



**Marian Muro,  
Directora General de Turismo  
de Cataluña**

**Abogada, especializada en  
Derecho Turístico, fue  
durante 15 años gerente de  
ACAV, donde había  
ingresado como responsable  
de la asesoría jurídica.**

## “Innovación, innovación, innovación”

**Vd. ha sido durante muchos años Gerente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes, la antigua ACAV, recientemente transformada en ACAVE. No es habitual que se nombre para un cargo con responsabilidades políticas a una profesional del sector.**

Ciertamente no es muy habitual. De todas formas, aunque se trate de un cargo político, soy una técnica y profesional del sector turístico, y ello me ha otorgado la posibilidad de cambiar las cosas a mejor desde el primer momento.

**¿Cuáles han sido las ventajas más evidentes en este sentido?**

Es evidente que si conoces el sector en el que has de desarrollar tu actividad, juegas con una gran ventaja pues ya conoces los activos, los déficits, las problemáticas, los interlocutores... y ello te permite actuar con más celeridad en la acción de gobierno.

**¿Cuáles son los logros más destacados de estos cuatro años?**

La lucha contra la competencia desleal con la regularización de las viviendas de uso turístico. Actualmente en Cataluña hay 40.000 viviendas regularizadas. La aplicación del impuesto turístico con toda normalidad. La realización y aplicación del Plan Estratégico del Turismo en Cataluña y el Plan de Márketing.

**Uno de los errores endémicos de la administración suele ser que solamente se piense en el receptor, olvidándose, casi siempre, del emisor.**

No es nuestro caso. Hemos mantenido constantes reuniones con la CEAV para colaborar en el tema de los visados, trabajamos constantemente para el aumento de las rutas aéreas que no solamente benefician al receptor sino también al emisor.

**¿Cómo ha visto la evolución de las agencias de viajes en estos años de profunda crisis?**

Esta crisis ha obligado a las agencias a especializarse y profesionalizarse. Es evidente que se han cerrado muchas agencias de viajes, pero las que quedan están mucho más profesionalizadas.

**Hablemos ahora del receptor. Cataluña es la primera Comunidad Autónoma de España en número de turistas. ¿Cómo lo ha conseguido?**

El 25,18% del turismo que visita España viene a Cataluña. Pero no buscamos simplemente cifras cuantitativas, sino especialmente cualitativas. Tuvimos un record de gasto en el 2013 con un plus de calidad. La clave está en la oferta diversificada, apostando por una amplia gama de productos de nicho como la pesca, el cicloturismo y el enoturismo, por sólo poner unos ejemplos. Vamos a buscar colectivos especializados y tour operadores independientes con clientes que pagan más por los servicios que reciben. El éxito está también en la diversificación de los mercados. La gran apuesta consiste en no depender de un mercado. Estamos muy implicados en la promoción en los nuevos mercados y por ello hemos abierto oficinas en Nueva York, Brasil y Singapur. Ya tenemos el turismo de proximidad y lógicamente no hay que abandonarlo, pero la posibilidad de crecimiento viene dada por los destinos de larga distancia y en este sentido, y valga la redundancia, queda mucho camino por recorrer y seguir creciendo también en cantidad, pero especialmente en calidad.

**Este año flaqueará el turismo ruso.**

Ciertamente, pero la causa de la caída no depende de nosotros. Me preocupa por la situación de Rusia pero vamos a compensarlo con el aumento del turismo americano y de otros países, gracias también a la bajada del euro respecto al dólar, la evolución de los visitantes coreanos y chinos, la buena recuperación de los británicos, etc.

**Podemos hablar de equilibrio territorial en todas las comarcas o ¿Barcelona se lleva claramente la palma?**

Barcelona debe ser el elemento tractor que atraiga a la gente y nosotros debemos ser capaces de atraerlos al resto del territorio. También hemos trabajado intensamente en este sentido. Es muy fácil hablar de turismo interior, pero hemos sido los únicos que hemos apostado claramente por el turismo de interior y de montaña con un amplio programa de enoturismo que se extiende por buena parte del territorio, rutas de oleoturismo, apoyo a los Parques Naturales, el Camino de San Ignacio a través de Manresa. Venimos impulsando el “Mercado de Escapadas” y traemos a 500 turoperadores con motivo del Buy Cataluña para que conozcan toda nuestra oferta de interior.

---

**“Esta crisis ha obligado a las agencias a especializarse y profesionalizarse”**

---

**¿Cómo van las relaciones con otras Comunidades Autónomas?**

Tengo muy buena relación con los directores de todas las Comunidades Autónomas y con la Secretaria de Estado para el Turismo. Frecuentemente recibimos a directores de otras Comunidades Autónomas para que les expliquemos nuestros avances normativos puesto que Cataluña es pionera en la regularización turística.

**¿Especialmente por el impuesto turístico aplicado?**

Ha sido uno de nuestros grandes éxitos. Al principio se decía que nos iba a restar competitividad y el tiempo ha demostrado que hemos tenido más gasto y más turistas. No hay conflicto a la hora de cobrarla en los hoteles y los turoperadores han entendido que contribuye claramente a la promoción.

**¿Qué destacaría de estos años?**

La crisis de otros sectores claves de la economía ha ayudado a poner en valor el turismo y situarlo en el lugar que le correspondía. Este es un objetivo claro que me había fijado: situar el turismo como un sector de valor tractor de la economía.

**Y ¿qué les diría a las personas de las demás comunidades para que vengan a Cataluña?**

Sencillamente que Cataluña es su casa. Cuando la promociono por todas partes siempre menciono que es difícil encontrar en el mundo un territorio tan pequeño y con tanta variedad de atractivos, tanto paisajísticos como culturales. Mar, montaña, románico, modernismo, una espectacular oferta gastronómica y cultural, etc, etc.

**Y como Directora General de Turismo y exgerente de una Asociación de Agencias de Viajes, ¿qué les diría a los agentes de viajes?**

Que apuesten claramente por la especialización. Innovación, innovación e innovación. Tanto desde el punto de vista emisor como el receptor. Y que deseo que les vaya muy bien.

**Muchas gracias.**

