

PRESENTACIÓ DE LA MEMÒRIA D'ACTIVITATS 2014-2015

1- PRESENTACIÓ GENERAL DEL GRUP

L'Àmbit de Coneixement Expert (ACE) d'Empreses Hoteleres constitueix el grup de treball de professorat, investigadors i col·laboradors professionals de l'EUHT CETT-UB, que desenvolupa la seva activitat en l'hoteleria i la restauració, i prioritza i focalitza els recursos del Grup CETT pel desenvolupament i la transferència d'innovació i tecnologia a les empreses i entitats del sector.

El sector hotelier es troba davant grans reptes competitiu per a poder seguir contribuint al lideratge turístic de Catalunya i Espanya a nivell internacional. No obstant, actualment la sobre oferta de producte hotelier existent (sobretot en determinats destins urbans), el descens generalitzat de les tarifes, i el descens de la rendibilitat de les operacions així com de les valoracions del mercat immobiliari, estan afectant a la seva capacitat de resposta.

En aquests moments de pressió i certa incertesa, el sector hotelier ha de respondre amb l'adopció de plantejaments tàctics i el desenvolupament de les accions per a la seva execució, que li permetin abordar els canvis estratègics, estructurals i de gestió necessaris per a incrementar els seus ratis de competitivitat.

En aquest context, el sector ha d'aprofitar les oportunitats que es deriven de diferents àmbits, entre els que cal destacar els següents:

- L'aplicació de la Business Intelligence i el Big Data, i l'ús d'eines per a la recopilació d'integració i anàlisi de dades, explotant els avantatges competitiu de l'ús de la informació i el seu impacte en el compte de resultats.
- El desenvolupament i ús del eCommerce en el sector, optimitzant totes les habilitats i recursos que pot atorgar la revolució "mòbil" i les anomenades terceres pantalles, optimitzant les possibilitats d'Internet en quan a comercialització i comunicació amb els consumidors, i afrontant la importància creixent de les xarxes socials en quan a imatge i reputació empresarial.
- En la dimensió organitzativa, els canvis provocats per noves maneres d'entendre el concepte d'establiment hotelier i, per tant, la necessitat d'analitzar i plantejar nous models de negoci, entre els que últimament destaquen els anomenats models col·laboratiu. Això ofereix oportunitats d'innovació, de diversificació i de diferenciació del producte hotelier.
- I, finalment, les oportunitats que sorgeixen de l'evolució de les necessitats i valors dels consumidors, vinculats amb la necessitat de tenir experiències úniques i impactants, i de contribuir a la sostenibilitat de les activitats humanes, entre elles, del turisme.

Les línies d'investigació del Grup d'Investigació d'Hoteleria del CETT pretenen aportar coneixement, pràctiques eficaces i innovacions que ajudin al sector a donar resposta als reptes anteriors. Per això, la investigació del grup s'articula en base a tres grans àmbits d'estudi, que a la vegada es despleguen en sots línies per al seu desenvolupament.

2- LÍNEES DE TREBALL

El Grup de Recerca d'Hoteleria es centra en les tres línies d'investigació que es mostren a continuació.

- **Intel·ligència de mercat**
- **Innovació en hoteleria i restauració**
- **Excel·lència i sostenibilitat**

1. INTEL·LIGÈNCIA DE MERCAT

La solidesa de l'economia en les últimes dècades ha estat la base per a l'excel·lent rendiment del sector hotelier, convertint-lo en un dels sectors amb major creixement a nivell mundial. L'important increment en el nombre d'hotels però, ha contribuït al desenvolupament d'un mercat variable, inestable i complex, on la diferenciació i la gestió òptima dels recursos, constitueixen factors clau per a garantir l'èxit de qualsevol organització.

En aquest sentit, les empreses hoteleres han d'aprendre a coexistir amb la pressió competitiva del sector, desenvolupant estratègies completes i coherents i..., amb l'objectiu d'establir una posició de referència en el mercat i així, fonamentar el seu avantatge competitiu.

Els aspectes d'estudi més destacats d'aquesta línia són:

- **Evolució del sector i tendències**

Són ben notoris els canvis sorgits en els darrers anys en els sectors capdavanters de l'economia, el sector turístic, en especial l'hotelier no és una excepció. Ens trobem davant d'un consumidor més tecnològic, no només en la seva vida professional sinó també personal que espera determinats serveis als hotels on s'allotja relacionats i a l'alçada d'aquests nous hàbits de consum

Són les noves tendències a nivell mundial les que estan marcant les línies a seguir i una via de diferenciació en un sector on no hi manca l'alta competitivitat i una dilatada experiència i coneixement per part del consumidor dels productes i serveis relacionats amb la hoteleria que farà augmentar exponencialment les seves expectatives en cada estada en un hotel, en cada viatge y en cada experiència.

Des del punt de vista estratègic, s'ha de conèixer la situació actual del mercat i entorn d'influència i adaptar el producte i gestió a la nova situació. Tenir referències actualitzades de les darreres

tendències és una tasca indispensable per al bon posicionament i reconeixement de les empreses hoteleres.

- **Observatori de turisme rural**

L'Observatori del Turisme Rural és una iniciativa d'investigació conjunta desenvolupada per EscapadaRural.com, la EUHT CETT-UB i Netquest, que genera coneixement i aporta la informació de valor sobre el sector del turisme rural a Espanya, tant pel que es refereix a l'àmbit de l'oferta ("propietaris"), com en el de la demanda ("viatgers"). En l'actualitat ja s'ha realitzat l'OTR 2013 i 2014, i actualment estem en el procés de l'ORT 2015.

<http://www.escapadarural.com/observatorio/>

L'Observatori neix amb la vocació d'aportar informació de valor sobre el sector, amb l'objectiu de donar suport a la competitivitat i potenciar l'esperit d'innovació.

Els objectius específics per l'univers "viatgers":

- Tendències de consum en turisme rural.
- Grau de penetració de les eines online, abans, durant i després d'un viatge de turisme rural.

Els objectius específics per l'univers "propietaris":

- Identificar la situació general del sector.
- Grau de penetració de les eines online per promocionar el turisme rural.

L'Observatori es realitza mitjançant la següent metodologia:

1. Revisió de la literatura existent.
2. Investigació qualitativa
3. Investigació quantitativa
4. Recopilació i explotació de dades
5. Anàlisi de la informació i elaboració d'informes.

- **Màrketig digital i "mobile"**

A ningú li sobta que la utilització dels dispositius mòbils estigui canviant de forma molt important el turisme, els viatges i, en conseqüència, el comportament del turista, especialment de les generacions més joves.

Conèixer aquests canvis, com estan afectant i, principalment, com influiran als actuals i futurs turistes és fonamental per a les estratègies de comunicació i comercialització de les nostres organitzacions turístiques.

Aquest escenari és el que dona “el tret de sortida” a una de les línies de treball del Grup d'Investigació en Hoteleria, centrada en l'àmbit de la “Intel·ligència de Mercats” i, en concret, en la línia d'investigació de Digital and Mobile Màrketng i les seves implicacions, tant en els usuaris com en les empreses i entitats turístiques, que cada vegada més ja contempen aquestes estratègies de màrketng.

Un àmbit que està directament relacionat amb l'imparable món de les aplicacions mòbils (apps) i també, tot i que en un context més ampli, amb l'Internet of things, los wearables, ibeacons, wifi en SAS, i altres que, segur que cada vegada anirem sentin i utilitzant més, sempre “apuntant” cap al big data i la seva funció imprescindible en la presa de decisions.

Els diferents estudis ens confirmen, una vegada més, la necessitat d'incorporar en les estratègies de màrketng de les organitzacions turístiques el mobile i, per extensió, les apps, una de les possibilitats que ens ofereix, a més de la comunicació, geolocalització, etc.

És aquesta realitat la que porta el sector turístic a explorar el nou àmbit de mobile com a eina de màrketng, ja sigui per a les seves comunicacions, estratègies de fidelització, comercialització, millorar l'experiència del turista, etc. Ja és Ç(ho ha de ser) obligatori disposar d'una presència efectiva en aquest nou canal interactiu entre les organitzacions i clients turístics. Sense oblidar, per suposat, les estratègies de màrketng digital enfocades a la web responsive, la presència a buscadors (SEO, SEM), la reputació online, la comunicació online, i el conjunt d'eines que ja implementem en l'actualitat.

- **Optimització d'ingressos**

La tendència a la globalització dels mercats i la situació econòmica internacional, han contribuït a generar un entorn altament competitiu en el mercat turístic internacional.

En una situació com l'actual, tots els àmbits de gestió es converteixen en clau per garantir l'èxit i supervivència d'una organització. La correcte definició i creació del producte, la gestió del màrquetng (estratègic i operatiu), la gestió dels recursos humans, la gestió financera,... tot incidirà en el resultat empresarial.

Les empreses de serveis tenen característiques limitadores pel que fa a l'optimització de resultats econòmics (la seva capacitat és fixa o relativament fixa, venen productes peribles, la demanda te estacionalitat i el fet de que la compra i la servucció sigui al mateix instant provoca que la servucció també sigui estacional...), però també tenen característiques que permeten que es pugui gestionar la venda cercant la millora de resultats (la venda es pot arribar a fer amb anticipació a l'ús del servei, la demanda es pot segmentar, l'estructura de costos permet plantejar preus variables..),

El Revenue Management és una filosofia comercial que gestiona la venda d'un servei tenint com a base la necessitat de ser experts en demanda, partint d'una micro segmentació i consegüentment d'un fort coneixement del client, les seves necessitats i el seu procés de compra, a fi d'ajustar el

procés de Venda (preus, canals, disponibilitats dels productes i característiques,...), de tal manera que l'organització és capaç d'anticipar-se a aquest i incidir en el seu procés de compra amb l'objectiu continu de Maximitzar els Ingressos (maximitzar la capacitat productiva).

2. INNOVACIÓ EN HOTELERIA I RESTAURACIÓ

ls canvis produïts durant els darrers anys a l'entorn econòmic i a l'entorn tecnològic, i els seus impactes sobre la societat, han suposat importants modificacions en les formes de consum i oci. Un dels mercats que s'ha vist afectat substancialment ha estat el sector de l'Hoteleria i la Restauració, que ha d'afrontar diferents reptes, entre els quals cal destacar el creixement de l'ús d'Internet, la transformació de les demandes dels consumidors, l'excés d'oferta i la necessitat de diferenciació, l'externalització creixent d'alguns serveis i la introducció de noves tecnologies, així com un panorama de crisis econòmica d'abast internacional.

En aquest context, els nivells de competitivitat al sector evolucionen i creixen de manera continuada, i les empreses es veuen abocades a diferenciar-se, a re inventar-se i a innovar com a estratègia de sostenibilitat.

La innovació ha esdevingut un factor bàsic per aconseguir l'èxit de les empreses i, en conseqüència, s'ha convertit en un element clau per al desenvolupament de les economies de molts països. Al sector dels serveis en general, i en concret, al sector de l'hoteleria i la restauració, la innovació busca donar resposta a les demandes i expectatives dels consumidors, a les exigències canviants dels mercats i a la competència global que les empreses han d'afrontar.

Amb el desenvolupament d'aquesta línia de recerca, el CETT pretén aportar coneixement i expertesa als següents àmbits de innovació:

- **Nous productes i serveis**

La innovació es pot desenvolupar i aplicar a diferents àmbits i dimensions a les organitzacions. La innovació aplicada a productes i serveis pot afectar a la mateixa definició del concepte del producte i a la forma d'entendre el negoci hotelier i de restauració. Però també es pot enfocar cap a la creació de nous serveis per als clients que complementen la proposta de valor ofertat als consumidors, o sobre les infraestructures i disseny dels establiments.

- **Models de negoci i serveis**

La innovació es pot desenvolupar i aplicar a diferents àmbits i dimensions en les organitzacions. La innovació aplicada al model de negoci consisteix en la recombinació dels recursos empresarials per aconseguir sistemes organitzatius i productius més eficaços i eficients, més dinàmics, i més rendibles. Aquests recursos estan configurats tan per als actors i sistemes interns, com també per a les relacions amb proveïdors i clients, enfocats cap a la generació de valor per a tots els grups de interès de l'organització.

Com a resultat, les empreses poden aplicar aquestes formules innovadores en diferents àmbits, per una banda considerarem innovacions en producte des de la creació de nous conceptes de negoci oferint nous productes, serveis, disseny i infraestructures innovadores. Innovacions en processos de

gestió, ja siguin processos de gestió interna com l'aplicació processos de gestió innovadors pel que fa a les interaccions amb els clients així com innovació aplicada a la gestió dels recursos humans i les organitzacions per adaptar-les a aquests nous enfocaments de gestió de les empreses i afrontar els nous reptes competitiu.

2. EXCEL·LÈNCIA I SOSTENIBILITAT

L'enfocament d'excel·lència empresarial es caracteritza pel compliment de principis empresarials lligats amb l'ètica i la sostenibilitat, en les seves tres dimensions (social, econòmica i ambiental). Aquests principis són principalment la satisfacció dels grups d'interès, l'assumpció de responsabilitat, el compromís de les persones que integren l'organització, el lideratge efectiu, la coherència en els objectius que persegueix l'empresa, i l'adopció d'una cultura orientada a l'avaluació dels resultats i a la millora contínua.

El terme sostenibilitat, originàriament vinculat únicament amb la gestió mediambiental, engloba també actualment els aspectes econòmics i socials de les organitzacions en el desenvolupament de les seves activitats i en les relacions amb els actors que es veuen afectats per les mateixes (anomenats grups d'interès). En aquest sentit, el concepte de sostenibilitat i la teoria dels stakeholders se troben íntimament lligats a la filosofia de l'excel·lència empresarial.

La recerca de l'excel·lència és un procés sense fi que suposa una eficaç planificació a llarg termini, fruit de l'anàlisi i l'avaluació dels resultats obtinguts. Aquest caràcter inabastable de l'excel·lència manté a l'empresa alerta sobre els canvis en el seu entorn, les necessitats del mercat, i sobre les seves competències; recursos, capacitats i rendiments necessaris per a millorar contínuament i per a poder adaptar-se als diferents escenaris.

El sector hotelier s'ha mostrat en els últims anys com un dels sectors més actiu en la implantació de sistemes excel·lents. EN el cas del sector turístic, i en l'hotelier en particular, els sistemes de qualitat, basats en la norma internacional ISO 9001 in la norma estatal de l'ICTE així com els sistemes de gestió ambiental basats en la norma ISO 14001 i el reglament europeu EMAS, han estat els més implantats i exitosos.

Després d'aquests anys de desenvolupament i experiència sobre aquests sistemes per part de les empreses, i coneguts i valorats positivament els seus impactes, poc a poc s'ha anat introduint en el sector un nivell superior d'excel·lència empresarial: la responsabilitat social empresarial (RSE).

Així mateix, els nivells de competitivitat en el sector i la necessitat de diferenciació estan impulsant la implantació de sistemes i eines que ofereixin als consumidors experiències úniques i diferencials, que a partir d'una base i serveis excel·lents, permetin als establiments hotelers gestionar l'experiència del client amb un enfocament global i integrador.

Els àmbits d'estudi i desenvolupament d'aquesta línia són:

- **Implantació de polítiques de RSE: perspectiva des de l'empresa i la demanda.**

Aquesta línia d'investigació es centra en l'estudi de polítiques i accions vinculades amb la implantació i el desenvolupament de la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) en el sector hotelier, l'àmbit turístic que més actiu en la implantació de la RSE, i pretén aportar i generar coneixement, solucions i pràctiques eficaces per al seu desenvolupament, contribuint al desenvolupament sostenible del turisme.

L'interès per la dimensió social i ambiental de les activitats empresarials ha anat creixent de forma exponencial durant els últims anys, convertint-se en un nou factor de pressió que exerceixen els mercats i la societat sobre les empreses. L'augment en la societat de la consciència sobre els problemes ambientals del planeta, i sobre la incidència en aquests problemes de les activitats econòmiques, unit a una creixent exigència del compliment dels drets humans i de les pràctiques laborals ètiques, són alguns dels factors que han alimentat aquesta pressió social i que han provocat un canvi en el sistema actual de valors.

- **Models de gestió integral de les experiències turístiques.**

El sector hotelier ha demostrat la seva implicació amb l'excel·lència dels seus productes i serveis. Els sistemes de gestió de la qualitat i el medi ambient han estat implantats amb èxit durant les dos últimes dècades. Actualment, el sector està encarant el repte d'implantar polítiques i accions de RSE amb la finalitat de materialitzar el seu compromís amb la responsabilitat i la sostenibilitat econòmica, social i ambiental, i oferir una resposta contundent a les exigències dels clients i de la societat en general, i contribuint a la millora de la competitivitat del sector turístic i al valor afegit als milions de turistes que visiten Catalunya i Espanya.

Així mateix, el sector hotelier està implantant sistemes per a la gestió de l'experiència del client; per a això s'estan creant i desenvolupant innovacions vinculades amb les eines i les metodologies necessàries per a crear, donar seguiment i monitoratge a aquestes "experiències" dins de l'establiment hotelier. Això s'efectua en base a la comprensió de la vinculació existent entre el disseny dels processos operatius, amb els processos vinculats amb la percepció dels consumidors.

Aquesta línia d'investigació oferirà coneixement sobre les millores pràctiques relacionades amb els conceptes anteriors, identificant els punts crítics d'actuació i, especialment, construint un nou corpus de coneixement turístic, on de manera transversal i amb una mirada interdisciplinari, la psicologia, l'arquitectura, el turisme i altres ciències, dialoguin en benefici de la generació d'experiències turístiques úniques i emocionants

3- PROJECTES DE RECERCA I TRANSFERÈNCIA

3.1- Projectes realitzats amb la participació d'empreses i altres entitats turístiques (3)

- Impartició de les formacions corresponents als cicles 3 i 4 del SICTED a les empreses adherides al SICTED de la província de Barcelona.

Cicle 3: Màrqueting turístic, Gestió de clients difícils, Pla de Manteniment, Tecnologia de la informació i de les comunicacions.

Cicle 4: Responsabilitat ambiental, Un turisme per a tots, accés a *SCTE Sectors, Altres models de Qualitat

- Observatori de Turisme Rural:
 1. Presentacions del projecte a Málaga, Cadiz, Gijón, Valencia, Barcelona, Valladolid, amb la col·laboració d' Administracions Públiques, Associacions de Turisme Rural, Universitats i propietaris rurals
 2. Elaboració i gestió dels continguts de la web del Observatori.
 3. Elaboració de més de 25 Informes sobre territorials i sobre àmbits concrets del Turisme Rural
 4. Presència en multitud de mitjans de comunicació estatals, autonòmics i locals donant a conèixer el Projecte, així com a la web del CETT
 5. Presència en xarxes socials
- Disseny i impartició de la formació a mida "Com dissenyar un pla de fidelització de clients". Novembre 2014. Agència Catalana de Turisme.

3.2- Projectes realitzats amb la col.laboració d'altres grups de recerca externs (0)

Cap projecte

3.3- Projectes interns / propis (4)

- Disseny i desenvolupament complet del producte formatiu MBA in International Hospitality Management. Desenvolupament corporatiu CETT 2015.
- Assessorament per a la definició dels alineaments del disseny curricular de la formació en turisme a nivell universitari de República Dominicana. Ministeri d'Educació Superior Govern de la República Dominicana. 2014-2015
- Definició i desenvolupament de formació turística per a professorat universitari de República Dominicana. "Màster Universitari en adreça d'empreses hoteleres i de

Restauració" desenvolupat en format semi presencial amb sessions a Santo Domingo i Barcelona. Adreça de la formació i impartició del mòdul corresponent a Adreça d'Operacions

- Anàlisi situacional dels estudis de turisme de la República Dominicana en l'àmbit de totes les universitats privades MESCOT 2014-2015

4- REALITZACIÓ DE JORNADES I/O ACTIVITATS DE DIVULGACIÓ DEL CONEIXEMENT GENERAT (3)

- Jornada de Innovación en Hoteleria: ponència contextualitzadora "Wifi en Hoteleria com a eina de marketing". Barcelona, octubre 2014. Enric López
- TV3: programa Generacio Digital: entrevista sobre la Reputació On Line en el sector de la restauració. Barcelona, octubre 2014. Enric López
- Entrevista "L'àmbit *online i mobile* van de la ma en el sector turístic" en publicació online #ffbcn

5- PONÈNCIES I ASSISTÈNCIA A JORNADES I CONGRESSOS ACADÈMICS I/O PROFESSIONALS

Ponències realitzades pels membres del grup en jornades i congressos (5).

- Hostelco: Moderador del track: "Claves de Internet en el sector hotelero". Barcelona, octubre.
- - II Symposium Internacional IMAT'15 ESIC., ponència sobre el projecte "Reputació On Line en la hoteleria espanyola en relació als turistes xinesos". València, juliol. 2014. Enric López
- - TURITEC'14: membre del Comité Científic i ponència sobre el projecte "Reputació Online" . Málaga, novembre 2014. Enric López
- - Jornada de Innovación en Hoteleria: ponència contextualitzadora "Wifi en Hoteleria com a eina de marketing". Barcelona, octubre 2014. Enric López
- ANTA: Participant taula rodona sobre eficiència energètica i sostenibilitat a les empreses de restauració. Enero 2015. Lucas Vidaller

Assistència a jornades i congressos dels membres del grup (sense ponència) (5)

- Assistència jornada Aula internacional de Innovación turística. Esade Creapolis. "La franquicia en el sector hotelero. Caso Hilton Worldwide". Diciembre 2014. Monica Subirats. Nuria Louzao.
- Assistència jornada Aula Internacional de Innovación Turística. Esade Creapolis." Hacia el nuevo modelo turístico español". Marzo 2015. Nuria Louzao
- Assistència jornada Aula Internacional de Innovación Turística: "Creando y comparando precios en la red". Abril 2015 Mònica Subirat
- Assistència jornada Aula Internacional de Innovación Turística. Esade Creapolis. "Modelo Turístico de BCN, negocios tradicionales, negocios nuevos". Octubre 2014. Nuria Louzao
- Assistència jornada "Nuevos Conceptos de Restauración", organitzada per Associació Clúster Alimentari de Barcelona Maig 2015

6- PUBLICACIONS DELS MEMBRES DE L'EQUIP EN LLIBRES

Cap.

7- ARTICLES REALITZATS PELS MEMBRES DEL GRUP DE RECERCA (5)

- Pérez-Aranda, J.A. (2014): [*The social responsibility as a model of tourist business and facilitating instruments for its implantation at the spanish hotel sector.*](#) En: Ramon Llull Journal of Applied ethics, 5, 41-64.
- Pérez-Aranda, J.A. (2015): *Estado de implantación de los sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental como precursores de la RSE en el sector hotelero español.* En: Estudios Turísticos (201), 85-111. Ministerio de industria, energía y turismo. Gobierno de España.
- Pérez-Aranda, J.A. (2015): [*La Responsabilidad Social en Turismo. Estado de la cuestión.*](#) L Ara Journal of Tourism Research (vol 5-1), 63-85.
- Estudis i investigacions: Grup de recerca Hoteleria. Tot CETT. La innovació com a repte a afrontar pel sector hoteler.
- Indexació de "paraules clau" del projecte Observatorio Turismo Rural España

8- XARXES DE CONEIXEMENT EN LES QUALS ELS MEMBRES DEL GRUP DE RECERCA HI PARTICIPEN.

Cap

9- RECURSOS ECONÒMICS CAPTATS DE FONTS EXTERNES

Cap

10. PROJECTES FINALS DE MASTER I GRAU DESTACABLES PER LÍNIES DE RECERCA (14)

Intel·ligència de mercat

Estrategia de Revenue Management para HOSTELERUM		Setembre 2014 – febrer 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Gloria Sanmartín	
Alumnes	Sandra Puig Figueres	
Descripció	Treball final de grau vinculat a l'empresa Hostelerum que va consistir en l'elaboració de les estratègies necessàries per a la correcta aplicació del Revenue Management	

Las Cadenas hoteleras de Espanya i el Revenue Management		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Gloria Sanmartín	
Alumnes	Paloma Jordán / Ander Gerbolés	
Descripció	Estudi exhaustiu del grau d'implementació del Revenue Management a les cadenes hoteleres espanyoles	

Increasing Online Visibility and Audience Reach Through Video Marketing: Project Proposals for Arc La Rambla Hotel in 2016		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Mònica Subirats	
Alumnes	Maia Shae Dale	
Descripció	Pla de millora del pla de marketing existent vinculat a l'Hotel Arc la Rambla	

Innovació en Hoteleria i Restauració

REALITZACIÓ DEL PLA ESTRATÈGIC DE LA RESIDÈNCIA ÀGORA I L'HOTEL ALIMARA DE BARCELONA		febrer 2015 – setembre 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Elisabet Ferrer / Laia Coma Quintana	
Alumnes	Adrià Gomariz-Vilaldach Martínez i Josep García Meya	
Descripció	Treball Final de Grau vinculat a la Residència Àgora i l'Hotel Alimara centrat en realitzar una proposta de Pla Estrategic per a cada cas.	

Manual de gestión comercial para productos hoteleros. "Business plan Manual Jumeirah Port Soller Hotel & Spa		Setembre 2014 – febrer 2015
Actuació	Projecte final de Grau	

Responsable	Gloria Sanmartín
Alumnes	Javier Bisbal Alarcón
Descripció	Treball final de Grau vinculat a l'Hotel Jumeirah Port Soller centrat en l'elaboració d'un pla de negoci comercial.

Anàlisi de l'Outsourcing als hotels de 5* i 5*GL de la ciutat de Barcelona		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Mònica Subirats/ Nuria Louzao	
Alumnes	Anna Font, Maxime Kuhn, Aina Martinez, Irene Martinez, Diana Oprisor, Rebeca Ramón, Laura Roca, Nuria Saldaña, Nerea Silva, Ferran Subiranas	
Descripció	Anàlisi de l'abast de la tècnica de gestió de l'outsourcing a la planta hotelera de Barcelona de 5 estrelles i 5 estrelles gran luxe.	

Anàlisi dels nous productes i serveis hotelers vinculats al segment de luxe a la ciutat de Barcelona		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Núria Louzao	
Alumnes	Martí Meseguer, Marta Mas i Laura Mañé	
Descripció	Anàlisi de la oferta actual de productes i serveis hotelers de luxe (hotels de 5 y 5 estrellas GL) de la ciutat de Barcelona.	

Crear una propuesta de clasificación de alojamiento para hostales		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Master República Dominicana	
Responsable	Gloria Sanmartín	
Alumnes	Clara Barriola	
Descripció	<ul style="list-style-type: none"> · Realitzar una proposta de regulació. · Definir la quantitat d'habitacions que conformen l'oferta i els seus principals característiques 	

ALERGI-CHEF		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Master	
Responsable	Lucas Vidaller	
Alumnes	Daniel Leonardo Arvelo	
Descripció	Treball Final de Màster relacionat amb el desenvolupament d'una APP per determinar las possibles al·lèrgies dels productes.	
Análisis de los nuevos productos y servicios hoteleros vinculados al segmento de lujo en Barcelona dirigidos al segmento de mercado chino		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Nuria Louzao	
Alumnes	Heyun Chen, Yikun Hu, Yijuan Qiu, shengnan Ren	
Descripció	Análisis de la oferta actual de productos y servicios hoteleros de lujo (hoteles de 5 y 5 estrellas GL) dirigidos al segmento de mercado chino así como su evolución durante los últimos años.	

Análisis de los nuevos productos y servicios hoteleros vinculados al segmento de lujo en la República Dominicana		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Nuria Louzao	
Alumnes	Vanessa Pérez, Dania Valdez, Laura Olmos, Maireny Martínez	
Descripció	Análisis de los nuevos productos y servicios hoteleros vinculados al segmento de lujo en la República Dominicana (zona de Punta Cana y La Romana año 2015)	

Excel·lència i sostenibilitat

Definició d'un model de Gestió de les Experiències per a l'hoteleria		Setembre 2014 – febrer 2015
Actuació	Projecte final de Grau	
Responsable	Gloria Sanmartín	
Alumnes	Llorenç Ormad Ravella / Cristina Poblet / Paula Silvestre / Arthur Bordanova	
Descripció	Treball d'investigació de final de grau vinculat a la gestió d'experiències i a l'impacte que aquestes tenen en la qualitat percebuda i en la satisfacció dels hostes dels hotels de Barcelona com a marc de referència	

Anàlisi i creació d'una certificació en sostenibilitat per a restaurants.		Febrer 2014 – Juny
---	--	--------------------

		2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Lucas Vidaller	
Alumnes	Alvaro Enrique Arrieta	
Descripció	Treball Final de Màster relacionat amb el desenvolupament d'una acreditació de sostenibilitat amb el sector de restauració.	

Análisis del perfil profesional y valor añadido de Guest Relations en los hoteles de lujo de la ciudad de Barcelona.		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Nuria Louzao	
Alumnes	Carlos Manuel Guia Lara	
Descripció	Análisis de la importancia del perfil profesional de Guest Relations / Guest Experience como dinamizador del proceso de satisfacción y fidelización de huéspedes en los hoteles de 5 estrellas y 5 estrellas Gran Lujo de la ciudad de Barcelona	

Factores clave de éxito en la gestión de experiencias en el hotel de lujo Tortuga Bay (Punta Cana, RD)		Febrer 2014 – Juny 2015
Actuació	Projecte final de Màster	
Responsable	Nuria Louzao	
Alumnes	Karla Santana	
Descripció	Identificación de los factores clave de éxito en la gestión de experiencias de clientes habituales en un hotel de lujo y propuesta de mejora. Exploración de la gestión de experiencia del cliente habitual del hotel Tortuga Bay (Punta Cana, RD) 2014-2015	