
 - ii. Proyecciones del balance de situación
 - iii. Proyecciones del estado de flujos de caja
 - iv. Análisis de Break-even
 - v. Análisis de los ratios financieros
4. Estrategias de Marketing
 - a. Análisis del consumidor
 - b. Estrategia de marketing
5. Desarrollo de la tecnología
 - a. Diseño
 - b. Estado de desarrollo
 - c. Costes de desarrollo
 - d. Dificultades y riesgos del proyecto
 - e. Mejora de la tecnología
6. Plan de RR.HH.
 - a. Socios
 - b. Plan de contratación
 - c. Política Retributiva y Costes salariales
 - d. Política de formación / desarrollo
 - e. Asesores externos. Plan de externalización de funciones
7. Análisis de riesgos
8. Next Steps
9. Conclusión
10. Bibliografía
11. Anexos

Bibliografía provisional

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15.^a ed.). Pearson.
2. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
3. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Explorando la estrategia corporativa* (12.^a ed.). Pearson Educación.
4. Porter, M. E. (1985). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Free Press.

5. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage.
Journal of Management, 17(1), 99–120.