

DIARIO DE SESIONES D S P A

DIARIO DE SESIONES



PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

COMISIONES

Núm. 432

XII LEGISLATURA

5 de diciembre de 2024

Comisión de Turismo y Andalucía Exterior

Presidencia: Ilma. Sra. Dña. Ascensión Hita Fernández

Sesión número 4, celebrada el jueves, 5 de diciembre de 2024

ORDEN DEL DÍA

MOCIONES

12-24/M-000008. Control del cumplimiento de la moción relativa a turismo, presentada por el G.P. Mixto-Adelante Andalucía.

COMPARECENCIAS

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 12-22/APC-000496. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el turismo rural, presentada por el G.P. Vox en Andalucía.
- 12-22/APC-000628. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre las medidas de promoción del turismo rural, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.

- 12-22/APC-001025. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el turismo rural, presentada por el G.P. Por Andalucía.
- 12-22/APC-001293. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre las medidas de promoción del turismo rural, presentada por el G.P. Socialista.
- 12-24/APC-003898. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre las acciones de turismo en el ámbito rural, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.
- 12-24/APC-003906. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a petición propia, a fin de informar sobre las acciones de turismo en el ámbito rural.

PREGUNTAS ORALES

12-24/POC-002874. Pregunta oral relativa a las subvenciones al turismo cinegético y al campo bravo, formulada por Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

12-24/POC-002875. Pregunta oral relativa a las viviendas de uso turístico en Sevilla, formulada por Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

12-24/POC-002890. Pregunta oral relativa a la feria Routes World 2024, formulada por Dña. Isabel María Aguilera Gamero, Dña. María Isabel Ambrosio Palos, Dña. Encarnación María Martínez Díaz, D. Rafael Alfonso Recio Fernández y D. José Luis Sánchez Teruel, del G.P. Socialista.

12-24/POC-002891. Pregunta oral relativa al fomento de la sostenibilidad del turismo azul, formulada por Dña. Isabel María Aguilera Gamero, Dña. María Isabel Ambrosio Palos, Dña. Encarnación María Martínez Díaz, D. Rafael Alfonso Recio Fernández y D. José Luis Sánchez Teruel, del G.P. Socialista.

12-24/POC-002892. Pregunta oral relativa a Fitur 2025, formulada por Dña. Isabel María Aguilera Gamero, Dña. María Isabel Ambrosio Palos, Dña. Encarnación María Martínez Díaz, D. Rafael Alfonso Recio Fernández y D. José Luis Sánchez Teruel, del G.P. Socialista.

12-24/POC-002926. Pregunta oral relativa al turismo azul, formulada por D. Francisco Javier Oblaré Torres, Dña. Ascensión Hita Fernández, Dña. María Pilar Pintor Alonso, Dña. Julia Ibáñez Martínez, D. Manuel Alberto Sanromán Montero, Dña. Araceli Cabello Cabrera, D. Juan José Salvador Giménez, D. Alejandro Romero Romero, D. Juan Manuel Marchal Rosales y Dña. Trinidad Herrera Lorente, del G.P. Popular de Andalucía.

12-24/POC-002928. Pregunta oral relativa a Destino Andalucía, formulada por D. Francisco Javier Oblaré Torres, Dña. Ascensión Hita Fernández, Dña. María Pilar Pintor Alonso, Dña. Julia Ibáñez Martínez, D. Manuel Alberto Sanromán Montero, Dña. Araceli Cabello Cabrera, D. Juan José Salvador Giménez, D. Alejandro Romero Romero, D. Juan Manuel Marchal Rosales y Dña. Trinidad Herrera Lorente, del G.P. Popular de Andalucía.

12-24/POC-002930. Pregunta oral relativa a los centros de información, formulada por D. Francisco Javier Oblaré Torres, Dña. Ascensión Hita Fernández, Dña. María Pilar Pintor Alonso, Dña. Julia Ibáñez Martínez, D. Manuel Alberto Sanromán Montero, Dña. Araceli Cabello Cabrera, D. Juan José Salvador Giménez, D. Alejandro Romero Romero, D. Juan Manuel Marchal Rosales y Dña. Trinidad Herrera Lorente, del G.P. Popular de Andalucía.

12-24/POC-002948. Pregunta oral relativa al turismo inteligente, formulada por D. Antonio Sevilla Rodríguez y Dña. Cristina Alejandra Jiménez Jiménez, del G.P. Vox en Andalucía.

SUMARIO

Se abre la sesión a las diez horas, treinta y dos minutos del día cinco de diciembre de dos mil veinticuatro.

MOCIONES

12-24/M-000008. Control del cumplimiento de la moción relativa a turismo (pág. 7).

Intervienen:

Dña. María Isabel Mora Grande, del G.P. Mixto-Adelante Andalucía.

Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

D. Antonio Sevilla Rodríguez, del G.P. Vox en Andalucía.

D. José Luis Sánchez Teruel, del G.P. Socialista.

D. Francisco Javier Oblaré Torres, del G.P. Popular de Andalucía.

Votación: aprobado el cumplimiento por voto ponderado de 9 votos a favor, 9 votos en contra.

COMPARECENCIAS

12-22/APC-000496, 12-22/APC-000628, 12-22/APC-001025, 12-22/APC-001293, 12-24/APC-003898 y 12-24/APC-003906. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre las acciones y medidas de promoción del turismo rural (pág. 15).

Intervienen:

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

D. Antonio Sevilla Rodríguez, del G.P. Vox en Andalucía.

Dña. Isabel María Aguilera Gamero, del G.P. Socialista.

D. Juan Manuel Marchal Rosales, del G.P. Popular de Andalucía.

PREGUNTAS ORALES

12-24/POC-002948. Pregunta oral relativa al turismo inteligente (pág. 30).

Intervienen:

Dña. Cristina Alejandra Jiménez Jiménez, del G.P. Vox en Andalucía.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002874. Pregunta oral relativa a las subvenciones al turismo cinegético y al campo bravo (pág. 33).

Intervienen:

Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002875. Pregunta oral relativa a las viviendas de uso turístico en Sevilla (pág. 36).

Intervienen:

Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002890. Pregunta oral relativa a la feria Routes World 2024 (pág. 40).

Intervienen:

D. Rafael Alfonso Recio Fernández, del G.P. Socialista.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002891 y 12-24/POC-002926. Pregunta oral relativa al turismo azul, así como al fomento de su sostenibilidad (pág. 44).

Intervienen:

Dña. Trinidad Herrera Lorente, del G.P. Popular de Andalucía.

Dña. María del Pilar Navarro Rodríguez, del G.P. Socialista.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002892. Pregunta oral relativa a Fitur 2025 (pág. 50).

Intervienen:

Dña. Isabel María Aguilera Gamero, del G.P. Socialista.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002928. Pregunta oral relativa a Destino Andalucía (pág. 54).

Intervienen:

Dña. María Pilar Pintor Alonso, del G.P. Popular de Andalucía.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-24/POC-002930. Pregunta oral relativa a los centros de información (pág. 57).

Intervienen:

Dña. Julia Ibáñez Martínez, del G.P. Popular de Andalucía.

D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

Se levanta la sesión a las trece horas, nueve minutos del día cinco de diciembre de dos mil veinticuatro.

12-24/M-000008. Control del cumplimiento de la moción relativa a turismo

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Buenos días. Vamos a empezar ya con la comisión, con la moción relativa a turismo. Tiene la palabra la señora Mora Grande.

La señora MORA GRANDE

—Muchas gracias, señora presidenta.

Bueno, después de ver el informe que ha remitido el Consejo de Gobierno, pues nos queda claro que de los dos únicos puntos que conseguimos aprobar de la moción que presentábamos con numerosas medidas que tenían que ver con la transformación del sector del turismo, pues que no se ha cumplido absolutamente nada.

De hecho, incluso algunas de las respuestas que han remitido sobre el primer punto, la creación de cooperativas, que tenía como objetivo la necesidad de potenciar un sector de la pequeña y mediana empresa en el sector turístico y que no fueran sobre todo las multinacionales que tienen sus sedes fiscales fuera de Andalucía las que controlaran absolutamente todo el sector, pues se nos contesta diciendo que han dado ayudas a la sequía o la digitalización. Es un poco vergonzosa la respuesta, como mínimo.

Y en cuanto a la potenciación de la inspección, pues lo que se contesta básicamente es que los ayuntamientos realicen las funciones que tienen. Que sí, que tienen funciones de inspección, pero lo que aprobamos en sede parlamentaria fue que se creara, y fuera la propia Junta de Andalucía la que realizara estas labores de inspección y se fomentara. La realidad es que desde que, en los últimos meses, se ha empezado a aplicar, vamos a hablar de la inspección en cuanto a viviendas de uso turístico, en cuanto salió el decreto, la realidad es que el número de viviendas turísticas han aumentado muchísimo. También el número de viviendas turísticas que están fuera de las ordenanzas o, básicamente, las que ni cumplen los requisitos, y las que ni siquiera están inscritas. Y, sin embargo, eso no lleva aparejado un control efectivo por parte del Consejo de Gobierno. Que, con su dejación de funciones, está fomentando el que este fenómeno, que además está en manos de fondos de inversión, grandes empresas y grandes tenedores, pues siga expandiéndose increíblemente, haciendo que suban los precios de los alquileres de manera exponencial. Es una de las causas. Y que ya haya zonas, por ejemplo, en Sevilla, donde las viviendas de uso turístico se estén implantando en zonas que tradicionalmente no eran turísticas, como el Plantinar, Nervión. Y que son zonas que habitualmente, pues, por ejemplo, eran alquiladas por estudiantes y que ahora, sin embargo, ven inaccesible el acceso a la vivienda. Es decir, que la mancha que supone el problema de la vivienda de uso turístico sigue aumentando y la dejación de funciones del Consejo de Gobierno, pues, solo nos hace pensar que, obviamente, hay una connivencia con el sector. Siempre lo hemos dicho, que este consejero era el consejero representante de las grandes

empresas del sector turístico. Y, obviamente, lo que van a dejarles es vía libre para que tengan las mayores ganancias posibles, y ya está.

No entendemos las respuestas que se nos han dado. Obviamente, tendrán que seguir respondiendo ante esto, a lo que llegamos a un acuerdo en sede parlamentaria.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra ahora la señora portavoz de Por Adelante Andalucía.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

La verdad es que nuestra intervención va a ser en parte coincidente con la portavoz del grupo que en su día propuso la interpelación y la consecuente moción. La verdad es que los dos únicos puntos que se aprobaron, bueno, pues, son casi testimoniales y supondrían muy poco esfuerzo por parte del Consejo, pero es que no se ha hecho nada.

Lo que tiene que ver con el informe en relación al primer punto y la creación de cooperativas es alucinante, porque lo que hacen es relatar una serie de medidas que existen en las que no están excluidas las cooperativas, pero eso no tiene nada que ver con lo que aquí se está diciendo, que es «instar al Consejo de Gobierno a promocionar y apoyar la creación de cooperativas de turismo y hostelería». ¿Por qué? Pues, porque tenemos un modelo absolutamente insostenible que está construido en base a grandes empresas, muchas de ellas, además, no son de capital andaluz, pero ni siquiera español. Y lo que se trata es de que el turismo, reconociendo que es una actividad económica que incide mucho en el PIB, nosotros no abominamos de ello, pero sí de la manera en que se está ejerciendo, por lo que tiene que ver de efecto sobre la vida de los andaluces y andaluzas, sobre nuestras ciudades y nuestro entorno, pero, además, por cómo repercute, lo poco que repercute en la riqueza de nuestra comunidad autónoma.

Por tanto, nos parece que el primer punto y la explicación que se hace yo diría que es una burla a este Parlamento, en lo que respecta al cumplimiento de la moción, porque nos podrían haber contado cualquier otra medida que estén haciendo, que no tiene nada que ver con las cooperativas.

Y qué decir del segundo. Nosotros en esta línea, sí anunciar que hemos presentado una enmienda a los presupuestos de la Junta para reforzar las labores de inspección. Porque es que los datos, que los daremos luego en una pregunta que tenemos al respecto con el consejero, los datos nos dicen la cantidad de pisos ilegales que hay. No solo en los portales inmobiliarios, y que es muy fácil comprobar contrastando que hay en un portal inmobiliario y que está en el registro. Pero es que, además, hay muchos pisos que ni siquiera están, porque funcionan por el boca a boca o de otra manera, al margen de los circuitos, de los portales inmobiliarios.

Entonces, con el problema de vivienda que tenemos, teniendo una norma que nos parece absolutamente insuficiente, pero que ni siquiera estemos hablando de cumplirla, porque se está permitiendo una actividad ilícita, en el mercado negro, especulando con un bien que acaba provocando tanto sufrimiento y tantos problemas sobre la ciudadanía andaluza, que quiere tener un piso, que quiere tener una casa, que necesita un hogar, y si puede ser, pues, donde quiera, no donde lo obligue la demanda turística del momento, que estamos expulsando a la gente de sus barrios, pues nos parece que también en el segundo punto no se ha hecho absolutamente nada.

Por tanto, nuestra posición no puede ser otra que contraria al cumplimiento de la moción.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra, ahora, el señor Sevilla, del Grupo de Vox.

El señor SEVILLA RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta. Buenos días.

Partimos de que Vox votó en contra de la moción. Por lo que, si somos coherentes, pues debemos esperar que no se cumpla.

Coherencia o no, voy a posicionar a mi grupo con respecto a estos dos puntos que se aprobaron. Compartimos, como no puede ser de otra manera, la preocupación por la promoción y el desarrollo del sector turístico, pero creemos que las medidas propuestas, sus medidas, pues no responden de manera adecuada a las necesidades del sector ni a los desafíos actuales.

El sector turístico va bien y cuanto menos toquemos los políticos, mejor irá. En cuanto a los problemas que tiene, el mismo mercado y los mismos profesionales lo arreglan. Y prueba de lo que digo lo tenemos estos días con el juez estrellado, que no estrella, Marlaska. Hoy considerado como el que ha impuesto el aberrante control, que todo lo quiere saber, que todo lo quiere controlar, como el Gran Hermano en el sector, como ya se conoce.

Retomando el tema de la moción, en cuanto al primer punto, la promoción y la creación de cooperativas en el turismo y la hostelería. Desde Vox ya nos opusimos a este punto y hoy mantenemos esa postura por las mismas razones. Apostar por el modelo cooperativo en un sector tan competitivo y dinámico como el turismo no es la mejor vía para garantizar la estabilidad, el crecimiento y la calidad en el empleo y los servicios. Las cooperativas enfrentan numerosos problemas inherentes a su propia estructura e ineficiencia operativa. La toma de decisiones colectivas es demasiado lenta, en un entorno que requiere adaptaciones rápidas a cambios en la demanda y a los mercados internacionales.

Falta de experiencia empresarial. Muchas cooperativas carecen de profesionales con experiencia suficiente para competir frente a grandes y pequeñas empresas del sector.

Limitaciones en la innovación y la tecnología. En el sector cada vez más globalizado, la competitividad exige inversiones constantes en tecnología e innovación. Por lo tanto, creemos que el apoyo al sector debe centrarse en potenciar a las empresas locales, reduciendo trabas burocráticas, fomentando la inversión privada y creando un marco fiscal favorable que estimule el crecimiento y la generación de empleo.

En cuanto al segundo punto, de la inspección sobre los pisos y alojamientos turísticos, Vox reconoce que hay problemas generados por la proliferación descontrolada de las viviendas con fines turísticos. Sin embargo, la solución debe ser efectiva, razonable y evitar perjudicar a las familias españolas que se pueden beneficiar de unos ingresos extra. Es cierto que, en algunos casos, grandes tenedores y explotadores han generado un aumento en los precios de alquiler con consecuencias negativas para las comunidades locales, pero esto no puede abordarse exclusivamente desde la región. Es necesario establecer una regulación nacional homogénea, que contemple la creación de títulos habilitantes de carácter temporal como una declaración responsable que regule esta actividad en beneficio de los vecinos y del sector. El establecimiento de un número máximo de propiedades destinadas al alquiler turístico por propietario para combatir que no haya una especulación, justo lo que no ha hecho el Gobierno andaluz.

Y un refuerzo en los mecanismos de inspección y control municipales, luchando contra la oferta ilegal y la actividad clandestina, mediante la coordinación entre las administraciones. Por supuesto, debemos garantizar que esta actividad no suponga la desaparición de los comercios tradicionales ni la expulsión de los vecinos de sus barrios. Sin embargo, estas regulaciones deben estar orientadas hacia una planificación eficiente y uniforme, no hacia una política de restricciones arbitrarias.

En conclusión, señorías, desde Vox consideramos que estas medidas son erróneas en su planteamiento y perjudiciales para el futuro del turismo en nuestra región. Queremos proteger el motor económico que representa el turismo, pero creemos que la mejor forma de hacerlo es fortaleciendo la libertad empresarial, ofreciendo un entorno que favorezca, que potencie y que no limite y que no arruine a muchas familias andaluzas que dependen del sector turístico.

Por eso les repito una vez más, y mucho me tengo que no será la última, que dejen de jugar con el turismo tanto ustedes como los alcaldes y, sobre todo, los ministros de Interior.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Para finalizar el turno de los grupos tiene la palabra Fran Oblaré del Grupo Popular.

El señor SÁNCHEZ TERUEL

—¿El Grupo Socialista?

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Perdonadme, pero hoy estoy regular.
El señor Sánchez Teruel.

El señor SÁNCHEZ TERUEL

—Muchas gracias, presidente.
Buenos días, señorías.

Hoy estamos valorando, en este primer punto del orden del día, los acuerdos que adoptamos en sede parlamentaria, el 13 de junio, en relación con la moción relativa al turismo. Y lo primero que quería destacarles, señorías, es que, de 25 puntos que llevaba aquella moción, el grupo mayoritario solo respaldó uno, planteado por el Grupo Mixto, para impulsar la creación de cooperativas de turismo y hostelería. Y otro, vía enmienda, del Grupo Por Andalucía, para reforzar la inspección de los pisos y alojamientos turísticos existentes y la publicación de los mismos en plataformas digitales, para verificar que cumplen con la legislación vigente. Solo dos propuestas de 25.

Evidentemente, lo primero que mi grupo quiere poner encima de la mesa es que esa actitud del grupo mayoritario expresa su poca voluntad a la hora de aceptar propuestas o sugerencias que puedan venir por parte del resto de grupos de la Cámara a la hora de mejorar la gestión en materia de turismo.

Y entrando a valorar el informe que ha elaborado el Gobierno sobre estas dos propuestas que se aprobaron, vemos que en realidad no han hecho nada. Con lo cual, esa convicción que mi grupo tiene de la poca voluntad del grupo mayoritario de aceptar propuestas va unida a la nula voluntad por parte del Gobierno de hacer nada de nada. Ni tan siquiera de lo que se aprueba en la Cámara.

Se acordó que el Gobierno promocióne y apoye la creación de cooperativas de turismo y hostelería, en colaboración con la Consejería competente en materia de cooperativas. Y el informe, negro sobre blanco, reconoce que no han hecho nada. Yo creo, que como se ha dicho ya, aquí, esta mañana, que es una burla al Parlamento. Es una auténtica tomadura de pelo la respuesta, el contenido que da el Gobierno en cuanto a este tema. Es que nos dicen, para justificar lo que han hecho, que el Gobierno socialista en 2011 firmó un pacto por la economía social. Eso es lo que ha hecho el actual Gobierno de Juanma Moreno. Y luego nos dicen que han convocado ayudas para paliar los efectos de la sequía sobre la industria turística o para la digitalización. ¿Qué tiene esto que ver con la creación de cooperativas en materia de turismo y hostelería? Nada. Por eso les digo, señorías, que es una auténtica tomadura de pelo la respuesta que da el Gobierno en concreto al primer punto.

Pero es que, en cuanto al segundo punto, prácticamente es igual. Se pide un plan que refuerce la inspección sobre los alojamientos turísticos, y el Gobierno lo que nos dice es que se han puesto en contacto con los ayuntamientos para decirles a los ayuntamientos que ejercen sus competencias. Pero, ¿y el Gobierno de Juanma Moreno? ¿Es que no tiene ninguna en materia de inspección turística? Se les pide por parte del Parlamento que refuercen la inspección en materia de turismo. No se les pide que se pongan en contacto con los ayuntamientos para que les digan a los ayuntamientos que ejercen sus com-

petencias, si ellos son mayores de edad y ya lo saben sobradamente. Tampoco han hecho nada en relación con este segundo punto.

Por eso, desde mi grupo y yo como portavoz del mismo, lo que queremos llamar la atención es, en primer lugar, sobre lo poco que se aprueba en las mociones que se debaten en este Parlamento. Pero más grave es que lo poco que se aprueba es que no se cumple. Es que el Gobierno no ha hecho nada, y nos lo dice de forma clara en el informe, trayendo a colación cuestiones que nada tienen que ver con lo que se le pide.

Por eso, desde mi grupo, tenemos poco más que añadir, salvo exigirle al Gobierno que cumpla con lo que dice, con lo que acuerda este Parlamento. Porque, por lo menos, eso es de obligado cumplimiento y, en este caso, no lo ha hecho.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias. Disculpe por el error anterior, ¿vale?
Ahora le pasamos la palabra al Grupo Popular.

El señor OBLARÉ TORRES

—Gracias, presidenta.

Buenos días, señorías. Para posicionar al Grupo Popular en esta moción, motivo de una interpelación que presentó el Grupo Por Andalucía.

Bueno, un debate intenso que hemos tenido a lo largo del año pasado en materia de turismo. En Pleno, varias mociones. Y, bueno, acuerdos que se llegaron en algunos casos. Y en este caso, pues, es caso acuerdo. Porque lógicamente muchas de las propuestas que se ponen no hacen más que atacar a nuestro sector, a nuestra joya de la corona —como suelo decir o algunas veces me han escuchado ustedes—, atacar más que proponer soluciones.

De hecho, las que apoyamos eran medidas para apoyar la creación de esas cooperativas, y también las medidas para hacer el seguimiento de la proliferación de las viviendas turísticas. Pero, lógicamente, ustedes, el análisis lo hacen erróneo. Y, al hacer un análisis erróneo, lógicamente, las soluciones que dan son malas.

Yo siempre lo digo: el sector turístico, cuanto el poder político se entrometa menos, mejor. El Gobierno anterior, el Gobierno antiguo del Partido Socialista, pues no hacía nada, no hacía nada. Y lo único que proliferó es ese turismo de masas, que es el que estamos intentando solucionar con el nuevo trabajo que hace la consejería en materia de turismo, que en eso se está trabajando y, por eso, lógicamente, no se aprobó alguna de las propuestas en que el modelo turístico ya se trabaja de una forma distinta. Y eso lo saben y lo conocen, otra cosa es que no les guste; otra cosa es que no les gusten las respuestas que le dan al trabajo que se está haciendo.

Hay un pacto social, lógicamente, en esta Junta de Andalucía. Y la Consejería de Empleo hace un trabajo fundamental con el cooperativismo andaluz, que, de hecho, tiene ya cooperativas que están a pri-

mer nivel de nuestro país y a primer nivel de Europa, a nivel internacional. Y eso se apoya, lógicamente, con esas ayudas, con la formación que se da y con el apoyo.

El otro día escuchaba yo a la consejera, precisamente en una conferencia sobre cooperativismo y empleo social. Y decía una frase que se me quedó grabada y, además, que me gustó mucho: «La mejor forma de hacer empresas es el cooperativismo».

Pues esa es la línea que sigue la consejería y, lógicamente, en el turismo también se hace. Es verdad que es más difícil —lo ha dicho el portavoz, señor Sevilla, de Vox—; que la cooperativa pues debe ser ágil y debe estar bien gestionada. Y en eso se ha avanzado mucho y, lógicamente, por eso brillan algunas cooperativas agrícolas, algunas cooperativas de la distribución de la alimentación andaluza a nivel internacional. ¿Por qué? Porque se ha mejorado y se ha profesionalizado mucho su gestión. Y, en ese sentido, se trabaja.

Y, lógicamente, también se trabaja en apoyar a esas empresas o cooperativas que mejoran la sostenibilidad del destino. Por eso se habla de las ayudas que se dan, lógicamente, a la eficiencia energética y, lógicamente, a la sequía. Señores, es que sin agua el turismo no existe. Si no entienden esa mínima, que se dé apoyo, lógicamente, a la buena gestión de las energías y a la buena gestión del agua en el ciclo del agua en las empresas turísticas, pues, lógicamente, si no entienden eso, la verdad es que poco entenderán del sector turístico.

Yo entiendo que les parecerá poco, pero es mucho lo que se hace. De hecho, los datos son incontables: estamos cerrando la temporada y algo tiene el agua cuando la bendicen; es decir, algo tiene el éxito de esta comunidad cuando tiene los datos que estamos sacando.

Lógicamente, ustedes atribuyen a la vivienda turística, que, además habla la señora Mora de los grandes tenedores. Los grandes tenedores son el 4%. Es decir, es que dan datos que falsean la realidad. Y falseando la realidad, no pueden tomar decisiones.

La vivienda turística no es el problema de la vivienda en este país ni en esta comunidad, el problema de la vivienda es otro y ustedes lo saben. Y han hecho una ley que ha atacado directamente al que tiene que poner su vivienda en manos de los arrendatarios. Y lo saben; es decir, no ataquen al turismo, no ataquen al turismo, cuando sabe que la solución es otra forma de promoción de vivienda.

Y ahora, lo más que se le ocurra al señor Sánchez es hacer una nueva empresa de vivienda, para poner a los amiguetes y a los cargos del Partido Socialista.

Yo creo que el error en el análisis hace que, lógicamente, sus tomas de decisiones vayan en contra del sector turístico. Y les digo: es la joya de la corona, pero esta joya no es de titanio, es de porcelana, y es muy delicada. Y cualquier decisión que se toma, como el «gran hermano» que ha puesto en marcha el señor Sánchez, de controlar la intimidad de todos los viajeros. Y lo han comprobado estos días, el que se ha querido ir a un alojamiento rural en un pueblo, ha podido hablar con él, y dice: «Tenemos un caos enorme con la cantidad de datos que se están pidiendo». Esa intromisión en la intimidad del viajero, la verdad que hace que nuestra competitividad se debilite mucho. Y eso es no conocer ni querer al sector.

Y eso es responsabilidad del señor Sánchez y del ministro de Turismo, que, además, no habla con el ministro del Interior. Yo no sé a qué se dedican. Bueno, sí sé a lo que se dedican, pero a gobernar, no.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien.

Muchas gracias.

Pasamos, por tanto, a votación.

Entiendo que se vota de manera unificada, porque todos los grupos estamos de acuerdo.

Pues pasamos a votación.

¿Votos a favor?

[Intervención no registrada.]

A favor del cumplimiento, claro.

El señor RUIZ BURSÓN, LETRADO DE LA COMISIÓN

—A favor del cumplimiento significa que el Gobierno ha cumplido la moción.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Votos a favor del cumplimiento.

[Rumores.]

¿Votos en contra del cumplimiento?

Votos en contra.

[Intervención no registrada.]

Bueno, al haber un voto del mismo número —nueve— a favor, voto en contra, como tiene el Partido Popular el voto ponderado, me comenta el letrado, pues se daría, en este caso, por aprobado.

[Intervención no registrada.]

Me dice el artículo 93.2 del Reglamento.

Hacemos un pequeño receso mientras que llega el consejero.

[Receso.]

12-22/APC-000496, 12-22/APC-000628, 12-22/APC-001025, 12-22/APC-001293, 12-24/APC-003898 y 12-24/APC-003906. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre las acciones y medidas de promoción del turismo rural

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Retomamos la comisión ya con la comparecencia del consejero, para informar sobre el turismo rural.

Le pasamos la palabra.

Tiene usted quince minutos, consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias. Buenos días, gracias, presidenta.

Señorías, primero, discúlpenme por la tardanza. Teníamos que haber empezado un poquito antes, pero está la ciudad un poco activa con el tema de la Magna Procesión y están cambiando cables, subiendo pancartas, cambiando algunos semáforos, y todo eso genera unos atascos en las calles desde donde yo vengo, que es Triana, y no se podía pasar. Pero, vamos, lo hemos resuelto con solvencia, finalmente. Muchas gracias. Y perdón por el retraso, nuevamente.

Miren, vengo a comparecer a petición propia sobre las acciones que estamos realizando en el ámbito del turismo rural, que son unas acciones importantes dentro de nuestro plan de acción, de nuestro plan META 27. Porque entendemos que, además, son actuaciones que van enmarcadas dentro de esa visión de la desestacionalización y también del impulso de otros modos de turismo diferentes al turismo litoral, que no demonizamos en ningún caso. El turismo de sol y playa es, ha sido y será uno de nuestros grandes baluartes. Ha sido el principio de esta historia tremendamente beneficiosa para Andalucía, que es el turismo en general, y eso empezó por el turismo de sol y playa, por el turismo vacacional. Pero es verdad que tenemos también que ser capaces de distribuir mejor los flujos de turistas del litoral al interior y también de los meses de temporada alta hasta otros meses que, tradicionalmente, son los de temporada media y baja, primavera, otoño e invierno. Y esas actuaciones se están produciendo, se están produciendo de forma planificada y con buenos resultados.

El turismo de interior en Andalucía se está consolidando como una pieza clave, como les decía, para el desarrollo sostenible, la dinamización económica y la revitalización de nuestras áreas rurales. No solamente estamos generando un negocio turístico, sino también estamos consiguiendo ese objetivo que es transversal a toda la Junta de Andalucía, que es la fijación de la población en los territorios, porque somos capaces de ofrecerles, de alguna manera, una economía ligada a su tierra, una economía que también es transversal en sí misma. Recuerden ustedes cuando en alguna ocasión les he dicho que el turismo no solamente beneficia a las actividades que, tradicionalmente, se relacionan con él, es decir, la hotelería y la hostelería, sino a otros 81 sectores de actividad más. Sectores tan extraños para entender esta relación como la metalurgia o el comercio de muebles, la inmobiliaria y obviamente,

más fácil de entender, como es la gastronomía, perdón, la agroalimentación. Ochenta y un sectores de actividad. Por lo tanto, cuando introducimos la actividad turística en un territorio estamos dinamizándolo con una profundidad y una dimensión realmente muy interesante.

El turismo interior es un segmento que no solo diversifica la oferta turística de la región, sino que también representa una apuesta muy firme por la preservación del entorno natural, la identidad cultural y el fortalecimiento económico de esas comunidades locales, garantizando también un modelo turístico equilibrado y resiliente, que es capaz, como digo, de afrontar o de abordar crisis a futuro, pues, porque tienen ya un asentamiento en territorios y con mucha dimensión. Un segmento que tiene un papel crucial en la gestión de la estacionalidad turística, como les acabo de introducir.

El turismo de interior nos permite atraer visitantes, especialmente, durante las temporadas bajas, contribuyendo a equilibrar la actividad turística a lo largo del año. Y, como les digo, impulsando el desarrollo económico y la creación de empleo en todas las provincias andaluzas. Y esto es una constante que también merece la pena resaltar. No es un fenómeno exclusivo de algunas provincias, sino de todas. Y, especialmente, de aquellas que tienen tradicionalmente una menor relación con el negocio turístico, como las provincias del interior, Córdoba, Jaén, incluso Granada, en algunas partes. Nos olvidamos de los cascos históricos o nos olvidamos de los centros de la ciudad. Me refiero a las provincias del interior, al interior de las provincias.

De este modo, hemos llevado a cabo diversas iniciativas con un impacto directo en el entorno rural andaluz. Hoy quiero contarles no solamente los resultados, sino relacionarles cuáles han sido estas actividades, para que también tengan en cuenta en qué tipo de acciones trabajamos.

Andalucía es un destino que, en estos momentos, crece más en los periodos de temporada baja y media que en la temporada alta. Y eso ya es una noticia. No se había producido este dato nunca en la historia del turismo de Andalucía. Crecemos más en las temporadas baja y media que en la temporada alta, donde seguimos creciendo, pero seguimos creciendo de una forma moderada. Donde tenemos crecimientos de dos dígitos es en la temporada media y baja.

Hablamos de que, en el primer trimestre, el crecimiento fue del 10,5%. El primer trimestre del año, enero, febrero y marzo. En el segundo, del 5,1. Y en el tercer trimestre, el tercer trimestre es el que tiene, normalmente, la temporada alta, junio, julio y agosto, el crecimiento fue del 4,2. El crecimiento de ese mismo trimestre, en el año anterior, fue del 7,7. Es decir, estamos viendo cómo 7,7, 4,2. Seguimos creciendo, pero la tasa de crecimiento se está moderando. O sea, crecemos menos que, proporcionalmente, precisamente en la época del año donde no queremos crecer tanto, porque ya tenemos una mayor concentración de turistas. Y esto puede generar, como algunas veces ocurre, pues algunos problemas de concentración en algunas zonas, que después siempre son, obviamente, malinterpretados o tendenciosamente. Y producen algunos problemas, también.

En el acumulado de enero a octubre, el número de viajeros en establecimientos hoteleros del interior creció un 4,3%, frente al 1,3% del litoral. Eso también es un dato relevante. Crecemos, pero crecemos más proporcionalmente en el interior que en el litoral. Y, en concreto, el número de viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros en el interior creció casi un 18%, el 17,67, mientras que en la costa lo hizo un 5,9%. Con lo cual, todos esos datos ponen de relevancia que, efectivamente, el interior está te-

niendo una actividad inusualmente positiva. Y estamos siendo capaces de redistribuir esos flujos del litoral al interior y de los momentos de temporada alta a los momentos de temporada media y baja.

En el periodo de enero-septiembre, la evolución del número de turistas en los principales municipios del interior se ha visto incrementada en el 17,8% de media. En cuanto al empleo, pues casi la mitad de los afiliados a la Seguridad Social que trabajan en Andalucía en actividades turísticas, y esto es muy importante, se concentran en las zonas del interior. Casi la mitad de los afiliados a la Seguridad Social. Eso refleja no solo la relevancia del turismo en estas áreas, sino también su capacidad para generar empleo más allá de los tradicionales destinos litorales. Datos que vienen siendo el resultado de las diferentes actuaciones que venimos realizando para impulsar este segmento.

En Andalucía, desde hace, pues, los últimos cinco años y especialmente los últimos tres, donde destacan subvenciones a municipios rurales con el objetivo de mejorar el patrimonio turístico-cultural y la calidad de los servicios municipales. Y ahora estoy un poco ya concentrando y concretando cuáles son las estrategias concretas o las líneas de acción concretas, tanto en municipios turísticos, como en planes de sostenibilidad y también en mejora del patrimonio.

Primero, subvenciones a municipios rurales con el objetivo de mejorar el patrimonio turístico-cultural y la calidad de los servicios municipales. Ayudas que han beneficiado a municipios como, por ejemplo, Bubión, en Granada, Baños de la Encina, en Jaén, o Ardales, en Málaga. Son municipios turísticos que reciben un apoyo permanente, por parte de la Junta de Andalucía, en base a un porcentaje de la Patrica, permitiendo preservar su atractivo turístico y potenciar su capacidad para recibir visitantes durante todo el año.

En segundo lugar, los planes de sostenibilidad turística en destino, que están marcando un antes y un después en la transformación del turismo interior en Andalucía. Unos planes fundamentales porque nos permiten implementar estrategias integrales para equilibrar el desarrollo económico, la protección del entorno natural y la preservación del patrimonio cultural. Municipios y mancomunidades andaluzas están desarrollando proyectos diseñados para responder a las necesidades específicas de cada destino, potenciando, yo creo que con esto, de forma muy creciente, su identidad turística. Incluyen actividades de ecoturismo en parques naturales, Geoparque de Granada o turismo activo.

Y en tercer lugar, el apoyo a eventos y festivales, cruciales para dinamizar el turismo interior de Andalucía, consolidando estas actividades como auténticos motores económicos y culturales en las comunidades rurales. Ejemplos como, por ejemplo, el festival Blues Cazorla, la Feria de Turismo Rural de Villanueva del Duque, las Jornadas Gastronómicas del Valle de Lecrín, en Granada, diferentes jornadas de dinamización del turismo del interior a lo largo de toda la región; actuaciones que no solo atraen a un importante número de visitantes, sino que también contribuyen a reforzar, como decía antes, la identidad cultural de cada localidad, promoviendo tradiciones, prácticas locales que enriquecen la experiencia turística y fortalecen el orgullo, digamos, el sentido de pertenencia a esta localidad, a esta región, a Andalucía.

Durante el periodo 2023-2024 se han impulsado de manera significativa estos eventos, con más de cuatrocientas actuaciones orientadas a promover el turismo en el ámbito rural —cuatrocientas actuaciones, señorías—; acciones que reflejan nuestro compromiso creciente con el desarrollo del turismo sostenible, diversificado y desestacionalizado.

Además, estamos ejecutando diferentes programas con otras consejerías en el ámbito..., que tienen una incidencia directa en el ámbito rural y que se encuentran dentro del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía —Plan META 2027—. Proyectos —digo los proyectos—, proyectos como la promoción de productos y servicios de los parques naturales de Andalucía, la declaración de senderos de uso deportivo, la dinamización de los equipamientos de uso público en espacios naturales, la mejora de la red de equipamientos y señalización de uso público en esos espacios o la promoción y comercialización de los servicios ofrecidos desde los equipamientos de uso público en esos espacios naturales.

A todas estas actuaciones debemos asumir la campaña *Andalusian Crush*, una campaña que, por primera vez, ha apostado por un enfoque único e impactante, de transmitir una expectativa y una experiencia, mejor dicho, transformadora para todo aquel que nos visita, donde la identidad cultural, la historia, el patrimonio de Andalucía han sido los verdaderos protagonistas de la campaña, no solamente del *spot*, sino de todas las actuaciones que se recogen dentro de esa campaña y también de todo el arte gráfico y de la comunicación. Pusimos el enfoque en la autenticidad de este destino, buscando atraer a turistas que no solo buscan sol y playa —el vacacional—, sino una conexión emocional con nuestra tierra, nuestras costumbres y su gente. Eso es lo que demuestra la campaña *Andalusian Crush*, una campaña que ha demostrado ser un éxito rotundo, no porque lo diga yo, sino porque todos lo avalan, todos los datos lo están demostrando, y también la multitud de reconocimientos y premios que se han obtenido; una campaña que ha sido reconocida con una veintena de premios en certámenes de prestigio; entre ellos el gran premio de la publicidad de 2024, los YouTube Works Awards, destacado por la originalidad y el enfoque disruptivo; o los Premios de la Eficacia en Comunicación y Publicidad de 2024, que premiaron el desempeño de la campaña, subrayando, como su nombre indica, su notable eficacia, su notable efectividad.

Son más de ochocientas acciones desplegadas en tres continentes y que han generado más de 2.375 millones de impactos únicos. Una campaña que ahora ve su segunda fase, bajo el lema *Surrender to the Andalusian Crush* seguimos promoviendo una experiencia inmersiva que conecta con las emociones del viajero, una experiencia única que trata de poner en valor, precisamente, los elementos esenciales de nuestra oferta, que tienen mucho que ver con la cultura, la gastronomía, las tradiciones, en definitiva, el acervo andaluz.

Actuaciones que se van a ver reforzadas en el próximo año con la resolución de la convocatoria de subvenciones específicas para el turismo cinegético y actividades vinculadas al campo bravo andaluz, que luego tendremos la oportunidad de hablar de una forma más detallada —¿no, señora Gómez?—, y por las ayudas para promover la sostenibilidad del turismo a través de la puesta en valor del patrimonio turístico-cultural, y que cuenta con una línea específica dirigida a actuaciones en los municipios de interior de Andalucía. Hablamos de ayudas destinadas a proyectos que promuevan una recuperación de infraestructuras de valor histórico, la adecuación de espacios públicos y la implantación de tecnologías que faciliten el acceso a los recursos turísticos, mejora de la señalización, la rehabilitación de centros de interpretación, la accesibilidad universal, para que cualquier persona pueda disfrutar de estos recursos.

Me parece que todas estas líneas ponen de manifiesto ese compromiso que la actividad turística, y también la visión que la consejería y las políticas turísticas del Partido Popular en la Junta de Andalucía

están desarrollando de forma clara y determinante en materia de promoción del turismo, no solamente desde la promoción, sino desde la actuación en las infraestructuras y en la adecuación de los espacios públicos y patrimoniales.

Estamos hablando de actuaciones, señorías, que superan los 152 millones de euros en su conjunto —152 millones de euros—, orientadas a consolidar un modelo turístico mucho más equilibrado y sostenible, impulsando el turismo del interior, con todo lo que eso conlleva en cuanto a generar actividad, generar empleo y fijar población en los territorios del interior. Buscamos gestionar la estacionalidad del sector turístico, distribuyendo de manera más uniforme el flujo de visitantes a lo largo de todo el año y donde los municipios del interior se beneficien del turismo de manera mucho más estable y continua, evitando también de esta manera que exista estacionalidad en esas zonas. Lo estamos consiguiendo de forma general. He de decir que, en el año 2024, el índice de temporalidad del empleo es del 23%, 17 puntos porcentuales menos que en el año 2018, cuando Juanma Moreno y el Partido Popular llegaron al Gobierno de la Junta de Andalucía.

Nos encontramos en una nueva fase donde el interior andaluz se posiciona como un destino, como una zona atractiva, auténtica y resiliente, capaz de ofrecer una amplia y diversa cantidad de experiencias sin perder su esencia. Este enfoque no solamente dinamiza el presente, sino que también protege su riqueza cultural y natural para las generaciones futuras, consolidando una posición de privilegio en el panorama turístico nacional e internacional.

Muchísimas gracias, señorías.

Gracias, presidente.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—La verdad es que se ha ajustado perfectamente al tiempo. Gracias, consejero.

Ahora pasamos a las intervenciones de los grupos parlamentarios.

En primer lugar, por Por Andalucía, la señora Gómez Corona.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Señor consejero, usted nos ha pintado un panorama con respecto al turismo rural que la verdad es que es bastante distinto del que nosotros nos hemos configurado, en base a datos que hemos sacado del portal de la Junta, del INE y de datos oficiales. Ahora vamos a contrastar algunos de ellos.

Vamos a ver: el 17,4% de la población andaluza reside en áreas calificadas como rurales; eso es casi el 65% del territorio andaluz, ¿no? Un poco por ir cuadrando los datos. Mire, Andalucía es la segunda comunidad autónoma con más alojamientos rurales abiertos, solo por detrás de Castilla y León.

Y vamos a ver ahora los datos del turismo andaluz, en Andalucía. Según datos de 2023, Andalucía recibió cerca de 34 millones de viajeros —ahí estaremos de acuerdo, creo—, una cifra histórica. Pero

vamos a ver cuántos se alojaron, cuántos hicieron turismo rural, según la encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. Pues, según los datos que ustedes nos suministran, y hablando de 2023, no llegaron ni al 2% de los viajeros. Es decir, ni el 2% de esos 34 millones decidió visitar ese 65% del territorio andaluz, que es el mundo rural. Lo digo porque, a lo mejor, esa actividad de promoción hay que darle una vuelta, para ver si consigue llegar a más gente.

Si hablamos de pernoctaciones en Andalucía, en el 2023 se realizaron más de 54 millones de pernoctaciones, de las cuales menos de un millón y medio fueron en el mundo rural. No llegan ni al 3%, con una media de 3,3 días en cada una, con una caída del 1% frente al año anterior.

En Andalucía, el impacto económico que genera el turismo rural durante los meses de verano en 2024, por ejemplo, alcanza los 86 euros/día por persona, que es un poquito superior a la media, en general, andaluza.

Seguimos: datos del INE —de septiembre de 2024, en este caso—. En ese mes han pasado por alojamientos rurales en Andalucía 311.421 viajeros, de los cuales, un 46,20% es de origen andaluz. Nos parece bien, quiero decir, pero le digo, que esa tarea de promoción que estamos haciendo hacia el extranjero o no está teniendo tanto impacto o quizás es que la estamos dirigiendo únicamente a sectores de Andalucía, a partes de Andalucía que son sol y playa, que son las grandes ciudades con grandes cascos históricos, pero que no es, efectivamente, el territorio rural. El 36% de los turistas rurales son de origen extranjero, solo el 36%. El resto es nacional y, de ese resto, el 46% es andaluz. Es un poco por contrastar. Como nos ha hablado de las últimas campañas, estas de Estados Unidos y tal, pues por centrarlo.

Hay otro dato que debemos destacar: el número de pernoctaciones también. La media, en septiembre de 2024, de los viajeros de origen andaluz, era de menos de tres días —es decir, un turismo de fin de semana—, frente a los cinco días que pernocta el turismo extranjero. Por tanto, nos parece que tiene un peso pírrico en una de las principales industrias de nuestro territorio, si comparamos con el turismo de sol y playa y en las grandes ciudades.

Si hablamos del empleo —y aquí es donde los datos, aquí algo pasa, porque es que no me cuadrarán para nada—, según datos de la propia Junta de Andalucía, en 2023 se cierra con una media de 416.900 ocupados y ocupadas en actividades turísticas en Andalucía —además, un 0,9% más que el año anterior—. Pero si hablamos de turismo rural, los datos que yo tengo —y, además, tiene cierta lógica—, 46.000 empleados. Es decir, es en torno al 10%. Creo que usted ha dicho el 50% y no puede ser, pero no por nada, sino porque, pensando en la industria turística andaluza, ¿cómo va a ser la mitad el turismo rural? Lo digo un poco por proporción, que a lo mejor ha podido bailar un número, pero no podemos tener datos tan dispares, y yo creo que se debe a un error. Repito, yo con los números me suelo perder pero este es que me parece llamativo, la diferencia que tenemos.

El impacto laboral que tiene sobre la población, por tanto, es muy reducido, pero hay que reconocer que en las zonas en las que hay turismo rural el impacto de ese empleo es muy positivo con respecto a esa zona. Para empezar, porque son zonas donde tienen menos posibilidades económicas, hay menos posibilidades de empleo y afecta muy positivamente, sobre todo, a las mujeres. Y eso también hay que decirlo.

Y los índices más elevados son de autoempleo, que también tiene sentido, porque hay mucha gente que tiene un pequeño alojamiento rural y con eso va tirando y a lo mejor no necesita emplear a otra persona, pero lo va haciendo.

Tenemos vías para explorar: el agroturismo, el ecoturismo, turismo verde, de aventura, deportivo, de balneario, el de evento, el científico. Es decir, a mí me parece que todavía hay una línea por explorar, consejero, que, con lo que le gusta el turismo, yo creo que todavía podríamos avanzar un poco más para hacer que todas esas acciones que nos ha contado y que seguro que van muy bien intencionadas tengan un impacto algo mayor. Porque yo, al final, con lo que me quedo es que de todo el turismo que viene a Andalucía ni el 2% llega al turismo rural, cuando es más del 60% del territorio.

Es lógico que la gente venga a los reclamos de Sevilla, de Málaga, de Córdoba, de Granada y al sol y playa. Eso tiene sentido, porque tradicionalmente ha sido así, pero es que su tarea como consejero de Turismo me parece que es ir abriendo esas nuevas vías para que la gente pueda acudir, también los extranjeros, no solo los andaluces y los españoles, al turismo rural.

Por tanto, bueno, no solo... Eso, que creo que vemos una realidad bastante distinta y que usted es muy optimista con respecto a los efectos de su política sobre el turismo rural.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien.

Muchas gracias.

Tiene la palabra el Grupo Parlamentario Vox, el señor Revilla.

El señor SEVILLA RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Buenos días, consejero.

Creo que todos estamos de acuerdo con sus palabras, lo han dicho así, y nosotros también, que todos debemos considerar que es una herramienta, el turismo rural, estratégica para revitalizar nuestra Andalucía interior, preservar nuestras raíces culturales y asegurar un desarrollo económico sostenible.

En un contexto como el actual, donde las zonas rurales se enfrentan a un gran problema como es la despoblación y la falta de oportunidades para todos sus vecinos, el turismo rural representa una solución.

Lamentablemente, tenemos que decir que el Gobierno del Partido Popular en la Junta de Andalucía no le está usando todo lo que debería. Andalucía cuenta con un potencial envidiable para liderar el turismo rural, pero no solo en España, en toda Europa.

Sin embargo, vemos cómo el Gobierno andaluz lo relega a un segundo plano. Bueno, usted nos está hablando de unas cuatrocientas actuaciones de turismo rural, y le recuerdo que Andalucía tiene casi ochocientos municipios. Si quitamos los grandes municipios y las ciudades, vemos que se quedan escasos.

Creemos que se puede hacer mucho más. Nos ha comentado que se crece en temporada baja. Nosotros consideramos que se debe de crecer muchísimo más. Se debe de desarrollar por parte de su consejería una estrategia clara y efectiva para aprovechar el inmenso potencial que tiene nuestro turismo rural.

Nos ha hablado también de las bondades de su promoción de la *Andalusian Crush*. Bueno, podrá sonar atractivo para las grandes ciudades, para las costas, pero creemos que deja al margen al turismo rural en esas campañas. Creemos que los recursos que están destinando por parte de su gobierno a la promoción internacional de las zonas rurales son mínimos. Y así no solamente nosotros, los pequeños empresarios de nuestros pueblos siguen esperando un apoyo decidido de su Gobierno para poder competir en un mercado más exigente.

Desde Vox le pedimos mayor esfuerzo en potenciar el turismo rural, en apostar por un modelo turístico que repercuta en dar beneficio económico en la Andalucía interior, en todos sus pueblos.

Consejero, hay un gran número de pequeños empresarios, de pequeños inversores en todos los pueblos de Andalucía que han apostado todos sus ahorros, e incluso se han hipotecado, en poner un pequeño hotel o un restaurante, porque creen en el potencial turístico de su pueblo, porque creen que pueden mantener un futuro, el suyo y el de sus hijos, en sus pueblos y no tener que trasladarse a las grandes ciudades. Pero, una vez empiezan ese proyecto, descubren que tienen que luchar contra una burocracia excesiva, una burocracia que les deja un mal sabor. Un mal sentimiento ya que parece que la Administración, tanto de ayuntamientos, no le voy a echar la culpa solo a la Junta de Andalucía, tanto de ayuntamientos como de la Junta de Andalucía, no quieren que inviertan en sus pueblos, parece que quieren frenar su iniciativa, parece y así lo creen, y una vez que pagan las tasas pues la Administración se olvida de ellos.

Consejero, se sienten totalmente desamparados por parte de la Consejería de Turismo y también por los ayuntamientos de sus pueblos. Solo quieren, como estoy diciendo, sus impuestos, su dinero, pero, por lo demás, les importa poco que el proyecto salga adelante. Y esa es la percepción que tienen todos esos pequeños empresarios del sector turístico rural.

Por supuesto, no voy a hablar ya de la ruina que va a traer al sector turístico y al turismo rural la desastrosa ocurrencia del juez no estrella, sino estrellado, Marlaska. Se va a cubrir de gloria como uno de los mayores desastres dentro del sector turístico, uno de los mayores ineptos que vamos a tener que padecer todos los profesionales y turistas en nuestro país.

Consejero, usted sabe las recetas, son fáciles: incentivos fiscales claros y reales; eliminar trabas administrativas, tanto de ayuntamientos como de la Junta de Andalucía, para que estos emprendedores puedan crear alojamientos rurales, restaurantes, rutas culturales, actividades recreativas en todos los pueblos de Andalucía. Pero, sobre todo, consejero, ayuda. Su consejería, su cuerpo de inspección, todos los funcionarios deben cambiar ese chip. Mirar al empresario del sector turístico, pues bueno, como lo que es, una persona que se arriesga, un héroe, una persona que hay que ayudar por parte de la Administración para que tenga éxito en su proyecto, ya que su éxito en su pueblo es el de todos.

Fíjese si será bueno para todos que permitiría cobrar la nómina de los funcionarios, tanto de los ayuntamientos como de su consejería, e incluso, por supuesto, de los políticos que estamos aquí.

Así que, señorías, un respeto a todos esos empresarios y trabajadores del turismo rural que, con su esfuerzo, día a día, levantan a Andalucía y España, muy a pesar de la clase política.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra ahora la portavoz del Grupo Socialista, la señora Aguilera.

La señora AGUILERA GAMERO

—Gracias, presidenta. Buenos días, señorías. Buenos días, consejero.

Bueno, yo creo que nadie en esta sala duda del enorme potencial turístico que tiene Andalucía y del enorme potencial que tiene el turismo rural. Sin embargo, a nuestro juicio, este turismo rural no está recibiendo ni la atención ni los recursos que merece.

Y hoy, bueno, vamos a dejar a un lado los discursos triunfalistas y el excesivo positivismo, porque lo cierto es que los datos que nosotros manejamos no coinciden, como le pasaba a la portavoz de Por Andalucía, no coinciden con los que ha expresado el señor consejero.

La fuente que hemos utilizado desde Grupo Parlamentario Socialista es la que proporciona el Instituto de Estadística de Cartografía en Andalucía, concretamente la encuesta de coyuntura turística de Andalucía y la encuesta de ocupación de alojamientos de turismo rural.

La señora Gómez ha utilizado los datos de la misma fuente, a fecha de diciembre de 2023, y yo le voy a proporcionar los datos de octubre del 2024, que son los últimos que están colgados en esta página web.

Señor consejero, si analizamos estos datos publicados y que están disponibles para todo el mundo y pueden ser, por tanto, comprobados, vemos que el número de turistas que recibe Andalucía en el mes de octubre supera los 12,5 millones de turistas. Sin embargo, en alojamiento rural solamente son 35.409 los viajeros que se han alojado.

Mientras que el número de turistas crece en Andalucía, el crecimiento interanual es del 4,1%; en el medio rural, en el turismo rural, lo es de solamente el 0,9%. Y tengo que darle un dato que es absolutamente demoledor, y es que solo el 0,28% de los turistas, de los visitantes, se alojan en establecimientos hoteleros rurales.

La estancia media en Andalucía es de 8,3 días. Ha crecido un 3,4%. Sin embargo, la estancia media en alojamiento de turismo rural solamente ha crecido en 3,3 días. Solamente ha crecido... No solamente no ha crecido, sino que ha decrecido un 0,4%. Y usted tiene disponibles los datos, una captura de pantalla, lo puede usted comprobar cuando quiera. Y mientras que en Andalucía en octubre se superaron los 5 millones de pernoctaciones, solamente en el medio rural hubo 116.000, es decir, un 2,27%.

Es decir, que con un 0,28% de los turistas alojándose en turismo rural, con unas pernoctaciones que solamente rozan el 2,27% y con un decrecimiento del 0,4% de estancia media, lo puede usted

comprobar, no niegue con la cabeza, son datos publicados, comprenderá usted que el turismo rural tiene un problema, y si no lo comprende es que el problema lo tiene Andalucía.

Pero, es más, voy a darle más datos, más datos que, como digo, están colgados en la página web. En la encuesta de ocupación de alojamiento de turismo rural, miren ustedes, las tres provincias de interior, Córdoba, Jaén y Sevilla. Córdoba ha decrecido en viajeros un 18,3%, ha caído en pernoctaciones un 27,6%, y la estancia media ha caído un 11,3%.

Jaén. Jaén ha caído en número de viajeros un 13,7%, en pernoctaciones un 26,2% y la estancia media arroja el peor dato de Andalucía, 1,9 días de media, ha caído un 14,5%.

La tercera provincia de interior, que logra salvar los muebles en número de viajeros y en pernoctaciones, es Sevilla, pero sin embargo la estancia media —siguiendo este mal camino— cae también en un 22,3%.

Como comprenderá, señor consejero, estos datos a nosotros no nos parecen nada halagüeños. Pero, es más, les voy a dar un dato sobre los desequilibrios territoriales que está provocando su política turística. Si cogemos también de la misma fuente la distribución de viajeros por provincias, veremos que Málaga, con un 27,7% y Cádiz, que supera el 21%, entre las dos suman el 48,7% de la captación de turistas. Casi la mitad de los turistas que llegan a Andalucía se quedan en las provincias de Málaga y Cádiz. Sin embargo, a la cola, nuevamente, las provincias de interior. Nuevamente, Córdoba, con un 4,3% de ese pastel de turistas que llegan a Andalucía y Jaén, con un dato pésimo, del 2,3%.

Por lo tanto, su política turística, la gestión de su modelo de gestión de política turística o es erróneo o poco le falta. Desde luego, la política turística de turismo interior es prácticamente inapreciable. Por eso, señor consejero, se están dando los datos que estamos viendo. Por eso sigue habiendo dentro del turismo rural esa alta estacionalidad, y a ello está contribuyendo, como también ha dicho alguno de los portavoces que me han antecedido en el uso de la palabra, está contribuyendo a estos desequilibrios territoriales su política de promoción masiva y de grandes eventos, como el ejemplo que usted ha citado, como el *Andalusian Crush*. Explíqueme usted a mí ahí dónde encontramos esa operación de microcircugía en promoción. Es una política de promoción turística de brocha gorda que está generando muchas desigualdades territoriales.

Y no vemos, más allá de las acciones que financian los planes de turismo sostenible con fondos europeos, acciones específicas, contundentes, para promover el desarrollo del medio rural. Nosotros pensamos que hay que actuar para desestacionalizar, que hay que actuar para revertir ese desequilibrio territorial que está provocando.

Y por eso le hemos presentado unas enmiendas al presupuesto, que ahora ustedes aprueban, para llevar a cabo planes extraordinarios de promoción del turismo rural en todas y cada una de las provincias. En las enmiendas que presentamos, el coste total asciende a 32 millones de euros, no es ni el 80% de lo que le ha costado su *spot* publicitario *Andalusian Crush*.

Pensamos que con esto se puede actuar en el territorio, se pueden diseñar y se pueden promocionar nuevos productos turísticos que pongan en valor todo aquello de lo que usted hablaba, toda nuestra identidad cultural, todo nuestro valor patrimonial y natural, y hacer que Andalucía camine por un mejor sendero para el desarrollo turístico de interior.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Ahora tiene la palabra el portavoz del Grupo Popular, el señor Marchal.

El señor MARCHAL ROSALES

—Buenos días, consejero, y aprovecho también para dar la bienvenida a su equipo, al viceconsejero, secretaria general de Turismo y, por supuesto también, a la directora general de Promoción Turística, que se estrena, y bienvenida también a esta comisión a día de hoy.

Esta también es mi primera intervención en esta Comisión de Turismo, a la que me incorporé recientemente. E incorporarme con un tema, que me toca un tema que conozco, que me toca en primera persona, como es el turismo rural, el turismo de destinos de interior, pues, me llena también de mucha alegría. Y, además, como agente activo que tengo la suerte y la oportunidad de ser y siendo concejal de mi municipio, en Alcalá la Real, pues, creo que también tengo ese conocimiento que puedo aportar. Agradezco también a Fran la oportunidad que me ha dado de poder llevar este tema en esta comisión.

No voy a ser yo quien descubra el potencial de los destinos de interior, porque Andalucía, todos sabemos, es una tierra llena y muy rica de atractivos, tenemos sol y playa, tenemos sierra y nieve y tenemos también esa ruralidad, esos destinos de interior y esos parques naturales, todos ellos pues atractivos turísticos diversificados, diversificados porque no solo atraemos por lo que son, sino porque también por lo que tienen. Atraemos por deporte, atraemos por experiencia, atraemos por patrimonio y por cultura y atraemos también, por supuesto, por gastronomía. Me lo decía también a mí un técnico en cuanto a mi Concejalía de Turismo, todos hacemos turismo y recordamos no solo por lo que vemos, sino también por lo que comemos, por el recuerdo gastronómico que nos llevamos de los sitios que visitamos.

Y también, pues, por supuesto, en el turismo pues tenemos que tener en cuenta esa nueva vertiente, ese valor natural y sostenible, especialmente con las actividades que se realicen en estos destinos, pues que sean actividades respetuosas con el medio ambiente.

Tenemos destinos que apuestan y que hacen de su santo y seña la apuesta por el producto local, por el producto kilómetro cero, apuesta por experiencias, por enoturismo, por oleoturismo, por los productos locales y luego, por supuesto, también para todos estos destinos, el turismo se presenta como una oportunidad y no como una molestia. Se presenta como una oportunidad porque es una oportunidad contra la despoblación, es una oportunidad para fijar población local y se presenta también como una oportunidad para fortalecer ese arraigo de muchas familias pues que han convertido su proyecto de vida en torno al turismo, que han apostado por su pueblo y han apostado por sus raíces para quedarse en él.

Así que mi enhorabuena a la consejería, mi enhorabuena a todo el equipo, a usted, por supuesto, por todo el trabajo que están haciendo y por lo que les queda por hacer, porque sigue siendo mucho, porque al final todos estamos aquí para contribuir, para sumar y para hacer mucho más.

Se nos presentan muchos retos por delante. En primer lugar, por supuesto, la sostenibilidad. Ya ha hablado usted de los fondos Next Generation, de los planes de sostenibilidad turística. La Junta de Andalucía, ese ente gestor que está gestionando y, por ejemplo, para mi provincia, para Jaén, estos planes de sostenibilidad turística están dejando con 11 programas más de 31 millones de euros. En municipios, por ejemplo, como el mío, como en Alcalá la Real, se presenta que en un municipio de una ciudad media tenemos la oportunidad de que 2,8 millones, prácticamente 3 millones, vayan destinados al turismo, algo que es un hito y que hace que esos municipios de interior, que son municipios que tenemos identidad turística, podamos consolidar nuestro producto, no solo a través de la transición verde y sostenible de la eficiencia energética, sino entrando en la transición digital y entrando, especialmente, en la competitividad.

La digitalización también se presenta como uno de esos retos, no solo incorporando recursos digitales para el turista, sino también para las empresas, tenemos que tener en cuenta la importancia que tienen los empresarios del sector turístico. Y todo esto también lo quiero unir, tanto la sostenibilidad como la digitalización, con el tema de la calidad. Los destinos no somos y no son nada sin su empresa, sin su empresa de servicios, sin su empresa de experiencia. Al final, el turismo tiene que ir por una vocación, por una vía de colaboración público-privada, donde, por supuesto, las administraciones estén en un lado, las empresas y los empresarios turísticos por otro y, entre todos, hagamos ese producto común.

Y, para esto, quiero poner en valor especialmente temas como la calidad, como la calidad en destinos, como es el SICTED, que también está tutelado en nuestra comunidad por la Dirección General de Promoción y de Fomento del Turismo. Un destino puede ser una gran ciudad, puede ser una capital, un destino puede ser una localidad de litoral, de costa o también podemos ser los destinos de interior, los destinos rurales. Pero todos, al final, tenemos que mantener la actividad, tenemos que mantener un dinamismo empresarial y del destino. Tenemos que buscar la satisfacción máxima de nuestros visitantes y, por supuesto, entre todos, tenemos que buscar mejorar para que todos los que sigan viniendo encuentren una nueva experiencia.

Andalucía siempre es un ejemplo dentro de Fitur, dentro de todas las ferias y, especialmente, dentro de la promoción. Y en Fitur se fallan habitualmente también los premios SICTED, los premios a los finalistas de mejor destino, donde este año, pues, como finalistas, dos de los catorce, son municipios de Andalucía, y esos dos son, de hecho, destinos de interior, son: Carmona, aquí en Sevilla, y es Alcalá la Real, en la provincia de Jaén. Así que aprovecho, pues, para desearles suerte a los dos municipios. Espero, por supuesto, que al mío, pero a los dos municipios para que en el fallo que se celebre el próximo 19 de diciembre, pues, también refrende ese Turespaña y esa Secretaría de Estado de Turismo, pues, refrende la labor que desde la consejería, que desde Andalucía hacemos en favor del turismo de interior y que esto, pues, se pueda ver traducido en éxito.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien, muchísimas gracias.

Pasamos a la réplica por parte del consejero, que tiene cinco minutos generosos que he sido con los demás.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Voy a intentar, de todas formas, sujetarme, pero saben ustedes que me gusta responderles a todas sus cuestiones y me tomo siempre cumplida nota de sus aportaciones. No solamente por mejorar en nuestra visión de la política que hacemos, que siempre está bien tener la mente abierta y ser dialogante para tomar esas aportaciones, pero también para poder replicarles a ustedes cuando el dato...

La verdad es que claro que hay más cosas por hacer; siempre hay cosas por hacer, siempre hay muchas cosas por hacer. Por eso estamos nosotros al frente de este Gobierno, porque creemos que somos los que podemos hacer todas estas cosas que faltan por hacer.

Miren, han sido cuarenta años que han lastrado a este país —a esta región, particularmente—, y tenemos mucho por hacer. Lo curioso es que ahora vengan algunos de los que estaban en aquellos Gobiernos a darnos lecciones, cuando llevan cuarenta años siendo los abanderados del turismo de las masas, y vengan a decirnos ahora: «No, que el turismo del interior lo hemos descubierto ahora». Pero si ustedes lo que hacían era traer más y más y más gente, y construir más y más hoteles en el litoral. Ahora nos piden que... Oye, por supuesto, no hace falta que me lo pidan —que nos lo pidan, perdón—; nosotros somos perfectamente conscientes de lo que tenemos que hacer para promocionar el turismo del interior y tenemos la visión perfectamente clara de lo que tenemos que hacer. Pero denos ustedes, por lo menos, la posibilidad de, en unos poquitos años más, poder revertir todo ese desastre de 40 años.

Miren, está claro y es curioso cómo retuercen ustedes los datos, con una apariencia de oficialidad, porque sacan unos papeles y dicen: «Bueno, estos son los papeles del pantallazo, de su página». Mire, señoría, el 2% de 33 millones son 0,6. El 20% de 33 millones son seis, que es el 20%, no el 2%, el 20%; no hace falta tampoco ser matemático. De 33 millones que vienen a Andalucía, de 33 millones que vienen a Andalucía, seis millones y medio largos son los que van al turismo del interior. Eso es el 20%, en todas las clases y en todos los colegios de España.

No sé, señora Aguilera, de dónde saca usted los datos. Mire, Jaén, por ejemplo.

[*Rumores.*]

Perdón, señoría.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Por favor, respetar el turno de palabra del consejero, por favor.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—En la dialéctica parlamentaria se llaman preguntas retóricas. Y yo no les interpelo a ustedes, ni tampoco espero que me contesten. Simplemente, les digo: señora Aguilera, no sé dónde saca usted los datos. Jaén, por ejemplo —cogemos una provincia que no tiene, que no está, digamos, en este caso gobernada la diputación por el partido que yo represento en este Gobierno andaluz—. Mire, Jaén crece, en

el primer trimestre del año 2024, el 9,5%; en el segundo trimestre del año 2024, el 11%; en el tercer trimestre del año 2024, el 6,4%. No son datos que yo me invente; esos datos los ha avalado el presidente de la diputación, que es de su partido. Y dice que reconoce el crecimiento de turistas y el negocio turístico en la provincia. Por supuesto que esa provincia, como la gobierna un partido que es el Partido Socialista, dirá usted que tiene que ver con que está el Partido Socialista. Pero, bueno, en definitiva, da igual quién esté; la provincia de Jaén, está generando crecimientos muy importantes gracias a las políticas de promoción, de difusión, de fomento del turismo y también del fomento del negocio turístico que se hace por parte de la Junta Andalucía.

La verdad es que negar la evidencia no solamente es absurdo, sino que es un juego absolutamente estéril. Podemos estar toda la mañana aquí, hablando de lo que ustedes pretenden que hablemos, pero esto es absolutamente estéril. Yo le voy a dar datos. Mire: el 33% de los turistas en Andalucía, en el acumulado enero-septiembre del año 2024, son andaluces —lo digo por aquella cuestión de que los andaluces no pueden ir de vacaciones: el 33% de los turistas en Andalucía son andaluces.

El turismo de interior en Andalucía supone en torno al 20%, señora Gómez; no el 2%, el 20% de turistas recibidos. Sí, quizás ha sido un lapsus a la hora de decirlo. En el año 2023, el interior de Andalucía recibió un total de 6,5 millones de turistas. Esto supone un incremento del 7,6% respecto al año 2022. Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística. El 85% de los turistas son nacionales —España, incluida Andalucía—. Y de estos, de ese 85%, el 53,8 son andaluces. Muy bien.

Tenemos, de hecho, además, un producto particularmente, del que nos sentimos muy orgullosos, que son las Jornadas Profesionales «Andalucía en Andalucía», donde hacemos desde..., en las últimas semanas de octubre, desde el día 20 al día 30 de octubre, hacemos jornadas en cada una de las provincias para difundir «Andalucía en Andalucía»: 737 empresas, instituciones y profesionales participantes, 10.750 reuniones se han producido, en total —una media de 1.350 reuniones por provincia—; unas jornadas donde se promueve, fundamentalmente, el tejido interregional, el fortalecimiento del tejido empresarial turístico andaluz y, básicamente, el turismo andaluz en Andalucía.

Mire, el turista que tenemos del interior es un turista menos estacional y, por lo tanto, la estancia media es inferior, pero más repartida por todos los trimestres. Y el gasto medio diario es superior a los 75 euros —12,46 euros de diferencia en positivo con respecto a hace cinco años, al 2019, ese momento en el que ustedes...—.

[Intervención no registrada.]

Mire, en el año 2019, la inflación no ha sido del 12%, señoría, no ha sido del 12%; no lo ha sido. Y si usted lo dice es que o lo desconoce o está mintiendo. El 12%, 12 euros con respecto a los 75 euros, mucho más del 12% de diferencia.

Señor Sevilla, usted no puede decir que nosotros, promoviendo el turismo, estamos poniéndonos de lado y estamos enfrentándonos u olvidando al empresario local del turismo del interior. Eso no es cierto, no lo estamos haciendo. Y si tiene usted un ejemplo, dígamelo, porque no es verdad. Estamos fomentando el turismo del interior por dos vías: por el apoyo directo a los empresarios, a los pequeños y medianos empresarios del turismo rural y también a través del apoyo a los municipios con

sus planes de desarrollo que, a su vez, tiran de los empresarios locales para fomentar y para hacer todo este tipo de actuaciones, que se están financiando a través de los planes de sostenibilidad turística en el interior.

Han sido más de 250 millones de euros en los últimos años. Dos últimos años, 250 millones de euros. Los beneficiados de esos planes, fundamentalmente, 335 municipios, casi el 60% de toda la superficie de Andalucía. La mayor parte de ellos, turismo del interior, entidades del interior. La verdad, señoría...

En fin. Me parece que ya me he pasado el tiempo.

Yo creo que seguir discutiendo de una cuestión que tiene poco... Yo no doy datos buenos por ser datos de relumbrón, sino damos los datos que son oficiales. Se pueden retorcer, se pueden hacer los cálculos de manera capciosa, pero, al final, los datos son los datos, señorías.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

12-24/POC-002948. Pregunta oral relativa al turismo inteligente**La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN**

—Pasamos ahora al punto tercero de preguntas con ruego de respuesta en comisión.

Nos había pedido la portavoz de Vox de cambiar el orden, y la última pregunta, la 3.9, referente al turismo inteligente, hacerla la primera. He hablado con los portavoces y no había inconveniente, por lo que le pasamos la palabra a la señora Jiménez.

La señora JIMÉNEZ JIMÉNEZ

—Gracias, presidenta.

Miembros de la Mesa, señorías, consejero, buenos días. Sabemos que el turismo es la locomotora de la economía nacional, también de nuestra economía andaluza; casi representa el 13% del producto interior bruto. Pero precisaría de esa puesta a punto tecnológica, porque el éxito turístico no consiste solo en medir y en contar el número de viajeros que recibimos. Es verdad que la pandemia ha acelerado en gran medida esa transformación digital y ha operado en el sector turístico, y se debe proyectar sobre todas esas fases del viaje.

Es verdad que la aplicación de esos desarrollos tecnológicos —hablamos del *big data*, de la inteligencia artificial, de esa realidad virtual, de ese destino o viaje inteligente— tiene que intentar armonizar y que la Administración trabaje de consuno con los sectores turísticos, a fin de planificar un desarrollo turístico que armonice, por un lado, las expectativas de los turistas que recibimos y, por otro, las necesidades, la propia vida de los residentes, por supuesto, cuidando de ese entorno patrimonial, cultural, paisajístico, monumental, que es vital y tan importante y tan necesario en nuestra tierra.

Lo que viene a denominarse también como modelo integral de viaje inteligente apunta a que pueda producirse una próxima revolución en el sector turístico. Sabemos también que ese Plan de Recuperación y Resiliencia dotó con 3.400 millones de euros para intentar modernizar el sector turístico, si bien gran parte de esto se ha focalizado en esa plataforma inteligente de destino.

Pero nos preocupa, y está de rabiosa actualidad —ya se ha mencionado aquí— esa reactivación del Real Decreto 933 del año 2021, ese registro de datos de viajeros. Y no solo porque puede vulnerar ese artículo que goza de superprotección jurídica en nuestra Constitución —el derecho a la intimidad del artículo 18—, sino contra esa Ley de Protección de Datos. Pero ya está produciendo consecuencias inmediatas, consejero. Está produciendo el hecho de que se utilicen a los operadores turísticos para ese registro de datos, aumentando la burocracia y permitiendo activar todo este sector, como una especie de KGB del Gobierno de Sánchez, cuando esto no se está produciendo ni recabando en ningún país del mundo respecto a una población no solamente extranjera, sino a la nacional que quiere alquilar un coche u hospedarse. Y también porque los turistas que más nos están visitando y que más dinero de-

jan en nuestra tierra en 2023, 19.900 millones, que se dice pronto, ya han anunciado que pueden buscar otros destinos turísticos.

Y mi pregunta, consejero, o mis preguntas no son retóricas, son reales. Queremos que nos explique qué se está haciendo realmente para que se aumente la riqueza y el empleo, para apoyar esa innovación tecnológica dentro de los operadores turísticos, del sector turístico, por un lado, y cómo va a reaccionar el Gobierno de Moreno Bonilla ante esta reactivación de ese real decreto, que vulnera nuestra intimidad, que choca contra la legislación, que protege los datos personales y que ya está produciendo consecuencias en todos los operadores turísticos e incluso en los turistas, fuente de empleo y riqueza, no solamente a nivel nacional, sino en nuestra tierra.

Gracias, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta. Trataré de ser muy rápido, porque esta segunda parte de la pregunta no la teníamos prevista en cuanto al contenido, pero sí le puedo responder perfectamente.

Mire, estamos escandalizados con este decreto que se ha puesto en marcha, un decreto que, además, preveía un plazo de dos meses para entrar en vigor, se supone que para dar entrada a posibles reclamaciones, aportaciones, enmiendas. ¿Y sabe usted cuántas ha tenido en cuenta el Gobierno del Partido Socialista, el Gobierno de Sánchez en el Estado español? Ninguna, ninguna, ni siquiera la de los empresarios, tampoco la de las instituciones, diputaciones o ayuntamientos, o comunidades autónomas que tenemos las competencias turísticas, ninguna.

Lo cierto es que, efectivamente, nos enfrentamos a una situación bastante preocupante, en la que se ha tomado la decisión de poner en marcha una operativa que no funciona. Desde el primer día, la plataforma que el Estado había planteado para esta actividad no funcionaba, fue un auténtico caos, algunos turistas se tuvieron que registrar en hoteles sin poder hacer la inscripción que la ley obligaba, con lo cual generó una gran incertidumbre jurídica, una gran preocupación en los sujetos activos que tenían que llevar adelante el registro. Porque los propios recepcionistas o agentes que trabajan en las compañías de alquiler de vehículos tuvieron que dar el vehículo sin poder registrar los datos porque no funcionaba la plataforma. Decían: «¿Y ahora qué me va a ocurrir a mí? ¿Ahora qué pasa? ¿Yo he cometido alguna ilegalidad por esto?». Realmente es preocupante.

Pero lo más preocupante son dos cuestiones: la primera, que se atenta clarísimamente contra el derecho a la intimidad de las personas y el derecho a la protección de los datos de carácter personal. Eso es clarísimo, Europa tiene un planteamiento con respecto a eso muy beligerante y muy vehemente en esa cuestión. No van a transigir porque un Estado miembro, de forma absolutamente

individual... A ningún otro país de la Unión Europea ni del entorno occidental se le ha ocurrido tamaña ocurrencia, nada más que al nuestro. Y, obviamente, nos colocan en una posición, en segundo lugar, una posición competitivamente muy inferior. Por lo tanto, veremos cuáles son los resultados que tiene esta ocurrencia.

A mí lo que me preocupa es que en el Consejo de Ministros se tomen este tipo de decisiones sin que el ministro del Interior levante la voz. Y no es la primera vez que ocurre. Tenemos un ministro de Turismo que no existe en la mesa del Consejo de Ministros. Y eso nos pone en una posición muy delicada, porque ahí cualquiera puede tener una ocurrencia, como la ha tenido la ministra de Vivienda, ahora el ministro del Interior, y vete a saber los que vendrán después, en contra de la principal actividad económica que tenemos en este país y en Andalucía. Realmente es preocupante.

Nosotros, por nuestra parte, quiero decirle que ya hemos iniciado acciones a través de nuestro grupo político en Europa para pedir una explicación al Parlamento Europeo y que se nos informe de cuáles son las posibilidades que tenemos de actuación en ese entorno, tanto a nivel administrativo como a nivel jurisdiccional. Y, desde luego, hemos emitido todo tipo de comunicaciones desde la Junta de Andalucía y desde el resto de comunidades autónomas que estamos coordinadas en esta materia, tanto al Ministerio del Interior como al Ministerio del Turismo, pidiendo que se paralice inmediatamente la puesta en marcha, bueno, lo que ha sido la entrada en vigor de esta norma, por considerarla absolutamente ilegal, absolutamente generadora de falta de competitividad en nuestro sector, burocracia absolutamente excesiva y, después, una plataforma que no funciona, operativamente inútil.

No me queda tiempo para responderle a la otra cuestión, pero le digo que en próximas semanas esperamos ponerles a su disposición y anunciarles una nueva plataforma, un nuevo proyecto de inteligencia, de negocio completo, en el que no solamente se van a beneficiar las empresas, sino todo el ecosistema del turismo en la región; es decir, empresas, profesionales y también instituciones públicas. Este es el gran proyecto que en muy pocas semanas verá la luz y que estamos ultimando ya para poderles anunciar a ustedes en este foro, si me lo permiten, y, si no, en el pleno del Parlamento.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien, muchas gracias.

12-24/POC-002874. Pregunta oral relativa a las subvenciones al turismo cinegético y al campo bravo

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos al orden inicial de las preguntas. La primera del Grupo Por Andalucía, referente a las subvenciones al turismo cinegético y al campo bravo, por parte de la señora Gómez Corona.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Señor consejero, le preguntamos por la valoración de estas subvenciones, que ya sabe usted que no son del agrado de mi grupo y que, obviamente, en el Proyecto de Presupuestos, el dinero destinado a este tipo de actividades, pues, hemos tratado de enmendar, como no podía ser de otro modo.

Mire, la simple identificación de la caza, el desarrollo de la ganadería brava, que, al final, pues la finalidad es proveer de toros de lidia para ser torturados en las plazas de toros, y decir que esto es turismo sostenible, a nosotros nos parece, como mínimo, una burla.

La línea de subvención recogida, además, en los presupuestos asciende a 250.000 euros para la promoción de este tipo de turismo, sin descartar que se pueda ampliar para proyectos, y se pagarían entre 5.000 y 15.000 euros.

Cuando uno analiza un poco la legislación sobre caza, que ya me he hecho yo ahí un..., he tratado de bucear, no se diferencia la línea de subvenciones entre cotos privados, públicos, reservas ni de ningún tipo. Es decir, un latifundista con un coto privado, con poco más que anunciar en una web vendiendo que se puede cazar en sus tierras, puede acceder a este tipo de ayudas.

Pero es que, además, en Andalucía los cotos de caza tienen que tener unas dimensiones propias que son bastante amplias, con lo cual reduce bastante el número de personas que podrían acceder a esta línea.

Por tanto, en Andalucía, mire, existen más de 7.500 cotos de caza. En muchos se reduce, por ejemplo, la suelta de animales para la caza, con lo cual la finalidad sostenible de control de las poblaciones no se da porque hay que soltarlos para poder cazarlos, con lo cual ahí me parece que la sostenibilidad no entra tanto.

A nosotros nos parece que estas ayudas van dirigidas a un público muy concreto. Y luego hablemos de las ganaderías bravas de Andalucía, que es una actividad privada en manos de poquísimas familias. Nos parece que no son, además, humildes, necesitadas de subvenciones. Ayuda a grandes propietarios, a empresarios ganaderos.

Pero es que, además, encontramos que se pueden subvencionar los espectáculos taurinos. Es decir, la Junta subvencionaría directamente a las ganaderías para que puedan ofrecer espectáculos con ánimo de lucro, como corridas de toros, por ejemplo. Eso sí, incluye una coletilla —que a mí me ha resulta-

do curiosa— «siempre que sea de manera sostenible y bajo el bienestar animal». Ya me contará cómo se puede conciliar todo esto cuando hablamos de espectáculos taurinos.

Entonces, me gustaría saber si, por ejemplo, las novilladas con muerte están subvencionadas o no. En definitiva, mi valoración y esperando la suya —y con esto agoto el turno de palabra—. A nuestro juicio, esta línea de ayudas no aporta nada de riqueza al mundo rural en Andalucía, no permite conocer su riqueza cultural o gastronómica, no aporta ningún desarrollo al entorno. Es una ayuda muy concreta a un público también muy determinado y a personas y empresas muy concretas.

Más que subvencionar al desarrollo rural, que es lo que necesitamos, pues hablando del empleo femenino rural, que hablábamos antes, de sostenibilidad, de evitar el vaciamiento de nuestros pueblos, nos parece que están pensadas para grandes empresas, grandes fortunas, que son las que desarrollan este tipo de actividad y que van a tener muy fácil acceder a este pequeño pellizquito extra, si quiere que digamos así, porque va a ser fácil de acceder a ellas diciendo que se tiene un coto de caza o una ganadería para que les subvencione la Junta, y, por tanto, con el dinero de todos y todas, espectáculos taurinos.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Para la respuesta, señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchísimas gracias, presidenta.

Gracias, señora Gómez.

Pues, hombre, no aporta nada y solo ayuda al empresario, a esa especie de ser maligno, ¿verdad?, que nos persigue. Solo ayuda al empresario, eso ha dicho.

Mi valoración de esas subvenciones destinadas a impulsar la actividad económica en el interior de Andalucía y a gestionar la estacionalidad es claramente y netamente positiva, como no puede ser de otra forma, tanto por la naturaleza de las ayudas como por la excelente acogida que han tenido.

Miren, el turismo cinegético es considerado una herramienta para la gestión del entorno natural, y el campo bravo sostiene a muchas familias a través de la cría de toros y de todas las actividades que se generan alrededor de esta actividad. No solamente a los empresarios, sino que hay muchas familias que viven en el campo gracias a ellas. Incluso hay una gran cantidad del turismo rural que está basado precisamente en el campo bravo. El campo bravo es algo que supera a lo que es una corrida de toros.

Las subvenciones abarcan un amplio abanico de actividades. Desde luego, no la fiesta de los toros *per se*, sino que cuando usted ha leído «ferias y jornadas», se refiere a ferias en las que difundimos y promocionamos el campo bravo. Acciones dirigidas a la publicidad, difusión, promoción de la comercialización de servicios relacionados con el turismo cinegético y el campo bravo andaluz, incluyendo la organización y participación en ferias y jornadas de promoción. No se refería a corridas de toros.

La transformación de la actividad productiva para reorientarla a la actividad turística o la creación de estructuras o fórmulas colaborativas para implementación de actividades conjuntas, relacionadas con el objeto de la subvención. Damos la participación a empresarios y también a municipios para que colaborativamente puedan poner en marcha fórmulas que pongan en valor esta vía de acción.

Y en tercer lugar, como tercera gran línea de acción, actuaciones dirigidas a mejorar los recursos culturales, las instalaciones, los recursos naturales, su accesibilidad, la adecuación de los recursos servicios que componen la experiencia turística. Es decir, generar un producto turístico, una experiencia turística en relación o alrededor del campo bravo andaluz. Esto es generar producto, es lo que usted me demandaba hace un momentito en otra intervención que hemos tenido.

Ponemos en valor, por tanto, un patrimonio único de gran riqueza, permitiendo conocer la existencia de oficios y tradiciones que solo se mantendrá y solo se mantendrán gracias a esta actividad. Contribuyen a abordar también el reto demográfico, revitalizando áreas rurales, contribuyen a la dinamización de la economía local, diversificando la actividad empresarial, potenciando la integración del entorno natural con otros segmentos turísticos como el gastronómico, el enológico, el cultural, el ecuestre, incluso el de negocios o eventos, ¿por qué? Porque el turismo cinegético atrae a turistas que demandan actividades complementarias, turistas interesados en experiencias como conocer el territorio, destinos cercanos, descubrir la gastronomía regional, conocer el patrimonio histórico o disfrutar de actividades culturales, entre otras, como bien decía nuestro diputado el señor Marchal hace un momento. Este tipo de turismo da lugar a una sinergia que no solo fortalece el sector turístico rural, sino que beneficia a los municipios del interior de forma clara, generando empleo, ingresos y preservando la riqueza cultural y natural de nuestra región.

Señorías, intentemos eliminar la ideología de todas y cada una de las actuaciones que hacemos en materia de turismo, aprobar y desarrollar el fomento del campo bravo, como elemento dinamizador de regiones inmensas dentro del interior es una buena política. Mire, en las últimas subvenciones que se han presentado, hasta el viernes 29 de noviembre —son hasta el mes de diciembre— se han registrado hasta este momento 27 solicitudes de subvenciones, sumando todos los proyectos, un total de 311.000 euros. Un éxito, señorías, esperemos que esta línea pueda ser reforzada en el futuro y estamos absolutamente convencidos de que será un éxito.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

12-24/POC-002875. Pregunta oral relativa a las viviendas de uso turístico en Sevilla

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, con ruego de respuesta oral, relativa a viviendas de uso turístico en Sevilla.

Por parte del Grupo Parlamentario Por Andalucía, la señora Gómez Corona.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Cambiamos de tercio.

Señor consejero, mire, en el pasado 17 de noviembre se firmó un convenio de colaboración entre su consejería y el Ayuntamiento de Sevilla para coordinar y reforzar el control e intercambio de información sobre las viviendas de uso turístico ubicadas en la capital.

Más allá de felicitarnos —moderadamente— por la firma de estos acuerdos, que son positivos, porque por lo menos reconocen que hay un problema. Oye, hemos avanzado, esto es como cuando Vox ya dice que hay cambio climático, hombre, todavía dice que no es culpa del hombre, que no podemos hacer nada, pero oye, es como que se da un paso, me alegro mucho, de verdad.

Lo que pasa es que, cuando luego escuchamos su discurso, que están negando sistemáticamente la declaración de zonas tensionadas en Andalucía, con las limitaciones al control de esta actividad que supone —contra el criterio de muchos ayuntamientos, algunos también de los suyos—, están negando un problema grave de habitabilidad de algunos barrios que existe en Andalucía. La firma de convenios para mejorar el control sobre la vivienda de uso turístico, entonces, lo que me parece que es un ejercicio de hipocresía política, que parezca que hagamos algo aunque no lo hacemos, que es lo que supone el decreto que aprobaron, que no supone no tiene ninguna incidencia real, pero así parece que estamos afrontando un problema y que lo regulamos, y que a partir de ahora hay una norma que lo va a hacer. Cuando usted sabe de sobra que los límites no tendrían que venir por ahí, porque no es por ahí de donde vienen.

Miren, no tenemos un Observatorio de la Vivienda en Andalucía, no hay control sobre las viviendas de uso turístico, no hay una regulación real que incida en el mercado, que ahora está totalmente desregulado y salvaje, y no hay intención por parte de su Gobierno de ejercer su competencia, la suya. No la municipal, no la del Gobierno estatal, que también inciden, sino la suya, y el Gobierno de la Junta —en este caso— es que ni está ni se le espera.

Mire, un estudio del que hablamos hace poco de Sevilla, denunciaba que el 50% de las viviendas de uso turístico que se ofertaban en portales inmobiliarios en Sevilla no cumplían con la legislación, el 50%, por no hablar de las que están al margen de los portales inmobiliarios. Una inspección municipal que prácticamente no tiene capacidad para hacer frente a los miles de viviendas que existen.

Por cierto, tenemos una enmienda a los presupuestos, por si le quiere echar un vistazo con cariño, para reforzar la inspección de viviendas de uso turístico, no ya las miles que le parece bien que haya, sino que inspeccionemos, ¿no? Hablamos ya de limitar, sino inspeccionar que cumplen con la normativa. Le doy datos.

En el caso de Sevilla, 33.051 plazas en viviendas de uso turístico, frente a 25.949 camas de establecimientos hoteleros. Aquí no he hecho cuentas, así que seguro que está bien.

Las viviendas de uso turístico se abren con una simple declaración responsable que nadie comprueba su veracidad, eso es así y es verdad por normativa europea, pero porque no se ha hecho la declaración de zonas responsables que podrían hacer con una modificación simple de la LISTA que próximamente le traeremos, ya se lo anuncio.

Si hablamos del precio de la vivienda en la capital andaluza, 11,8 euros el metro cuadrado. Un estudio de 16 metros cuadrados en Sevilla Este, se alquila por 550 euros en Andalucía, y ahora me dirá que el problema es de la Ley de la Vivienda Estatal —que, por cierto, no se aplica, vamos a aplicarla bien, porque los últimos estudios lo que dicen es que donde se está aplicando ha influido y ha rebajado el precio del alquiler—. Por tanto, necesitamos que se aplique la ley nacional de vivienda en su totalidad, que desde su consejería, que además tiene eso, se aprueba una moratoria que prohíba que se sigan abriendo e instalando nuevas viviendas de uso turístico, mientras no regulen el mercado y hagamos un análisis de las zonas tensionadas, que es lo que le pedimos, nada más.

Necesitamos una política de reversión en aquellas zonas donde ya no caben más y no hay vivienda para uso residencial, hay que sacarlas del parque turístico y llevarlas a residencial, que es donde originariamente estaban, y eso es a lo que mejor puede contribuir la oferta y la demanda que tanto les gusta a los liberales.

Por tanto, para terminar, que necesitamos que se ponga a trabajar más en esto, y menos en Copa Davis y eventos de golf.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Le pasamos la palabra al señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Bueno, gracias, presidenta.

Yo también pido generosidad en mis tiempos.

Mire, zonas tensionadas, su dialéctica, su relato. No hay zonas tensionadas, señoría, lo niego, no hay zonas tensionadas. Mire, zonas tensionadas, Sevilla, cuatro millones de turistas en un año; una ciudad europea con la mitad de territorio que Sevilla, Venecia, treinta y dos millones de turistas en un año.

Esas son zonas tensionadas, esas son zonas tensionadas, aquí no hay zonas tensionadas, aunque su relato insista una y otra y otra vez, por no sé qué criterio que quieren ustedes conseguir.

Pero, créanme una cosa, están haciendo un daño a la actividad turística muy grande. Irresponsablemente, quizá por abanderar una condición de personas que están sufriendo, porque en verdad no encuentran una vivienda. Pero no tiene nada que ver la actividad turística en esa cuestión, o, por lo menos, no mayoritariamente.

Si reconocemos esta cuestión, seguramente haremos un análisis certero y riguroso del asunto, su relato es su relato. Las zonas tensionadas yo no se lo voy a comprar, ni nadie que tenga conocimiento del negocio turístico se lo va a comprar, porque tenemos otros ejemplos por ahí en el mundo que usted puede conocer perfectamente, y llegará a la misma conclusión que llego yo.

Mire, hemos firmado un convenio tanto con el Ayuntamiento de Sevilla como con el Ayuntamiento de Málaga para fortalecer la cooperación entre administraciones. En el control de vivienda de uso turístico, por supuesto, las viviendas de uso turístico son un desarrollo absolutamente legal que los particulares tienen la posibilidad de hacer dentro de un país libre —que todavía este país es libre, no sé lo que le queda, pero todavía este país es libre— y cada uno puede poner el negocio que establezca dentro de los márgenes que prevé la ley. Nosotros lo que establecemos...

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Por favor, guarden silencio.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Nosotros, señorías, lo que tratamos de establecer son criterios de control, de control de la calidad del servicio turístico de alojamiento, y para eso llegamos a acuerdos con los ayuntamientos, para primero, dar a conocer y difundir mucho mejor las posibilidades que el decreto de vivienda turística, este que nosotros hemos redactado en el año 2024, y aprobado en febrero de este año, tenga la mayor vigencia, la mayor efectividad posible entre los ayuntamientos que tienen el interés de aplicarlo.

Lo que estamos planteando, básicamente, es una política de sostenibilidad y convivencia, pero dentro de los márgenes que establece la ley. No podemos prohibir la actividad económica, lo que tenemos que hacer es, como hicimos nosotros en la aprobación del decreto de vivienda turística, damos un plazo de un año para que todas las viviendas que se han inscrito puedan transformarse, conforme a los criterios de calidad que establece el decreto. Un decreto que sí que tenía circunstancias cualitativas, muchas, cosas que el decreto ese que aprobaron ustedes en el año 2016, o anteriormente la ley de turismo del año 2011, su normativa —no digo la nuestra—, la suya, la que tratamos de cambiar, sí, esa, esa normativa no hablaba de ninguna circunstancia cualitativa, daba igual, había que inscribirse, simplemente. Declaración responsable y nos inscribimos, punto. Esto no es lo que queremos nosotros. Queremos un

documento, queremos una inscripción que se base en unos elementos cualitativos, como los fondos que incluimos en ese decreto de 2024.

Mire, este convenio refuerza la colaboración interadministrativa y mejora la coordinación en las acciones relacionadas con las viviendas turísticas, ¿y sabe qué hemos acordado? Mire, protocolo general de actuación con Federación Andaluza de Municipios y Provincias para identificar incumplimientos, detectar actividades ilegales y fomentar el intercambio de buenas prácticas para mejorar la calidad de los servicios turísticos de cada uno de los municipios.

Estos son los contenidos, en general, que yo le voy a extraer, que contienen esos convenios que estamos firmando con los municipios.

Dos, creación del buzón de colaboración de la ciudadanía contra la clandestinidad o la ilegalidad de la vivienda, porque no todas las viviendas turísticas son ilegales —dentro de su relato sí, pero no: viviendas turísticas es una cosa, viviendas ilegales es otra.

Coordinación con la Inspección de Urbanismo de la Consejería de Fomento también, para trabajar unidos en un desarrollo mucho más certero de estas competencias. O, por ejemplo, el trabajo que estamos llevando a cabo para la nueva ley del turismo de Andalucía, el cual abordará y contemplará por primera vez la situación de regulación de este tipo de vivienda de uso turístico.

Esto es lo que estamos haciendo, señoría; lo demás, de verdad que son relatos. Y yo creo que debiéramos ser responsables, sobre todo nosotros, desde este ámbito político a la hora de difundir este tipo de mensajes.

Muchas gracias, presidenta.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

12-24/POC-002890. Pregunta oral relativa a la feria Routes World 2024

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, del Partido Socialista, relativa a la Feria Routes World 2024, por parte del señor Recio.

El señor RECIO FERNÁNDEZ

—Gracias, presidenta.

El pasado 8 de octubre, el consejero nos anunciaba que desde Andalucía participamos en la Feria Rutas del Mundo, en Baréin. «Seguimos reforzando la conectividad, presentando, además, la próxima edición que celebraremos en Sevilla», anuncio del consejero.

Bien, en base a que usted es muy dado a realizar grandilocuentes declaraciones, consejero, y dejar las ejecuciones sin mucha definición, y que sus anuncios, podríamos decir que son como las estelas de un avión —tienden a desaparecer absolutamente, sin dejar rastro— aprovecho esta comisión también para rogarle que nos conteste a los siete escritos que le presentamos tras su comparecencia, la pregunta que le hicimos en esta comisión en relación al balance del viaje a China y que usted pasó por lo alto de lo que nosotros pretendíamos, que es que diera explicaciones de en qué consistieron los acuerdos, conclusiones de dicho viaje. Ruego, por favor, que nos conteste. Desde el 26 de septiembre están presentados los escritos.

Por cierto, en Baréin, y según sus declaraciones, se reunieron con unas cincuenta compañías aéreas y agentes aeroportuarios. Una de esas empresas fue Air China, con la cual se reunieron un mes antes, pero en China. Una de las respuestas que esperamos que nos dé es qué ocurre con ese acuerdo que usted anunció y que ha tenido ya dos reuniones, —una en China y otra en Baréin—, en relación a la conexión de China con un aeropuerto andaluz, donde usted decía que preferentemente iban a ser los de Málaga o Sevilla.

Después tenemos otra duda que nos gustaría que aclarara. Usted, cuando comparece para hablar de la estrategia en turismo, viene repitiendo aquello de la estrategia de conectividad alineada con la sostenibilidad. Vale, en base a ello, deberíamos dar por sentado que, cuando ustedes intentan cerrar acuerdos, se manejan en parámetros que supongan la implementación de políticas de sostenibilidad y la promoción del turismo sostenible. Bien sabe usted que cualquier estrategia que se centra en lo que usted presume parte de una premisa: el fomento del turismo de cercanía; es decir, potenciar rutas que conecten con destinos accesibles en trayectos cortos, reduciendo la huella de carbono. ¿Es eso lo que han buscado en Baréin, consejero? ¿Nos lo podría aclarar?

Si usted presume de aplicar una estrategia de conectividad alineada con la sostenibilidad, entiendo que, cuando plantean acuerdos, introducen la estrategia de compensación en carbono, con iniciativas

tales como reforestación de zonas en nuestra comunidad autónoma, consejero. ¿Es esto así? ¿Lo han tratado esto también en Barén?

Evidentemente, y dado los antecedentes que acumulan, donde los titulares que generan y los hechos que desarrollan son divergentes —suelen ser antagónicos— nos gustaría conocer con mayor claridad y transparencia lo que ustedes plantean cuando acuden a estas ferias por el mundo.

El Grupo Parlamentario Socialista —y creo que cualquier grupo de esta Cámara—, a sabiendas que la sostenibilidad en la conectividad turística es un reto difícil de alcanzar, debemos conocer al detalle esa estrategia que usted está desarrollando, para manifestar en tantas ocasiones que usted está acompañando una estrategia turística fundamentada en la sostenibilidad.

Le animamos, consejero, ya que usted presume de ello, que lo demuestre con hechos y documentos que reflejen ese propósito de Andalucía de responsabilidad con la sostenibilidad, y que nos aclare si eso verdaderamente ha pivotado en las conversaciones y acuerdos que han desarrollado en la feria de Barén.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, presidenta.

Bueno, me habla usted, en primer lugar, de unas preguntas que nos ha hecho, que eran siete preguntas. Sabe usted perfectamente que no son siete preguntas las que nos ha hecho a nosotros, sino que a nosotros nos han asignado dos, en función de la materia. Las otras se asignaron, como usted bien sabe —o, si no sabe, se lo explico yo; que debería saberlo, pero se lo explico yo— a otras consejerías, en función de la materia.

En relación a ese viaje, estamos en plazo de responder y se le va a responder en tiempo y forma, como está previsto. No plantee usted una cuestión de inacción, porque no es así.

Y, sí, bien. Muchas gracias.

Bueno, la verdad es que nosotros hemos ido en un evento celebrado del 6 al 8 de octubre en Barén. No he estado yo allí en esa feria, señora Aguilera, como usted había afirmado en la última reunión aquí.

[Intervención no registrada.]

Perdón, señoría.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Por favor, no interpelar al consejero, que respetamos, igual que respetamos el turno de palabra cuando están los proponentes. Por favor.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, presidenta.

La anterior comisión, usted expuso que yo había estado en Baréin y que qué hacía yo allí en Baréin. Y yo no había estado en Baréin. No hubiera pasado nada si hubiera estado en Baréin, porque estamos hablando de una de las principales ferias de la conectividad internacional, que estamos precisamente conminados a traer a Andalucía. Las dos más importantes ferias, foros, congresos de la conectividad mundial se han celebrado en Andalucía en estos dos años. En 2024, se celebró en Granada el foro CAPA de grandes operadores aeronáuticos a nivel internacional. Y en el año 2025, en Sevilla, tendremos el congreso que se celebró en Baréin el año pasado —bueno, este año— se va a celebrar el año que viene en Sevilla.

Routes World, por tanto, es uno de los eventos más destacados y reconocidos a nivel global de la industria de la aviación y de las conexiones aéreas; un evento que congrega a aerolíneas, aeropuertos y destinos turísticos, para definir y fomentar la conectividad mediante reuniones estratégicas, conferencias y exhibiciones, por lo que Andalucía ha estado presente en el evento, primero, contando con un stand propio y con la participación del equipo técnico de la empresa de promoción de turismo y deporte Andalucía, y ha ido un técnico especialista en estas materias. Era esencial nuestra participación en este evento estratégico; así lo venimos haciendo desde que tenemos la oportunidad de asistir, ya que nos brinda la oportunidad de conectar con las principales aerolíneas y mostrarles no solamente los atractivos turísticos de nuestra región, sino también la apuesta decidida y nuestra visión de la sostenibilidad y de la convivencia. Sí, de la sostenibilidad.

Por eso, cuando nos reunimos con ellos, abogamos porque los aparatos que se destinen a nuestras nuevas rutas y a nuestras nuevas frecuencias sean esos nuevos aparatos que se están comprando ahora. Sabe usted que la industria está comprando cuarenta mil nuevos aparatos hasta el año 2035; se va a renovar prácticamente toda la flota de todas las compañías aéreas. Y queremos que, precisamente, esos nuevos aviones, de mayor rango de actuación y también de menor consumo, y también con esa visión de cero emisiones hasta el año 2050, empiecen ya a tener su presencia en nuestros aeropuertos andaluces.

Hacemos también seguimiento de los contactos previos con compañías que ya hemos ido cerrando a lo largo de contactos, bien *ad hoc* o bien en ferias anteriores. Este tipo de interacción no solo favorece la creación de nuevas rutas aéreas, sino que también impulsa la visibilidad internacional de nuestra región, promoviendo un crecimiento, yo creo que económico y del empleo, y también el posicionamiento global de la marca Andalucía en los mercados aeronáuticos.

Cuando tenemos un acuerdo o tenemos un *business case* en marcha —un *business case* es una propuesta que hacemos a una compañía aérea de un destino, para que considere la posición de un vuelo directo con uno de sus aeropuertos, o bien la reducción en cuanto a tiempo de escala con un *hub* internacional en una conexión indirecta—. Esto es lo que venimos haciendo; son las actuaciones habituales: dar a conocer el destino, dar a conocer la oferta del destino, pero también, sobre todo, dar a conocer las posibilidades técnicas y operativas que tienen nuestros aeropuertos, nuestros seis aeropuertos, en esa conexión internacional.

Como lo he expuesto hasta ahora, Routes es uno de los eventos más destacados. Realiza, entre otros, los eventos World Global, Américas, Asia y Europa. Este último es el que tendrá lugar en Sevilla el año que viene. Y no es la primera vez que participamos; Andalucía también ha estado presente en el Routes Europa en el año 2024 y en el Routes Américas en Colombia en esta misma fecha, como parte de las actuaciones que estamos llevando a cabo para impulsar la conectividad aérea andaluza en esos mercados objetivos, que son, además de Europa, la consolidación del mercado europeo y nacional, también el mercado norteamericano, de Hispanoamérica y también del Asia del Pacífico y del Golfo Pérsico; una actuación que se enmarca en el conjunto de actuaciones de turismo sostenible previstas en el Plan Meta 27, nuestro plan estratégico de turismo. En Baréin, nuestro técnico tuvo aproximadamente catorce reuniones, contactos y seguimientos, durante tres días que duró el Congreso, con diferentes compañías aéreas, pero también operadores internacionales —muchas gracias— como Delta, Pegasus, Norwegian, Condor, British Airways, Aer Lingus y Air Transat; todas estas compañías —yo le puedo dar, si quiere, la relación por escrito, no hace falta que tome nota—, entre otras —digo para que sea más fácil para usted, señor Recio—, con las que tenemos ahora mismo relaciones comerciales con vuelos directos, o que queremos tener y tenemos *business case* en marcha con esas compañías.

Estamos obteniendo los primeros resultados de estas acciones que están llevando a cabo para la mejora de la conectividad aérea. Por ejemplo, en foros como este, en Routes, así como los de los comités, no solamente trabajamos en estos foros como Routes, sino también con los comités de conectividad aeroportuaria que se crean alrededor de cada uno de los seis aeropuertos que tenemos en Andalucía, donde trabajamos Junta de Andalucía, Ayuntamiento, Diputación, Turespaña y también AENA.

Hemos aumentado la oferta de asientos y frecuencias en el vuelo de Nueva York, y en la oferta procedente de África. También hemos desestacionalizado la oferta a Qatar, y se ha abierto la ruta con Estambul desde Sevilla. Esos son resultados que hemos tenido de estas operaciones que hacemos en el último Routes.

La conectividad con los principales *hubs* europeos se ha elevado del 3,8% al 21,8% respecto al año pasado. Hemos generado una mayor conectividad con esos *hubs* europeos que nos dan también una conectividad global, y hemos aumentado a un 35% la oferta de asientos desde Europa y Oriente, y un 9% los países nórdicos, por ejemplo. Estos son resultados de esos foros en los que estamos.

Muchísimas gracias, señorita.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

12-24/POC-002891 y 12-24/POC-002926. Pregunta oral relativa al turismo azul, así como al fomento de su sostenibilidad

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos ahora a la siguiente pregunta que formula el Partido Socialista, pero que vamos a agrupar también con la del Grupo Popular, la número 4 con la 6.

Según el artículo 167.1 del Reglamento, nos permite acumular el debate, con lo que si os parece, vamos a empezar por el Partido Popular, que hace la intervención normalmente unida, salvo que la del Partido Socialista vaya a ser unida hasta el final, me da igual el orden, realmente, señora Navarro.

Si le parece, empezamos por el Partido Popular, y luego usted tendría la intervención. Luego tendría, en el caso de que haga la pregunta en el tiempo completo, haría la réplica el consejero. Luego finalizaría usted, y luego terminaría el consejero con los cinco minutos del debate agrupado, si os parece, ¿vale?

Con lo que tiene la palabra la señora Trinidad Herrera, del Grupo Popular.

La señora HERRERA LORENTE

—Gracias, presidenta.

Señorías, el turismo azul todos sabemos que se refiere a aquellas actividades turísticas que se desarrollan en entornos marinos y costeros, y abarca una variedad de actividades como el buceo, la navegación, la pesca, el avistamiento de fauna marina y el ecoturismo en áreas costeras.

Apostar por este tipo de turismo no solo es relevante para nuestra economía, sino también para la salud de nuestro planeta. En un mundo donde el cambio climático y la degradación ambiental son desafíos constantes, el turismo azul se presenta como una oportunidad brillante para promover la sostenibilidad y la conservación de nuestros mares y costas. Su objetivo es crear un enfoque sostenible que respete y conserve los ecosistemas marinos, al tiempo que se fomenta el desarrollo económico de las comunidades costeras, equilibrando la necesidad de atraer visitantes con la protección del medioambiente.

Es un turismo que no solo busca ofrecer experiencias recreativas, sino también educar a los visitantes sobre la importancia de la conservación del medioambiente marino y la biodiversidad. En resumen, el turismo azul combina aventura y el disfrute del mar con un compromiso hacia la sostenibilidad y la protección de los recursos marinos. Promover este tipo de turismo es fundamental por muchas razones. Entre ellas, contribuye al desarrollo económico local, crea una conciencia ambiental, fomenta la cultura local, beneficia la salud mental y física al promover la conexión con la naturaleza, y por tanto, es de gran importancia.

Este turismo azul, como decía, es de gran importancia para Andalucía, ya que afortunadamente contamos con una extensa costa y una gran diversidad de ecosistemas marinos, lo que nos convierte en un destino ideal para la práctica de actividades relacionadas con el mar.

También este tipo de turismo genera importantes ingresos para nuestra comunidad, ya que atrae turistas, beneficiando a los negocios locales, y por tanto, contribuye a la creación de empleo y al desarrollo de las zonas costeras. Además, fomenta la conservación del medioambiente y la importancia —como decía antes— de proteger los ecosistemas marinos.

De ahí la importancia de realizar promoción, tal como brillantemente se viene haciendo desde su consejería, de destinos sostenibles, formando y capacitando a profesionales del sector turístico para que adopten prácticas más sostenibles y respetuosas, que permitan disfrutar del mar sin dañarlo; incentivando proyectos que buscan la conservación de ecosistemas marinos, como la protección de especies en peligro y la restauración de hábitats; promoviendo actividades como el buceo responsable, el avistamiento de cetáceos y otras experiencias que permiten disfrutar del mar, respetando y cuidando el medioambiente.

Además, puede atraer a un tipo de turista más consciente y comprometido con la sostenibilidad, lo que puede resultar en un impacto positivo tanto ambiental como económico. Y teniendo en cuenta todos esos beneficios que supone para Andalucía este tipo de turismo y la gran apuesta que se está haciendo desde el gobierno autonómico, quería preguntarle, consejero, cuáles son las iniciativas o proyectos que en este momento están en marcha desde su consejería en el ámbito del turismo azul.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Ahora tiene la palabra la portavoz del Partido Socialista, la señora Navarro.

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Una cuestión de intendencia, ¿no era que contestaba primero el consejero?

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Es que está agrupada. Entonces, interviene usted. Si quiere agotar todo el tiempo, lo hace en la primera intervención. Si corta, ya hace las dos réplicas, como si fuera la pregunta normal, para entendernos, ¿vale?

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Perfecto. Muchas gracias, presidenta.

Aclarada la cuestión.

Muchas gracias, señor consejero.

Le queremos preguntar, tal y como se detalla en nuestra pregunta, en el tenor literal de la misma, por cuáles son las medidas específicas que tiene previsto poner en marcha para fomentar la sostenibilidad del turismo azul y cuáles son los resultados que han dado hasta ahora, porque ustedes ya llevan dos años de gobierno, y si sumamos, Juanma Moreno, seis.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasa la palabra al señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Bueno, gracias a las dos, señorías.

Pues no solamente las que vamos a poner en marcha —que parece que no hubiéramos hecho nada hasta este momento—, sino las que ya hemos puesto en marcha, y tengo todo el orgullo y el placer de informarles. Mire, con cerca de mil kilómetros de litoral y una posición estratégica en el Atlántico y el Mediterráneo, una situación que no tienen muchas regiones de nuestro continente, Andalucía no solamente es un puente marítimo entre continentes, sino también un referente emergente en la economía azul. Y esto no ha sido una cuestión casual, sino que se ha trabajado en diferentes ambientes, en diferentes ámbitos, un sector clave para el desarrollo sostenible y la diversificación económica.

Actualmente, Andalucía está desarrollando iniciativas estratégicas que consolidan su liderazgo en el turismo azul y otras áreas de la economía azul, no solamente desarrolladas por esta consejería, sino también por las consejerías que tienen alguna incidencia en esta materia, especialmente Medio Ambiente, también Agricultura, etcétera.

El impacto de esta situación no solo se refleja en el aumento del turismo y la inversión extranjera, sino también en la creación de empleo local, mejorando la calidad de vida en las zonas costeras y posicionando a Andalucía como un referente internacional en el turismo sostenible, preservando su riqueza natural y cultural para las futuras generaciones.

Gracias, señorías.

Gracias, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

Su segundo turno de intervención, tiene un máximo de un minuto y treinta.

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Muchas gracias, señora presidenta.

Señor consejero, tal y como nos esperábamos, nosotros ya sabemos, no solo nosotros, todos los andaluces y las andaluzas, que el gobierno de Juanma Moreno es el gobierno de la propaganda, y que en ese ámbito usted y la consejería que usted dirige son los alumnos aventajados. En tema de propaganda son los primeros.

Y nosotros le venimos a preguntar por las iniciativas concretas. Acaba de decir usted que tienen iniciativas estratégicas y un envoltorio tremendo, pero no nos ha dicho ni una, ni un resultado. Y lo que nosotros venimos a preguntarle, señor consejero, es qué resultados, por ejemplo, aporta su gestión al hecho de que, por ejemplo, vemos que en marzo de 2024 el Gobierno andaluz se adhiere al manifiesto por la sostenibilidad en la náutica de los cruceros. Y aquí aparece la foto, firman a todo bombo y platillo —eso sí, propaganda que no nos falte— un manifiesto de sostenibilidad en el ecosistema de la náutica y los cruceros, que firmaron con todos los puertos de Andalucía. Pero es que seis meses después, seis meses después, lo vemos a usted otra vez, en otra foto, ahora en Almería. Firmaron en todos los puertos de Andalucía. Por tanto, en el de Almería también. Se van al Puerto de Almería y firman en otro *meeting point*, firman, se adhieren otra vez. Y la pregunta que yo le quiero hacer: ¿cuántas veces van a firmar? ¿Se van a adherir cuántas veces? Casi como han inaugurado el Hospital Militar, que llevan cuatro. No sabemos si hay alguna planta más que tenga Juanma Moreno que ir a inaugurar, ¿o todavía van a hacer el referéndum que hicieron que luego no valía para ver cómo se llama?

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Navarro, tiene que ir finalizando.

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Resultados, ¿qué aporta a Andalucía que ustedes se adhieran 70 veces al mismo convenio? Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasa la palabra al señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, señora presidenta.

Mire, en estos dos años hemos llevado a cabo actuaciones que reflejan un esfuerzo muy significativo por parte de nuestro equipo de gobierno, de nuestra consejería, particularmente, en impulsar el turis-

mo azul en Andalucía. Digo porque hay actuaciones que no solamente son de la Consejería de Turismo, sino también de otras áreas. Con un enfoque integral que abarca promoción internacional. Le voy a dar situaciones particulares, que es lo que usted me ha pedido. Promoción internacional, eventos náuticos, encuentros especializados y fomento de actividades complementarias, generando sinergias que diversifican la oferta y benefician a las comunidades costeras.

Hablamos, por ejemplo, de la Sitel Global, la SailGP, el foro CITCA, que es el Congreso Internacional de Turismo y de Cruceros y Actividades Náuticas, sede en la cual se produjo la suscripción del primer convenio con la industria de los cruceros, diferente a los puertos deportivos y los puertos del Estado que están en el entorno de Andalucía. Son dos foros completamente diferentes. Se lo digo porque no es el mismo evento. Foro de turismo marinero o el propio Sun&Blue, entre otros muchos en los que hemos participado.

En el marco del Congreso Sun&Blue hemos participado en el consejo asesor del congreso y en las mesas redondas celebradas, como las relativas a plataformas inteligentes para destinos azules, también la revolución de los datos en la economía azul o la dieta mediterránea e innovación sostenible de la gastronomía costera. Y se mantuvieron diversas reuniones con representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y la economía azul.

Yo, perdone, difícilmente me volverá usted a preguntar lo mismo dentro de dos o tres meses o quizás semanas porque, como no atiende a mis respuestas, es muy difícil que usted lo entienda.

Se mantuvieron diversas reuniones con representantes institucionales públicos y privados, relacionados con el turismo y la economía azul, directivos de empresas, cadenas hoteleras, puertos, navieras, gastronomía, actividades turísticas y también gestores de infraestructuras.

Los foros son, como le decía antes, señora Navarro, completamente distintos. Compañías operadoras de cruceros, por un lado, compañías que son por puertos del Estado y puertos también de competencia de la Junta de Andalucía, por otro. Las competencias de unos y otros son diferentes y también las capacidades de acción de unos y otros son diferentes. Por eso es bueno que nosotros firmemos manifiestos con unos y con otros para promover, precisamente, la filosofía de la sostenibilidad y de la protección del medioambiente. Empresas también de innovación, de energía, transportes o comunicaciones y tecnologías de alto valor añadido, además de responsables de las comunidades científicas y educativas. Esos son los contactos que tenemos en los diferentes foros en los que estamos. En este caso, en el Sun&Blue, que ya ha celebrado su segunda edición por este año 2024. La anterior fue en el año 2023.

En los dos últimos años, hemos destinado más de tres millones de euros a una serie de iniciativas orientadas a fortalecer la proyección de las costas andaluzas y a fomentar un aprovechamiento responsable y sostenible de sus recursos.

Además, en el próximo año, además de esos tres millones de euros, contaremos con las subvenciones destinadas a la recuperación medioambiental y uso sostenible de las playas, por un importe de 3,5 millones de euros. Unas subvenciones orientadas a la recuperación y a la preservación del entorno costero, que no solo fomenta el uso sostenible de las playas, sino que también potencia su atractivo turístico bajo criterios de sostenibilidad, que son los que nosotros, de alguna forma, imponemos o lleva-

mos a esas mesas de negociación cuando firmamos esos manifiestos. Es la visión de la sostenibilidad del Gobierno de Juanma Moreno, que a usted tanto le repulsa, porque ustedes fueron los que abandonaron, no se les olvide, el turismo de masas durante cuarenta años en este país.

Estamos demostrando nuestro compromiso con la sostenibilidad, la accesibilidad y la diversificación del turismo costero, cosas que ustedes no hicieron, porque lo que hicieron fue esquilmar el turismo costero durante cuarenta años, creando oportunidades económicas y fomentando sinergias entre el turismo marítimo, la gastronomía y el sector portuario. Eso es lo que hacemos, creando oportunidades y fomentando sinergias económicas entre el turismo marítimo, la gastronomía y el sector portuario.

Mire, el impacto de estas actuaciones, que son de tres millones de euros, no solo se refleja en el aumento del turismo y la inversión extranjera, sino también en la creación de empleo local, la mejora de la calidad de vida en las zonas costeras y la proyección internacional de Andalucía como un destino sostenible y responsable. Estas iniciativas aseguran que el mar sea no solo un recurso económico, sino también un legado para las futuras generaciones. Y todo eso a pesar de ustedes y de su grupo, señoría.

Muchísimas gracias.

[*Rumores.*]

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Por favor, no interpiden al consejero.

12-24/POC-002892. Pregunta oral relativa a Fitur 2025

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, la número 5, del Partido Socialista, relativa a Fitur 2025, por parte de la señora Aguilera.

La señora AGUILERA GAMERO

—Señor consejero, estamos en el mes de diciembre y, como cada mes de diciembre ya viene siendo tradicional, vuelven las noticias, vuelven los titulares y vuelven las preguntas de la oposición sobre Fitur. Ustedes también lo han hecho durante cuarenta años, que han estado en oposición, preguntar sobre Fitur en el mes de diciembre, a riesgo de parecerse al anuncio de los turrones y el almendro. Pero, bueno, aquí estamos. No será este grupo parlamentario quien niegue la importancia para Andalucía de participar en Fitur como una cita fundamental para proyectar nuestra tierra como un destino turístico de referencia. Lo hemos hecho así durante muchísimos años de Gobierno socialista. También durante todos esos años hemos ganado numerosos premios al mejor stand de Fitur. De hecho, lo han ganado todos los consejeros de la Junta de Andalucía, de todos los colores, de todos los partidos políticos, sin necesidad de realizar campañas tan carísimas y tan costosísimas como ustedes realizan. Y, a pesar de que no compartamos su prioridad en este tipo de gastos, si vuelven ustedes a ganar el premio del stand de Fitur, nos volveremos a alegrar también, porque será bueno para la imagen de Andalucía.

Pero hoy quiero comentarle que, bueno, Fitur no es solamente una oportunidad para atraer visitantes. También es una oportunidad para aprender, para intercambiar buenas prácticas y para mejorar en excelencia, en innovación y en diversificación. Por eso, señoría, creemos que la calidad de la presencia en las ferias no debe centrarse solamente en captar el mayor número de visitantes a nuestra tierra, sino que debe ir mucho más allá de estos titulares.

En este sentido, hace apenas unas semanas trajimos aquí a este Parlamento una proposición no de ley que pretendía establecer un nuevo instrumento, nuevo, no se había hecho antes, en cuarenta años, pero, bueno, se puede seguir mejorando y se puede seguir avanzando, un instrumento nuevo para mejorar en transparencia, en planificación y en estrategia.

Tratábamos de aprobar de forma anual, pues, un plan de actividades de promoción, donde usted y su equipo nos contarán, tanto a esta cámara como a los agentes sociales y a la ciudadanía en general, cuáles son los objetivos, las acciones concretas, los presupuestos y los indicadores con los que van a evaluar ustedes el éxito o no de cada misión turística. Y que pudiéramos conocer todas estas decisiones de antemano y opinar sin necesidad de tener que leerlas a posteriori en los titulares. Creo que sería bueno y positivo que pudiéramos conocer de antemano dónde vamos a destinar nuestro dinero público.

Bueno, esta PNL, evidentemente, tengo que decirle que fue despachada con su mayoría absolutísima, sin menor problema, con una intervención que, a mi juicio, no estuvo a la altura de esta cámara, porque ya que lo único que pretendíamos era introducir un elemento de mejora en la gestión y avanzar en transparencia, como esto no se ha aprobado, pues nos vemos en la obligación de preguntarle cuáles son los objetivos estratégicos con los que la Junta acude a Fitur 2025, qué acciones específicas tiene previstas, qué resultados espera alcanzar, cuáles son los indicadores que lo van a medir, con qué los va a medir y, si puede, pues, que nos detalle también cuál es el presupuesto detallado del mismo.

Y, si me permite, como me sobra un poquillo de tiempo, un último apunte. Felicite usted al técnico que estuvo en Baréin, que fue el que realizó todas aquellas reuniones con las aerolíneas.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Aguilera.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Señora Aguilera, pues, la verdad es que el papelón que hizo el señor Espadas el año pasado en Fitur fue de escándalo. Porque el hombre fue allí a decir que el stand era lo peor del mundo, que era el stand más negro, más triste y más ineficaz de la historia. Y el día siguiente le dieron el premio. Pero es que no ha sido eso. Es que ha sido el stand más premiado de la historia de la Junta Andalucía. El que más. El último premio nos lo han dado esta última semana. En la feria internacional es el mejor stand de todas las ferias del mundo. De todas las ferias que se celebran en el mundo le han dado el premio. Quizá a usted eso le parezca poco, pero ese es el premio que ha obtenido la semana pasada.

Bueno, es una cuestión absolutamente intrascendente, porque que sea un stand bonito o feo, lo importante es que sea eficaz. Esperamos revalidar, seguramente, señorita, los logros en ediciones anteriores, especialmente después de la innovación introducida el año pasado, cuando ampliamos significativamente el espacio de exposición.

Mire, ese es el indicador más importante que yo le puedo ofrecer a usted, de todos los que le voy a decir esta tarde o esta mañana. Esta tarde.

Mire, ampliamos significativamente el espacio de exposición triplicando la zona destinada a trabajo, triplicando la zona destinada a trabajo y aumentando la representación de destinos, lo que nos permitió mejorar la visibilidad y la interacción durante el evento. Eso no se había producido en los cuarenta años de premios anteriores que ustedes tuvieron la oportunidad de recibir. Nunca. No había una zona de trabajo en el stand de Fitur. ¿A qué iban ustedes a Fitur? No me lo diga, yo ya me lo imagino. Como

no puede ser de otra manera, queremos garantizar las oportunidades a las pymes andaluzas y facilitar la generación de negocios y la creación de nuevas alianzas comerciales con los profesionales. Ese es el objetivo que llevamos a Fitur, mercado nacional, pero también mercado internacional. Fitur no solamente es una feria de Madrid para los pueblos y ciudades de Andalucía; es la feria internacional más importante que hay en el mundo, de las tres grandes ferias que se celebran en materia turística. Fitur, World Trade Market de Londres y la ITB en Berlín.

Fitur abre puertas a nuevos mercados internacionales, permitiendo que las pymes participantes establezcan conexiones directas con esos operadores, con esos compradores internacionales. ¿Dónde podían trabajar antes? En ningún sitio, porque no había ninguna zona de trabajo. Nosotros la hemos multiplicado por tres, señorita, por primera vez en la historia. Ese es un indicador.

Además, brinda valiosas oportunidades de negocio a nivel global, a través de encuentros BTB y actividades de *networking* con otros expositores. Estas alianzas son claves, estas alianzas son claves, y no necesariamente —que también— las que hacen presidentes de diputación, alcaldes que presentan sus productos de forma notable en las áreas de exposición y dentro de los stands que nosotros procuramos a tal efecto.

En ese sentido, Fitur se presenta como una plataforma perfecta para aumentar la visibilidad de los destinos —también de los destinos— y fortalecer la marca Andalucía, consolidando su presencia en esos mercados internacionales en los que tenemos una posición de relevancia creciente en estos últimos años, gracias, entre otros casos, a esa campaña que usted denosta tanto, pero yo me alegro, porque cada vez que usted me habla de la campaña, sé que eso les pica; significa que eso ha sido una gran campaña. *Andalusian Crush* es la mejor campaña que hemos tenido. Y no es cierto que haya sido la más cara, es la más barata de toda la historia. Y, si no, le traigo el próximo día una comparación de cifras. Y ustedes lo saben, pero bueno.

Al igual que en ediciones anteriores, Andalucía dispondrá de un stand propio, el stand más grande de toda la feria —sabe que es el pabellón 5 entero—. Son más de 5.000 metros que hemos, además, exprimido, gracias a una mejor distribución de espacios, para sacar todavía mucha más zona expositiva, no solamente para las empresas, sino también para los destinos y municipios, diputaciones, mancomunidades, etcétera. Además, se realizará una campaña específica de comunicación en torno a la presencia andaluza en la feria.

Mire, en cuanto a los indicadores que utilizamos para evaluar los resultados, nos enfocamos en aspectos como el número de visitas al stand, el impacto de las campañas realizadas, el impacto en visitantes únicos, pero también en cuanto al efecto de la valoración económica derivada de la campaña, las reuniones y presentaciones llevadas a cabo por cada una de las empresas e instituciones que se producen en el stand, los contactos generados por las pymes participantes, la valoración del stand y las expectativas de participación futura que tienen empresas que vienen por primera vez a conocer la oferta de Andalucía.

Estos son los grandes indicadores que movemos, que tienen que ver con la participación en Fitur. En lo que se refiere a indicadores específicos, estos son el indicador de realización; es el RC001 —existe,

de nuestra tabla de indicadores—: empresas andaluzas participantes. Y el indicador de resultados, el RCR04: pymes que implementen innovaciones comerciales u organizativas.

Ahí lo tiene, señoría.

Muchas gracias.

Buenos días.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Gracias por la explicación.

12-24/POC-002928. Pregunta oral relativa a Destino Andalucía

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, la número 7, del Partido Popular, relativa a la comisión relativa a Destino Andalucía, por parte de la señora Pintor.

La señora PINTOR ALONSO

—Muchas gracias, presidenta.

Saludo también a los secretarios generales de Turismo, Acción Exterior y, por supuesto, también a la directora general de Promoción Turística.

Pues sí, consejero, hay que sentirse muy orgullosos de esa campaña creativa e innovadora como es *Andalusian Crush*, de ese gran escaparate hacia el mundo, que es Fitur, y de ese momento importante que vive nuestra tierra de proyección internacional. Como orgullosos nos sentíamos ayer, celebrando el día de la bandera, el día de que nuestra tierra transmite a las nuevas generaciones los valores que nos unen: la defensa de Andalucía, la unidad de España y la igualdad entre todos los españoles, porque los andaluces no queremos ser más, pero nunca vamos a aceptar ser menos.

Y hoy, Andalucía se siente orgullosa de contar con un Ejecutivo, el que preside Juanma Moreno, que gobierna con responsabilidad, con sentido institucional, y preocupado y ocupado en resolver los problemas de los andaluces.

Una Andalucía que es líder en exportaciones, en creación de empleo y empresas y también en turismo, un turismo sostenible y desestacionalizado, que genera empleo y riqueza a lo largo del año, principal industria de nuestra región, que va a cerrar el ejercicio con los mejores resultados de toda la serie histórica: más ingresos, más empleo y un crecimiento en visitantes más moderado. Porque este Gobierno concibe nuestra región como un destino de referencia y un escaparate de nuestra excelencia ante el mundo, que, como decía al principio, atraviesa su mejor momento de proyección internacional.

Una tierra rica y diversa por su patrimonio natural y cultural, además de su capacidad para acoger los grandes eventos, como ha sido la Solheim Cup, la Copa Davis, en lo que refiere a eventos deportivos, o culturales, como los South International Series Festival o los Latin Grammy, consejero. Este último ha sido un hito cultural, turístico y promocional para nuestra comunidad autónoma, en el que nuestra región ha mostrado su capacidad y preparación en la celebración de un evento de esta magnitud que, por primera vez en la historia, además, se celebraba en Sevilla. Y la ciudad hispalense se volcó con tan prestigiosos premios, convirtiéndose en una anfitriona de lujo para esta industria musical.

Desde el Grupo Popular lo valoramos muy positivamente, consejero, que desde el Gobierno andaluz y desde su propia consejería se siga trabajando estrechamente con la organización de los Latin Grammy en su XXV edición, con acciones centradas en impulsar la promoción de Andalucía como

destino diferencial y experiencial, y también apoyándose en la cultura y el patrimonio como elementos distintivos fundamentales.

Es precisamente, consejero, en relación a dichas acciones llevadas a cabo durante la semana de la celebración de los Latin Grammy, desde el Grupo Parlamentario Popular nos gustaría saber qué valoración hace.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pintor.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, presidenta.

Gracias, señora Pintor.

Pues nuestra valoración, así, en breves palabras, no puede ser mejor. Estamos hablando, yo creo que es importante tener conciencia de lo que fue el evento de los Grammy en su primera edición, en el año 2023, la primera vez en toda la historia que los Grammy salían fuera de los Estados Unidos, a cualquier parte del mundo que no fueran los Estados Unidos, y tuvieron que ir a Europa, a España y especialmente a Andalucía. Y esto no es una cuestión casual. El acuerdo que llegamos a cabo con Grammy fue un acuerdo a dos años, que no solamente implantaba o desarrollaba la participación de Andalucía en el evento principal en el año 2023, sino también en el año 2024, con motivo de su XXV aniversario en Miami.

El año 2023, por primera vez en su historia, los Grammy latinos salieron de Estados Unidos, como decía, para venir a Andalucía, donde contamos no solo con la gala de los premios celebrados en Sevilla, sino también con conciertos celebrados en Granada y en Málaga. El impacto de estos eventos, de estos eventos, los celebrados en el año 2023, fueron superiores a los 150 millones de euros para la comunidad, impulsando la proyección turística de Andalucía y de su marca internacional a niveles sin precedentes, totalmente desconocidos para Andalucía en su ejercicio de promoción turística, o de la marca Andalucía en toda su historia: 150 millones de euros de impacto, valorados por agencias objetivas, que están acostumbradas y que tienen como competencia este tipo de actuaciones.

En el año 2024, la relación con los Grammy latinos continuó con sesiones musicales en Cádiz y Málaga, destacando el homenaje a Paco de Lucía en el Gran Teatro Falla, como usted recordará, y una sesión especial en la plaza de toros de la Malagueta, fortaleciendo la imagen de Andalucía como epicentro cultural y musical a nivel internacional.

La recaudación generada en ambos eventos se destinó —y es importante también decirlo, porque son eventos que tuvieron un marcado carácter benéfico—, se dedicó a la beca Paco de Lucía de la Fundación Cultural Latin Grammy, subrayando el compromiso con la formación de nuevos talentos andaluces que pueden triunfar a nivel internacional.

Este año, entre el 10 y el 14 de noviembre, hemos organizado la Semana de Andalucía en Miami, coincidiendo con la celebración del Latin Grammy allí, en su XXV aniversario; en esta ciudad coincidiendo, como digo, con este evento. Con la colaboración de Turespaña y Andalucía TRADE, se convocó a numerosos operadores y gestores de demanda turística estadounidense, como agencias de viaje, medios de comunicación, navieras y aerolíneas, que pudieron conocer de primera mano la oferta turística a Andalucía. También, a través de encuentros BTB, mantuvimos diversas reuniones con actores importantes del sector, como, por ejemplo, Royal Caribbean y Silversea. Son dos de las más importantes compañías operadoras de cruceros en el mundo, precisamente aquellos de mayor calidad, que son los que nos interesan atraer a nuestros puertos, para generar el mayor negocio turístico con el menor impacto a la comunidad local.

También American Airlines. Como saben, es una de las compañías fundamentales, aeronáuticas, en Estados Unidos. Y queremos trabajar ese vuelo directo con nuestra tierra y el aeropuerto de Miami, ambos, entre otros. Como parte de estas actividades, y con el objetivo de captar la atención de los medios estadounidenses y latinoamericanos con sede en la ciudad de Miami, también organizamos un evento gastronómico, en colaboración con Turespaña y con Andalucía TRADE, de la mano del chef andaluz Dani García.

A este evento asistieron más de veinte medios internacionales acreditados, entre periodistas, productores, responsables de medios de comunicación, a los que se informó de las novedades del destino turístico andaluz, de los productos gastronómicos de la tierra, de toda Andalucía, y de cómo nosotros estamos exportando esa visión de turismo gastronómico y turismo cultural al mundo.

El impacto mediático de los Latin Grammy, que alcanza a cientos de millones de espectadores a través de las transmisiones televisivas, las redes y plataformas digitales, y otros medios de comunicación, genera una interacción masiva que convierte el evento en una poderosa herramienta de promoción del destino.

Mire, señoría, las actuaciones realizadas en torno a los Latin Grammy se han centrado en promover Andalucía como un destino único, basado en experiencias diferenciadoras, donde destaca nuestra cultura y el patrimonio, siguiendo así el concepto de lo que es nuestra segunda edición de esta gran campaña, que es el *Andalusian Crush*, y que ahora denominamos *Surrender to the Andalusian Crush*, rendirse al *Andalusian Crush*. Esta alianza refuerza la captación de viajeros que no solo se quedan más tiempo en Andalucía, sino que también gastan más durante su estancia y muestran un interés por conocer diferentes rincones de nuestra tierra, generando con esto mayor negocio turístico, precisamente en esos sectores donde más necesitamos incorporar nuevos turistas.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

12-24/POC-002930. Pregunta oral relativa a los centros de información

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la última pregunta por parte del Grupo Popular, relativa a centros de información, por parte de la señora Ibáñez.

La señora IBÁÑEZ MARTÍNEZ

—Muchas gracias, señora presidenta.

Señor consejero, el tejido productivo andaluz, como usted bien sabe, conforma más del 90% de nuestras empresas, de nuestras pymes, las cuales se enfrentan cada día a numerosos retos estratégicos en una sociedad cada vez más globalizada. Y es verdad que ello les hace tener siempre una mirada puesta en la Unión Europea, fundamentalmente por la financiación. Recursos económicos comunitarios que contribuyen a incrementar esa competitividad global de las empresas andaluzas y avanzar también en ese posicionamiento de nuestra comunidad en la vanguardia de la innovación y el desarrollo económico. Y son fondos imprescindibles para fortalecer nuestro tejido productivo, sobre todo en esas empresas turísticas, que son, como usted bien sabe, fuerza tractora en Andalucía y que representan el 12% del PIB regional y el 12,5% del empleo.

Hoy Andalucía, mal que les pese a todos los grupos de la oposición, es la segunda comunidad autónoma con más empresas de España, gracias a todas las medidas impulsadas por el Ejecutivo andaluz y también por su consejería, señor consejero. Menos impuestos, menos burocracia, cuidando y acompañando a las empresas del sector turístico. Un sector que tanto le ha costado recuperarse después de esa pandemia global y de otras amenazas permanentes que tiene en el día a día, como esa fiscalidad en España del Gobierno del señor Sánchez, que penaliza a nuestras pymes en comparación con otros sistemas tributarios europeos.

Sabemos, señor consejero, que usted y su equipo trabajan diariamente para que el sector turístico mejore sus debilidades en Andalucía. Y hoy, por ello, le preguntamos qué organismos y de qué manera apoyan a la ciudadanía andaluza, a las empresas andaluzas, para un mayor conocimiento y asesoramiento sobre asuntos de la Unión Europea, que las puedan hacer más fuertes y, sobre todo, afrontar esos retos más preparados y mejor informados.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Ibáñez.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Señora Ibáñez, muchísimas gracias por su pregunta.

Efectivamente, en Andalucía contamos con la Red de Información Europea, que agrupa a diferentes centros de documentación europea, los centros Enterprise Europe Network y los centros Europe Direct. Los miembros de la Red de Información Europea de Andalucía, distribuidos por toda la región y coordinados por la Secretaría General de Acción Exterior, cuyo secretario general está hoy aquí, desempeñan un papel crucial en acercar la Unión Europea a la ciudadanía andaluza.

Los centros de información europea —y este es un primer dato que le quiero aportar— apoyados por la Junta realizan más de cien actividades al año de difusión de la Unión Europea en todos los ámbitos —empresarial, escolar, universitario, etcétera—, que sin duda repercuten en el mayor conocimiento de los ciudadanos de lo que es una Administración, una institución gubernamental que tiene una grandísima influencia en nuestro día a día, pero que todavía, desgraciadamente, a estas alturas del siglo se desconoce y que tenemos que seguir abordando y que tenemos que seguir abundando. Por eso estamos insistiendo en la Red de Información Europea como uno de nuestros elementos críticos del conocimiento de la institución europea, en nuestro día a día.

A través de diversas actividades, busca mejorar el conocimiento sobre la Unión Europea, sus políticas y programas, además de promover el debate sobre los temas europeos más relevantes, obviamente, para nuestra tierra. Esta red fomenta la participación activa de los andaluces en el proceso de integración europea, asegurando que sus voces sean escuchadas en el ámbito europeo y garantizando que la región esté plenamente informada y comprometida con las decisiones que afectan a Europa. Este es un grandísimo objetivo que no ha variado en los últimos 20 años, creo. Yo he tenido conocimiento de diferentes formas de actividades que se han relacionado con esta función principal, y siempre hemos tenido el objetivo de fomentar la participación activa y de que la ciudadanía conozca cada vez mejor cuáles son las decisiones que afectan a Europa dentro de esa institución.

La Red de Información Europea de Andalucía juega un papel fundamental al actuar como un puente entre la Unión Europea y los ciudadanos andaluces, acercando políticas, programas e información clave a nivel local. Dentro de las actividades que realizan, nos encontramos, por ejemplo, con el Premio Jóvenes Andaluces Construyendo Europa, que reunió a unos 170 jóvenes de toda Andalucía durante los días 11 y 12 de abril. El ganador de este año fue el grupo del Instituto de Enseñanza Secundaria Padre Manjón de Granada, con un proyecto centrado en el tema de educación y juventud. También el Premio Andaluz de Investigación sobre Integración Europea, otorgado a Juan José Ruiz Ramos, de la Universidad de Granada, por su tesis doctoral sobre la libertad de circulación de los solicitantes de asilo dentro del estado de acogida del derecho internacional europeo. Además, este año se ha otorgado una mención especial a Ángela Cruz Luna, de la Universidad de Córdoba, por su investigación sobre los límites de la libertad de circulación y residencia de los ciudadanos de la Unión Europea.

Después de 20 años de colaboración, la Junta de Andalucía y los diversos centros de información europeos, así como sus entidades y organismos de acogida, buscan renovar su compromiso mediante la firma de un nuevo protocolo general de actuación. Ese protocolo se firmará en las próxi-

mas semanas y reafirma nuestra voluntad de seguir trabajando de manera conjunta y coordinada dentro de la Red de Información Europea de Andalucía, con el objetivo de fortalecer las relaciones existentes en cuanto a la provisión de información, asesoramiento y apoyo sobre temas de la Unión Europea a la ciudadanía andaluza, en base precisamente a los efectos positivos que tiene la Unión Europea y sus decisiones en nuestro territorio.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Damos por finalizada esta comisión, terminamos este periodo de sesiones, y ya nos veremos en febrero.

Muchas gracias.

