

| CA

ÀGORA DIPLOCAT 11

---

# Cap a un nou paradigma per al sector turístic

El rol dels ens locals

DIPLOCAT DIGITAL TALK - 16 de desembre de 2020



Relatoria a càrrec de Maria Garcies i Ramon, llicenciada en ciències polítiques a la Universitat Carlos III de Madrid i màster en estudis internacionals i europeus. Actualment treballa en projectes europeus de cooperació territorial en el camp del turisme sostenible i el creixement blau.

# DIPLOCAE



## Localització

La Rambla 14, principal  
08002 Barcelona



## Contacte

+34 936 405 470

[info@diplocat.cat](mailto:info@diplocat.cat)

[www.diplocat.cat](http://www.diplocat.cat)



[@Diplocat](https://twitter.com/Diplocat)



[@Catalonia\\_Diplocat](https://www.instagram.com/Catalonia_Diplocat)

# Índex

1. Introducció .....	4
2. Context .....	4
3. L'impacte de la covid-19 en el sector turístic: Barcelona, Catalunya, Europa i més enllà .....	5
4. Les mesures d'avui, el turisme de demà? .....	6
5. El turisme després de la covid-19: cap a un paradigma més ecològic i sostenible? .....	7
6. Últimes reflexions i conclusions principals .....	8
Annex. Participants .....	10
Entitats membres del consorci .....	12



# 1. Introducció

Aquest text és el resultat de la conferència “Cap a un nou paradigma per al sector turístic: el rol dels ens locals”, organitzada en el marc dels DIPLOCAT Digital Talks, una sèrie de debats digitals dedicats a analitzar el món després de la covid-19.

Aquest webinar en concret posava punt i final al cicle de conferències virtuals amb una breu reflexió sobre l'impacte de la crisi sanitària en el sector turístic. L'objectiu general era debatre sobre alguns dels reptes a què s'enfrontarà el sector turístic en el context post-covid-19 actual i les oportunitats que en puguin sorgir. Més específicament, es va convidar els ponents a analitzar l'estat actual de la indústria turística i les seves perspectives de futur, posant un èmfasi especial en el rol que poden o haurien de tenir els ens locals per superar la crisi.

## 2. Context

El sector turístic ha estat un dels més afectats per la crisi de la covid-19. Aquest greu impacte, que s'ha percebut a tot el món, ha estat especialment dramàtic per a algunes economies que depenen en gran mesura del sector, com és el cas de Catalunya, on l'activitat turística supera el 12% del PIB. Més enllà de les mesures inicials destinades a pal·liar els efectes més immediats de la crisi del sector, és a dir, les accions pensades a donar suport a aquelles persones que depenen directament del turisme, molts opinen que la reconstrucció del sector també ofereix una oportunitat de transformació. Vist des d'aquesta perspectiva, la crisi de la covid-19 podria ser una oportunitat per avançar cap a un turisme més innovador, sostenible i intel·ligent.

Alhora, durant la crisi sanitària s'ha fet evident la importància dels ens de nivell subnacional, que en molts casos han tingut un rol clau com a proveïdors d'assistència i han estat a primera línia lluitant contra la covid-19. A més, a causa de les seves competències i de la creixent importància paradigmàtica que tenen en un món globalitzat, s'espera que continuïn sent actors de pes en el futur immediat. Tal com va afirmar Laura Foraster, secretària general de DIPLOCAT, les decisions preses a aquest nivell cada cop influeixen més en la nostra vida quotidiana.

En vista d'això, sorgeix una pregunta global: quin serà el rol dels ens locals a l'hora de conduir una recuperació intel·ligent, verda i sostenible del sector turístic? Aquesta és la pregunta en què es va basar el debat moderat per Jaume Garau, assessor de destinacions i empreses turístiques i professor associat de la Universitat de les Illes Balears. Garau va obrir la sessió definint el turisme com a “molt més que una simple activitat econòmica”, afirmant que era una manera de conèixer i connectar amb la gent. Després va dividir el debat en tres seccions, cadascuna de les quals contenia una gran pregunta. La primera secció va calcular l'impacte immediat de la crisi en el sector; la segona, les reaccions i mesures preses com a resposta; i la tercera va plantejar la pregunta de quin seria el futur de la indústria després de la pandèmia.

A causa de les diferències en l'experiència i l'àmbit d'actuació dels quatre ponents convidats, les tres preguntes plantejades van donar lloc a un debat molt ric, en què es van poder escoltar les veus dels sectors públic i privat, així com les dels actors que operen a diferents nivells territorials: local, regional i europeu.

### 3. L'impacte de la covid-19 en el sector turístic: Barcelona, Catalunya, Europa i més enllà

El debat va començar amb una pregunta directa i difícil: quin ha estat l'impacte de la covid-19 en el sector turístic de cada regió? Tot i que cadascú va fer un resum de la situació particular dels respectius països, tots van coincidir a afirmar que el turisme és un dels sectors que més ha patit a nivell mundial com a conseqüència d'aquesta crisi.

Un primer punt interessant va ser el debat sobre l'impacte desigual que han patit els diferents països i regions europeus. De fet, les dades mostren que algunes regions han estat més resilientes que d'altres a l'impacte de la covid-19, indústries turístiques incloses. Encara que a primera vista no ho sembli, en realitat és una bona notícia, ja que obre la porta a investigar quines variables han propiciat aquesta resiliència i, per tant, ens ofereix l'oportunitat d'aprendre lliçons per al futur.

Ramune Genzbigelyte-Venturi, directora de polítiques de turisme de la Comissió Europea, va assenyalar que les raons d'aquest impacte desigual poden variar i actualment s'estan estudiant. Les casuístiques varien des de les economies que depenen en gran mesura del turisme fins a la insularitat d'un territori, que el fa totalment dependent de les connexions aèries o marítimes, passant per components psicològics relacionats amb la percepció que es té de la seguretat d'una destinació. A partir de les dades oficials facilitades per Eurostat, Genzbigelyte-Venturi va compartir amb el públic alguns fets i xifres aclaparadors. Per exemple, que entre febrer i juny de 2020 els serveis turístics europeus van caure un 75%, cosa que va provocar problemes de liquiditat importants, especialment entre les pimes, i va posar almenys 5 milions de llocs de treball en risc. S'estima que el dèficit d'inversió per compensar les pèrdues és d'uns 161.000 milions d'euros i la indústria preveu que queda un llarg i lent període de recuperació, que s'allargarà entre 3 i 4 anys.

Un altre punt important que es va esmentar durant aquesta primera part del debat va ser el canvi sobtat, observat en destinacions com Barcelona, d'una situació de sobresaturació a una d'absència total. En aquest sentit, totes les estratègies en curs per mitigar els efectes negatius del turisme de masses han deixat de tenir sentit i moltes destinacions s'han adonat de la importància, o fins i tot de la dependència, que tenen del turisme a les seves àrees o regions. Aquest va ser el cas de Barcelona, va explicar Anna Sánchez, directora de màrqueting turístic de la Diputació de Barcelona.

.....

**Moltes destinacions s'han adonat de la importància, o fins i tot de la dependència, que tenen del turisme a les seves àrees o regions.**

Tant Sánchez com Andrew McEvoy, professional internacional i cap del sector de turisme de NEOM, amb seu a Aràbia Saudita, van assenyalar l'aparició d'un gran mercat adreçat als turistes nacionals. Amb una població nombrosa i rica, acostumada a viatjar a l'estranger durant la temporada alta, aquest any 34 milions de saudites s'han quedat a la seva zona. Sánchez també va destacar que el 80% dels que van visitar Barcelona l'estiu de 2020 eren turistes nacionals.

Des d'una òptica més optimista, la crisi es pot considerar una oportunitat perquè el sector aprengui algunes lliçons per al futur. Aquestes lliçons s'han de tenir presents quan es construeixin les destinacions del futur. "El món serà més exigent pel que fa a la sostenibilitat i això ajudarà a introduir la tecnologia més ràpidament en la indústria turística", va afirmar McEvoy.

En resum: és obvi que el 2020 no va ser un bon any per al turisme a nivell mundial. En el cas concret de Barcelona, com va assenyalar Xavier Garcia, director d'innovació del Gremi d'Hotels de Barcelona, va ser un any de rècords negatius. Les taxes d'ocupació registrades a Barcelona van ser les més baixes de la història, al voltant del 10%, mentre que els preus van experimentar una caiguda del 50%. Garcia resumeix la situació amb una paraula: devastadora.

## 4. Les mesures d'avui, el turisme de demà?

Tenir un mapa clar de les conseqüències i les repercussions de la crisi sanitària en el sector turístic va ser el punt de partida del segon punt del col·loqui: el debat sobre les mesures. Tres idees clau i recurrents que hi van aparèixer van ser la cooperació, l'increment de la flexibilitat i la necessitat d'un canvi de model. A la majoria de països, i això també ha estat el cas a Catalunya, s'han adoptat una sèrie de mesures per intentar redreçar la situació que actualment pateix la indústria turística. Aquestes mesures, que han implicat diferents nivells de govern, han obligat a establir nous marcs de cooperació i coordinació.

En efecte, la cooperació transfronterera i intergovernamental és un element clau en la recuperació d'un sector que opera a nivell mundial. La recuperació requereix un alt nivell d'acord i diàleg entre els actors a nivell internacional, ja que aquesta és l'única manera d'arribar a consensos i acords sobre les mesures per tornar a viatjar, la reobertura de les fronteres i l'establiment de protocols de salut i seguretat coherents a tots els països. La reactivació del turisme implica trobar punts en comú, una qüestió en què els ponents van coincidir en gran mesura.

Tot i que sempre és objecte d'un cert nivell de crítica, en aquest cas la Unió Europea ha donat exemple, almenys en l'intent de coordinar 27 estats diferents i oferir una estratègia regional harmonitzada. "La coordinació entre els estats membres de la UE ha estat crucial perquè els viatges i el turisme tornin a ser possibles de manera segura", va afirmar Genzbigelyte-Venturi, que va reconèixer les dificultats amb què es troba la UE per adoptar certes mesures per falta de competències. No obstant, la veritat és que la UE ha estat capaç de mobilitzar nivells de suport sense precedents per establir una estratègia de recuperació molt completa, que té l'objectiu de combinar dos ritmes diferents: el curt i el llarg termini.

Els recursos financers que ha abocat la UE per ajudar a reconstruir una Europa post-covid ascendeixen a 1,2 bilions d'euros, que s'invertiran en relançar l'economia i facilitar, alhora, un canvi cap a un futur digital i sostenible. Aquest és el paquet d'estímul econòmic més gran desplegat mai per la UE. L'Estat espanyol rebrà 140.000 milions d'euros del fons Next Generation de la UE i 12.000 milions d'euros del paquet REACT-EU, a més del suport proporcionat per la política de cohesió i altres programes.

.....

**La coordinació entre els estats membres de la UE ha estat crucial perquè els viatges i el turisme tornin a ser possibles de manera segura.**

De fet, quan es posa sobre la taula la qüestió de les mesures, apareixen els primers signes de tensió o divisió pel que fa a les anomenades "mesures provisionals", destinades a tenir efectes immediats i centrades en el manteniment dels mitjans de subsistència d'aquells que depenen del turisme, i les anomenades "mesures estructurals", destinades a fer front a les repercussions a llarg termini de la crisi i a promoure canvis estructurals en la indústria.

L'exercici de sospesar on haurien d'acabar les mesures provisionals i on haurien de començar les estructurals és probablement un dels punts més importants a l'hora de trobar un equilibri entre les perspectives dels actors públics i privats. Com va afirmar Garcia, per al sector de l'hostaleria les mesures són una qüestió de supervivència, ja que necessiten solucions a curt termini per sobreviure i després poder-se convertir en un sector més sostenible, subratllant que les mesures de la UE a vegades semblen ignorar aquestes necessitats més urgents.

Malgrat les diferències que apareixen en aquesta ponderació de les mesures, hi ha un cert consens en el fet que, en termes generals, la recuperació hauria d'estar orientada al futur, és a dir, que hauria de conduir el sector cap a un canvi de model. Sembla que l'agenda de la UE, que fins i tot des d'abans de la pandèmia s'ha centrat molt en accelerar l'anomenada "transició doble" (verda i digital), està estretament interconnectada amb les prioritats de les autoritats locals, o almenys aquesta és l'aposta de la Diputació de Barcelona, que per boca de la seva representant va expressar l'esperança que els fons de la UE ajudin a donar un pas més decidit i més ràpid cap al turisme sostenible.

L'increment de la flexibilitat sembla ser un altre punt de consens entre els ponents. Tant per part del sector hotelier, que reclama més flexibilitat en el pagament dels impostos i en les regulacions del treball temporal, com per part de les institucions, que estan decidides a integrar-la en les seves mesures de recuperació. Com a exemple, una mesura important presa per la UE ha estat permetre ser flexible a l'hora de reassignar fons regionals no utilitzats per donar suport a sistemes i empreses de salut.

Altres idees que van sorgir durant aquesta part del debat van ser la necessitat d'adoptar mesures de màrqueting per donar suport al sector, amb campanyes que remarquin que les destinacions són segures; la necessitat de proporcionar un suport que arribi a les pimes i als treballadors autònoms; i la necessitat de promoure l'adaptació al mercat. Com va assenyalar McEvoy, les mesures també es podrien centrar a incentivar els viatges entre un nou grup de clients potencials que pot ser interessant per al sector: els "pandèmics". Es tracta de joves amb temps, amb ganes de tenir experiències noves i més disposats a assumir el risc de viatjar.

## 5. El turisme després de la covid-19: cap a un paradigma més ecològic i sostenible?

"El futur ens està portant cap a un model de turisme més sostenible?" Pel que fa a aquesta pregunta, sembla important separar el que són simples esperances de les observacions basades en evidències. Com va afirmar Genzbigelyte-Venturi al principi del seu torn, aquesta qüestió s'està estudiant i hi ha tants punts de vista optimistes com escèptics. Tanmateix, ja sigui per compromís moral o per factors purament estratègics, tots els ponents coincideixen que el futur del sector passa per un paradigma més sostenible. Com van afirmar tots els ponents, la necessitat d'un canvi de paradigma és un objectiu que ja es perseguia abans de començar la crisi i que va més enllà d'aquesta. El nou context reforça el compromís amb aquest objectiu i ajudarà a integrar les lliçons apreses.

Els ponents també coincideixen en què el turista local s'ha convertit en el nou protagonista. Sánchez assenyala que des del punt de vista del màrqueting, això té unes implicacions enormes. El nou context ha situat el resident al centre de l'estratègia d'una ciutat tan internacional com Barcelona: nou context,



nou client, nova estratègia. L'auge del turisme local pot convidar a fer una nova avaluació de l'anàlisi cost/benefici pel que fa a aconseguir clients internacionals per a les destinacions.

En la mateixa línia, Garcia va assenyalar que, de moment, la pandèmia reduirà la connexió entre Barcelona i el món, cosa que, al seu torn, convertirà el turisme en una activitat més local. Ni que sigui només des d'un punt de vista estratègic, la manera com pensen els hotels sobre el turisme haurà de canviar. Garcia va argumentar que els hotels també s'esforcen per ser espais sostenibles, no només des del punt de vista ambiental, sinó també social. En aquest sentit, va afirmar que els hotels són espais al servei dels residents i que no han de ser el problema, sinó la solució a la massificació turística.

.....

**L'auge del turisme local pot convidar a fer una nova avaluació de l'anàlisi cost/benefici pel que fa a aconseguir clients internacionals per a les destinacions.**

Parlant de massificació turística, McEvoy va deixar clar que, per a ell, el futur sostenible del turisme no depèn del nombre de turistes que ens visiten. Amb un mercat asiàtic en creixement i un mercat africà encara per enlairar-se, és probable que les xifres segueixin creixent. Segons el seu parer, la sostenibilitat del turisme té més a veure amb la manera com es gestionen aquests fluxos i els avenços en tecnologia i energia seran clau en aquest sentit. Afegeix a les seves prediccions que els turistes seran cada vegada més selectius amb les seves destinacions i que nous elements, com ara els espais verds i el benestar turístic, seran rellevants en l'elecció final.

Pel que fa a Genzbigelyte-Venturi, va assenyalar que la Comissió Europea està preparada per liderar aquest canvi de paradigma, i va subratllar la necessitat d'actuar estratègicament i amb una direcció clara. La UE vol fomentar el canvi de paradigma sense perdre de vista tres punts clau: la necessitat de proporcionar a les destinacions i als treballadors turístics les habilitats i capacitats adequades que necessitin perquè el futur del turisme sigui resilient, la necessitat d'empoderar les destinacions locals perquè puguin beneficiar-se realment del turisme i la necessitat de garantir que les eines de governança adequades estiguin a punt.

Durant el debat, es va recordar el rol crucial de les autoritats locals i regionals, que poden actuar com a altaveus per la seva proximitat als ciutadans. Alhora, la innovació es va considerar un aspecte clau per al canvi de paradigma. Es va fer una crida a l'acció per part dels emprenedors i es va destacar que la cooperació interregional és un model d'èxit capaç de proporcionar solucions innovadores i de desenvolupar eines i models que permetin explorar altres tipus de turisme alternatius i més sostenibles.

## 6. Últimes reflexions i conclusions principals

La darrera part del col·loqui es va dedicar a un intercanvi obert entre el públic i els ponents. Aquesta estona de debat va permetre identificar algunes idees recurrents que havien anat sorgint i treure'n algunes conclusions generals.

En primer lloc, després de la pregunta d'un participant, els ponents van tractar el tema de la recuperació i l'ocupació en la indústria turística. Encara que la situació és molt inestable i els pronòstics poden canviar en qualsevol moment, els ponents es van atrevir a compartir alguns càlculs i possibles escenaris d'acord amb les dades de què disposaven.

Des de la perspectiva del sector hotelier de Barcelona, Garcia va explicar que s'espera que l'ocupació sigui superior al 50% a partir de juliol de 2021, quan s'espera que tornin esdeveniments turístics importants com el Mobile World Congress i l'ISE 2021. McEvoy va assenyalar que, com sol passar després d'una crisi, moltes empreses es veuran obligades a ajustar la plantilla de treballadors. Basant-se en el precedent de la crisi financera anterior, fins i tot va calcular que el sector perdria entre el 10 i el 20% dels professionals que hi treballaven abans de la crisi i que aquesta ràtio no es recuperaria del tot durant dos o tres anys. Sánchez va afegir que, en línia amb la necessitat d'innovar anteriorment referida i com que moltes empreses desapareixeran, cal crear noves iniciatives adaptades al nou context o, en altres paraules, al nou consumidor. Amb un to més prudent, Genzbigelyte-Venturi va parlar de la fuga de talent que pateix el sector turístic en temps de crisi, un fenomen que, des del punt de vista de la ponent, podria ser cert en major o menor mesura en funció de com es gestioni la crisi a les regions i països afectats. Alhora, la reactivació de l'ocupació en el sector també depèn de la demanda i de la voluntat de les persones per viatjar. Per tant, sembla important monitorar les expectatives i les pors dels viatgers, saber fins a quin punt estan disposats o no a viatjar i estudiar-ne el comportament en el context de crisi actual.

En segon lloc, i també després d'una pregunta del públic, els ponents van tractar el tema de les traves burocràtiques amb què es troben les pimes per accedir al suport financer, un problema que es menciona sovint en el cas de fons europeus. Els ponents van estar d'acord en el fet que es tracta d'un problema generalitzat a tot arreu, no només a Europa, i que afecta tots els sectors econòmics, no només el turisme. La complexitat del problema rau en la necessitat de combinar un accés fàcil a aquestes ajudes amb la necessitat de regular aspectes fonamentals com la transparència i la protecció del consumidor. Per a Genzbigelyte-Venturi, millorar l'accés al finançament es redueix essencialment a una comunicació precisa i a temps, assegurant que es comprèn adequadament on, quan i com aquests fons podrien ajudar les pimes a superar els seus reptes.

Finalment, els ponents es van centrar en les lliçons apreses d'errors passats, en particular pel que fa al model de turisme de masses. Tots els ponents van coincidir que ja era necessari un canvi de paradigma abans que es desencadenés la crisi, i que a la llarga la tecnologia i la gestió intel·ligent dels fluxos turístics, per exemple mitjançant la geolocalització, poden ser els aliats més forts del turisme.

## Annex. Participants



### > ANDREW MCEVOY

DIRECTOR GENERAL DE NEOM

És un professional amb més de 20 anys d'experiència en els sectors del turisme, els viatges, els mitjans de comunicació, el màrqueting i els esdeveniments. Ha estat director general i CEO de Tourism Australia, l'organisme turístic més important d'Austràlia. Del 2014 al 2017 va ser director general de negoci de Fairfax Life Media and Events, inclosos els seus rendibles títols sobre estil de vida (viatges, gastronomia, luxe, etc.), la companyia d'esdeveniments per a consumidors més gran d'Austràlia. És president del cotitzat operador turístic i de transports Sealink Travel Group (ASX: SLK); director d'Ingenia Communities (ASX: INA); president d'AATS (Skybus); president del Fòrum de Turisme i Transports (TTF, segons la sigla en anglès) i director de Lux Group, operadors de Luxury Escapes. És un defensor apassionat de la indústria turística mundial i de la seva capacitat per aportar prosperitat econòmica a les comunitats regionals, alhora que ajuda els visitants a comprendre millor la importància de les persones i els llocs que han visitat.



### > XAVIER GARCIA

DIRECTOR D'INNOVACIÓ AL GREMI D'HOTELS DE BARCELONA

Llicenciat en turisme amb experiència en hostaleria i en l'ecosistema de *start-ups*. Actualment dirigeix el Departament d'Innovació del Gremi d'Hotels de Barcelona, amb l'objectiu de desenvolupar un sector tradicional i introduir noves metodologies al mercat. Juntament amb el Gremi, lidera el Travel Innovation Hub, on està construint una àmplia comunitat en el sector de la innovació digital de viatges i turisme. L'objectiu principal és connectar i compartir coneixements i recursos amb centres internacionals per fomentar la creació de sinergies i impulsar iniciatives d'innovació obertes a la indústria.



### > RAMUNE GENZBIGELYTE

DIRECTORA DE POLÍTIQUES DE TURISME A LA COMISSIÓ EUROPEA

Treballa a la Unitat de Turisme i Tèxtils de la Direcció General de Mercat Interior, Indústria, Emprenedoria i Pimes, que desenvolupa i dona suport a iniciatives polítiques de la UE encaminades a un ecosistema turístic competitiu, resiliència i sostenible. És responsable dels aspectes de sostenibilitat del turisme, així com de la sinergia amb la política regional. També té experiència en la política pesquera comuna i els fons estructurals, ja que va treballar a la Direcció General d'Afers Marítims i Pesca de la Comissió Europea. Genzbigelyte té un màster en administració pública i afers de la UE, i un altre en filologia.



## > ANNA M. SÁNCHEZ

### CAP DE L'OFICINA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA

Llicenciada en tècniques de màrqueting i investigació a la Universitat de Barcelona, va portar a terme diversos projectes de consultoria en comunicació, màrqueting i comerç electrònic. Durant els últims 20 anys ha treballat a la Diputació de Barcelona en la campanya internacional "Barcelona és molt més".



Debat moderat per **Jaume Garau**, assessor de destinacions i empreses turístiques. Professor associat a la Universitat de les Illes Balears, on imparteix l'assignatura "Governament en l'àmbit turístic: política turística i ambiental" al Màster en economia del turisme.

# Entitats membres del consorci

## » Institucions públiques i entitats municipalistes

- Generalitat de Catalunya
- Ajuntament de Barcelona
- Ajuntament de Tarragona
- Ajuntament de Girona
- Ajuntament de Lleida
- Ajuntament de Vielha e Mijaran
- Diputació de Barcelona
- Diputació de Tarragona
- Diputació de Girona
- Diputació de Lleida
- Conselh Generau d'Aran
- Associació Catalana de Municipis i Comarques
- Federació de Municipis de Catalunya

## » Entitats de l'àmbit empresarial

- Consell General de les Cambres Oficials de Comerç, Indústria i Navegació de Catalunya
- Foment del Treball Nacional
- Micro, petita i mitjana empresa de Catalunya (PIMEC)
- Confederació de Cooperatives de Catalunya
- Associació Multisectorial d'Empreses (AMEC)
- Fundació Privada d'Empresaris (FemCAT)

## » Entitats de l'àmbit social, sindical i esportiu

- Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya
- Unió General de Treballadors de Catalunya (UGT)
- Comissions Obreres de Catalunya (CCOO)
- FC Barcelona

## » Universitats, escoles de negocis i centres acadèmics

- Universitat de Barcelona (UB)
- Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)
- Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)
- Universitat Pompeu Fabra (UPF)
- Universitat de Lleida (UdL)
- Universitat de Girona (UdG)
- Universitat Rovira i Virgili (URV)
- Universitat Ramon Llull (URL)
- Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
- Universitat de Vic · Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC)
- Universitat Internacional de Catalunya (UIC)
- Universitat Abat Oliba CEU (UAO CEU)
- Institut Barcelona d'Estudis Internacionals (IBEI)
- EADA Business School
- Barcelona Graduate School of Economics (Barcelona GSE)