

# Propostes TFG de l'empresa per al curs 2026-27

## Departament d'Empresa

### TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de màrqueting per a startup sector salut

|         |                  |
|---------|------------------|
| Empresa | Fundació Eurecat |
|---------|------------------|

#### Descripció:

Treballant en col·laboració amb Eurecat, elaboració del pla de màrqueting per a una empresa de base tecnològica de nova creació, amb una proposta de valor diferencial per al sector salut, especialment dirigida per a hospitals, residències o malalts crònics.

El resultat dels treballs serà pla de màrqueting integral (online i offline), incloent : especificació oferta de valor, anàlisi de competidors, benchmark, identificació de segments objectiu, adaptació específica proposta valor, procediment accés, test de resultats, avaluació recursos i estimació de ROI.

No requereix eines específiques, només eines ofimàtiques i IA habituals.  
Possibilitat de realització híbrida o remota.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Estratègia d'IA per a una empresa: metodologia i full de ruta per identificar, prioritzar i desplegar casos d'ús

|         |                  |
|---------|------------------|
| Empresa | Fundació Eurecat |
|---------|------------------|

#### Descripció:

El TFG consistirà a dissenyar una metodologia pràctica perquè una empresa pugui definir la seva estratègia d'intel·ligència artificial. El projecte haurà d'ajudar a passar d'un ús puntual o experimental de la IA a una visió ordenada, orientada a negoci i aplicable a la realitat d'una pime o organització. L'estudiant haurà d'analitzar com la IA pot generar valor en diferents àrees de l'empresa, com ara màrqueting, vendes, atenció al client, operacions, gestió del coneixement, administració, recursos humans o innovació.

S'aplicarà la metodologia a una empresa real.

No requereix eines específiques, només eines ofimàtiques i IA habituals.  
Possibilitat de realització híbrida o remota.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de màrqueting entitat atenció salut ciutadans

|         |                  |
|---------|------------------|
| Empresa | Fundació Eurecat |
|---------|------------------|

#### Descripció:

Elaboració del pla de màrqueting per a una entitat de prestació de serveis d'atenció a les persones, en un àmbit territorial definit. El resultat del treball serà el pla de màrqueting integral (online i offline), incloent : especificació oferta de valor, anàlisi de competidors, benchmark, identificació de segments objectiu, adaptació específica proposta valor, procediment d'accés, test de resultats, avaluació recursos i estimació de ROI.

No requereix eines específiques, només eines ofimàtiques i IA habituals.  
Possibilitat de realització híbrida o remota.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de màrqueting digital per a llançament de nous productes o serveis. Anàlisi financera i proposta de millores de gestió econòmica.

|                |                |
|----------------|----------------|
| <b>Empresa</b> | GRAMA LEGAL SL |
|----------------|----------------|

#### Descripció:

L'estudiant elaborarà un pla de màrqueting digital adaptat a les necessitats de l'empresa, que inclourà una anàlisi de la situació actual, la definició de l'estratègia digital i la proposta d'accions orientades a assolir els objectius establerts.

A més, durà a terme una anàlisi de la situació financera i identificarà oportunitats de millora mitjançant la formulació de propostes que contribueixin a optimitzar-ne la gestió i els resultats.

### TFG\_2026\_EMPRESA. DEFINICIÓ D'INDICADORS DE GESTIO CADENA HOTELERA

|                |                         |
|----------------|-------------------------|
| <b>Empresa</b> | GESTIHOTELS ALEGRIA SLU |
|----------------|-------------------------|

#### Descripció:

L'empresa disposa actualment d'uns informes de gestió amb indicadors clau de rendiment (KPI) que requereixen una revisió i actualització per adaptar-los a les necessitats actuals.

El treball consistirà a analitzar els informes existents i proposar-ne una actualització, tant pel que fa als indicadors com a la seva estructura, amb l'objectiu que proporcionin informació útil tant a nivell global de la cadena com a nivell individual de cadascuna de les unitats productives. Atès que cada unitat constitueix una societat mercantil diferenciada, sovint amb socis o accionistes diferents, es posarà un èmfasi especial en la transparència, la fiabilitat i la comparabilitat de la informació presentada.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Elaboració d'un pla estratègic de màrqueting i comunicació digital

|                |                                    |
|----------------|------------------------------------|
| <b>Empresa</b> | ÀTIC COWORKING BUSINESS CENTER,S.L |
|----------------|------------------------------------|

#### Descripció:

La proposta de TFG es centraria en el desenvolupament d'un pla estratègic de màrqueting per a un Business Center & Coworking amb més de 15 anys de trajectòria a Mataró i expansió recent a Barcelona amb tres centres, i una nova línia de negoci orientada als esdeveniments corporatius.

L'objectiu principal del projecte és definir una estratègia global de màrqueting que permeti consolidar el posicionament de marca, augmentar la captació de clients i donar coherència a les accions de comunicació i publicitat que actualment es duen a terme. L'empresa ofereix un entorn real i dinàmic on l'estudiant podrà treballar sobre les necessitats actuals del negoci amb possibilitats reals de veure aplicades les propostes desenvolupades orientades a resultats reals.

Entre les possibles línies de treball i tasques previstes preveiem:

- Anàlisi del mercat i de la competència del sector coworking i business center.
- Estudi del posicionament actual de la marca al Maresme i Barcelona.
- Definició de públic objectiu.
- Desenvolupament d'una estratègia digital i de comunicació.
- Proposta de millora i optimització de la comunicació amb accions de branding, notorietat i fidelització.

Pensem en un pla de màrqueting implementable, una proposta estratègica de comunicació digital, accions concretes de captació i posicionament, així com recomanacions de creixement i consolidació de marca a curt i mitjà termini.

## TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de màrqueting integral per a la comercialització i promoció dels espais congressuals, de reunions i infraestructures del TecnoCampus

|                |                                                    |
|----------------|----------------------------------------------------|
| <b>Empresa</b> | Entitat Pública Empresarial Local Parc TecnoCampus |
|----------------|----------------------------------------------------|

### Descripció:

El Treball Final de Grau consistirà en el desenvolupament d'un pla de màrqueting integral orientat a la promoció i comercialització dels espais congressuals i de reunions del TecnoCampus Mataró-Maresme.

El projecte tindrà com a objectiu principal definir una estratègia comercial i de posicionament que permeti incrementar la captació de clients i esdeveniments, tant en l'àmbit nacional com internacional, dirigint-se especialment als segments MICE, OPC, DMC's, associatiu i corporatiu. També s'analitzarà la línia de negoci vinculada a la indústria audiovisual, així com la comercialització d'aules en períodes de disponibilitat.

Entre les tasques previstes hi haurà:

- Anàlisi del posicionament actual del TecnoCampus dins del sector congressual i audiovisual.
- Benchmarking i estudi de la competència.
- Definició dels públics objectiu i segmentació de mercats.
- Elaboració de la proposta de valor i missatges clau.
- Disseny d'estratègies de màrqueting digital i comercial.
- Proposta d'accions de captació, networking i fidelització.
- Definició de canals de comunicació i promoció.
- Elaboració d'un pla d'acció amb calendarització, indicadors i possibles mètriques de seguiment.

Com a possibles resultats, s'espera obtenir un document estratègic aplicable a la realitat del TecnoCampus que serveixi com a base per a futures accions comercials i promocionals, contribuint a millorar el posicionament de la institució dins del mercat d'esdeveniments, reunions i produccions audiovisuals.

Aquest projecte és transversal amb un TFG presentat per la mateixa entitat per la Creació de materials audiovisuals per a la promoció dels espais congressuals i de reunions del TecnoCampus.

## TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de Marketing per a Xarxes Socials

|                |                         |
|----------------|-------------------------|
| <b>Empresa</b> | MBA Tennis Academy S.L. |
|----------------|-------------------------|

### Descripció:

El projecte és crear un Pla de Màrqueting a Xarxes Socials per ajudar a l'Acadèmia en la captació de *leads*: Instagram, LinkedIn, Facebook, Tiktok, Youtube

La idea es crear un pla de continguts que ajudi a la Acadèmia a generar interacció i crear *engagement* amb el seu públic objectiu.

La responsable màrqueting de l'empresa donaria recolzament al equip d'estudiants.

Possibles tasques:

- Gravació de vídeos, fotos al alumnes, els entrenadors, etc..
- Copsar el dia a dia de l'Acadèmia
- Crear continguts del món de tennis que puguin ser d'interès per l'audiència
- Fer calendari de publicacions

Possibles resultats: més seguidors, sol·licituds per apuntar-se a l'Acadèmia

## TFG\_2026\_EMPRESA. Pla de màrqueting

|                |                             |
|----------------|-----------------------------|
| <b>Empresa</b> | CLUB ESPORTIU FUTSAL MATARÓ |
|----------------|-----------------------------|

### Descripció:

El Treball Final de Grau consistirà en el desenvolupament d'un pla de màrqueting integral orientat a reforçar el posicionament i el creixement del club. El projecte inclourà l'anàlisi de la situació actual i la definició d'estratègies i accions per assolir els objectius següents:

- Dissenyar accions per captar nous patrocinadors i establir relacions de col·laboració a llarg termini.
- Fidelitzar els patrocinadors actuals, incrementant el valor i el retorn que obtenen de la seva vinculació amb el club.
- Desenvolupar iniciatives que afavoreixin el retorn del club cap a les empreses patrocinadores, aprofitant la massa social i la xarxa de col·laboradors per generar sinèrgies i beneficis compartits.
- Incrementar la notorietat i la visibilitat del club, reforçant-ne la imatge de marca.
- Proposar accions per millorar l'experiència dels assistents als partits i potenciar la vinculació emocional dels socis, aficionats i seguidors amb el club.

## TFG\_2026\_EMPRESA. Reaprofitament xerigot a Catalunya

|                |            |
|----------------|------------|
| <b>Empresa</b> | Quota vita |
|----------------|------------|

### Descripció:

El Treball Final de Grau consistirà en el disseny d'una proposta logística per a l'aprovisionament de xerigot destinat a una futura planta de valorització impulsada per Quota Vita. L'objectiu del projecte és definir un sistema logístic eficient, viable i sostenible que permeti recollir i transportar aquest subproducte de la indústria formatgera des de les explotacions productores fins a la planta de processament, garantint-ne la qualitat i minimitzant-ne els costos i l'impacte ambiental.

L'estudiant analitzarà la xarxa de formatgeries de Catalunya com a potencials proveïdores de xerigot, caracteritzant-ne la ubicació, els volums de producció i la seva estacionalitat. A partir d'aquesta anàlisi, avaluarà la disponibilitat de matèria primera i la seva adequació a les necessitats de la planta.

El projecte inclourà l'estudi i la proposta de la ubicació òptima de la futura planta des d'una perspectiva logística, així com el disseny de la xarxa de recollida i de les rutes de transport, tenint en compte criteris d'eficiència, costos operatius, temps de trànsit i manteniment de la cadena de fred. També es desenvoluparà un model de costos logístics que permeti valorar la viabilitat econòmica de la proposta.

Finalment, el treball considerarà els requisits normatius aplicables al transport i la gestió de subproductes d'origen animal, així com l'impacte ambiental de les diferents alternatives logístiques, amb l'objectiu de formular una proposta integral que contribueixi al desenvolupament d'un model d'economia circular dins del sector agroalimentari.

Com a resultat del projecte, s'espera obtenir un pla logístic complet que inclogui la caracterització dels proveïdors, la proposta d'ubicació de la planta, el disseny de la xarxa de recollida, l'anàlisi de viabilitat econòmica i les recomanacions per a la implementació del sistema d'aprovisionament.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Estratègia de diferenciació d'un programari SaaS d'ERP i facturació per a pimes i assessories

|                |                            |
|----------------|----------------------------|
| <b>Empresa</b> | Digital Mushroom   Refactu |
|----------------|----------------------------|

#### Descripció:

El Treball Final de Grau consistirà en l'anàlisi del mercat de les solucions ERP i dels programes de facturació adreçats a pimes i assessories, amb l'objectiu d'identificar oportunitats de diferenciació per a un programari SaaS ja existent.

L'estudiant durà a terme un estudi dels principals competidors, de les necessitats i expectatives dels usuaris i de les tendències del mercat, així com una anàlisi de la proposta de valor actual del producte. A partir d'aquesta diagnosi, definirà estratègies de posicionament i formularà propostes de millora tant a nivell funcional com comercial.

Com a resultat del projecte, es desenvoluparà un pla de diferenciació que inclourà recomanacions per a l'evolució del producte, propostes per reforçar el seu posicionament al mercat i una estratègia de creixement orientada a incrementar-ne la competitivitat i la captació de clients.

### FG\_2026\_EMPRESA. Disseny i implementació d'una estratègia digital i de posicionament per a un SaaS de facturació i automatització empresarial

|                |                            |
|----------------|----------------------------|
| <b>Empresa</b> | Digital Mushroom   Refactu |
|----------------|----------------------------|

#### Descripció:

El Treball Final de Grau consistirà en el disseny d'una estratègia de màrqueting digital i posicionament per a una plataforma SaaS especialitzada en facturació i automatització de processos empresarials.

L'estudiant analitzarà el mercat objectiu, identificarà els diferents perfils de clients potencials i estudiarà les seves necessitats, amb l'objectiu de definir una estratègia de captació i fidelització eficaç. El projecte inclourà la definició dels canals de màrqueting més adequats, una estratègia de continguts, accions d'optimització per als motors de cerca (SEO) i propostes orientades al creixement del negoci.

Com a resultat del treball, s'elaborarà un pla de màrqueting digital que inclourà propostes d'implementació, un calendari d'accions i la definició d'indicadors clau de rendiment (KPI) per al seguiment i l'avaluació dels resultats.

### TFG\_2026\_EMPRESA. Més que una imatge: El llegat i el futur del Gremi Històric de Perruqueria i Estètica de Mataró i Maresme a través de l'espot publicitari.

|                |                                                     |
|----------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Empresa</b> | GREMI DE PERRUQUERIA I ESTÈTICA DE MATARÓ I MARESME |
|----------------|-----------------------------------------------------|

#### Descripció:

Creació d'una campanya audiovisual multiplataforma per al Gremi Històric de Perruqueria i Estètica, centrada en la proximitat i la confiança, utilitzant eines de producció lleugeres i d'alt impacte.

**Objectius:** Donar visibilitat a la funció del Gremi, fomentar el sentit de pertinença entre els associats i captar associats joves i conscienciar el públic sobre la importància de confiar en professionals certificats (evitant l'intrusisme).

Tasques previstes: Investigació del llegat del Gremi, definició del guió (*storyboarding*), gravació en centres associats de perruqueria i estètica, edició de vídeo i disseny d'un pla de difusió en xarxes socials

Possibles resultats: Un espot principal de qualitat cinematogràfica, càpsules de vídeo curtes per a *Instagram/TikTok* i un informe sobre l'impacte de la comunicació visual en el prestigi d'una institució històrica.

**TFG\_2026\_EMPRESA. Diferents temes****Empresa**

U4IMPACT

**Descripció:**

El Trabajo Fin de Grado se desarrollará en colaboración con una empresa, fundación o entidad social a través de la plataforma U4IMPACT. El estudiante seleccionará uno de los retos reales publicados en la plataforma, de acuerdo con su perfil académico e intereses, y desarrollará una propuesta de solución con el acompañamiento de un tutor académico y de un responsable de la organización colaboradora.

Los proyectos abarcan ámbitos muy diversos, como transformación digital, sostenibilidad, marketing, análisis de datos, desarrollo de producto, innovación o estrategia empresarial, entre otros. El objetivo es que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos durante el grado para dar respuesta a un reto real planteado por una organización, generando un impacto tangible tanto para la entidad como para su propia formación.

Como resultado del Trabajo Fin de Grado, se espera que el estudiante desarrolle una solución técnica, estratégica o de gestión adaptada al reto seleccionado, aplicando una metodología de trabajo profesional y orientada a resultados.

La consulta de los proyectos disponibles y la inscripción en los mismos se realizará a través de la plataforma U4IMPACT. La asignación del proyecto estará sujeta al proceso de selección establecido por la empresa o entidad promotora del reto.

Consultar e inscribirse en proyectos de TFG/M aquí: <https://www.u4impact.org/estudiantes>

Los proyectos se cierran cuando la empresa selecciona a su candidato.

Más de 5.000 estudiantes ya lo han hecho con entidades como EPTISA, ALTANO o TRAM.

**El proceso es sencillo:** consultas los retos en U4IMPACT, te inscribes en los que encajen con tu perfil y, tras un proceso de selección, podrás desarrollar tu TFG/M con acompañamiento profesional. Si no eres elegido, recibirás un tema recomendado alineado con tu perfil.