DIARIO SESIONES

DSPA

DIARIO DE SESIONES

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

COMISIONES

Núm. 565 | XII LEGISLATURA | 16 de octubre de 2025

Comisión de Turismo y Andalucía Exterior

Presidencia: Ilma. Sra. Dña. Ascensión Hita Fernández

Sesión número 12, celebrada el jueves, 16 de octubre de 2025

ORDEN DEL DÍA

PROPOSICIONES NO DE LEY

12-25/PNLC-000210. Proposición no de ley relativa al Plan sectorial del calor para el turismo: estándares para destinos y empresas, presentada por el G.P. Socialista.

12-25/PNLC-000213. Proposición no de ley relativa a la proyección de Andalucía como referente turístico sostenible e innovador, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.

COMPARECENCIAS

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 12-25/APC-002917. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el nuevo papel de la hostelería en el modelo turístico andaluz, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.

cve: DSCA_12_565

- 12-25/APC-002949. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a petición propia, a fin de informar sobre el nuevo papel de la hostelería en el modelo turístico andaluz.

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 12-25/APC-002796. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el impacto y problemas de la celebración de la San Diego Comic-Con en Málaga, presentada por el G.P. Vox en Andalucía.
- 12-25/APC-002798. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre la San Diego Comic-Con celebrada en Málaga, presentada por el G.P. Por Andalucía.
- 12-25/APC-002850. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el impacto y problemas de la celebración de la San Diego Comic-Con en Málaga, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.
- 12-25/APC-002913. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre balance de la San Diego Comic-Con de Málaga en 2025, presentada por el G.P. Socialista.

PREGUNTAS ORALES

12-25/POC-002174. Pregunta oral relativa a la campaña de turismo de verano en la provincia de Almería, formulada por Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

12-25/POC-002175. Pregunta oral relativa a la rehabilitación de las Reales Atarazanas de Sevilla, formulada por Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.

12-25/POC-002200. Pregunta oral relativa al paro estacional del sector del turismo, 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.

12-25/POC-002201. Pregunta oral relativa al estancamiento del turismo en Sevilla, 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.

12-25/POC-002228. Pregunta oral relativa al turismo en la provincia de Cádiz, 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.

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002236. Pregunta oral relativa a la vivienda de uso turístico, 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.

---

cve: DSCA_12_565

SUMARIO

Se abre la sesión a las once horas, tres minutos del día dieciséis de octubre de dos mil veinticinco.

PROPOSICIONES NO DE LEY

12-25/PNLC-000210. Proposición no de ley relativa al Plan sectorial del calor para el turismo: estándares para destinos y empresas (pág. 7).

Intervienen:
Dña. María del Pilar Navarro Rodríguez, del G.P. Socialista.
Dña. Cristina Alejandra Jiménez Jiménez, del G.P. Vox en Andalucía.
D. Juan José Salvador Giménez, del G.P. Popular de Andalucía.

Votación de los puntos 1, 8 y 10: rechazados por 5 votos a favor, 10 votos en contra, 2 abstenciones.
Votación del resto de puntos: rechazados por 5 votos a favor, 12 votos en contra, ninguna abstención.

12-25/PNLC-000213. Proposición no de ley relativa a la proyección de Andalucía como referente turístico sostenible e innovador (pág. 12).

Intervienen:
D. Alejandro Romero Romero, del G.P. Popular de Andalucía.
D. Antonio Sevilla Rodríguez, del G.P. Vox en Andalucía.
D. José Luis Sánchez Teruel, del G.P. Socialista.

Votación: aprobada por 10 votos a favor, 7 votos en contra, ninguna abstención.

COMPARECENCIAS

12-25/APC-002917 y 12-25/APC-002949. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el nuevo papel de la hostelería en el modelo turístico andaluz (pág. 19).

Intervienen:
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.
Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.
Dña. Cristina Alejandra Jiménez Jiménez, del G.P. Vox en Andalucía.
Dña. Isabel María Aguilera Gamero, del G.P. Socialista.
D. Manuel Alberto Sanromán Montero, del G.P. Popular de Andalucía.

cve: DSCA_12_565

12-25/APC-002796, 12-25/APC-002798, 12-25/APC-002850 y 12-25/APC-002913. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre balance de la San Diego Comic-Con de Málaga en 2025 (pág. 34).

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

PREGUNTAS ORALES

12-25/POC-002174. Pregunta oral relativa a la campaña de turismo de verano en la provincia de Almería (pág. 47).

Intervienen:
Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-25/POC-002175. Pregunta oral relativa a la rehabilitación de las Reales Atarazanas de Sevilla (pág. 50).

Intervienen:
Dña. Esperanza Gómez Corona, del G.P. Por Andalucía.
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-25/POC-002200. Pregunta oral relativa al paro estacional del sector del turismo (pág. 53).

Intervienen:
D. Gerardo Sánchez Escudero, del G.P. Socialista.
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-25/POC-002201. Pregunta oral relativa al estancamiento del turismo en Sevilla (pág. 56).

Intervienen:
D. Rafael Alfonso Recio Fernández, del G.P. Socialista.
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

12-25/POC-002228. Pregunta oral relativa al turismo en la provincia de Cádiz (pág. 59).

Intervienen:
Dña. Ascensión Hita Fernández, del G.P. Popular de Andalucía.
D. Arturo Bernal Bergua, consejero de Turismo y Andalucía Exterior.

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002236. Pregunta oral relativa a la vivienda de uso turístico (pág. 62).

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 catorce horas, doce minutos del día dieciséis de octubre de dos mil veinticinco.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/PNLC-000210. Proposición no de ley relativa al plan sectorial del calor para el turismo: estándares para destinos y empresas

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Buenos días, señorías.

Vamos a comenzar el orden del día con la proposición no de ley de la comisión, relativa al plan sectorial del calor para el turismo: estándares en destinos y empresas, del Partido Socialista.

Os recuerdo los tiempos: cinco minutos para el proponente y tres minutos para el resto de grupos.

Conque tiene la palabra la señora Pilar Navarro.

Muchas gracias.

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Buenos días, señorías.

Desde el Grupo Socialista traemos una iniciativa que nos parece justa, necesaria e imprescindible en los tiempos que vivimos y, sobre todo, teniendo en cuenta que en nuestra comunidad autónoma tenemos una normativa en relación con la lucha frente al cambio climático, una ley, fue la primera de España solo después de la de Cataluña, la Ley 8/2018, una de las últimas que se aprobaron en la legislatura con mayoría del Partido Socialista, en la que se preveía ya la realización de una serie de actuaciones para la lucha frente al cambio climático de carácter sectorial. Y, evidentemente, estando en Andalucía, potencia a nivel nacional, internacional —como se ocupa de recordarnos continuamente nuestro consejero de Turismo—, pues era evidente que el desarrollo reglamentario y la aplicación de muchas de esas medidas que se prevén en esa norma no es que se tuviera que aprobar ahora, sino que se tenía que haber aprobado hace ya siete años. Siete años en los cuales hemos tenido tabla rasa en este ámbito y en el que, evidentemente, los efectos del cambio climático cada vez son más evidentes. En el texto de la proposición no de ley tienen ustedes algunos ejemplos muy recientes, como la última ola de calor que sufrimos en Andalucía en agosto de este mismo verano.

Pero, más allá de detenerme en esos datos que ustedes tienen y que, además, hemos padecido todos y todas en nuestra tierra, la cuestión, y lo que todo el mundo sabe, es que cada vez estas situaciones de aumento de la temperatura y de periodos de prolongación de sequías, además mezclándose luego con lluvias torrenciales, pues cada vez van a ir a más. Y los efectos, evidentemente, como siempre, impactan más en la escala más baja, siempre, de nuestra sociedad; en este caso, en el ámbito del turismo, pues en la escala que es la que levanta al turismo en Andalucía, que son los trabajadores y trabajadoras del sector, especialmente las conocidas como camareras de piso.

Imagínense si ustedes, todos nosotros y nosotras, hemos sufrido la ola de calor y seguramente estábamos en la playa o estábamos disfrutando de nuestras vacaciones, imagínense las personas, las muje-

cve: DSCA_12_565

res que estaban dando el callo en sus puestos de trabajo, con jornadas infernales y con unas situaciones laborales que ustedes conocen perfectamente.

Por tanto, planteamos en nuestra iniciativa una serie de medidas que se encabezan por, evidentemente, la necesidad de una aprobación de un plan sectorial del calor para el turismo. Y pedimos, además, porque ya llevan siete años perdidos, que ahora no vayan a dedicarse otros siete años a decir que lo van a aprobar, sino que se apruebe antes del 31 de marzo del año que viene, del año 26. Las fechas no son aleatorias, son para que estemos en primera línea de batalla, para que podamos pasar la revista en la próxima temporada estival. Y, por tanto, por eso pedimos también que, antes de que se apruebe, antes del mes de junio, se elabore y se publique también una guía autonómica, junto al Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales, en el turismo, con tablas por puestos y con una serie de medidas que, evidentemente, tendrían que haber estado ya aprobadas hace tiempo.

Otra serie de medidas, como planteamos en la iniciativa, son hasta quince, y lo que, evidentemente, implantar protocolos obligatorios por niveles de la AEMET en el ámbito del turismo, que se apruebe una orden señalética oficial con pictogramas, con color y con idiomas. La condicionalidad positiva, es decir, que se vinculen claramente la ayuda y los distintivos a aquellos dispositivos y a aquellos organismos que sí que aprueben estas medidas, que se actualice la normativa turística, que se lance una campaña multicanal *Calor y turismo en Andalucía*. Creo que con el presupuesto de *Andalusian crush* podíamos aprobar setenta medidas como esta, no una ni dos. Ofrecer formación acreditada. La formación es fundamental, señorías, acreditada breve y gratuita para las camareras de piso, para el personal de hostelería, para los guías turísticos y, sobre todo y ante todo, también ayudar a los municipios andaluces, que son los grandes olvidados de la Junta de Andalucía. Con ese presupuesto que maneja la Consejería de Turismo y con esas campañas publicitarias rimbombantes, luego resulta que para los ayuntamientos las ayudas son mínimas, y las pocas que se aprueban son, evidentemente, fondos Next Generation, gestionados y tramitados por el Gobierno de España, de Madrid. Y, por tanto, abrir una línea de ayudas para ayuntamientos y también para pymes para el año 2026 y 2027. Exigir que en los eventos turísticos haya un plan de calor organizador y poner en marcha un observatorio estival.

En resumen, y me está mirando ya la señora presidenta, termino ya.

No valen excusas. Todo esto son medidas imprescindibles, que nadie entendería que no se aprueben. Y, sobre todo y ante todo, esperamos que la mayoría absoluta no venga con la excusa tan peregrina de decir que esto ya se está haciendo porque esté aprobado en el compromiso andaluz frente al cambio climático y el sector turístico, porque ese es un compromiso, no lo niego, pero es una medida vacía de contenido y sin presupuesto y sin medidas concretas. Por tanto, eso no es estar haciendo lo que estamos pidiendo.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al turno del resto de grupos parlamentarios.

En este caso, tiene la palabra la señora Jiménez, del Grupo Vox Andalucía.

cve: DSCA_12_565

La señora JIMÉNEZ JIMÉNEZ

—Gracias, presidenta.

Señorías, buenos días.

Consideramos que esta proposición no de ley no es necesaria porque redunda en un marco normativo que ya existe y puede ser extraordinariamente costosa para el sector, que eso siempre lo olvida el socialismo, y, por tanto, desproporcionada. Esto es una permeabilidad normativa de una profunda carga ideológica. Y ahora toca esto. Esto es lo que ustedes nos traen aquí, señorías del PSOE, repetir el mismo formato de gestión, una duplicidad que no funciona, mayor burocracia, peor gestión, para cargarlo en los hombros de los de siempre: de las empresas y los autónomos del sector turístico. Y es que no aprenden. Como ustedes saben, existen marcos normativos, técnicos, operativos que cumplen estas obligaciones de prevención frente al calor, porque la sobrerregulación perjudica especialmente a las pymes y a los autónomos, sobre todo en Andalucía, que es la inmensa mayoría del tejido turístico andaluz. Y hay alternativas, desde luego, más eficaces y más económicas para mejorar la protección sin levantar una auténtica arquitectura normativa y administrativa:

Primero está el marco de la alerta y aviso. Ahí está la AEMET, que mantiene un sistema de avisos amarillo, naranja y rojo, aunque no funcione; lo que habría que mejorar sería la gestión.

Segundo, el protocolo sanitario autonómico, la Junta aprobó ese protocolo andaluz de coordinación frente a los excesos de temperaturas sobre la salud, que tienen procedimientos por niveles y coordinación interdepartamental y medidas de intervención graduada. Y añadir ese plan sectorial turístico añade confusión y, desde luego, duplicidad.

O la planificación climática general. Ya dispone de ese Plan Andaluz de Acción por el Clima, que se extiende hasta el 2030, que es un instrumento estratégico que se aprobó por decreto.

O la prevención de riesgos laborales, que existe y que obliga a evaluar y controlar el riesgo de estrés térmico. Y, desde luego, hay que formar e informar a las plantillas y adaptar las condiciones y los tiempos de exposición una vez que se realiza el trabajo.

Y quinto, la estadística y la vigilancia sanitaria. El sistema MoMo ya monitoriza la mortalidad que puede ser atribuible a estas temperaturas extremas durante el Plan nacional de altas temperaturas. Y el marco sectorial dentro del turismo ya existe, y en nuestro ámbito andaluz también. En todo caso, sería necesario realizar ajustes puntuales vía instrucción técnica o reglamentos que pudieran necesitarse.

En definitiva, no se está discutiendo el problema. Las olas de calor en Andalucía son más largas y más peligrosas, y existe ese deber de cuidar la vida y la salud, que siempre es lo primero. Lo que se discute es la metodología que emplea el Partido Socialista o que nos propone en esta iniciativa parlamentaria para atajarlo. ¿Qué propone esta PNL? Un nuevo universo administrativo, observatorio, señalética, red, acreditaciones, campañas, en paralelo a lo que ya existe.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Jiménez, lleva ya los tres minutos.

cve: DSCA_12_565

La señora JIMÉNEZ JIMÉNEZ

—Lo que debe predicar —sí, ya concluyo, presidenta— de las Administraciones Públicas es servir con objetividad a los intereses generales y no este afán regulatorio, asfixiante y costoso.

Gracias, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Jiménez.

Y ahora pasamos al turno del Partido Popular.

Tiene la palabra el señor Salvador.

El señor SALVADOR GIMÉNEZ

—Muchas gracias, presidenta.

Buenos días, señorías.

Debatimos esta mañana esta proposición no de ley referente al calor en el turismo. Y en mi tierra —aquí hay tres diputados, dos del Partido Socialista y mi compañera Julia, somos de Almería— sabemos que al calor se le dice también bochorno. Y bochorno es lo que sentimos al ver la subida de impuestos que le va a aplicar el Gobierno de España a los autónomos. Bochorno es que el Gobierno de la nación siga sin presupuestos. Bochorno es que el hermano del presidente del Gobierno haya vivido durante meses en la Moncloa con aire acondicionado. Bochorno es que la mujer del presidente y el fiscal general estén imputados. Bochorno es que Santos Cerdán esté en la cárcel. Bochorno era cómo el señor Koldo y el señor Ábalos hablaban de las mujeres, eso sí que era bochorno. Y bochorno, por supuesto, también son las chistorras, las lechugas, los soles y las cajas de folios.

Entrando en la exégesis de esta PNL, les tengo que comunicar que Andalucía ya cuenta con una estrategia pionera y puesta en marcha, el Compromiso Andaluz de Acción Climática en el Turismo. Es una hoja de ruta real aprobada y presentada en julio. Lo que pasa es que a veces sus señorías de la oposición no están atentos a lo que el consejero explica. Adapta el turismo andaluz al cambio climático dentro del marco del Plan Andaluz de Acción por el Clima 2021-2030 y la Ley 8/2018.

La propuesta del Partido Socialista es repetitiva y está fuera de lugar, señorías. Lo que ustedes presentan ignora el trabajo ya hecho por este Gobierno, que ha adelantado su planificación y ejecución, mientras que el Gobierno central aún no ha publicado su estrategia de turismo 2030.

Por lo tanto, señorías, no tiene sentido abrir otro proceso de planificación. Y es que, señorías, Andalucía es líder en sostenibilidad turística y acción climática. Somos un referente, aunque la oposición no quiera verlo. Lideramos la eficiencia energética, la economía circular y la resiliencia climática del turismo, con medidas concretas como pueden ser la reducción de la huella de carbono, la creación de islas climáticas y programas de formación ambiental.

Voy concluyendo, señorías.

cve: DSCA_12_565

Andalucía no necesita más diagnósticos ni más titulares: necesita continuidad y coherencia en el trabajo ya emprendido. Mientras otros aún redactan estrategias, el Gobierno de la Junta de Andalucía actúa, planifica y lidera la adaptación del turismo a los desafíos climáticos con rigor, con compromiso y, sobre todo, con resultados. No podemos apoyar una proposición que llega tarde, que desconoce la realidad de Andalucía y pretende reabrir un camino que ya hemos trazado con solvencia y con visión de futuro.

Esto es todo y muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Salvador.

Ha clavado los tres minutos.

Tiene la palabra, para finalizar, la señora Navarro.

Le recuerdo que tiene dos minutos, porque agotó antes un minuto de más, ¿vale?

La señora NAVARRO RODRÍGUEZ

—Muchas gracias, presidenta.

Bueno, nada nuevo bajo el sol, por desgracia, por desgracia. Nunca pierde una la esperanza de intentar convencerles de algo que es bueno para Andalucía, cuando, además, lo que estamos planteando es una proposición no de ley, pero ni siquiera por esas. Saben sus señorías, por lo menos yo sí que me he leído el Compromiso Andaluz de Acción por el Clima, de Acción Climática en el Turismo, y es *marketing* institucional, puro *marketing*. Está muy bien, muy bonito, pero no establece ni una sola medida concreta, ni un cronograma, ni un presupuesto, ni sistemas indicadores para ver si se cumplen o no esas supuestas medidas, que son genéricas. Sobre todo, no se prevé nada de prevención de riesgos laborales, etcétera. Por tanto, en fin, está muy bien que uno defienda el argumentario que tenga que defender, pero, más allá de eso, saben sus señorías que estas medidas son necesarias, el sector lo sabe, lo pide, y, por tanto, esperábamos que las apoyaran, pero, bueno, seguiremos intentándolo.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

cve: DSCA_12_565

12-25/PNLC-000213. Proposición no de ley relativa a la proyección de Andalucía como referente turístico sostenible e innovador

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos, por tanto, al siguiente punto, a la siguiente proposición no de ley, relativa a la proyección de Andalucía como referente turístico sostenible e innovador, propuesta por el Partido Popular de Andalucía y que va a debatir el señor Alejandro Romero.

El señor ROMERO ROMERO

—Muchas gracias, presidenta.

Buenos días, señorías, a todos.

Y volvemos a hablar de turismo en Andalucía, que es hablar de nuestra identidad más profunda, porque pocas regiones en Europa pueden afirmar que el turismo no solo impulsa su economía, sino que también define su carácter, su cultura y su proyección internacional. Andalucía no es solo un destino, como todos saben, es una forma de entender la vida, es una manera de compartir lo que somos. Y esta proposición no de ley nace del convencimiento de que el turismo andaluz se encuentra en un momento clave. Representa más del 12 % del producto interior bruto y del empleo de nuestra tierra, pero su verdadero valor reside en la capacidad de adaptación y en su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y la excelencia turística.

Porque en los últimos años Andalucía ha sabido situarse a la vanguardia europea, participando activamente en redes de cooperación, foros de trabajo e iniciativas que abordan la transición verde y digital del sector turístico. Nuestra comunidad ha aportado soluciones concretas, midiendo la sostenibilidad con indicadores comparables, promoviendo la eficiencia energética, fomentando la accesibilidad, impulsando la digitalización y desarrollando herramientas de inteligencia turística que permiten anticipar tendencias y mejorar la gestión en los destinos.

Esta iniciativa pretende reconocer esa labor y proyectarla hacia el futuro. Y por eso proponemos a este Parlamento que muestre su apoyo a la labor de la Junta en el ámbito europeo, especialmente en la generación de indicadores y políticas que hoy son ya referencia en otros territorios. Instamos al Consejo de Gobierno a que siga participando activamente en proyectos europeos, consolidando la posición de Andalucía como actor clave en la construcción de la futura Estrategia Europea del Turismo, impulsando a su vez la aplicación de inteligencia artificial y la innovación tecnológica en la gestión turística, fortaleciendo la competitividad y la presencia de Andalucía en el espacio europeo de datos. También que se apoye un turismo resiliente y sostenible, que combine crecimiento económico con preservación del patrimonio natural y el patrimonio cultural. Y, finalmente, que se reitere la necesidad de aprobar cuanto antes la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2030, que el Gobierno central tiene bloqueada, para que Andalucía pueda seguir avanzando dentro de un marco estatal coherente y coordinado.

cve: DSCA_12_565

Andalucía está demostrando que es posible compatibilizar el desarrollo con la sostenibilidad, crecer sin destruir y avanzar sin olvidar la esencia. La proyección internacional de nuestra tierra no es fruto de la casualidad, sino es fruto de una estrategia, por la participación en esas redes europeas, de la colaboración público-privada, de la formación y de la apertura a la innovación.

Nuestra comunidad —y debemos sentirnos orgullosos— es reconocida hoy en Bruselas no solo como beneficiaria de fondos, sino como un referente en el diseño de políticas turísticas. Y ese, señorías, es el gran cambio de paradigma, que Andalucía ya no espera a que le indiquen el camino, sino que lo marca. Y ese liderazgo no es solo político, sino también técnico, científico y empresarial. Y esta proposición de ley la hacemos invitando a todos los grupos a compartir esa visión, la de un turismo que contribuya a la cohesión territorial, a la creación de empleo de calidad, a la formación de nuevos profesionales y a la sostenibilidad medioambiental. Queremos que Andalucía siga siendo ejemplo de innovación aplicada al turismo con un modelo replicable, fiable y admirado en Europa.

Señorías, el turismo no es una meta alcanzada, sino una tarea constante, y Andalucía tiene la oportunidad y la responsabilidad de liderar el futuro del turismo sostenible e inteligente en Europa.

Esta proposición es una llamada al compromiso colectivo, a trabajar todos juntos para que nuestro modelo siga siendo un motor de riqueza, de orgullo, de identidad y un ejemplo de cómo crecer cuidando nuestra tierra.

Andalucía, como todos saben, no quiere ser solo un destino, quiere ser una referencia mundial de sostenibilidad, de innovación y de calidad. Por eso, señorías, les pido que dejemos de lado nuestras diferencias políticas y entendamos que esta propuesta no pertenece a ningún partido, sino al futuro de todos. Les invito a votar a favor, demostrando que, por encima del ruido y de la confrontación, nos importa Andalucía, nos importa su bienestar y su proyección en Europa.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al turno de los grupos.

Tiene la palabra el señor Sevilla, del Grupo Parlamentario Vox.

El señor SEVILLA RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Buenos días, señorías.

Esta PNL del Partido Popular es un catálogo de buenas palabras, de sostenibilidad, de innovación, de resiliencia, datos, IA, pero sin afrontar el problema real que hay, y es quién lo paga. ¿Qué consecuencias para la competitividad del sector va a tener? ¿Qué consecuencias para el empleo en Andalucía?

Vamos por partes. Nadie discute que el turismo es estratégico en Andalucía, que el turismo es nuestra principal industria. Lo que sí vamos a discutir es cómo se defiende. Lo primero que quiero dejar cla-

cve: DSCA_12_565

ro es que Vox no se opone a proteger el medioambiente, que es que luego eso nos lo tergiversan. Pero sí nos oponemos a que, en nombre de esa etiqueta, se trasladen costes políticos —repito—, costes políticos, al viajero, a los hoteles, a las compañías aéreas, a los operadores, a los *transfer*, transportistas y, por último, a los trabajadores del sector.

Esta PNL del Partido Popular copia el guion del socialismo de Bruselas. Más indicadores, más foros, más compromisos, pero menos capacidad para competir.

Tiene tres problemas de fondo que queremos detallar. Primero, el coste-precio. El PP avala un marco que encarece viajar, tasas, obligaciones verdes, combustibles más caros como el SAF... El resultado práctico es evidente: viajar cuesta más, moverse cuesta más. Y eso se va a traducir en menos noches de hotel, en menos viajes, en más ajustes de gastos. Y eso va a golpear a miles de pymes y empleos en toda Andalucía.

Otro punto, medir no es mejorar. La Junta presume de liderar indicadores de sostenibilidad. ¿Desde cuándo esos indicadores llenan las camas de los hoteles? ¿Desde cuándo esos indicadores llenan las mesas de los restaurantes? Señorías, debemos hablar de objetivos, objetivos verificables, de ocupación anual, de estancia media, de rentabilidad en los negocios, de [...]. Eso es importantísimo, porque eso se traduce, luego, en el empleo estable, en esa desestacionalización de la que hemos hablado en algunas ocasiones.

Y, por último, esa desventaja competitiva. Europa se autoimpone cargas que nuestros competidores no soportan, que no tienen. Mientras ustedes aplauden esa transición verde, destinos fuera de la Unión Europea nos ganan en competitividad. No tienen esas imposiciones que ustedes nos están defendiendo aquí.

El turista, señorías, elige por el bolsillo. Si Andalucía es más cara por decisión política propia, pues perdemos competitividad, perdemos turistas y perderemos empleo.

Esta PNL, tal y como está redactada, confunde ambición con adhesión. Habla de consolidar a Andalucía como referente europeo en una transición verde y digital, pero no garantiza, por ejemplo, el agua en Málaga, tan importantísima, y que el sector lo ha sufrido. No habla de energía competitiva para el sector, ni menciona una conectividad asequible para todos nuestros turistas.

Por eso, anunciamos nuestro voto en contra.

Señorías del Partido Popular, la PNL se queda en lo de siempre, en un eslogan europeo, y olvida el bolsillo del turista, olvida al trabajador y al empresario andaluz.

Las grandes compañías tienen otras posibilidades y, si no, podemos hablar otro día de cómo se van compañías aéreas a otros destinos, porque les sale más rentable.

Así que no necesitamos ser referentes en foros. Lo que necesitamos es ser preferentes en destino, preferentes para el viajero, por ser competitivos, por ser accesibles y por ser fiables todo el año.

Así que, señorías, simplemente decirles: medioambiente, sí; pero el empobrecimiento, no.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al turno del Partido Socialista.

Tiene la palabra el señor Sánchez Teruel.

cve: DSCA_12_565

El señor SÁNCHEZ TERUEL

—Muchas gracias, presidenta.

Señorías, nos traen una iniciativa que solo contiene palabras, solo contiene palabras. Mírenlo. Ni un solo dato ni un solo ejemplo ni una sola cifra concreta que ilustre en lo que la Administración andaluza es referente en turismo sostenible e innovador, que, además, está exportándolo a Europa.

El turismo, efectivamente, es un pulmón en España y en Andalucía. En eso estamos todos de acuerdo. Pero esta iniciativa son solo palabras vacías, sin nada concreto que ilustre lo que afirman. Precisamente, por eso la iniciativa nos genera dudas, porque no hay ningún ejemplo en lo que nos digan que en esto Andalucía, la Administración andaluza, no el sector, la Administración es referente en Europa.

Y esas dudas me llevan a plantearles tres cuestiones. Una primera, ¿qué es lo que están exportando a Europa? ¿Dónde nos copian?

Hablan de medición, de la sostenibilidad turística, de la generación de indicadores que están exportando a Europa. ¿Cuáles son esas mediciones? ¿Cuáles son los resultados, las conclusiones de esas mediciones que dicen que en Andalucía estamos exportando a Europa? ¿Y qué indicadores han generado para ser referente en sostenibilidad y digitalización turística?

Una tercera cuestión, ¿qué recursos económicos ponen ustedes, propios de la Junta de Andalucía, en todo esto?

Y es que, señorías, se pone muy cuesta arriba apoyar una iniciativa tan vaga, tan genérica y tan vacía. Y nuestras dudas se incrementan cuando vemos que no le piden nada al Gobierno andaluz. Y hay que reconocer que son unos artistas, que ustedes no ponen nada en la mayoría de las iniciativas turísticas que desarrolla el Gobierno andaluz, porque son fondos europeos que llegan del componente 14 del plan de recuperación que diseñó el Gobierno de España, que permitió que Europa dejara que aplicáramos, de esos fondos, 4.000 millones al sector turístico, y se apuntan todo el trabajo y no le piden nada al Gobierno andaluz.

¿Qué recursos propios ponen ustedes en todo esto? ¿Qué iniciativa propia tiene el Gobierno andaluz en materia de turismo sostenible? Se limitan a pedirnos que confiemos en un Gobierno en el que no confiamos, como tampoco confían los andaluces que necesitan un diagnóstico. Y en estos días estamos viéndolo en temas tan graves como el cáncer. Y no confiamos, porque igual que están gestionando mal la sanidad, con tres consejeros ya en esta legislatura, en el turismo ocurre lo mismo, porque se apuntan el trabajo de otros, de las empresas, de los trabajadores, del propio Gobierno de España, y ustedes ni ponen ni hacen nada.

Y nuestras dudas con la iniciativa nos llevan a la convicción de no apoyarla, porque la iniciativa no está pensada para ayudar al sector turístico. La iniciativa está pensada para ayudarse ustedes mismos, al Gobierno de Moreno Bonilla y al Partido Popular, confrontando con el Gobierno de España, pidiéndoles que hagan una Estrategia de Turismo Sostenible 2030, que saben que se está elaborando por el Gobierno de España, entre otras cosas, porque es uno de los compromisos que se han asumido con la Unión Europea para que, dentro de esa componente 14 que les mencionaba anteriormente, nos permitan que destinemos en España 3.940 millones al sector turístico.

Y termino, señorías.

cve: DSCA_12_565

En su iniciativa hablan de que están apostando por un turismo sostenible, resiliente, mediante actuaciones que contribuyan a la eficiencia en el uso del agua, y la energía y la adaptación al cambio climático, y a la preservación del patrimonio natural y cultural. Toma ya. ¿Me puede decir que fondos propios dedican a complementar lo que les llega del Plan Nacional de Recuperación? Precisamente porque no aportan nada, no podemos apoyar su iniciativa vacía, en donde —les repito— tampoco ponen nada, son solo palabras.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene el turno de cierre el señor Romero, del Grupo Popular.

El señor ROMERO ROMERO

—Muchas gracias, presidente.

Y gracias, señorías, que han intervenido antes que yo, por el interés que tienen por el futuro del turismo en Andalucía.

E insisto, hoy no discutimos un titular, sino hablamos de una dirección que tenemos que seguir, porque Andalucía quiere ser reconocida por su liderazgo en sostenibilidad, en innovación y en calidad turística.

Señor Sevilla, simplemente quiero recordarle que, aparte de las palabras, también se puede trabajar. Y, por eso, si alguna vez no huyen de algún Gobierno, espero que apliquen sus políticas. Y nosotros lo que hacemos es adaptar las leyes, respetar las leyes, las normativas y las estrategias europeas, que nosotros sí nos sentimos europeos, y las aplicamos con éxito y con rigor.

Y, señor Teruel, ¿qué aportamos? Pues un modelo que no existía anteriormente. ¿Y qué es lo que hacemos? Pues, a lo largo de todas las comisiones, el señor consejero lo viene explicando; lo que creo es que ustedes no escuchan mucho las intervenciones del consejero.

Y luego dejen ya de manipular con «el dinero que llega a Andalucía. ¿Cuánto pone a Andalucía?» Parece ser que el dinero que llega a Andalucía nos lo da Sánchez, no nos corresponde, no es de los andaluces, es una dádiva que nos da el señor Sánchez. Dejen ya de decir ese mantra porque eso no se lo cree nadie. Porque antes también llegaba el dinero, lo que pasa es que no se gastaba, se devolvía, ahora se gasta. Y eso quizá es lo que les escuece.

Y, bueno, volviendo un poco al tema, reiterar que el PIB andaluz, de un 12 %, y el empleo, también de un 12 %, se genera gracias al turismo. Pero insisto en que lo esencial no son las cifras, sino que es el modelo. Porque Andalucía participa en proyectos que marcan el futuro del sector, el Centro Europeo de Competencia de Datos Turísticos, o Nexus Andalucía, que integra inteligencia artificial para más de 13.000 actores del sector. Somos pioneros, aunque ustedes no lo reconozcan, en la medición de sostenibilidad turística. Y la medición de datos claro que es importante, porque te ayuda a tomar decisiones de cara a una estrategia.

Y permítanme que incida en un hecho que no puede pasar inadvertido. En la V Convención Turespaña, el presidente Sánchez anunció que en el Consejo de Ministros de esta semana se aprobaría la Estrate-

cve: DSCA_12_565

gia de Turismo Sostenible 2020. Y, sin embargo, pues no se ha aprobado. No nos extraña de un presidente que ha hecho de la mentira su forma de gobernar. Y esto no es una anécdota, esto es una señal muy preocupante, porque la estrategia es imprescindible para coordinar políticas, definir prioridades y garantizar que las comunidades autónomas, que son quienes tienen las competencias, participen en su diseño y en su ejecución.

De Andalucía pedimos lo obvio y lo que es razonable, que la estrategia se construya desde el diálogo, la cooperación y la lealtad institucional. No queremos exclusiones, queremos colaboración. El turismo no se gobierna desde un despacho en Madrid, sino desde cada destino, desde cada municipio, desde cada empresa profesional que mantiene viva esta industria.

Y si algo pide esta PNL es que Andalucía, lo que demuestra esta PNL, es que Andalucía no pide un protagonismo, pide participación y no reclama privilegios, sino un respeto institucional que últimamente solo se le tiene a Cataluña y al País Vasco.

Mientras tanto, este Gobierno andaluz continúa actuando, consolidando nuestra posición en redes europeas, movilizando más de 35 millones de euros en proyectos de transición verde y digital y presidiendo la red Nexotur, donde hoy se diseñan las políticas turísticas del futuro. Porque Andalucía ya no espera, sino que Andalucía lidera en el sector turístico.

Insisto: esta proposición no es una crítica, sino que es una oferta de cooperación. Pedimos al Gobierno central que cumpla su palabra y que apruebe la estrategia nacional con consenso, escuchando a quienes, como Andalucía, ya están haciendo del turismo una política de Estado basada en la sostenibilidad, en la innovación y en el empleo de calidad.

El turismo es uno de los rostros más nobles de Andalucía. Une tradición y modernidad, naturaleza y tecnología, historia y futuro. Defender esta PNL es apostar por un modelo que escucha, que coopera y que lidera. Y Andalucía no quiere ser espectadora del cambio. Y por eso, desde la lealtad institucional y la justa ambición, exigimos que se apruebe cuanto antes la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, con las comunidades autónomas dentro, nunca al margen.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al turno de la votación de las dos PNL.

Por parte del Grupo Parlamentario Vox, me piden que en la primera del Grupo Socialista se separe la votación en los puntos 1, 8 y 10, y el resto.

Entonces, por lo tanto, si no hay ninguna objeción por parte de ningún grupo, pasamos a la votación del primer bloque: de los puntos 1, 8 y 10.

¿Votos a favor?

¿Votos en contra?

¿Abstenciones?

Muchas gracias.

Por tanto, queda rechazada.

cve: DSCA_12_565

[*Intervención no registrada*.]

Ay, perdón. El resto, perdón, que se me ha ido. Perdón. Pasamos al resto.

En este caso, ¿votos a favor?

[*Intervención no registrada*.]

El resto del bloque, para entendernos.

[*Intervenciones no registradas*.]

No, no, el resto del bloque.

¿Votos en contra?

¿Y abstenciones?

Por tanto, no hay más.

Bueno, pues muchísimas gracias.

En este caso, quedaría rechazada.

Pasamos a la siguiente proposición no de ley. Las votaciones en un único bloque.

¿Votos a favor?

¿Votos en contra?

¿Y abstenciones?

Por tanto, tampoco procede.

Pues quedaría aprobada.

Pues hacemos un receso y esperamos a las doce, a que se incorpore el consejero.

[*Receso*.]

CVE: DSCA_12_565

12-25/APC-002917 y 12-25/APC-002949. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre el nuevo papel de la hostelería en el modelo turístico andaluz

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Bueno, bienvenido, consejero, y retomamos la comisión con el punto número 2, relativo a las comparecencias, en este caso para informar sobre el nuevo papel de la hostelería en el modelo turístico andaluz.

Tiene la palabra, señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Muy buenos días, señorías.

También saludo a la letrada que nos acompaña. Dice ella que solamente por hoy, mientras nuestro letrado... La hemos asustado y dice: «No, no, solamente por hoy».

[*Risas*.]

Muchas gracias a todos.

También saludo a mi viceconsejero de Turismo y de Andalucía Exterior y a la secretaria general de Turismo, que también nos acompaña en nuestra comparecencia.

Bueno, pues la verdad es que, cuando un visitante llega a Andalucía y prueba algunos de nuestros platos típicos, ¿no?, un gurullo, un flamenquín cordobés, una gamba blanca de Huelva, un atún rojo de Barbate...

[*Intervenciones no registradas*.]

Esperen, esperen, que todavía no saben lo que viene ahora después: una porra antequerana, un pionono de Granada, unas migas serranas o un montadito de *pringá*. No solo nos disfruta, sino que yo creo que, a través de la gastronomía y a través de esos servicios de hostelería, entiende verdaderamente quiénes somos y qué es el ser andaluz. La hostelería andaluza es nuestra tarjeta de presentación, es ese latido cotidiano de nuestras ciudades y pueblos, el rostro amable que explica por qué aquí se vive en plazas, se vive en mercados, se vive en bares, en terrazas. Pero también, señorías, en nuestros alimentos, en cada hotel, casa rural o establecimiento turístico, es donde se refleja la hospitalidad que nos distingue. Porque hostelería en Andalucía es todo, quienes acogen, pero también quienes sirven, quienes alojan y quienes alimentan, no solamente el cuerpo, sino también el espíritu de los millones de visitantes que tenemos cada año.

¿No se puede poner un poquito el aire acondicionado? ¿Tenéis ustedes calor?

Desde el inicio de esta legislatura hemos trabajado de la mano del sector hostelero y es algo que, además, nos orgullecemos en decir. Hemos trabajado de la mano del sector de hostelería para reforzar su papel dentro del modelo turístico andaluz, que, aunque les parezca a ustedes mentira, no tenía todavía un papel determinado y concreto en ese organigrama, en esa estructura de competencias que, durante muchísimos años, no observaba ni ha tenido en cuenta la hostelería como un pilar fundamental de

cve: DSCA_12_565

la economía. Hoy ese trabajo conjunto se materializa con la modificación que se aprobará en el próximo Consejo de Gobierno —y se lo quiero anunciar en este foro, en esta comisión—, en la que la hostelería pasará a ser incorporada plenamente en la estructura de la Consejería de Turismo y de Andalucía Exterior. La hostelería formará parte de las dos direcciones generales competentes en materia turística y que se redenominarán, como consecuencia de esta intervención, como Dirección General de Ordenación del Turismo y la Hostelería, y la Dirección General de Promoción, Fomento del Turismo y Hostelería. No solo se trata de un cambio organizativo o de una mera modificación de nombres, lo digo para que no se queden solamente con esta cuestión superficial, que veo ya a sus señorías animadamente escribiendo esa llamada. En realidad es un reconocimiento institucional, una forma de dar al sector un lugar que creo que es el lugar que se merece después de tanto tiempo dentro de este elemento que es la Administración, que trata de facilitar precisamente este modus operandi, esta industria del turismo, esta industria de la felicidad.

La palabra hostelería deja de estar implícita y la hostelería deja de estar implícita en la consideración de lo que es la actividad turística, para estar explícitamente recogida no solamente en la estructura, sino también en las políticas. Una estructura más cercana, más preparada y con mayor capacidad de atención y respuesta a las necesidades reales de la hostelería, que conocemos perfectamente, pero que, como les digo, estamos trabajando con ello desde hace ya años en una idea de cogobernanza donde la hostelería es fundamentalmente una de las partes más importantes de la industria turística. Reforzamos así esa cogobernanza, esa forma de trabajar en la que el diálogo y la corresponsabilidad con los profesionales, empresarios del sector son el eje de nuestra gestión, porque la hostelería andaluza se construye escuchando, se construye compartiendo, se construye avanzando junto al sector, y eso es lo que hemos entendido en esta consejería desde primera hora.

Andalucía cuenta con un tejido hostelero sólido, es un tejido diverso, es un tejido capilar que llega a todos los territorios y a todas las partes de nuestro territorio. La hostelería representa riqueza, empleo y calidad de vida, y esa es la denominación o esa es la percepción que se tiene en relación con esta cuestión. El sector hostelero andaluz reúne a más de 57.000 establecimientos en Andalucía, genera más de 335.000 empleos, de esos que la hostelería, por ejemplo, en este verano ha contribuido con 335.000 empleos a esos 500.000 que han supuesto los trabajadores andaluces que han trabajado en la industria del turismo en general. Supone alrededor del 7,4 % del PIB regional y con una facturación anual de más de 22.000 millones de euros. Es, además, un sector en crecimiento. En los primeros meses de 2025, las afiliaciones a la Seguridad Social han aumentado el 3,1 % respecto al mismo periodo del año anterior, y eso pone de relevancia y pone de manifiesto la importancia no solamente cualitativa sino cuantitativa que tiene este sector para la industria del turismo y, en definitiva, para la economía de nuestra región.

Estos datos no son solo cifras, y yo quiero que lo vean también así. Representan a miles de familias que viven de ese esfuerzo diario, de la excelencia y de la pasión por ofrecer lo mejor de nuestra tierra. Desde ese hecho construimos esta agenda transformadora. Ayudamos no solamente a la industria turística, sino también a una gran parte de este ecosistema social productivo andaluz.

Pero, más allá de las cifras, la hostelería son nombres y son rostros, son las manos de quien sirven, las familias que emprenden, los vecinos que llenan nuestras calles y les dan esa vida y les dan esa vita-

cve: DSCA_12_565

lidad que tiene nuestra tierra, Andalucía, y los turistas que también nos eligen y que forman parte también de ese escenario de todos los días en que hemos convertido también nuestra tierra.

Por eso, señorías, quiero detenerme un momento en ellos, en quienes son los verdaderos protagonistas de esta transformación y para quienes trabajamos en esta apuesta. Y voy a hablar de personas, voy a hablar de los empresarios y autónomos que se levantan temprano para abrir cada día la persiana, como se suele decir cuando nos referimos a los trabajadores autónomos y a los empresarios y profesionales, y que sostienen el tejido productivo de miles de barrios y de municipios, no necesariamente en áreas meramente turísticas, pero de todo el territorio. Pero el sector solo avanza si lo hace con su gente, por eso también quiero tener una llamada especial a los trabajadores y trabajadoras que convierten cada servicio en hospitalidad y que merecen prestigio, cualificación, oportunidades de carrera y que vamos a poder abordar gracias a que las políticas de turismo van también a capilarizarse, van también a llevarse a cabo también dentro del sector de la hostelería. Para la ciudadanía andaluza, que disfruta de calles vivas, empleo de calidad y orgullo por los productos y por los servicios que se ofrecen en esta tierra. Y también para quienes nos visitan, que buscan excelencia, autenticidad, sostenibilidad en su experiencia, y que esto se provee gracias también a una hostelería comprometida, que es, como digo, el ochenta por ciento prácticamente de toda la industria turística en Andalucía.

A estos cuatro colectivos les presentamos ventajas concretas. Presentamos una nueva hoja de ruta con cuatro ejes estratégicos que activan ventajas para empresarios, trabajadores, ciudadanía y turistas. Es un plan vivo, es un plan medible y con resultados que serán evaluables, medibles cada año. Cuatro caminos que se cruzan en un mismo destino, hacer de la hostelería un motor de futuro para toda Andalucía a través, como digo, de esos cuatro ejes. El primero es la creación de producto y promoción gastronómica. Va a ser uno de los pilares, uno de los ejes en los que la estrategia de turismo va a poner mayor énfasis. Calidad de la oferta y apoyo al producto local. Creo que eso también lo aplaudirán sus señorías y que forma parte del imaginario de lo que debe ser un servicio de calidad y sostenible. Talento, prestigio y oportunidades profesionales para los trabajadores y trabajadoras —que digo que decía que 350.000 en el último balance del INE— son los que conforman el sector de la hostelería dentro de la industria del turismo, que tienen ya por lo menos donde recurrir, ya pueden dirigirse a la Consejería de Turismo para poder ver plasmadas esas oportunidades de carrera, esas oportunidades de talento, de valoración de prestigio y también de dignificación de su propio trabajo. Y, por último, y no en último lugar, competitividad, digitalización y sostenibilidad como cuarto eje. Permítanme explicárselos también un poco brevemente con algunos detalles, y ese es el motivo también de mi comparecencia hoy.

En el eje número 1, creación de producto y promoción gastronómica, vamos a apostar por reforzar la oferta de gastronomía y de hostelería de Andalucía como elemento clave del turismo. Trabajaremos en la creación del producto, creación y definición de un producto asociado directamente a la gastronomía y a la hostelería, en la promoción nacional e internacional y en la puesta en valor de nuestras tradiciones culinarias, de nuestros mercados, de nuestros bares, de nuestros restaurantes, como espacios de identidad y de reencuentro de la sociedad, no necesariamente enfocados a la industria turística particularmente. Pero, como digo, estamos haciendo identidad andaluza, y la identidad andaluza al final es una parte de nuestra marca y es la que atrae a gran parte de los visitantes que recibimos cada año.

cve: DSCA_12_565

En el eje número dos, calidad de la oferta y apoyo al producto local. Impulsaremos la excelencia y la sostenibilidad del sector, fomentando el consumo de productos de cercanía, el uso de marcas de calidad y la colaboración con denominaciones de origen. Queremos que el valor añadido del producto local se quede también en Andalucía, obviamente reforzando la economía de nuestras ciudades y de nuestros pueblos, y con una visión especialmente dirigida o enfocada al turismo rural, al turismo de las comunidades y de las comarcas de interior.

En el eje número tres, talento, prestigio y oportunidades profesionales. Qué gran reto, ¿verdad? Es uno que tenemos prácticamente en todas las políticas, en todas las competencias del Gobierno de la Junta de Andalucía. Pues invertiremos en formación, capacitación y mejora de las condiciones laborales. A través de protocolos con las consejerías de Empleo y Educación, fortaleceremos la cualificación, la estabilidad y la conexión entre las empresas y la formación profesional. A través de estos protocolos, impulsaremos el desarrollo profesional y abriremos también nuevas oportunidades de carreras para jóvenes y para profesionales en el sector, también en lo que se refiere a la acreditación de competencias de aquellos profesionales que, por el devenir de su propia carrera, no han podido tener una acreditación de la formación, pero la pueden adquirir por las competencias que han ido desarrollando y por la experiencia de sus años de trabajo. Es un reconocimiento que también tiene mucho que ver con el acuerdo que hay con los empresarios, previo, de reconocer, obviamente, esas acreditaciones.

Competitividad, digitalización y sostenibilidad conforman el eje cuarto, donde vamos a apoyar la transformación digital y la eficiencia energética de los negocios hosteleros. Queremos un sector más competitivo, más moderno y más comprometido con el medioambiente, que combine rentabilidad con responsabilidad social y que mejore la experiencia tanto del empresario y de los trabajadores como del visitante y de los ciudadanos. Y lo hacemos también desde Andalucía Nexus, el cerebro de nuestro modelo turístico, un espacio donde conectamos datos, talento, herramientas, tecnología y alianzas estratégicas. Claro, como cualquier otra política dentro de nuestra consejería, Nexus será ese vínculo tecnológico y de inteligencia de negocio que —digamos— conecte todas estas políticas y todas estas herramientas.

En definitiva, también este Nexus se encontrará al servicio, nunca mejor dicho, de la hostelería andaluza. Una herramienta que les permite conocer mejor al visitante, anticipar tendencias, potenciar el desarrollo del talento, un modelo de trabajo colaborativo que cuenta con el apoyo de las principales multinacionales y empresas tecnológicas a nivel mundial. En concreto, a través de uno de los programas de Nexus, que se llama Nexus Talent —no sé si lo recuerdan, pero, cuando les presenté el programa, hablamos de ello, aquí en esta comisión—, acercamos los nuevos retos de la industria al talento que nos ayudará a afrontarlo con garantías —estos retos—. *Partners* como LinkedIn o InfoJobs nos ayudan no solo a identificar las habilidades necesarias para afrontar este presente y futuro con garantías, sino que ayudan a que nuestras empresas puedan tener más garantías de éxito en sus procesos de selección de talento.

Todo ese trabajo se traduce en beneficios reales. No hablamos de planes abstractos, sino de mejoras tangibles para empresarios, trabajadores, ciudadanos y visitantes —todo el ecosistema de la hostelería, todo el ecosistema, en definitiva, de la industria del turismo—.

Para empresarios autónomos, a través de una ventanilla clara para acercar al sector, promoción directa y campañas que llevan clientes puerta a puerta, toma de decisiones basadas en datos de forma clara

cve: DSCA_12_565

y sencilla, acompañamiento y formación específica en la digitalización de sus negocios, de sus operaciones, ahorros por eficiencia energética y digitalización, apoyo a la compra de producto local, que incrementa el valor del *ticket* medio, desde el punto de vista cualitativo, y también cuantitativo, por supuesto.

Para trabajadores y trabajadoras, pues con el protocolo con empleo, para impulsar formación continua, acreditación por competencias —como antes les refería— y estabilidad en temporadas altas de sus contratos de trabajo. Protocolo con Educación, para alinear currículos de formación profesional, escuelas de hostelería con las nuevas competencias. Programas de reconocimiento que refuerzan el prestigio del empleo en hostelería o programas especializados de formación en el turismo.

Para la ciudadanía andaluza, empleo estable y de calidad en todos los municipios, barrios vivos, comercio local reforzado y consumo de proximidad. Y un orgullo por la cultura gastronómica que nos representa, no solamente la industria turística, sino como marca Andalucía en todos los lugares del mundo.

Y para quienes nos visitan, experiencias auténticas, sostenibles y seguras, itinerarios que muestran la diversidad y la riqueza culinaria de cada uno de los destinos que se encuentran enclavados en nuestras ocho provincias, en nuestra bendita tierra de Andalucía.

Y, muy importante, este nuevo marco normativo nace del diálogo con el sector —quiero significarlo así—, del diálogo y del consenso. No es una imposición, no es una normativa ocurrente que hemos sacado de la manga para cubrir un expediente, sino que son muchos meses de trabajo que han dado como resultado este protocolo. Tiene un objetivo muy claro: que la Administración no sea un obstáculo, sino que sea un facilitador, parte de la solución, un aliado para seguir avanzando con orden, con calidad y con sostenibilidad.

La hostelería andaluza no es solo un sector económico. Yo creo que todos lo tenemos muy claro. Es ese —si me lo quieren poéticamente admitir— es ese lenguaje común entre quien sirve y se sienta a una mesa, entre quien llega y quien se queda en el barrio y en el mundo.

Con esta agenda donde integramos la parte organizativa, cuatro ejes de trabajo y Nexus, ganamos todos: empresarios, trabajadores, ciudadanos y visitantes. Y con esta agenda, Andalucía da un paso adelante para proyectar al mundo una tierra que sabe recibir y que sabe también compartir. Este es nuestro compromiso, seguir transformando la hostelería como parte indisoluble de la industria turística, en un símbolo de orgullo, de modernidad y de futuro para todos.

Muchas gracias, presidenta.

Muchas gracias, señorías.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

Pasamos al turno de intervenciones de los grupos parlamentarios. Tiene la palabra la señora Gómez Corona, de Por Andalucía.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

cve: DSCA_12_565

Gracias, señor consejero, por la exposición que nos ha hecho sobre el nuevo papel de la hostelería. Yo le confieso que tenía cierta expectación, porque no entendía muy bien esto de la nueva posición de la hostelería, dónde quedaba, pero es difícil no compartir la mayoría de las cosas que usted ha dicho, el valor fundamental que es de la hostelería y, sobre todo, esa nueva hoja de ruta con esos cuatro ejes que usted ha definido. Luego tendremos que ver cómo se cumplen, si se cumplen y en qué manera, y cómo los entendemos, que a lo mejor hay una manera diversa.

Tengo que reconocerle que, como no sabía que usted iba a plantear esto nuevo, decirle que, por mi parte, voy a hacerle un diagnóstico de lo que yo creo que es la situación a día de hoy, y por donde me parece que tendrían que ir las cosas, alineadas muchas con las que usted ha definido en esos cuatro ejes. Yo creo que compartimos, seguramente, todos y todas las que estamos aquí, que la hostelería es un pilar fundamental del turismo en Andalucía, ya que ofrece servicios esenciales para la estancia de los visitantes, cómo no, papel crucial para la satisfacción del cliente, mejora la percepción del destino, la calidad de la experiencia y la competitividad del sector turístico andaluz. Ahí estamos de acuerdo. Representa un 57 % del total de las empresas del sector. Usted ya ha dado algunos datos, me bailan algunos, pero estamos muy cerca, más de 300.000 personas empleadas, 17.000 millones de euros tenía yo, 22.000 millones ha dicho usted, del 7,4 % del PIB. En definitiva, es una parte muy importante de la economía andaluza, porque el turismo en sí es una parte muy importante de la misma.

Problemas que sí hay, que yo creo que tenemos que afrontar, y que espero que no, que en esos cuatro ejes se tengan en cuenta. Es decir, ¿de dónde partimos? No partimos de una situación ideal, entiendo, sino que hay algunos problemas que se tratarán de combatir con esos cuatro ejes. No todos son de su competencia, pero sí creo que conviene reseñarlos.

Tenemos dificultades —o eso nos dicen desde el sector de la hostelería muchas veces— para encontrar empleados, para encontrar talento y para retenerlos sobre todo. Eso tiene que ver con un trabajo que en sí es muy duro, de por sí, aparte de que las condiciones laborales no siempre son las mejores, no están muy bien retribuidos, tienen horarios muy largos, se suelen hacer muchas veces horas extras no siempre remuneradas... Ya sé, me va a decir que eso es competencia de la inspección de trabajo, pero por ofrecer una visión completa a mí me gusta traerlo aquí.

Además, hay un elemento que yo quería poner sobre la mesa y que tiene que ver con el cierre de muchos locales tradicionales. Es decir, usted ha hablado de una serie de productos que a mí me encantan, pero que en algunas zonas muy turísticas de Andalucía es imposible encontrar ya, porque lo que tienes es un tipo de establecimiento que responde normalmente a grandes cadenas, que lo que produce es un producto uniforme, que no es necesariamente de la tierra, sino que es todo lo contrario, que es para la comida fácil del turista, por no decir de todas las cadenas extranjeras que se han implantado. Y tenemos, bueno, las ciudades parecen muchas veces calcos unas de otras, los centros de las ciudades donde uno puede desde comer, tomar un helado, un café, un dulce, en el mismo tipo de establecimiento, y ninguno tiene que ver con ese producto típico andaluz que tenemos que valorar. Eso es un problema, porque nos hace perder identidad y porque hace, como decíamos antes, que la experiencia del turista que nos visita sea menos placentera, porque acaba haciendo algo que puede hacer en cualquier parte del mundo, con una serie de productos y de cadenas que están en todos los sitios.

cve: DSCA_12_565

¿Qué hay que hacer? Y estamos de acuerdo con usted. Ha hablado de los autónomos, ha hablado del producto local, de la compra de proximidad, y ha hablado de los productos típicos que dan identidad a nuestra tierra. Ese es el camino. Nos parece que por ahí hay que ir. Lo que pasa es que hasta ahora no hemos visto políticas que vayan en esa dirección, lo mismo es que a partir de ahora va a producirse algún cambio, y nosotros nos congratulamos por ello. Por eso les decía que, más allá de la generación de esos puntos, ahora habrá que ponerlos sobre la mesa y habrá que hacerlo.

Entonces, tenemos que hablar y tenemos que asumir que tenemos una falta generalizada de trabajadores, que es un trabajo no atractivo. Ya ha dicho que va a llevar a cabo convenios con educación, por ejemplo. Que se va a hablar de un itinerario, que va a poner en valor —yo creo que eso hay que hacerlo—, y hacen falta campañas que pongan en valor el importante trabajo que hacen las personas que trabajan en la hostelería. Que trabajan para que los demás nos podamos divertir, que no hay que olvidarlo, que muchas veces en situaciones muy complicadas y en momentos, además, muy difíciles, donde todo el mundo está en la calle.

Hay problemas... Muchas veces, estas personas... No encontramos trabajadores porque la zona en la que se concentra el turismo es muy caro vivir, no siempre se pueden desplazar, y ese es uno de los problemas que hay que acometer, y también tiene que ver con su competencia.

La pérdida de locales tradicionales —como les decía— empujados por las grandes cadenas de restauración. Y a mí me preocupa mucho lo de la uniformidad en el servicio al turista, sobre todo extranjero. Se nota mucho, y eso es un problema.

Y luego, viendo la campaña de verano —y luego hablaremos más de ello en alguna pregunta—, de lo que se queja el sector de la hostelería es de que, a pesar de que han contratado cifras récord este verano, a pesar de que ha caído una afluencia importantísima de turistas, la recaudación en global ha bajado en torno al 10 %. Eso se hace porque los productos son muy caros, cualquiera que vaya a cualquier bar lo puede ver. Y esto afecta sobre todo al turismo nacional, consejero, y esto también nos preocupa como una de las políticas de su consejería destinada al turismo de lujo, que —iba a decir que nos parece muy bien— nos parece regular. Es decir, el turismo de lujo puede estar muy bien, pero produce un encarecimiento automático de todos los servicios que se ofrecen en torno a ese turismo de lujo, y hacen que el turista nacional no pueda acceder. Y vamos a ver cómo en provincias en las que el turismo, sobre todo nacional, la hostelería se ha resentido aún más que en otros destinos.

Entonces, nos parece que tenemos que acometer, de alguna manera, esa pérdida de identidad de nuestros cascos históricos, de nuestras zonas costeras, que tiene que ver con las políticas de vivienda, y esto de las viviendas turísticas de las que tanto hablamos, y que tiene que haber una política de llegada masiva de turistas, en las que cada vez es más difícil que encuentren la esencia y la identidad andaluza en los sitios que visitan, porque es que la estamos perdiendo. Y yo creo que cualquiera que pasee por los centros de las grandes ciudades lo puede ver. No hay más que pasear por el centro de Málaga o de Sevilla.

Y, en definitiva, no voy a quedarme sin decirle que esos cuatro ejes están bien, y que a ver si los vamos llevando a la práctica, consejero.

Gracias.

cve: DSCA_12_565

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Vamos a intentar ceñirnos a los tiempos, por favor.

[*Intervención no registrada.*]

Y pasamos ahora al Grupo Parlamentario Vox, Andalucía.

La señora Jiménez tiene la palabra.

La señora JIMÉNEZ JIMÉNEZ

—Gracias, presidenta.

Consejero, buenos días.

En eso vamos a estar todos de acuerdo. El turismo no es solo un motor de riqueza de empleo nacional, sino que en Andalucía representa esa columna vertebral de nuestra economía. Yo creo que el Partido Popular, el grupo del Partido Popular y el Consejo de Gobierno también han solicitado esta comparecencia porque querían vendernos esas dos direcciones generales que ustedes van a aprobar, según acaba de indicar, y esos cuatro ejes sobre los que van a vertebrar, digamos, un apoyo a la hostelería, concretamente en Andalucía. Y si tan importante es —que lo es, desde luego—, nosotros echamos en falta que nos explicara algo de la dotación económica a esos cuatro ejes que quieren poner en funcionamiento, y han tardado mucho, consejero.

Llevan en el Gobierno de la Junta siete años y nos venden esta singularidad de la hostelería para la consejería que usted dirige a cinco meses vista de que concluya esta legislatura.

Nosotros también, desde nuestro grupo parlamentario, tenemos una interlocución permanente con el sector. Y nos trasladan algunas cuestiones que me gustaría poner en el debate: una, el exceso regulatorio, y otra, la subida impositiva que está afectando y, en muchos casos, ahogando al sector.

Mire, desde el primer punto de vista, ese exceso regulatorio lo vemos en la Ley 1/2025, de 1 de abril, que es la prevención contra las pérdidas y el desperdicio alimentario, que afecta a toda la cadena alimentaria y, por tanto, también a la hostelería. Eso conlleva un coste económico añadido para el sector, formación de los trabajadores, planes de prevención, donación obligatoria de alimentos, actos y acuerdos de colaboración con entidades receptoras. Y esto preocupa. Y a eso tenemos que unir ese reglamento comunitario, el número 40 de este mismo año, sobre envases y residuos de envases que establecen la eliminación de las monodosis, que fundamentalmente se pusieron en marcha como consecuencia de la pandemia. Los restaurantes y las cafeterías van a tener que adaptar la utilización de sobres de azúcar, leche, mantequilla, mermeladas, condimentos, que deben sustituirse por tarros colectivos o esos dispensadores recargables o envases reutilizables, al igual que la vajilla y los envases que se utilicen.

Y las reacciones del sector Horeca ante estas modificaciones normativas que les afectan, digamos que revelan la complejidad de esta transición y de este exceso normativo, en muchos casos contradictorio, entre lo que se venía exigiendo y lo que ahora quiere implementarse.

Pero, finalmente, existe un consenso generalizado. Y es que la normativa tiende a depositar la responsabilidad, precisamente, sobre la hostelería, y obviando que, en realidad, los problemas de fraude o

cve: DSCA_12_565

de incumplimiento pueden encontrarse más bien en los productores o los distribuidores. Y eso lo hemos denunciado desde nuestro grupo parlamentario en cuantiosas ocasiones.

Por otro lado, debemos abordar —y usted también lo ha reseñado— los problemas de empleabilidad. Es verdad que en agosto de 2025 el sector turístico andaluz experimentó un crecimiento enorme en número de afiliados, con un total de más de 373.000 trabajadores. Registró un aumento de más de 11.000 personas en comparación con el año anterior, y eso supone un incremento del 0,5 %. Y este crecimiento —y es cierto— posiciona a Andalucía como la comunidad con mayor incremento absoluto en afiliaciones dentro del país.

Una gran parte de estos trabajadores, nuevos trabajadores, están en servicio de comida y bebida, más de 21.000. Pero no podemos olvidar que el 40 % de estos nuevos autónomos —así lo repite el portavoz de mi grupo cada sesión e intervenciones en prensa— no sobreviven al primer año de actividad.

Por eso, las instituciones públicas y, especialmente, la Junta de Andalucía, la consejería que usted dirige, no se pueden dormir en los laureles si no queremos matar a esta gallina de los huevos de oro.

Al parecer, fuentes del ministerio han informado de que, además, hay posibilidad de que se suban las cuotas de la Seguridad Social y se apliquen, no en el año próximo o en próximos años, sino hasta 2031. Y esto, si se aplica a la hostelería, puede ser un auténtico rejón de muerte.

Estamos hablando de cuotas de autónomos que irían en la cuota más baja, con una subida de 11 euros, y en la más alta llegando a los 206 euros.

Y la justificación es reforzar ese sistema de pensiones que el bipartidismo nunca ha querido tocar y que ahora no sabe cómo solucionar. Y es el sistema insostenible que ustedes, señorías del Partido Popular y Socialista, han creado. Y a eso podemos unir la nueva tasa de basura que ahora se está implementando, que dispara las facturas de hogares, de pymes y de autónomos, con un 30 %. Además, ya es un componente importante en el IPC, que es el que más sube, el que más sube en los últimos tiempos.

Esos son problemas que nos ha trasladado el sector, problemas de primer orden. Luego, a ese anuncio que no vamos a discutir, porque las palabras son grandilocuentes y las ideas son geniales, las que usted acaba de exponer, pero queremos ver cómo se atienden los problemas actuales, reales que está teniendo el sector y cómo eso que usted ha trasladado en su intervención se dota económicamente, y se ayuda, realmente, a mejorar al sector de la hostelería, tan necesitado, por otra parte, de que se atajen sus problemas.

Gracias, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al Grupo Socialista.

Tiene la palabra, señora Aguilera.

La señora AGUILERA GAMERO

—Gracias, presidenta.

cve: DSCA_12_565

Buenas tardes al equipo de la consejería, a la Secretaría General de Turismo, al viceconsejero que acaba de salir. Buenas tardes, consejero.

En primer lugar, quisiéramos agradecerle el que hoy venga usted aquí a hablar del nuevo papel de la hostelería. Yo tenía pensado empezar la intervención tal y como lo ha hecho usted, porque detrás de cada cañita fresquita, detrás de cada tapita, detrás de cada mesa bien servida, lo que encontramos son hombres y mujeres que trabajan en el sector de la hostelería y que son el verdadero rostro del turismo.

Esas cocineras, esos cocineros, los pinches, los camareros, los sumilleres... A todos ellos nosotros debemos agradecerle que Andalucía sea una potencia turística. Porque sin nuestro sector de la hostelería, desde luego, no tendríamos el papel que tenemos ni tendríamos el modelo turístico que tenemos hoy en día.

Pero también son trabajadores y trabajadoras que merecen ser tratados dignamente, y que sin ese trato digno nunca jamás podríamos hablar de turismo sostenible. Por lo tanto, coincidimos en varios puntos. Coincidimos en la importancia que la hostelería ha tenido siempre, tiene en el presente y va a tener en el futuro para nuestro turismo. Y coincidimos también en algo que ha comentado usted, la necesidad de escuchar al sector, de ponerle cara y de avance hacia un modelo sostenible mucho más competitivo. Pero, claro, ¿dónde viene nuestra digresión? Es que algunas veces, entre lo que escuchamos y lo que vemos, hay un gran abismo. Como dice el refrán, del dicho al hecho va un gran trecho. Y ese trecho, precisamente, es el que tienen que recorrer los trabajadores y trabajadoras del sector de la hostelería, que soportan la precariedad, los salarios bajos, la temporalidad, la estacionalidad... En fin, que es cierto que la hostelería aporta un gran número de empleos al mercado laboral de Andalucía, al PIB. Usted ha dado algunos datos, prácticamente también coincidimos con todos los que usted ha mencionado, probablemente tenga alguno más actualizado de los que yo he podido conocer, por eso sus cifras son un pelín mayores. Pero sí es cierto que tiene un peso importante dentro del mercado, pero tenemos que reconocer todos que sigue teniendo un talón de Aquiles, que es la temporalidad, la estacionalidad y la precariedad. Y eso lo estamos viendo ahora, justamente con los datos que acaban de salir. Cuando termina el mes de septiembre, los trabajadores y trabajadoras de la hostelería, muchos de ellos, en gran parte, tienen que dejar un contrato sumamente exigente en cuanto a esfuerzo, a tiempo y a disponibilidad, para pasar directamente a la cola del paro. Esto no es culpa suya, ni mucho menos, esto es algo cíclico que se viene produciendo año tras año y que tenemos que combatir entre todos. Por eso pensamos que hay que adoptar medidas que alivien esta situación, que no solamente podemos centrarnos en pedirles que sonrían, porque la sonrisa no genera derechos laborales ni les paga las facturas a final de mes, sino que tenemos que esforzarnos de verdad por mejorar las condiciones laborales de este sector. Tendríamos una gran oportunidad, por ejemplo, con la reducción de la jornada laboral, que ustedes, los señores del Partido Popular y los de Vox, han votado en contra en el Congreso. Esto podría haber sido también una mejora importante para estos trabajadores y trabajadoras. Por lo tanto, pensamos que el camino —como usted ha dicho, después falta que se materialice en los hechos— es poner en el centro de nuestro modelo turístico a las personas. Y creemos que es perfectamente compatible la excelencia turística con la justicia y la competitividad con la dignidad en los puestos de trabajo, y esto exige medidas concretas. Y ahora, que nos ha anunciado usted que su consejería va a asumir las competencias, pues ya sabemos

cve: DSCA_12_565

exactamente a quién tenemos que dirigirnos para exigirle esas medidas concretas. Usted nos ha anunciado unas cuantas y con algunas de ellas, desde luego, estamos totalmente de acuerdo.

Por ejemplo, destacaría la necesidad de la cualificación profesional y la formación continua y específica, pero también decirles que debe ser compatible con su jornada laboral, porque algunas veces, cuando yo me he reunido con el sector, comentan que podría suponer una carga añadida a esas jornadas interminables y que en realidad lo que necesitan es que esa formación y esa cualificación continua les proporcione oportunidades de mejora real en sus puestos de trabajo. Así que esa es una de las medidas que usted ha anunciado, que yo saludo como medida muy positiva; sin embargo, hecho también en falta algunas otras, como incentivar a las empresas que fomenten el empleo estable, que adopten medidas de prevención por encima de lo que exige la ley o de conciliación con la vida familiar y laboral, reforzar la coordinación con los agentes sociales, luchar de manera decidida contra la economía sumergida. En definitiva, poner en marcha estrategias que sean reales y que de verdad desestacionalicen el empleo en el sector, porque si la hostelería es la mejor embajadora de nuestro turismo, no podemos permitir que los trabajadores y trabajadoras del sector de la hostelería sean el eslabón más débil de esa cadena.

Así que si su compromiso es real, si lo que nos cuenta hoy es real, si su apuesta es sincera, nos va a encontrar a su lado. Lo que esperamos es que, una vez más, no caiga usted en aquellos titulares de relumbrón, en fotos y que esto quede solamente en un anuncio que sirva para cubrir el expediente de un día.

En fin, creemos que debemos tener un turismo de calidad y que eso es solo compatible con un empleo de calidad. Y el empleo de calidad es ese que mejora la vida de los trabajadores y trabajadoras del sector de la hostelería.

Muchas gracias. Y gracias por su benevolencia, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Pasamos ahora al turno del Grupo Parlamentario Popular.

Tiene la palabra el señor Sanromán.

El señor SANROMÁN MONTERO

—Gracias, señora presidenta.

Señor consejero, muchas gracias por su comparecencia y por su extensa explicación de las medidas que va a tomar el Gobierno de la Junta de Andalucía y su consejería en relación con la hostelería, que, como bien usted ha dicho, es un pilar fundamental del sector turístico.

Empezando por el final, por algunas intervenciones, por ejemplo, de la portavoz del Partido Socialista en esta comparecencia, no se acompaña su discurso con la presión fiscal, por ejemplo, que afecta a la mayoría de los españoles y la mayoría de las empresas, con esas más de noventa subidas de impuestos que se han realizado en los últimos cinco años del Gobierno de Pedro Sánchez o esa propuesta de hace unos días, de sablazo fiscal a los autónomos, que ha hablado del eslabón más débil, y yo creo que uno

cve: DSCA_12_565

de los eslabones más débiles de las empresas, de las pymes de Andalucía son esos autónomos que padecen cada día y que echan números todos los días para poder abrir sus negocios. Y, entre ellos, pues los bares y los restaurantes y los pequeños negocios hosteleros, que no son las grandes cadenas, pero que también son importantes para el Gobierno de la Junta de Andalucía.

Y yo quería empezar, señor consejero, también por aumentar esa lista de productos que usted ha dicho al principio, con unas buenas aceitunas aliñadas de la provincia de Sevilla, que a todos nos gustan, o unas aceitunas prietas de mi pueblo, de Arahal, que, por ejemplo, es un producto extraordinario que le invito a que lo conozca. Y no me voy a olvidar de los tomates de Los Palacios porque, si no, mi compañero Rafa Ruiz podría tener una enemistad con él.

Así que con eso quiero decir, señor consejero, que hay dos sectores que van en paralelo por su extraordinaria calidad en Andalucía. Uno, el sector del turismo y otro el sector de los productos agroalimentarios de Andalucía. La agricultura, como excelente en su día y de toma de decisiones en cuanto a la innovación tecnológica de ambos, que usted ha hablado aquí hoy profusamente.

Señor consejero, usted nos ha hablado, como he dicho, de uno de los pilares fundamentales de la economía de Andalucía. Ha hablado también de identidad, de la identidad de los bares, de esas experiencias únicas de los turistas que llegan, de un modo de vida y, por supuesto, un motor económico, un motor social y un motor turístico que define cómo nos proyectamos al mundo Andalucía con lo mejor que tenemos.

Ha dado usted novedades en cuanto a la incorporación en la estructura, que no es poco, en la estructura por primera vez, en la estructura de la Consejería de Turismo, de esa dirección general en donde se va a englobar esa hostelería. Por lo tanto, hechos de los que usted viene aquí hoy a informar a todos los andaluces a través de esta comisión. Y lo hace en un contexto, como he dicho, lamentablemente, donde algunos sectores políticos, sobre todo de la izquierda, han decidido convertir el turismo en un enemigo, y eso es así. Mientras en Andalucía se trabaja para fortalecer el sector y para garantizar su sostenibilidad, que usted ha nombrado aquí bastantes veces, otros se dedican a difundir lo que es la turismofobia, como si el turismo fuera una amenaza y no una oportunidad importante para Andalucía, donde hay que invertir en innovación, invertir en apoyar a nuestras empresas. Usted lo ha dejado muy claro en su intervención: la hostelería no es solo una actividad económica, es una forma de vida. Y así lo entendemos todos los andaluces. Los bares, los restaurantes que dan alegría a nuestros pueblos, los profesionales que madrugan cada día, esas familias que se dedican íntegramente a levantar sus negocios cada día, las tradiciones. Y eso lo convertimos, como he dicho, en experiencias únicas. Hasta 57.000 establecimientos, 335.000 empleos, el 7,4 % del PIB regional el sector hostelero y más del 12 % todo el sector del turismo. Esto no son solo cifras, son historias de superación, de trabajo y de orgullo.

Y, desde el inicio de la legislatura, el Gobierno andaluz, el Partido Popular y a la cabeza Juanma Moreno y usted han demostrado que el diálogo es clave en todas esas cuestiones de avance y la cooperación con el sector son la mejor política. Mientras otros limitan, mientras otros ponen trabas, mientras otros criminalizan, la actividad turística en Andalucía se gobierna desde el Gobierno de la Junta, escuchando al sector, dialogando con el sector y construyendo ideas y soluciones reales. Esa es la diferencia: nosotros entendemos los sectores no como ideología, sino como gestión.

cve: DSCA_12_565

La Junta de Andalucía, donde usted es titular, está desarrollando un modelo turístico moderno, sostenible y participativo, donde la hostelería ocupa un papel protagonista en la sociedad y con mucho peso en la economía andaluza. Un modelo que equilibra el crecimiento con la calidad de vida de los vecinos, que cuida el patrimonio, que fomenta la sostenibilidad y que apuesta por la formación y por la innovación, que impulsa la digitalización de los negocios, la eficacia y la eficiencia energética y la transformación tecnológica del sector, porque la hostelería andaluza merece estar en la vanguardia. Ha hablado usted del proyecto Nexus, como cerebro del modelo turístico, de cómo gestionar todos esos datos y que simboliza una nueva forma de entender el turismo basado en el conocimiento, en la colaboración y en la excelencia.

Señorías, señor consejero, Andalucía no se avergüenza de ser una potencia turística, hay que aprovecharlo como una oportunidad. Todo lo contrario, nos sentimos orgullosos de ser el destino preferido de millones de personas, orgullosos de nuestra hospitalidad, orgullosos de nuestra gastronomía y de nuestros profesionales. Por lo tanto, el turismo no resta, sino que suma, suma riqueza, suma empleo, suma oportunidades y, sobre todo, suma autoestima colectiva y pone a Andalucía en el espejo, en el mejor espejo que se merece a nivel mundial.

Muchas gracias, señor consejero, por su intervención. Y nada más.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias.

Tiene la palabra ahora el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, señorías, por sus intervenciones y por el tono de las mismas. Yo me siento siempre muy agradecido de que sea así el debate, porque así aprovechamos para aportar elementos que siempre vienen bien para construir estas políticas que, al final, benefician algo en lo que estamos todos de acuerdo, y es la economía de la industria del turismo y la economía de nuestra región.

Bueno, señora Gómez, yo le había dicho en la primera intervención que, precisamente, aunque no tenemos las competencias en todas las materias, como usted bien ha reconocido, sí que vamos a conveniar con las consejerías que son competentes los protocolos adecuados —con Empleo, con Educación— para abordar todos esos retos que se nos presentan.

Estamos de acuerdo en los retos, hemos hecho una lectura... yo creo que el análisis es sencillo, porque todos tenemos contactos con los agentes de esta industria, de este sector. Pero lo que sí le garantizo es que sí tenemos la preocupación y la ocupación a través de esas relaciones, que podemos promover nosotros o no promoverlas, y lo que vamos a hacer es promoverlas, desde ahora y desde hace ya algunos años que venimos trabajando conjuntamente con el sector, para abordar esos retos y, como digo, promover desde la consejería, que es el papel que tenemos en aquellas cuestiones en las que no somos competentes, esos retos conjuntos que el sector tiene que asumir y que tiene que resolver, junto con el sector y junto con el resto de consejerías del Gobierno.

cve: DSCA_12_565

No tenemos o no sentimos que tenemos, desgraciadamente, el apoyo del Gobierno de España, pero, bueno, eso es como en esta y como en tantas cosas, ¿no? No se puede hablar de que tenemos precariedad y, por otro lado, planear una subida, por ejemplo, de las cuotas de autónomos. Es decir, son cuestiones que son incoherentes. Entiendo que los discursos aquí son de una manera, señora Aguilera, y en otro sitio son de otra. Y, bueno, si ustedes se ponen de acuerdo, mucho mejor, porque así todos estamos mucho más claros en lo que tenemos que hacer.

La señora Jiménez me trae aquí una serie de reclamaciones integrales contra una... —digamos, no sé cómo le podemos llamar—, ¿el despropósito legislativo del Gobierno central, el Gobierno de Sánchez en el Gobierno de España? Pues sí, pero yo creo que es muy bueno que también seamos capaces de diferenciar, y, cuando expresemos públicamente estas opiniones, digamos «Mire usted, estas son cuestiones que no tienen que ver con las competencias de la Junta de Andalucía y que no han sido legisladas ni normadas por la Junta de Andalucía, sino por el Gobierno central» y que recoge todas estas materias que también nosotros sabemos, porque nos traduce el sector perfectamente cuáles son sus grandes problemas. Desgraciadamente, hemos querido hacerlas, hemos querido, porque nos hemos interesado por participar en sectoriales, por participar en los debates de esas normas y lo que hemos siempre tenido ha sido la callada por respuesta. No hemos tenido la posibilidad de intervenir en ninguno de esos debates —no esta consejería, porque la verdad que no tenemos la competencia directa en esa cuestión, y cuando la sectorial correspondiente del ministerio se convoca, no nos convocan a nosotros— pero es que también tengo que decirle, con mucha tristeza y amargura, que tampoco las consejerías competentes —mis compañeros del Consejo de Gobierno— han tenido la posibilidad de despachar en esas materias con el Gobierno de España.

Con lo cual acertadamente usted hace una crítica y yo la secundo, pero no tenemos otra posibilidad nada más que —desgraciadamente, hasta que no se produzca el cambio de Gobierno— asumir que es lo que tenemos en el Gobierno central.

Y me alegro de que me hayan hecho algunas consideraciones en relación con las condiciones laborales. El Gobierno andaluz está trabajando para mejorar las condiciones laborales y la estabilidad del empleo en la hostelería, dentro del marco competencial autonómico y dentro del marco de la promoción que hacemos, no promoción turística, sino de promover actuaciones dentro de la consejería en relación y en coordinación con otras consejerías del Gobierno.

Ejerciendo competencias ejecutivas, por ejemplo, en materia de empleo y relaciones laborales, que están recogidas en el artículo 63 del Estatuto de Autonomía, y cooperando estrechamente con el Estado, en ese sentido sí, he de decir, con la labor inspectora. La función inspectora es el principal instrumento que tenemos desde la consejería y desde la Junta de Andalucía para garantizar el cumplimiento de la legislación en materia laboral. Así, la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo desarrolla su trabajo de manera cotidiana y coordinada con el Organismo Estatal de Inspección de Trabajo y Seguridad Social, en virtud de un convenio de colaboración que, ustedes saben, se firmó en el año 2021. Durante el año 2025, el plan de inspección, este, contempla miles de actuaciones específicas en materia de jornada laboral, contratación, economía irregular y seguridad y salud, con campañas dedicadas expresamente al sector de la hostelería y, en particular, al colectivo de camareras y camareros de piso,

cve: DSCA_12_565

por ejemplo. Son cuestiones que habitualmente se habla y se relata un mismo mantra, pero no se reconoce esta función que, como digo, surgió de un convenio que firmó esta Administración, este Gobierno, en el año 2021, y que tiene excelentes resultados ya en los años posteriores, específicamente le hablo de lo que se está haciendo en el año 2025.

Hoy todas las provincias cuentan, por ejemplo, con un convenio de hostelería en vigor. Esto no ocurría desde hace más de quince años, señorías. Y yo creo que eso también pone de referencia y pone de manifiesto, pone de relevancia, la mejora de las condiciones laborales que desde el Gobierno andaluz estamos llevando a cabo dentro de nuestros canales de lo que es negociación colectiva y lo que tenemos de diálogo social. La negociación colectiva corresponde a trabajadores con los empresarios, ¿no?

Me gustaría referirme también al capítulo de la temporalidad como un elemento también de esa cuestión que queremos todos resolver dentro de la precariedad laboral y entiendo que es un elemento fundamental. Mire, la temporalidad actualmente está por debajo del 20 %, es el 19,2, 19,3 aproximadamente. Hace siete años, hace ocho, por cerrar un ciclo, estaba en el 40 %. Y hace veinte, estaba en el 80 %. Es decir, el 80 % de los contratos de la hostelería o del turismo eran temporales. Hoy no llegan al 20 %. Eso es un gran avance. Y todos estos elementos que yo le he puesto encima de la mesa tienen que ver precisamente con esa concepción.

Es verdad que hasta hoy no se ha hecho ese trabajo importante, que no solamente es un gesto, es una forma de reconocimiento, pero también de compromiso con el sector para a partir de ahora seguir adelante con políticas concretas en esta materia. Pero les puedo decir, señorías, que el trabajo con el sector se ha producido de manera constante en los últimos años, aunque no fueran parte explícita de nuestra estructura y, por lo tanto, que las políticas no le acogieran como le acogen ahora en esos cuatro ejes que hemos citado.

Muchas gracias, señorías.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/APC-002796, 12-25/APC-002798, 12-25/APC-002850 y 12-25/APC-002913. Comparecencia del consejero de Turismo y Andalucía Exterior, a fin de informar sobre balance de la San Diego Comic-Con de Málaga en 2025

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente comparecencia agrupada, para informar sobre el impacto y problemas de la celebración de San Diego Comic-Con, en Málaga.

Tiene la palabra el señor consejero de nuevo.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Muy bien, señorías. Pues hoy tenemos la oportunidad de hacer un balance, aunque solo sea, digamos, previo, porque el balance definitivo, con ya los datos cerrados, los impactos a todos los niveles valorados y cuantificados por agencias externas de valoración independientes, los está preparando la organización de este evento, San Diego Comic-Con.

Pero tengo la oportunidad de hacer un primer balance de un acontecimiento que ha sido muy relevante para Andalucía. Yo creo que en eso estamos, no solamente nosotros de acuerdo, está de acuerdo medio mundo, que ha tenido la oportunidad de ver cómo un evento de esta naturaleza venía a Andalucía, venía por primera vez, al igual que ya pasó en su momento con los Grammy latinos, para dar brillo y para dar reconocimiento y reputación a Andalucía en un contexto de marca que, desgraciadamente, no es tan bueno en otros ámbitos de nuestro Estado.

Un evento que ha supuesto un hito cultural y mediático y que ha proyectado la imagen de nuestra tierra en el ámbito internacional. Y que ha traído, además, consigo aprendizajes, retos y resultados muy positivos, que merecen ser explicados con claridad. Estamos hablando de que esta ha sido la edición cero. Digo la edición cero porque, después de cincuenta y cinco años en los Estados Unidos, en California, en San Diego, venía a Andalucía, venía con un contexto completamente diferente, en un ámbito completamente diferente, y, por supuesto, ha supuesto, como me gusta decir, un reto descomunal para todos nosotros, promotores del evento —nosotros, las Administraciones, especialmente la Junta de Andalucía—, pero también los organizadores y el propio público asistente y los empresarios beneficiados de este hito.

La Comic-Con es, sin duda, uno de los grandes referentes mundiales en el ámbito del entretenimiento, de la cultura pop, de las series, de todo este ecosistema tan singular que, para algunos, parece descubrirse hoy, y que nosotros llevamos ya mucho tiempo trabajando desde la Consejería de Turismo con acciones precisamente dirigidas a la población objetivo, que serán los consumidores del mañana, los mileniales, la generación Z y también, por qué no, algunos de las generaciones más mayores como yo, que seguimos siendo muy frikis y así lo reconocimos sin ningún tipo de problema. Que haya elegido Málaga, la

cve: DSCA_12_565

sede de San Diego, Comic-Con Málaga no es casualidad, es el resultado de una estrategia consolidada de promoción, de una gestión eficaz, de negociaciones duras, pero muy eficaces, y de una consolidación de la promoción, de una gestión, como digo, y una apuesta decidida por la cultura, el turismo y la industria creativa como motores de desarrollo económico y social también en nuestra tierra. Hablamos de un evento de una dimensión extraordinaria. Como saben ustedes, se programaron más de trescientas horas de programación cultural y entretenimiento, a la participación de los principales estudios mundiales y la presencia de grandes figuras del cine, la televisión y del cómic, que son los que al final dan interés a eventos de esta naturaleza.

Actores como Arnold Schwarzenegger, invitado de honor, a Aaron Paul, protagonista de *Breaking Bad*, Natalia Dyer de *Stranger Things*, o Luke Evans, que interpretó a Gastón en *La Bella y la Bestia*, o a Girion en *El Hobbit*, por ejemplo, entre muchos. A los que sumaron también creadores del calibre de Jim Lee, director creativo de DC Comics, que es, por ejemplo, no sé si lo saben, pero es la empresa que tiene a Superman, a Batman, a los grandes cómics de superhéroes. Peach Momoko Ishida es una ilustradora de Marvel, la diseñadora Yaya Han, una de las mayores referencias del *cosplay* a nivel mundial, Nobuo Uematsu, compositor japonés, considerado pionero y referente en videojuegos, que es el creador de la banda sonora, por ejemplo, como el Final Fantasy.

Durante estos días, la Comic-Con convirtió a Málaga —y eso creo que también es un elemento que no se puede cuestionar— en un centro internacional de la cultura popular en todo el mundo, atrayendo visitantes y medios profesionales de España, de Andalucía, muchos, pero del resto de Europa y del mundo. Tuvimos la oportunidad de conocer personas que venían de Asia, de Oceanía, de América, incluso también de África.

Los primeros datos disponibles confirman una gran proyección de la celebración de este evento en Andalucía y una amplísima repercusión mediática, con más de 4.600 noticias publicadas en esa semana y una cobertura valorada en más de 66 millones de euros. Esto es decir, el valor de la publicidad no satisfecha por la Junta de Andalucía, es decir, la publicidad que se genera como consecuencia del evento, que no se costea y que tiene un impacto positivo en la marca Andalucía, 66 millones de euros solamente en esos cuatro días. Solo en el mes de septiembre se registraron más de 3.200 impactos en medios, lo que convirtió el evento del entretenimiento San Diego Comic-Con Málaga en el evento del entretenimiento más buscado en España y en Europa durante ese periodo. Esto ha significado en la práctica que Andalucía ha sido noticia en todo el mundo. Andalucía, la marca Andalucía, ha vuelto a lucir, a brillar en todo el mundo, y lo ha sido por su capacidad de innovar, por su capacidad de atraer un evento de esta naturaleza y por su capacidad de organizar también un evento de esta naturaleza.

La percepción del público también ha sido muy positiva, a pesar de que algunos hoy, supongo, tratarán de relativizar o incluso de ocultar el brillo y el impacto positivo de este evento. También le digo que las encuestas realizadas tras la celebración del evento reflejan que el 77 % de los encuestados conocía la Comic-Con de Málaga, me refiero a una encuesta a nivel internacional, y que el 88 % manifestó su intención de asistir a futuras ediciones de la Comic-Con, que, como saben, se han cerrado tres en total, se ha celebrado la primera. Y hay dos como mínimo que ya se van a celebrar también en Andalucía, amén de las que podamos, obviamente, trabajar a futuro para consolidar. El 84 % de los encuestados

cve: DSCA_12_565

considera que la Comic-Con beneficia al turismo local y refuerza la imagen de Málaga como una ciudad moderna, dinámica, culturalmente relevante, dentro del contexto de una región, Andalucía, que ya es conocida para la gran mayoría también. Estos datos evidencian que hay interés y una clara voluntad de continuidad de este evento y de la participación de esos encuestados, de esos fans, en las próximas ediciones del evento.

Durante los días de su celebración, la ocupación hotelera en la Costa del Sol, no solamente en la provincia de Málaga, sino en toda su área de influencia, se colocó en el 94 % y un notable incremento de la actividad en restauración, comercio y transporte, cuyas cifras ahora no les puedo avanzar, pero estarán en el balance definitivo que hará la organización en cuanto que tengamos los informes auditados y terminados. Tal y como exponen en la Asociación de Hosteleros de Málaga, el incremento de la facturación en el mes de septiembre está por encima del treinta por ciento respecto al mismo periodo del año pasado. Son resultados muy sólidos que reflejan la capacidad de atracción de un evento que moviliza a miles de visitantes y que, además, contribuye a diversificar la oferta turística más allá de la temporada alta.

El evento también ha supuesto un impulso muy importante para el tejido creativo y empresarial de Andalucía. Más de cien empresas andaluzas participaron en el *stand* de Andalucía, generando contactos profesionales, nuevas oportunidades de negocio y visibilidad internacional para sus proyectos creativos en materia de entretenimiento y también de audiovisual, relacionado con el mundo de la cultura pop y otros. En definitiva, las industrias a veces se solapan en algunas áreas. Una muestra clara del talento existente en nuestra tierra y de cómo la colaboración público-privada permite conectar la creatividad andaluza con el mercado global. Y eso se llevó a cabo en esos cuatro días en el *stand* de Andalucía, que estaba creado específicamente para atender a empresas andaluzas que se desarrollaban y que querían desarrollar nuevas oportunidades de negocio en el ámbito de la industria pop y de la cultura pop.

La Comic-Con Málaga, señorías, ha sido, como les decía, un reto descomunal. En ese sentido, quiero subrayar que —para que ustedes tengan absoluta tranquilidad, y lo digo para desmentir algunas de las noticias que yo creo que tendenciosamente se han lanzado al mercado, a la opinión pública en estos días—, en ningún caso, en ningún momento, se superó el 80 % del aforo total del Palacio de Ferias y Congresos. Siempre hubo un control de acceso y de aforos, de manera que cuando se estaba llegando al 80 %, que ni siquiera era el cien por cien, se producía un cierre temporal de la entrada y se gestionaban los flujos de visitantes para que hubiera nuevamente nuevas entradas.

Las incidencias relacionadas con las colas o con los tiempos de espera no se debieron a una sobreventa, como también se ha querido decir de forma tendenciosa, sino a cuestiones de organización interna, reparto de espacios y circulación de asistentes en una configuración del espacio que pudo ser mejor. Obviamente, no se tenía la previsión de que el espacio, por ejemplo, dedicado a los funkos, no sé si saben ustedes lo que son los funkos, algunas piecitas de coleccionistas, que se ponían a la venta, además, de forma absolutamente exclusiva en la feria o en la convención San Diego Málaga Comic-Con, pues alcanzaban unas colas que eran absolutamente imprevisibles. Todo eso generaba una situación de gestión de flujos más complicada que hizo que también se perjudicara la gestión de flujos. Por eso digo que, para ser la primera edición, hemos tenido un éxito notable, pero, obviamente, tenemos algunas cuestiones que resolver, sobre todo, en materia..., o la organización tiene que resolver, sobre todo,

cve: DSCA_12_565

en materia de gestión de flujos y de organización de espacios internos para que las colas y los accesos sean mucho más fáciles.

Estamos hablando de un evento de enorme complejidad logística, con una respuesta masiva del público y una primera edición, que nosotros la llamamos la edición cero, la edición de los fundadores, la llama la organización, como ocurre en cualquier gran acontecimiento, pues ha dejado aspectos que mejorar. Yo creo que hoy podemos pasar por cualquier gran evento del mundo, un partido de fútbol, por ejemplo, tiene colas en la entrada. Ayer pasaba por la Torre del Oro, y había una cola en la Torre del Oro para entrar, o en el Alcázar, que también son visibles las colas, o en la catedral. Bueno, estos son consustanciales cuando hay un elemento muy notable, muy importante, y hay mucha afluencia o hay una notable afluencia que supera las previsiones en ese sentido. No somos los organizadores del evento, hemos sido los promotores, los que nos hemos preocupado de que el evento venga a Andalucía, pero sí hemos sido aliados estratégicos para que la Comic-Con Málaga se desarrollara con éxito, para garantizar la presencia de la marca Andalucía y para que el impacto económico, cultural y mediático revirtiera en nuestra tierra. Nuestro papel ha sido, claro, apoyar, facilitar y coordinar, velando siempre por el interés general la transparencia y el buen desarrollo del evento.

La Comic-Con ha demostrado que Andalucía está preparada para albergar grandes eventos internacionales, como ya lo ha demostrado en eventos anteriores que ha puesto de manifiesto esta potencia, y ha evidenciado, además, que la industria cultural y turística puede ir de la mano, turismo y cultura, de una forma clara, generando actividad económica, empleo y proyección internacional.

Señorías, la Comic-Con ha sido más que un evento de ocio, y así lo hemos tratado. Ha sido una plataforma de promoción internacional, de una importancia, yo creo que internacional, mundial, global, que ha situado a Andalucía en el centro de la cultura pop y que ha contribuido a proyectar una imagen moderna, dinámica y diversa de nuestra tierra.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

Pasamos al turno de los grupos parlamentarios.

Tiene la palabra Por Andalucía, la señora Gómez.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Ahora me da no sé qué porque me van a decir tendenciosa, pero bueno, voy a arriesgarme. Las explicaciones sobre el desastre de la Comic-Con nos parecen necesarias, porque la imagen que se ha mostrado es de incapacidad de gestionar grandes eventos, que lo que hacen es poner en duda la imagen de Andalucía en el exterior. Y, miren, ¿saben cuáles han sido los principales problemas? Pues mala organización, colas interminables, que cuando se sabe el aforo que va a haber, pues que haya colas así es un

cve: DSCA_12_565

problema, que no han sido colas pequeñitas, que eso ha sido algo bastante más serio. Si creemos que ha habido sobreaforo, seré tendenciosa, ya me lo digo yo, falta de comida, de agua, porque no había fuentes, una gestión deficiente del espacio y del control del aforo. Y esto ha llevado a que muchas personas lo describan como una experiencia frustrante, que reportan, como les decía, largas esperas para entrar, pero también para ir saliendo y entrando en las distintas partes que constituían el recinto. Usted nos habla del éxito de público, de los millones de impacto que ha dejado en la ciudad, que a mí me encantaría saber cómo los calculan, porque yo no sé de dónde salen esas cifras que parecen una pasada, ni a qué bolsillos van tampoco, pero nos parece que la organización ha sido deficiente y ha sido lamentable. Y, además, ha habido dinero público, cuatro millones y medio. Usted se pone las medallas, pero ahora lo han organizado de manera privada. Hombre, vamos a ser responsables. El pasado Pleno usted dijo que había sido un éxito brillante, increíble, histórico, hoy también. Pero solo se habla de eso, del dinero que se ha ganado. Y a mí me preocupa que no estemos reparando en los problemas de seguridad que se podrían haber producido en un evento de esa magnitud, y yo sí se lo digo, claro que estaban mal organizados, y es que, además, las entradas se vendieron con mucho tiempo, con lo cual no ha sido ninguna sorpresa. Cuando se anuncia el aterrizaje de la San Diego Comic-Con en Málaga, gracias a la licencia obtenida por esta empresa, se decía que se había limitado el aforo a 45.000 personas. Eso decía Javier Barberá, el director ejecutivo. Aquel mismo día, las administraciones públicas ya hablan de 60.000 personas. Además, entradas a un precio de 50 euros, que parece que van a subir a 80 para la próxima edición. Se vendieron en apenas una hora. Así que, finalmente, la organización decidió duplicar el número y se sacaron a la venta 120.000 tiques. Yo no sé si esto es tendencioso o no, esto es información que hemos encontrado y nos gustaría saberlo. Se habla de 45.000, luego de 120.000. Si todas hubieran cabido, no hay problema, porque esto va bien y la gente quiere entrar y, aunque sean a 50 euros, se compran. Pero, hombre, 30.000 asistentes diarios previstos desde hace tiempo, porque hemos visto que la inmensa mayoría de las entradas ya estaban agotadas, por lo que las excusas de que las expectativas se han superado, se superaron hace meses cuando se vendieron, pero no cuando llega el momento, y hay problemas de gestión. El límite del aforo del Palacio de Ferias donde se congregaba, pues era también muy justo y ha habido problemas de colas al sol, falta de sombras —que no es una tontería, con el cambio climático—, escasez de fuentes con agua, que el primer día solo había una, ya el sábado se instalaron algunas más.

En fin, a nosotros nos parece que esto se puede tildar de caos, que no es lo mismo que éxito, caos. Entonces, estamos hablando de más de quinientas reclamaciones ante FACUA, una recogida de firmas *online* exigiendo la devolución del dinero por fraude, ya que —se lo digo otra vez— echar el dinero a los organizadores, cuando venimos a sacar pecho de lo bien que ha ido, y hay cuatro millones y medio de dinero público, consejero, algo tendrá que decirnos.

Organizadores, por cierto, una empresa con un capital de 9.000 euros y menos de un año de vida, eso ya raro, no: rarísimo. No me extraña que vaya regular, porque, claro, supongo que mucha experiencia en la gestión de estos asuntos no tienen. En consecuencia, no me voy a detener en estos problemas que ya les he dicho, no me voy a alargar en ellos, pero las opiniones coinciden. El evento ha sido tachado por la mayoría de los asistentes como decepcionante. Una mala copia de la edición americana, dicen algunos,

cve: DSCA_12_565

también tendenciosos, seguramente. Así que nosotros no tenemos dudas de que ha sido histórico, eso parece, que histórica será la próxima para usted, que no hacen autocrítica, pero, señor consejero, hay que hacerla porque no ha sido el éxito que ustedes, y que usted en concreto, hoy, nos está vendiendo.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Gómez Corona.

Pasamos al Grupo Parlamentario Vox en Andalucía, el señor Sevilla.

El señor SEVILLA RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Consejero, lo de la Comic-Con en Málaga no ha sido un hito cultural en esta edición cero, como nos acaba de decir. Ha sido más bien un fiasco, organizado con 4,5 millones de dinero público y una avalancha de quejas de consumidores. Si el Gobierno quería precisamente ese prestigio de organizar este evento en Europa, en concreto en Málaga, han conseguido justo lo contrario, miles y miles de quejas en redes sociales, mal nombre, mala reputación. Yo no sé a quién le ha preguntado para saber ese dato que nos acaba de dar de que el 84 % está contento. Menos mal que este desprestigio no se imputa a la ciudad, sino más bien al Gobierno de la Junta de Andalucía. Queremos que haga su Gobierno autocrítica, qué ha fallado, que si hubo descontrol de aforo, precio abusivo, prohibición de entrada con agua y con alimentos, prácticas denunciadas formalmente por considerarse con restricciones injustificadas de derechos del consumidor, colas, pésima atención, todo un despropósito. Eso sí, los chicos del PP, como siempre, con su foto de superhéroes y, como siempre, hablando de hito histórico, pero lo histórico ha sido la escena de familias al sol, con niños esperando horas, pese a tener una entrada y gente que pagó y no pudo acceder. ¿Hubo supervisión pública para evitar este caos? Y luego vamos a hablar de los números. El Ayuntamiento de Málaga aporta 800.000 euros a través de Promálaga. El resto, la Junta de Andalucía, con 4,5 millones. O sea, hay unas preguntas que deberían contestarse, consejero. ¿Cuántas entradas se vendieron por día? ¿Cuál fue el aforo por día, por la jornada? ¿Cuántas hojas de reclamaciones se han recibido? ¿Cuántos expedientes sancionadores se han incoado ya por las colas, por el aforo, por los precios, por esas restricciones? ¿Quién ostenta realmente esa licencia de explotación en Málaga? ¿Bajo qué condiciones se controló que no fuera una copia barata, como le están acusando de ser, de lo de San Diego? ¿Qué medidas de devolución y compensación van a exigir de oficio a esa organización para los afectados que pagaron la entrada y no han podido disfrutar? Es decir, mucho dinero público para un desastre de organización, consejero. Nos dice ahora que el impacto en medios ustedes lo están valorando en 66 millones de euros. Hombre, yo creo que deberían valorar también el impacto en redes sociales y restárselo a esos 66 millones de euros, porque sería importante saberlo.

En definitiva, pedimos transparencia total de contratos, de cifras, sanciones ejemplares. Si hubo sobreventa, porque no pedimos nada raro, consejero, la Junta de Andalucía, a través de sus inspecciones,

cve: DSCA_12_565

su servicio de inspección, eso a cualquier autónomo de Andalucía, a cualquier empresa lo freirían, consejero. Así que, consejero, sobre todo queremos saber también si hubo fallos en la seguridad que pudieran poner en riesgo la integridad física de los asistentes.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene el turno de palabra el Partido Socialista, la señora Aguilera.

La señora AGUILERA GAMERO

—Gracias, presidenta.

La verdad es que, señor consejero, es difícil sentarse aquí y defender su gestión sin una pizca de autocrítica.

Usted sabe perfectamente que durante estos días se han viralizado en todas las redes sociales comentarios —yo no sé si tendencioso o no—, pero lo cierto es que comentarios muy críticos contra la gestión que ha llevado a cabo su consejería. Le ha valido el sobrenombre, y todo lo hemos leído, de la Colacom, la Comicrins, en fin. No quiero profundizar y seguir metiendo el dedo en la llaga, porque creo que al final todo esto repercute negativamente en la marca Andalucía. Lo cierto es que ha habido muchos creadores de contenidos que han hecho críticas, que han hecho balances —unas más apasionadas, en función del tiempo que hayan esperado en las colas al sol, y otras un poco más sosegadas—. Y yo me voy a quedar con una de ellas, que decía que esta edición de la San Diego Comic-Con en Málaga ha sido el mayor fracaso de todos sus éxitos o el mayor éxito de todos sus fracasos. No sabía el hombre cómo iba a calificar ese desastre organizativo. ¿Y dónde ha estado el problema? El problema ha estado, como siempre, en las expectativas que ustedes generan en la población. Y las expectativas generadas, menos la realidad que han obtenido los que han visitado ese evento, es igual a la frustración, una frustración de tamaño desproporcional. Lo que debería haber sido un escaparate internacional del talento, de la creatividad y de la cultura se ha convertido en un escaparate internacional del caos, del descontrol y de la desorganización. Y este desastre organizativo, en algunos casos, se podía haber previsto. Como ya han comentado algunas de las personas que me han antecedido en el uso de la palabra, se sabía el número de visitantes que iba a tener; de hecho, se ampliaron los metros, pero se ampliaron en el patio. ¿Qué pasa? Que no se previó de ninguna de las maneras dotarlos de mayor contenido, ni poner más carpas, ni hacer que los flujos fluyeran de una manera más adecuada. Todo esto, como le digo, se podía haber previsto con gestión, no hubiéramos tenido esas colas interminables bajo el sol, el aforo no hubiera estado desbordado —algunas veces incluso se han denunciado situaciones de peligro que se han vivido dentro—, los precios han sido denunciados como abusivos, la prohibición de entrar con agua y con comida, generando así consumidores cautivos, ha sido incluso denunciada por la FACUA. Y, bueno, las imágenes de las colas de personas que, primero, tenían que lograr entrar, para conseguir la hoja de reclamación y firmarla. La verdad es que eso ha sido un espectáculo absolutamente lamentable.

cve: DSCA_12_565

Y yo quisiera hacerle la primera de las preguntas y es: ¿van ustedes a resolver esas reclamaciones que han puesto los visitantes?

En fin, como resultado: un bochorno público, un descontrol y, lo que más nos tememos, la pérdida de confianza en la gestión de su consejería. Nos ha comentado usted que ha habido 3.200 impactos en medios. Mucho me temo que esos 3.200 impactos en medios no hayan sido positivos, sino negativos.

Y otra de las cosas con las que nos sorprendió usted es que trató de atajar la polémica diciendo que había tenido la Comic-Con un impacto directo en Andalucía de 50 millones de euros. Y yo le pregunto: ¿en base a qué estudio, en base a qué memoria técnica? Si usted mismo acaba de reconocer que no tiene ningún dato, que todavía no puede hacer siquiera un balance. Así que, díganos usted si va a contratar una auditoría para que tengamos una memoria técnica de cuál ha sido ese impacto directo que usted ha situado en 50 millones de euros o no lo va a hacer y nos vamos a tener que creer lo que nos diga.

Lo que sí que tenemos constancia es que se han gastado más de cuatro millones y medio de euros de dinero público. Tres millones y medio de la Junta de Andalucía —tres millones directos a través de la Empresa de Gestión del Turismo y del Deporte, medio millón a través de la Agencia Digital— y un millón de euros del Ayuntamiento de Málaga. En fin, a los malagueños les ha salido un poquito más caro.

Y, sin embargo, la empresa se queda con todo: con los ingresos de taquilla, con el *merchandising*, con los estands, con los ingresos que genera la comida, la bebida... En fin, que los andaluces ponemos el dinero, la empresa cobra, saca los beneficios, y los visitantes esperan bajo el sol.

Yo creo que esto es un reflejo más de su modelo turístico, que está siempre obsesionado con las cifras en lugar de estar obsesionado con la gestión.

Es cierto que usted ha tenido un éxito en titulares, pero no es un éxito real. Y, una vez más, se debe a la ausencia de planificación, de sostenibilidad y de calidad. Porque cuando se confunde la cantidad con la calidad, el resultado es siempre el mismo: un éxito en titulares y un fracaso en la realidad.

Así que nos tememos mucho las consecuencias y el daño reputacional que haya podido sufrir la marca Andalucía, la pérdida de credibilidad organizativa y el riesgo de que la Comic-Con se traslade a alguna otra ciudad. Esto me lo podrá responder usted, que conoce el contrato que ha firmado, pero lo cierto es que entre la prensa del sector hay rumores de que se puede trasladar a Madrid o a Barcelona. Espero que esto nos lo aclare. Porque es cierto que Andalucía puede organizar eventos de gran formato como este, pero, claro, si se pone en riesgo la capacidad organizativa, es bastante difícil.

Por lo tanto, le exigimos un poquito de responsabilidad, un poquito de autocrítica, menos camisetas de superhéroe y gestione usted con un poquito más de rigor.

Gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra ahora el señor Oblaré, del Grupo Parlamentario Popular.

cve: DSCA_12_565

El señor OBLARÉ TORRES

—Muchas gracias, señora presidenta.

Consejero, los éxitos históricos también se convierten en histeria histórica de la oposición. Es decir, que hay una reacción, efecto reacción. Porque el otro día en Cultura tratábamos de una PNL, de la *blackface*, porque el presidente de la Junta de Andalucía va a salir de Rey Baltasar pintado de negro y tal. Esa cara negra o esa cara triste, esa *face* de la Andalucía antigua o de la *resignation face*, porque Andalucía no aspiraba a nada, pues ahora ha cambiado. Ahora en Andalucía todo es posible. En esta Andalucía se apuesta por grandes eventos y se consiguen. Y eso se consigue gracias al trabajo. Y son éxitos. Y es verdad que esos éxitos también hay que valorarlos y hay que hacer autocrítica. Yo he escuchado al señor consejero hacer autocrítica.

Es un evento que, desde el año 70, de los cuatro eventos potentes que hay en Japón, en Francia o los hay en Estados Unidos, sobre este personal tan friki —porque además es un personal que te sorprende—; que si uno no los conoce o no los ve con las ganas, con la ilusión que van a esos eventos, con todo lo que genera, y con todo lo que genera a nivel turístico, sobre todo de esas generaciones Z o *Millennial*, pero, sobre todo, que genera en todo el globo... Era todo el globo mirando a Andalucía, mirando a Málaga, en un evento que, desde el año 70 —ya le digo, 55 años—, no había salido de Estados Unidos.

Pasó lo mismo con los Latin Grammy. No habían salido, —los Latin Grammy— desde que se pusieron en marcha y vinieron a Andalucía.

Eso dice algo, dice algo de que Andalucía es un pueblo de atracción de esos grandes eventos. Pero que, además, tiene un Gobierno, y esta consejería, que es capaz de traer esos eventos y de que todo es posible; que no nos ponemos barreras. Y lo decía mi compañero de Los Palacios. En Los Palacios ya se está acuñando el término ese de que «el que quiera que nos empate». Campeones del mundo futbolistas, campeones del mundo en motociclismo... Es decir, el que quiera que nos empate, es decir, que el que quiera apostar por grandes eventos en esta comunidad, que nos empate. Yo no quiero que nos ganen, pero que apuesten. Y después podemos decir, oye, este evento... Estamos hablando de un número de atracción mundial, y lo ha dicho el consejero, que está al nivel del último San Diego que se hizo en San Diego con 140.000 visitantes, una cosa así; que son muchas veces los mismos visitantes, un día tras otro, que son las mismas personas.

Es verdad que a nivel organizativo, pues ellos mismos, al poner los talleres... Los mismos Funkos, los mismos Funkos que ponían a primera hora; que son estas imágenes, que ellos hacían una especial, 300 la tirada por la mañana, se mataba la gente por eso. Es una afición que es desbordante. Y solo el que lo conoce, o el que lo vive, o el que lo sufre por su hijo, porque no lo conozca personalmente, sabrá, lógicamente, de esas expectativas y de esa atracción que tienen este tipo de eventos y, lógicamente, ese tipo de personajes que ellos vienen y siguen y, lógicamente, admiran.

El ayuntamiento reconoce que el Palacio de Ferias y Congresos ya tiene unos espacios limitados. Tiene que crecer. Y en ese tipo de eventos, y ya se han vivido algunos eventos anteriores, como la Freakcon o como Gamepolis, que también han generado ese tipo de problemas, pero más bien por el tipo de organización, por los eventos, por los talleres, por el reparto de los espacios a las entradas, que es lo que ha

cve: DSCA_12_565

generado, lógicamente, esas incomodidades, que es verdad que hay que reconocerlo, y, lógicamente, ahí tienen esa posibilidad de esos recursos a través de Consumo y, lógicamente, se atenderán.

Yo creo que, poniendo en una balanza el hecho histórico, el evento histórico de que esto venga a España, venga a Andalucía, venga a Málaga... Ha sido, lógicamente, un hecho que en toda Europa ha sido una atracción, pero como ha dicho el consejero bien, han venido de todos los países, y yo creo que se mejorará en las próximas ediciones, que, lógicamente, se trabajará para que el espacio sea mejor organizado —eso es cuestión de los organizadores y de cada una de las actividades que hacen—...

Pero yo creo que podemos quedarnos con una conclusión: no pueden ponernos límites a Andalucía. Vamos a seguir trabajando y atrayendo este tipo de eventos, porque, lógicamente, se apuesta por Andalucía, y Andalucía es un referente de buena organización y de unos resultados como son estos.

Y yo creo que, en ese sentido, lo que tenemos que hacer es hacer hincapié en que, lógicamente, los organizadores mejoren en su organización y que desde la Junta de Andalucía se siga apostando porque sigamos siendo referentes en el mundo de este tipo de actividades.

Nada más y muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Señorías, la verdad es que hoy tenía la duda de si definir este evento, este hito, como un rotundo éxito o como un éxito descomunal. No sabía cuál de las dos palabras utilizar, pero, vamos, viendo sus reacciones de hoy y sus críticas, me quedo con la segunda. Ha sido un éxito absolutamente descomunal. Descomunal a la altura del reto que supuso este evento. Y lo he dicho cuando ustedes me critican porque no he tenido la suficiente autocrítica.

Pues he de decir que nosotros, como promotores del evento, estamos absolutamente convencidos de que ha sido un evento exitoso. Los organizadores del evento lo están analizando.

Claro que tenemos datos, señora Aguilera. Tenemos datos, porque cada uno de los eventos que nosotros promovemos, cada uno de los eventos que promovemos, son analizados *ex ante* y ex post para valorar, primero, la idoneidad del evento y cuál es su previsión de impacto en nuestra tierra en todos los sentidos; y, después, posteriormente, cuáles son los primeros resultados en una valoración, digamos, previa, que está a expensas de una definitiva, que es la que le he anunciado antes que se va a producir por el organizador del evento cuando haga balance definitivo del mismo, pues me parece que será la semana que viene que han anunciado. No es cierto, y quiero dejarlo claro para que no queden sus palabras ahí sin contestar, no es cierto que nosotros no hayamos tenido la valoración del evento. En su primera instancia, la valoración fue, por parte de nuestra auditoría, en el día mismo de celebración del último día

cve: DSCA_12_565

del evento, de más de 50 millones de euros de impacto directo. Creo que, después de la valoración definitiva, la cantidad será muy superior a esta.

En cualquier caso, señorías, ha sido un reto descomunal. ¿Y eso, qué implica? Pues, implica que hay cuestiones que mejorar. Pero, obviamente, hemos sido capaces de atraer un evento internacional a nuestra tierra. Y, por cierto, está firmado por tres años en Andalucía, y ya podrán quererlo otras comunidades u otros destinos en Europa o en España, que, por lo menos durante estos tres años, está asegurado en Andalucía. Y, teniendo en cuenta las palabras del CEO de Comic-Con, de su fundador en San Diego, David Glanzer, estos tres años pueden ser solamente el inicio de los próximos diez, porque él quedó realmente impactado en positivo de lo que había sido esa edición y de la capacidad de coordinación y colaboración administrativa, más allá de las cuestiones que, como digo, son enunciadas en elementos de mejora que tienen que ver con organización interna, con reparto de espacios, con circulación de asistentes por las zonas allí determinadas.

Pero es muy importante que no generemos y que no insistamos en una cuestión que es falsa, y es que en ningún momento se superó el aforo total del recinto. Un aforo que, además, fue aumentado, y esta parte del aumento no se contabiliza en el aforo que yo les he comentado, se fue aumentado en otros 20.000 metros cuadrados más, que eran externos y que tenían sus zonas de carpas y estaban perfectamente adecuadas para esas cantidades. Pero el aforo del Palacio de Congresos de Málaga, que son 25.000 personas, nunca se vio..., en ningún momento se vio superado. La cantidad que nos indica la organización es que estuvo como máximo al 80 % de ese aforo, sin contar con los 20.000 metros cuadrados que se produjeron, o que, digamos, se crearon al margen en la zona de aparcamientos cercanos al recinto ferial de Cortijo de Torres, que los que estén en Málaga o hayan ido a Málaga a la feria sabrán a qué me refiero.

Señora Gómez, esto es simplemente una apreciación técnica. Confunde usted entradas vendidas con asistentes y, además, con el aforo, debido a que en este evento no es un evento cerrado. La gente no entra, está y después se marcha cuando termina el partido, sino que entra y sale. Hay una rotación. Se calculan las rotaciones en función de los tiempos medios de estancia calculados para el evento durante 55 años de experiencia, lo que los americanos no podían valorar en ese sentido, porque durante 55 años la estancia media de un americano en la exposición era de una hora y media, y la de los españoles superó las tres horas. ¿Por qué? Porque era la edición cero, porque se había generado mucha expectativa o por lo que fuera. Pero en ningún caso se superó el aforo, y estos datos van a ser concretamente valorados por la organización y facilitados por la organización, y en ningún caso se produjo tampoco ninguna situación de peligro real sobre ninguno de los asistentes. Había suficiente seguridad y suficientes medidas y salidas de emergencia en todos los sitios, porque el Palacio ya las tiene, y la propia organización las había validado para que eso no ocurriera.

No sé si podemos hablar de caos con esa referencia que usted me ha dicho. Dice: «¿Ha habido más?». No, ha habido, ha dicho usted literalmente, 500 reclamaciones. Vamos a considerar que solamente hemos tenido 96.000 asistentes, que son las entradas que se vendieron. Había algunos más porque, también el *staff*, los empresarios que allí estaban, el grupo de restauración, los vigilantes, no sé cuántas personas son, pero pongamos que 96.000 o 98.000, 500 reclamaciones sobre 96.000, pues no

cve: DSCA_12_565

son especialmente muchas, pero son importantes. Todas las reclamaciones van a ser tenidas en cuenta y van a ser respondidas por la organización, que tiene ya un equipo jurídico y legal trabajando en esa materia, como debe ser y como así le hemos dicho que hagan.

Nosotros, como promotores, tenemos todo el interés de que esto sea realmente valorado como lo que ha sido, como un éxito, y que en próximas ediciones podamos resolver o podamos reorientar algunas de las cuestiones que han sobrevenido y que nos han hecho mejorar. La organización, como le digo, va a responder a cada una de las quejas recibidas. Algunas de las quejas recibidas no son quejas. Yo he leído algunas de ellas, no sé, pues algunos cientos que me han pasado copia, y algunas simplemente son: oye, pues he tenido que esperar una cola, pero la verdad es que magnífico, enhorabuena, y nos vemos el año que viene. Eso decía una de ellas, ya me acuerdo, y usted ha citado una que no le gustaba, pues yo he citado una que me llamó la atención. He tenido que esperar, igual que pasó en San Diego, pero, oye, enhorabuena, me ha encantado. Pues, mira, eso es una queja que se ha recibido.

No todas las quejas tenían que ser inscritas en una mesa de quejas que hay en todos los eventos que se hacen en cualquier parte del mundo, sino que, gracias a Dios, aquí tenemos la posibilidad, y la mayor parte de las asociaciones de consumidores y usuarios tienen un registro *online*, o sea, que se pueden hacer las quejas entrando en la plataforma por la página web. Pues, 500 reclamaciones, señorías, son las que se han recibido aproximadamente. Si no son 500, son 497 o 514 más o menos. No tengo el cuenteo total. Hablamos de 500 con carácter genérico. Y creo que es una cifra que, sin querer menospreciar ninguna de las situaciones que se haya producido de incomodidad o de queja por cada uno de los visitantes que hayan llegado, creo que merece la pena, sobre todo, no insistir en que ha habido caos porque hemos tenido un número de reclamaciones.

La verdad, señoría, es que también... Déjenme darles un dato, presidenta, si me permiten, porque me parece especialmente relevante. Son 56 las empresas andaluzas que participaron directamente en el evento. No me refiero a las 100 empresas que estuvieron dentro de la zona de Andalucía en esos intercambios, en esas mesas de trabajo con creativos y con empresas internacionales del mundo del cómic y del mundo de la cultura pop. Me refiero a 56 empresas que participaron en la organización del evento y en la realización del evento, en la ejecución. Esas 56 empresas trabajaron con una facturación conjunta, solamente esas, a los dos millones de euros. Es un impacto que también forma parte de esas ganancias de lo que también se hablará. Y un alto número de personas fueron empleadas en el evento.

Tenemos también un balance final de las mismas, pero, por ejemplo, en lo que se refiere al Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, ellos crearon 788 empleos temporales solamente para atender el evento en los días previos, durante el evento y los días posteriores. Son 788 trabajos de andaluces que pudieron emplearse en la Comic-Con de Málaga. Bueno, son cifras que serán, como digo, redondeadas y serán confirmadas en el balance final que hará la organización. Pero me reafirmo en que es un evento, es un reto descomunal para nosotros, ha sido, para la organización también, pero ha sido un evento exitoso, y que nos dará nuevas fórmulas de mejora para los años siguientes en estos trabajos que estamos haciendo de valoración.

Gracias.

cve: DSCA_12_565

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002174. Pregunta oral relativa a la campaña de turismo de verano en la provincia de Almería

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos ahora al turno de preguntas. Y empezamos por la pregunta con ruego de respuesta oral en comisión, relativa a la campaña de turismo de verano en la provincia de Almería.

Tiene la palabra la señora Gómez Corona, del Grupo Parlamentario Por Andalucía.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Mire, hoy traemos aquí una provincia de Andalucía oriental, de estas que no tienen tantos vuelos internacionales, que no tienen tantos grandes titulares, que no celebran grandes fiestas, grandes ferias, pero que, según ustedes, gozan de toda su atención y todo su apoyo.

En el caso de Almería, los datos podríamos pensar que son buenos, porque el tercer trimestre del año ha acabado con un 83 % de ocupación hotelera, mejor que en 2024, y, en general, en verano han dado el 90 %, si los datos que tengo son ciertos. Aunque levemente, pero el aumento de la ocupación sube de manera constante. Y si en agosto fue del 85 % el año anterior, este año es ya del 87 %. Siete buques han visitado Almería, de esos que a nosotros nos gustan menos, pero que a ustedes les encantan, ¿no?, de estos llenos de cruceristas, etcétera.

Por tanto, los números que le gustan a la consejería van relativamente bien. Pero, claro, ¿qué es lo que pasa en Almería? Pues que no tenemos turistas de esos asiáticos de lujo, que van y gastan tan alegremente, como tenemos en la zona más occidental. Según los hosteleros —y aquí es donde voy a centrar la pregunta—, el verano no ha sido mejor que el del año 2024. Y, de hecho, ha sido peor. Les preocupa esa tendencia que se está instalando en el turismo de Almería, y es que tiene un turismo principalmente nacional, mucho andaluz también, y ha sufrido un estancamiento, y se basa básicamente en ofertas de última hora. Y lo que se aprecia es que se ha gastado menos que en campañas anteriores, según la Asociación de Hosteleros. Ha habido un descenso de cifras en general. Esto se debe, pues, básicamente a que hay un incremento en los precios, que estamos sufriendo todos, y que el turista nacional acaba sufriendo más que el turista internacional, ese de lujo que viene y que le cuesta menos.

En consecuencia, ha habido una reducción en la capacidad de consumo de los clientes del mercado nacional, que le decía, a ellos le sumamos el 7 % del incremento del precio hotelero en Andalucía. Como aquí en esta consejería nos preocupa tanto, tantísimo, que vengan tantos miles, millones de turistas internacionales, de lujo, etcétera, yo quiero preguntarle ahora si, por parte de su consejería, tienen pensado, pues, de alguna manera, ocuparse en recuperar la competitividad de esas provincias orientales que tienen un turismo, pues, menos exótico, más nacional, más andaluz, y mitigar el impacto que la

cve: DSCA_12_565

subida de precios, sobre todo, está teniendo sobre las posibilidades reales, de nacionales y andaluces y andaluzas, para hacer turismo.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Señor consejero...

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, presidenta.

Señoría, la verdad es que creo que el turismo en Andalucía es muy diverso, y tenemos provincias y tenemos destinos para todo. Hay destinos litorales que tienen un perfil de cliente, un perfil de turista, diferente al que tienen otros en el interior; las capitales culturales tienen otro, y esto forma parte también de esta ecuación que tratamos de gestionar, y de gestionar estacionalidades también, para que haya un negocio rentable, para que haya un turismo permanentemente sin estacionalidad en todos los meses del año y en todos los territorios.

Andalucía tiene muchos destinos. Uno de ellos es Almería, tanto el litoral como la capital como el interior, y tratamos de gestionarlo conforme a esos parámetros que le he dicho.

Y quiero dejarle algo claro desde el principio. Los datos, esos datos que a usted parece que le molestan, esos datos son certezas. Yo manejo datos y parece que eso les molesta a ustedes. No, los datos no necesariamente van en contra de la cualidad. La cualidad y los datos están íntimamente ligados. Es una forma de contar, una forma de tener en cuenta elementos concretos y elementos objetivos que nos permiten mejorar, que nos permiten hacer seguimientos y mejorar.

Los datos del verano aún no son definitivos, porque nosotros tenemos datos provisionales hasta el mes de agosto y, precisamente, hasta el mes de noviembre, posiblemente, no tendremos los datos del IEA, que son los datos andaluces de referencia, para cerrar el verano. Y será, más o menos, por los primeros días de noviembre.

Pero el balance que hacemos y las cifras que nos muestra Almería hacia el mes de agosto son positivas y son estables. La campaña de verano, con los datos que disponemos, ha sido sólida, ha sido equilibrada y con crecimiento en viajeros, empleo y con actividad también. Hablamos de una provincia que diversifica su oferta con turismo del interior, naturaleza, gastronomía, deporte, entre otras cuestiones en las que hay un posicionamiento muy claro y muy competitivo por parte de Almería.

Hasta el mes de agosto, los establecimientos ulteriores de Almería han recibido un 3,1 % más de viajeros y un 1,8 % más de pernoctaciones que el año pasado. Y el turismo nacional sigue impulsando la demanda, con un incremento del 4,2 %, y el internacional se mantiene estable. Me parece que es una posición, yo creo que positiva, para Almería.

Mire, durante este año, Almería ha estado presente en campañas de promoción internacional en Francia, Alemania y Reino Unido. Se ha potenciado el turismo náutico, gastronómico, deportivo, de na-

cve: DSCA_12_565

turaleza... La relación que tenemos con los empresarios almerienses es absolutamente cercana y de forma muy frecuente.

Y, por lo tanto, estamos resolviendo, prácticamente, de forma secuencial todas las demandas o todas las expectativas que ellos nos plantean en cuanto a su modelo turístico en Almería.

Y, básicamente, nos centramos en esa diversificación que le he comentado. Almería crece, se consolida y genera empleo en nuestro modelo. Y, por lo tanto, estamos muy satisfechos con el esfuerzo que se está haciendo y con la marcha de Almería en el modelo turístico andaluz y su aportación al modelo turístico andaluz.

Gracias, presidenta.

Gracias, señoría.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002175. Pregunta oral relativa a la rehabilitación de las Reales Atarazanas de Sevilla

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, también en este caso de Por Andalucía.

Tiene la palabra, de nuevo, la señora Gómez Corona.

La señora GÓMEZ CORONA

—Gracias, señora presidenta.

Hablamos ahora de la rehabilitación de las Reales Atarazanas de Sevilla, consejero, que no ha sido un proceso fácil, que no está exento de polémica, pero que parece que por fin ve la luz y llega a su fin, esperando su apertura, que parece que va a ser para 2026.

Esta obra es verdad que no ha suscitado, digamos, el acuerdo de todos los sevillanos y son del gusto de todos los sevillanos. Casi 32 años de obras, prácticamente, desde 1993. O sea, heredada de la Administración anterior, cuando la Junta se hizo cargo del edificio y que al final solo se ha podido finalizar cediendo un edificio tan emblemático a la gestión privada de la Fundación Cajasol, quien lo va a ultimar.

No podemos olvidar que las obras están todavía judicializadas por parte de ADEPA, que aporta muchas quejas de cómo se han realizado y, sobre todo, de la opacidad a la hora de indicar cuál iba a ser el destino final de ese edificio. Algo que ya le reclamamos en esta comisión hace un tiempo: ¿cómo se podía rehabilitar un espacio sin tener en cuenta el uso final?

Parece que no se sabía o no se contaba. Y ahí ha habido mucha opacidad y muchas dudas por parte de sectores culturales importantes de la ciudad. El edificio tiene tres plantas, la baja parece que va a acoger eventos y visitas, además de espectáculos y otras actividades; la entreplanta, para exposiciones temporales, y la planta alta, que va a ser un núcleo tecnológico, con salas de proyecciones o de realidad virtual.

Más allá de las dudas que se puedan tener en algunos sectores sobre si se adapta ese tipo de contenido al entorno, lo que queremos saber que si se han invertido 20 millones de euros en su rehabilitación, no ha sido suficiente, parece ser, para asegurar una intervención sin problema. Y en 2016 tuvimos un primer revés judicial contra el plan de rehabilitación. Ha habido problemas —lo sabe— con el antiguo Hospital de la Caridad. Han salido muchas fisuras, se ha tenido que gastar mucho dinero, 1.700.000 euros. Las reparaciones, finalmente, ascienden a la cifra de 2,6 millones.

Y no piense que no nos alegramos de la recuperación de un edificio como este, todo lo contrario, estamos deseando tenerlo abierto y poder visitarlo. Pero entendemos que esta consejería, su consejería, tendrá una idea del impacto que puede tener ese edificio en el turismo de la ciudad, estando encuadrado, además, en el barrio del Arenal, en el eje formado por la Catedral, el Archivo de India y el Alcázar.

Por ello, nos gustaría conocer su opinión sobre las obras, los problemas que no han sido resueltos, y que nos aclare, si puede, el uso final del edificio y cuál es el impacto previsto en el turismo de la ciudad.

Muchas gracias.

cve: DSCA_12_565

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Bueno, pues, ¿cómo valoro la rehabilitación de las Atarazanas? Pues como un granito de la cultura y de la planificación urbanística de la ciudad de Sevilla y de Andalucía.

Yo creo que Sevilla —estaremos todos convencidos— ha recuperado un espacio que llevaba más de treinta años para volver a la vida en Sevilla. Además, es un espacio muy céntrico que demandaba una actuación inmediata, pero ha tenido que llegar el Gobierno de Juanma Moreno para que este proyecto se llevara a la realidad.

Le gustará a usted o no, pero es así. ¿Quién estaba en el Gobierno cuando se ha cometido la ejecución de este proyecto finalmente? Pues el señor Juanma Moreno y todo su equipo de Gobierno.

La verdad es que las Atarazanas vuelven a ser hoy un espacio de futuro, una joya para nuestro patrimonio, para la ciudad y para Andalucía. Lo cierto es que habla usted de una inversión de más de 20 millones de euros, y es cierto, pero ese edificio tenía un acuerdo previo que tenía dos líneas de acción. La primera, una aportación de la Fundación La Caixa de unos 14 millones de euros, más o menos, aproximadamente, que son parte de esos 20 que se han invertido. Algunos tienen que ver con la actuación, por ejemplo, con los acuerdos o desacuerdos con ADEPA, que durante un tiempo estuvo formando parte —bueno, prácticamente desde el principio—, como mandan los cánones, porque no deja de ser una entidad que aporta una visión de conservación del patrimonio, y había que tener en cuenta una serie de parámetros. Se siguieron conforme a lo que su señoría el juez, en este caso, mandó, como que había que obligatoriamente seguir y se necesitaron unas inversiones adicionales que las acometió la Junta de Andalucía.

En total, como le digo, ha sido una inversión importante, pero con una colaboración público-privada.

En ese mismo acuerdo, el Gobierno anterior había acordado que la gestión de los contenidos de ese continente, de esas Atarazanas, siendo el continente propiedad de la Junta de Andalucía y, por lo tanto, siendo su competencia la restauración y la rehabilitación, como ha quedado —que ha quedado maravillosamente—, pues el contenido ya ha sido, digamos, de alguna manera, contratado a través de la Fundación Cajasol. Y la Fundación Cajasol, en unas declaraciones, no hace demasiados días, por parte de su presidente, ha hablado perfectamente. Yo creo que usted sabe perfectamente cuáles son los contenidos que está previsto tener allí. De todas formas, se los repito utilizando sus propias palabras, que son las que usted ha resumido. Serán tres ejes principales los que se recojan en ese contenido: la relación entre España y América, la historia de Sevilla y la historia de las propias Atarazanas como un edificio singular a lo largo de la historia de Sevilla y de Andalucía.

«Vamos a dar un impulso» —decía él— «a las relaciones entre España y América. Este va a ser uno de los proyectos culturales más relevantes de España en el siglo XXI. El año 2026 será el año de las Atarazanas, porque será cuando se prevea abrir las exposiciones ya permanentes y habrá salas tam-

cve: DSCA_12_565

bién para exposiciones temporales, para diferentes cuestiones. Y será un puente de unión y diálogo con América, un lugar de historia y tradición, pero también para las nuevas tecnologías».

Porque algunos de los elementos que se van a utilizar van a ser elementos de alta tecnología, yo creo que tiene que ser, consecuentemente, con la época histórica que vivimos. Será un laboratorio de conocimientos. Y todo eso lo ha destacado el señor Pulido, que es el presidente de la Fundación Cajasol, que tiene encomendado por contrato —no de esta Administración, sino de administraciones previas— la gestión de esos contenidos.

Gracias, señoría.

Gracias, presidenta.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002200. Pregunta oral relativa al paro estacional del sector del turismo

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta, en este caso del Grupo Socialista, relativa al paro estacional del sector del turismo.

Tiene la palabra el señor Sánchez Escudero.

El señor SÁNCHEZ ESCUDERO

—Muchas gracias, señora presidenta.

Señor consejero, 321.300 personas trabajaban en el año 2024 en el sector turístico —hostelería, restauración, alojamiento—, datos de la EPA. Un 10 % del empleo total de la comunidad. Un sector muy importante para el empleo en Andalucía. El 24 % de estos trabajadores son extranjeros, uno de cada cuatro prácticamente.

Un dato importante por el poco atractivo de esta profesión, por el siguiente dato que le voy a dar. El salario medio de estos trabajadores era de 16.777 euros brutos al año. Para que nos hagamos una idea, el salario medio de los trabajadores españoles es de 27.558 euros al año, durante el año 2024. Es decir, un trabajador del sector turístico cobra entre 10.000 y 11.000 euros menos que la media de lo que cobra un trabajador en otro sector en España. Si a esto le añadimos horarios poco apropiados para la conciliación y la vida social, cualificación por debajo de la media, temporalidad... resulta que es poco atractivo, evidentemente, trabajar en este sector y se concentran trabajadores con menos salario y con peores condiciones laborales.

Es verdad que ha habido medidas por parte del Gobierno de España para mejorar esta situación. La primera, la subida del salario mínimo interprofesional del 61 % desde el año 2018: de 735 euros a los 1.184 actuales.

Este proyecto de registro digital, de fichaje obligatorio, que acabe con las excesivas jornadas de trabajo y, sobre todo, con las horas extras no pagadas, era también importante. Esa reforma laboral que propició la consolidación de puestos de trabajo, o ese proyecto de reducir la jornada laboral a 37 horas y media. Yo siempre recuerdo que hay ocho millones y medio de trabajadores españoles que ya tienen la jornada reducida, muy pocos del sector turismo.

Vuelvo a repetir, en un sector tan importante, que bate récords de visitantes y facturación, esos trabajadores con malas condiciones que no saben si tendrán empleo dentro de tres meses nos animan a preguntarle por qué proyectos tienen para intentar evitar esto desde la consejería.

A nosotros se nos ocurre la inversión en turismo cultural, de interior sostenible o las ayudas a las empresas para que mantengan el empleo estable durante todo el año. No puede haber una economía fuerte si hay trabajadores débiles y, por eso, al consejero le preguntamos por estas medidas, sobre todo para la estabilidad laboral de los trabajadores del sector del turismo.

Muchas gracias.

cve: DSCA_12_565

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Gracias, presidenta.

Señor Sánchez, la pregunta que teníamos registrada, por lo menos por escrito, en esta comparecencia que yo hacía hoy, tenía que ver con qué medidas propone para combatir el paro estacional.

[*Intervención no registrada.*]

Bueno, no son las mismas cuestiones. Usted no me ha hablado de paro estacional, sino me ha hablado de precariedad en los contratos o de... Bueno, son dos cosas diferentes, y yo le puedo responder a ambas, lo que pasa es que no creo que tengamos tiempo suficiente en esta respuesta, y estoy dispuesto, obviamente, a charlar con usted y darle esos contenidos si realmente le interesan o dárselos en otra respuesta que tenga la oportunidad de hacer en este foro.

Pero, mire, hemos trabajado para mejorar las condiciones laborales y estabilidad del empleo con la hostelería dentro del marco competencial que tenemos nosotros dentro de la ley del Estatuto, que es el Estatuto de Andalucía. Y esa facultad nos la da el artículo 63. Y hacemos una cooperación, en ese sentido, muy estrecha con el Estado. Y quiero decir que funciona bien. No la hace la Consejería de Turismo, la hace la Consejería de Empleo y Trabajo Autónomo. Y, en ese sentido, desarrollamos una acción coordinada a través de planes de inspección que se renuevan anualmente. Y esos planes de inspección, en el año 2025 —yo lo he citado anteriormente, en una pregunta previa, en una comparecencia—, tiene miles de actuaciones específicas en materia de jornada laboral, en materia de contratación, de economía irregular y también de seguridad y salud de los trabajadores en sus puestos de trabajo.

O sea que tenemos ahí una acción muy decidida por parte del Gobierno de la Junta de Andalucía, en colaboración con el Gobierno de España, a través del órgano que tiene esas competencias dentro de su estructura operativa, para lograr que estas cuestiones, obviamente, cuando se producen, se puedan resolver y se puedan atajar.

Desde aquí estamos gestionando la estacionalidad a través de las políticas públicas que hace esta consejería. Me refiero desde la Junta de Andalucía. Y lo hacemos mostrando al mundo que Andalucía no solamente es un destino en el que es bueno invertir, en el que es bueno vivir, sino que también se puede disfrutar todo el año a través de diferentes experiencias vacacionales. Vayamos a la denominación de toda la vida: vamos a veranear, que decíamos. Pero se veranea en invierno, por ejemplo, cuando se va a la nieve en Sierra Nevada, o se veranea en otoño cuando se recorre nuestro patrimonio del interior, que es un patrimonio riquísimo, y nuestras rutas culturales. También se veranea en primavera cuando saboreamos nuestra gastronomía y disfrutamos de las terrazas. Y también veraneamos en verano, por supuesto, cuando disfrutamos de nuestro sol, de nuestras playas y de otros elementos, instalaciones deportivas.

Me gustaría darle algunos datos, y tienen que ver, por ejemplo, con los que tienen que ver con el empleo turístico andaluz, que alcanza 483.000 ocupados en la última encuesta del EPA. Estamos con un 5,9 %

cve: DSCA_12_565

más que el año pasado, y representamos el 13,6 % del empleo total de la comunidad. Me refiero al empleo turístico. Si miramos el primer semestre, el crecimiento es todavía mayor, un 8,2 %, frente al crecimiento del total nacional, que apenas ha sido el 0,1 %. O sea que, prácticamente, se ha mantenido estable.

Hay un dato muy importante, y es la temporalidad, que era algo que le preocupaba —por lo menos subyacía de la pregunta que yo tenía registrada por escrito—, en cuanto a la temporalidad o al paro estacional del sector turístico.

La temporalidad se ha desplomado, en este caso, hasta el 17 %, 16,8 %, y veníamos de datos muy elevados hace ocho años o hace diez años. Hoy podemos decir que ocho de cada diez trabajadores tienen un contrato indefinido en el sector turístico. Yo creo que es un dato muy relevante.

Tengo muchísimos datos que tienen que ver con esta parte de la pregunta, pero ya no tengo tiempo de contestarle, y estaré encantado de hacerlo bien por escrito o en otra pregunta que usted quiera hacerme en este foro.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

---

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002201. Pregunta oral relativa al estancamiento del turismo en Sevilla

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta del Grupo Socialista, relativa al estancamiento del turismo en Sevilla.

Tiene la palabra el señor Recio Fernández.

El señor RECIO FERNÁNDEZ

—Sí, gracias, presidenta.

Estimado consejero, buenas tardes.

¿Sigue usted considerando que el estancamiento del turismo en Sevilla en los meses estivales se debe al empobrecimiento de los españoles?

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Pues, mire, señoría, la verdad es que a veces me desconciertan sus preguntas y sus valoraciones. Hace un momento me preguntaban por el paro estacional en el turismo. Incluso ponen en duda que estemos trabajando en una buena dirección con las políticas de fomento y de promoción turística en Andalucía, porque —según ustedes— vienen muchos turistas y eso genera espacios de incomodidad a los ciudadanos. Y eso es defendido por ustedes en esa suerte de turismofobia que ahora están abanderando. Y ahora me pregunta por un supuesto estancamiento del turismo en Sevilla.

La verdad es que no sé muy bien qué contestarle. Primero pónganse ustedes de acuerdo y después ya me preguntan lo que ustedes quieran.

Muchas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Señor Recio.

El señor RECIO FERNÁNDEZ

—Sí, gracias, presidenta.

cve: DSCA_12_565

Evidentemente hoy ha sido más prudente contestando que cuando le contestó a la prensa diciendo que ese estancamiento se debía al empobrecimiento de los españoles. Claro, hoy no se ha atrevido a responder eso aquí, porque hace cuestión de minutos le ha dicho a la señora Gómez Corona que hasta el mes de noviembre no tendremos los datos de este verano. Así es usted. Esa es la manera de actuar del máximo responsable, la máxima autoridad del turismo en Andalucía, actuando de manera irresponsable y diciendo ese tipo de declaraciones que usted dijo.

Si es que donde no hay mata, consejero, no hay patata. Eso es lo que ocurre con usted. Hay que tirar del refranero popular de Andalucía para encontrar alguna explicación a sus comportamientos. Por eso hoy usted no ha sido capaz de verbalizar lo que verbalizó a los medios, salvo que usted fuera un experto en economía y fuera más economista que los responsables del Fondo Monetario Internacional, consejero.

No lo sé. La verdad es que no tiene explicación ese tipo de respuesta por parte de la máxima autoridad del turismo en Andalucía.

Quizás hoy, aquí, tendría que aprovechar, aparte para disculparse de ese tipo de declaraciones, usted que es un hombre de datos, podría darnos datos, datos. Y, sobre todo, que hiciera un diagnóstico en relación a ese fenómeno del cierto estacionamiento que ha sufrido Sevilla en este mes de agosto y mes de julio. Si existe una competencia de destinos emergentes, nacionales o internacionales, que lo aclare. Si existe saturación de la oferta turística de Sevilla, que puede existir. Si existen problemas estructurales de Sevilla en cuanto a la movilidad, la imagen de limpieza que da la ciudad, la calidad de los servicios públicos, la congestión, la reputación. O si esto, al fin y al cabo, se va a deber al impacto, a la influencia de la proliferación de pisos turísticos no regulados, que, evidentemente, pueden hacer distorsionar las estadísticas.

Fíjese todas las posibilidades que usted podría haber valorado antes de dar esas respuestas irresponsables que usted da como consejero de Turismo ante los medios, pero, después, en esta comisión, evidentemente, no se atreve a hacerlo.

Yo lo que espero es que de aquí al último Fitur que usted va a vivir como consejero, que va a ser en el próximo mes de enero —esa va a ser la última apariencia suya como consejero de Turismo de la Junta de Andalucía—, pues, evidentemente, haya estudiado bien los datos y no dé respuestas que son vergüenza para propios y ajenos.

Muchas gracias, consejero.

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Recio.

Consejero, tiene usted la palabra.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Bueno, puedo decirle con datos disponibles que hay una estabilización lógica tras un año récord del turismo en Andalucía en general, con una oferta hotelera que crece y un empleo que se mantiene y

cve: DSCA_12_565

un turismo nacional que se refuerza. Esta es un poco una valoración, digamos, del escenario. Una oferta hotelera que crece, un empleo que se mantiene y un turismo nacional que se refuerza.

En la ciudad de Sevilla, particularmente, durante los meses de julio y agosto, que no son especialmente meses, pues, buenos para el turismo en una ciudad como Sevilla, pues, los viajeros han bajado ligeramente, un 1,9 %. Es una bajada muy poco sensible, pero, al mismo tiempo, el número de establecimientos hoteleros ha aumentado de forma muy importante, el 8,7 %, y las plazas, un 3,6 %. Esto significa que hay interés en el sector por mantener, interés en el empresariado hotelero por mantener una capacidad, porque, a futuro, pues, obviamente, se prevén incrementos y se prevé mayor visita. Significa que hay más oferta, más competencia, más capacidad, lo cual siempre modela las cifras de ocupación en su comparación. Y, por lo tanto, pues, no nos supone a nosotros una especial atención o un *warning* especial en esta..., una preocupación especial en esta materia, no diferente de la que venimos manteniendo de forma sistemática. Aun así, el empleo en el sector ha crecido un 0,6 %. Y las pernoctaciones nacionales han subido un 5 %. Por lo tanto, yo creo que no podemos estar hablando de un estancamiento. No sé de dónde saca usted esa valoración, pues, también se lo revisa usted y se lo estudia mejor, y para la próxima, pues, lo hace bien.

Mire, equilibrio, diversificación y consolidación en un destino que sigue batiendo récords de conectividad y de proyección internacional. Eso sí, eso sí también se ha producido en Sevilla. Si miramos un poco más allá y miramos a la provincia, la tendencia es todavía más clara. Verá, hasta agosto los viajeros hoteleros han descendido ligeramente, pero los alojamientos extrahoteleros han crecido el 15,7 %. Se acrecienta esa expectativa de crecimiento en la provincia de Sevilla como una de las grandes joyas de la corona del turismo en Andalucía. El aeropuerto de San Pablo ha registrado, por ejemplo, un aumento del 4,7 % de llegadas internacionales. Lo que me resulta especialmente no relevante, sino milagroso, teniendo en cuenta cuál es la intención que tiene el Gobierno de España en cuanto al aeropuerto de San Pablo, a la que no le dedica ninguna inversión. Ninguna inversión. Un aeropuerto que requiere de mantenimiento y de inversiones clarísimas, y que, sin embargo, pues, aquí no se ven ni por asomo. Esto no es estancamiento, señoría, es una diversificación del turismo y una redistribución del visitante hacia otros formatos y hacia el conjunto de la provincia, que yo creo que ha tenido también excelentes resultados.

Lo que tenemos, en definitiva, son indicadores positivos: más capacidad, más conectividad, a pesar del aeropuerto, que se encuentra en estado lamentable y sin ningún tipo de conectividad con la ciudad. Deberían dedicar también un poco sus esfuerzos a convencer a sus mayores de que dediquen dinero al aeropuerto de Sevilla, y que con esto ganemos un poco más de competitividad. Y lo más importante, más estabilidad en el empleo turístico.

Muchas gracias, señoría.

Veo que no le interesa mi respuesta, pero...

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

cve: DSCA_12_565

12-25/POC-002228. Pregunta oral relativa al turismo en la provincia de Cádiz

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta.

Pregunta con ruego de respuesta oral en comisión relativa al turismo en la provincia de Cádiz.

Tiene la palabra su portavoz, la señora Hita.

La señora HITA FERNÁNDEZ

—Muchas gracias, presidenta.

Muchas gracias, consejero.

Como gaditana y como chiclanera, es un orgullo hacerle esta pregunta sobre el turismo en la provincia de Cádiz, de mi querida provincia. Es un orgullo ser de una tierra que ha hecho del turismo una de las principales señas de identidad, una fuente de riqueza y una forma de vida, porque Cádiz es mucho más que un destino, Cádiz es historia, es cultura, es gastronomía, naturaleza y, sobre todo, hospitalidad. Y esa fuerza del turismo gaditano no se mantiene sola, detrás hay un gobierno andaluz comprometido, que ha sabido mirar al turismo con una visión moderna, sostenible y equilibrada, que no se conforma con mantener lo que ya funciona, sino que trabaja para hacerlo mejor cada día.

Y desde su consejería se ha impulsado un modelo basado en la sostenibilidad, en la digitalización, en la diversificación de la oferta y en la colaboración constante con todos los ayuntamientos, sin sectarismo político. Un modelo que está dando, además, resultados visibles en todos los rincones de la provincia de Cádiz, desde la Bahía, la costa noreste, Jerez, la sierra, La Janda y la Comarca del Campo de Gibraltar.

El plan de sostenibilidad turística en destino, en Chiclana, en mi ciudad, ha supuesto una inversión de dos millones y medio de euros, distribuido, además, en cuatro ejes fundamentales: 495.000, para la protección de los ecosistemas dunares y el soterramiento de los contenedores de la zona de la costa; casi un millón y medio de euros, en la mejora de dos carreteras fundamentales en nuestra ciudad, como en la carretera de la Rana Verde y la carretera de Fuente Amarga; 265.000 euros para el Plan de Digitalización Turística, y 252.000 euros, en mejora del Centro de Interpretación del Vino y la Sal y del museo de la ciudad. Este plan es una hoja de ruta bien definida y planificada hacia un turismo de excelencia, donde la calidad y la sostenibilidad van de la mano y donde el visitante encuentra una experiencia completa, auténtica y andaluza.

Quiero agradecer el compromiso de usted, señor consejero, y de todo su equipo por la provincia de Cádiz, pero además por todos los municipios de Andalucía. Porque el Gobierno andaluz apuesta por el turismo, apuesta por las personas, por el empleo, por la igualdad de oportunidades y por el orgullo del que nos sentimos parte de una Andalucía que avanza unida.

Y, por todo ello, le pregunto, señor consejero, cómo se está materializando el apoyo del Gobierno andaluz al municipio y destino turístico de Cádiz.

Muchas gracias.

cve: DSCA_12_565

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Hita.

Consejero, tiene la palabra.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

La verdad es que porque nosotros queremos a Cádiz. A Cádiz no se la menciona en los planes de Cádiz, se presume. Y nosotros hemos presumido de Cádiz en toda nuestra actuación en estos últimos años. No porque tengamos ese convencimiento, porque además tengo dos pesos pesados de la política de Cádiz que me lo recuerdan, por si acaso se me olvida, que no se me olvida. Y una está hoy presidiendo, y la otra es usted, señoría, y se lo quiero agradecer.

Y, precisamente por eso, el Gobierno andaluz está volcado en que esa fuerza turística siga siendo una fuente de empleo, una fuente de equilibrio territorial, de cohesión y también de orgullo colectivo para los gaditanos, pero para todos los andaluces, que tenemos en los gaditanos un elemento de referencia de esa atracción y de esa identidad clarísima del pueblo andaluz en España y en el mundo.

Y le diré más, ¿sabe cuál ha sido la inversión que desde el Gobierno de la Junta de Andalucía en materia solamente de turismo —solamente voy a referirme a mi consejería, a las competencias de mi consejería— se han producido en Cádiz desde el año 2019? Han sido casi 41 millones de euros, 40,8 millones de euros, que se traducen en proyectos de empleo y oportunidades prácticamente a la totalidad de los municipios de la provincia, de los municipios gaditanos. No hemos tenido en cuenta en esta cantidad que yo acabo de darle las actuaciones de patrocinio de diferentes eventos que llevamos allí durante todos estos años, en Jerez, en Algeciras, en Cádiz, en cada uno de los municipios de la provincia. Hemos impulsado proyectos que ponen en valor el patrimonio cultural de nuestros municipios, que apoyan al turismo rural y cinegético, que refuerzan la identidad de los destinos del interior. Y ese ha sido un poco el vehículo que ha enfocado nuestro trabajo estos años.

Hemos apostado por la modernización de las pymes y empresas turísticas, acompañándolas en sus procesos de digitalización y eficiencia energética. Hemos apoyado a los ayuntamientos en la gestión sostenible de sus recursos turísticos y del global de su oferta también. También hemos respondido ante los grandes retos del territorio, con ayudas específicas frente a la sequía, con un marco de actuación que integra la adaptación al cambio climático como parte esencial de nuestras políticas turísticas. Todo esto conforma una visión integral del turismo en Cádiz, sostenible, competitivo y diverso.

Yo creo que es la provincia que podemos titular como sostenible, competitiva y diversa en cuanto a la oferta turística y, también, a la demanda que nos visita. La provincia cuenta ya con 11 planes de sostenibilidad turística. Usted ha citado uno de ellos en el que sé que ha tomado especialmente interés. Y lo sé porque usted me persigue con esa información, y yo le doy cumplida información de todo lo que son nuestros avances y las propuestas, y además de mejoras que usted nos ha planteado de forma reiterada. Más de cuarenta municipios beneficiados por líneas de apoyo directo, 36 empresas certificadas en calidad turística con las marcas Q y S, del ICTE, son simplemente alguna muestra de este ejercicio.

cve: DSCA_12_565

A ellos se suman las banderas azules que ondean en nuestras costas, símbolo internacional de calidad, seguridad y excelencia ambiental. Cádiz es hoy, señoría, un ejemplo real de cómo se puede crecer con equilibrio, de cómo se puede crecer y proteger el entorno natural, y también de cómo se puede crecer, fomentar y crecer en materia de empleo.

La provincia de Cádiz no necesita reinventarse. Yo creo que lo que necesita es seguir brillando, y yo seguir contando con ustedes dos para que esto sea una realidad día tras día.

Muchas gracias, señorías.

Gracias, presidenta.

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, consejero.

Vamos, y en nombre de todos los gaditanos, muchísimas gracias.

CVE: DSCA_12_565

12-25/POC-002236. Pregunta oral relativa a la vivienda de uso turístico

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Bueno, pues pasamos a la última pregunta de la comisión, relativa a la vivienda de uso turístico, que la formula, en nombre del Grupo Popular, la señora Ibáñez, que tiene la palabra.

La señora IBÁÑEZ MARTÍNEZ

—Sí, bueno, ya terminando, señora presidenta.

Muchas gracias, señor consejero.

Hoy le pregunto por las medidas que está adoptando su Gobierno, que están adoptando desde su consejería, para garantizar que la oferta de viviendas turísticas cumpla con la normativa vigente.

Esta pregunta que formulamos nos permite, por supuesto, conocer las actuaciones concretas, que ahora nos dará detalle de ello, pero también destacar algo que es evidente para todos. Hoy, en Andalucía, hay un Gobierno que trabaja, hay un Gobierno que inspecciona y hay un Gobierno que actúa, mientras en España, lamentablemente, hay un Gobierno que señala, que culpa y que, además, se esconde detrás del ruido mediático. Y lo que es profundamente irresponsable, ya que hablaba de irresponsabilidad el señor Recio, y absolutamente lamentable, es ver cómo el señor Sánchez intenta convertir el turismo en ese chivo expiatorio del problema de la vivienda, culpando al sector, culpando a los turistas, de lo que en realidad es consecuencia de su falta de política de vivienda y de su abandono de los jóvenes.

Señoría, el problema de la vivienda, lo hemos dicho muchas veces, en España, no es el turismo, ni las viviendas vacacionales, que, por cierto, no alcanzan ni el 1 % del parque total de viviendas en España, según los últimos informes que ellos se ve que no se leen. El problema está en esa ley de vivienda mal concebida, que en lugar de aportar seguridad jurídica, genera incertidumbre, genera desprotección y, además, ahuyenta la inversión, algo que saben hacer muy bien. Una ley donde, además, el único derecho que se blinda es el del okupa.

Y, por cierto, también, la señora Gómez Corona, que ha hablado de Almería, lo que necesita Almería son buenas conexiones, algo que tampoco hace el Gobierno, del cual ella forma parte, y le recordaría, no está, pero que es muy importante que lo que tienen que hacer es poner en marcha el AVE, que llevan prometiendo que va a llegar a Almería, pues, desde hace siete años y no han hecho absolutamente nada.

Es preocupante, también, en el sector turístico, por cierto, donde hay muchos autónomos. Y hablaban también de los contratos laborales, la precariedad laboral, y el último hachazo que les ha dado a los autónomos el Partido Socialista, donde en el sector turístico hay una gran cantidad de autónomos. Por tanto, esas nuevas cotizaciones, con más impuestos, con más carga administrativa y con más zancadillas, subiéndoles las cuotas, es que nos quedamos absolutamente perplejos. No hablamos ya, por supuesto, de la nula estrategia ni de los más de 3.400 millones de euros de fondos europeos que no ha gastado el Ministerio de Turismo, señoría.

cve: DSCA_12_565

Miren, en Andalucía hay compromiso y rigor. Y ya que al portavoz del Partido Socialista le gusta el refrán: «señor consejero, ladran, luego cabalgamos». Andalucía avanza, a pesar de todas esas zancadillas que nos pone el Partido Socialista, ofreciendo seguridad jurídica y ofreciendo algo muy importante al sector, estabilidad y confianza. Y, mientras, el socialismo en España tapa escándalos y busca culpables, el Gobierno andaluz con Juanma Moreno y con usted, señor consejero, al frente, están protegiendo a los vecinos, están garantizando un turismo de calidad y están haciendo cumplir la ley. Hoy le pregunto por esa vivienda turística.

Gracias, señor consejero.

La señora PINTOR ALONSO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor BERNAL BERGUA, CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

—Muchas gracias, presidenta.

Muchas gracias, señoría.

La verdad es que sé que a algunos les molesta que en Andalucía estemos trabajando de verdad, que nos preocupemos por nuestros ciudadanos, y que lo hagamos dentro de una política general en la que tratamos de balancear todas las expectativas que tiene este gran ecosistema, que es la industria turística, donde no calificamos a nadie, no estamos demonizando a ninguno de los propietarios de viviendas o empresarios. No demonizamos, trabajamos. Trabajamos con compromiso y damos la cara, mientras que otros dan excusas y se ponen de lado. Esa es la realidad.

Y en esa realidad cuidamos de una de las principales industrias de esta tierra, que no lo admite todo. Esto no es como el burrito de las fiestas de los mexicanos, este que se atiza con un palo, ¿no?, que lo aguanta todo. No, no, no. Esto no lo aguanta todo, y creo que debemos trabajar con responsabilidad todos, todos los grupos políticos defendiendo nuestra gran industria, la más transversal y la que más genera en cuanto a palanca de transformación de nuestro territorio social, económica y también de forma medioambiental, ¿no?, porque tenemos una actuación decidida que transforma también los entornos naturales, los entornos culturales, gracias a la acción del turismo.

Gobernamos con hechos, señoría, yo le doy la razón, y no con titulares. Y cuando usted me pregunta qué medidas adopta este Gobierno andaluz para garantizar que la oferta de viviendas de uso turístico se cumpla y cumpla la normativa, la respuesta no es retórica. No puede ser retórica porque estamos trabajando. Las respuestas son medidas reales, operativas y resultados concretos que hemos puesto en marcha desde hace ya algunos años. Desde el año 2024 hasta el 30 de septiembre de 2025, por ejemplo, se han cancelado 11.131 inscripciones en el Registro de Turismo de Andalucía. Por cierto, el único registro competente para la vivienda turística en Andalucía. Lo digo para que no haya ninguna

cve: DSCA_12_565

duda, aquella vivienda que tenga un número de inscripción en este registro es una vivienda legal. Para que no haya ninguna duda.

Son 11.131 cancelaciones que se hacen, bien porque no se cumpla la normativa turística del decreto del año 2024, o bien porque no se cumple la normativa urbanística dictada por los ayuntamientos en el uso de esa competencia que tienen de definir cuál es su modelo de ciudad. No parece razonable que, desde la Junta Andalucía, se establezcan limitaciones generales o prohibiciones generales a la vivienda turística, cuando no son las mismas necesidades las que tiene Córdoba que las que tiene Málaga o las que tiene un pueblo en la serranía de Jaén o en la serranía de Sevilla, que las que tiene la ciudad de Sevilla.

Mire usted, eso se tiene que dirimir, como se ha dirimido por parte de los ayuntamientos, a través de su planeamiento urbanístico, de sus planes urbanísticos, y es lo que se ha hecho: darles, a través de ese decreto, la posibilidad a los ayuntamientos, y a través de la ley de vivienda, también posterior, de que sean los ayuntamientos los que definan su modelo de ciudad, y nosotros, obviamente, definiendo normas de calidad para que la vivienda turística sea un servicio de calidad.

Además, hemos puesto en marcha un nuevo sistema que impide la inscripción automática de viviendas en municipios con limitaciones urbanísticas, como son Sevilla, Málaga, Cádiz, El Puerto de Santa María. Ya no se podrá inscribir con una declaración responsable si existe previamente la comunicación, como ya la tenemos en esos municipios, de que esas áreas están limitadas o de que hay un *numerus clausus* en una determinada zona o sector o por una temporada. Automáticamente, esa inscripción queda sin efecto y, por lo tanto, no hace falta inscribir para después inspeccionar o utilizar recursos públicos en ese mantenimiento y en esa ordenación.

Nos hemos sentado con las principales plataformas de alquiler y hemos trabajado con ellas en diferentes sesiones, Airbnb, Booking y otras, para consolidar la oferta reglada y fortalecer la cooperación público-privada. Las viviendas turísticas no son las causantes de la falta de alquiler en España. Eso es otro mantra que algunos grupos, especialmente de la izquierda, están levantando y abanderando porque no tienen otra manera de despistar la atención sobre el despropósito general de la ley del derecho a la vivienda que ha causado un retraimiento y una retirada de vivienda de alquiler de la base de vivienda que teníamos en España. No solamente no la ha promovido, sino que la ha retirado del mercado.

También nosotros hemos retirado y hemos reforzado el canal de notificaciones ágiles. Se han acordado dos puntos de contactos oficiales en las plataformas y se ha lanzado un mensaje claro: no a la oferta no reglada con las plataformas, y las plataformas están retirando de sus plataformas de comercialización aquellas viviendas que nosotros, con todo el criterio y con todo el respaldo de la norma, estamos realizando en nuestro registro turístico.

También la semana pasada, y me complace decírselo, hemos firmado con la Consejería de la Presidencia el convenio para poner en marcha el Grupo Titán, de la Policía Nacional, un equipo especializado que recorrerá el territorio haciendo control, inspección e inteligencia turística de modelo coordinado con la inspección autonómica de nuestra consejería. Todo ello se suma a las actuaciones ya en marcha, el nuevo marco normativo, los convenios firmados con municipios, el refuerzo de los mecanismos de supervisión y coordinación para generar este estado de control, de orden, de estabilidad legal, de que la gente sepa cuáles son las reglas del juego, de no tener ocurrencias en materia normativa, que es lo que

cve: DSCA_12_565

en el Gobierno de España está, digamos, enfangando el mercado turístico. En Andalucía apostamos por un turismo de calidad, hospitalario y sostenible, y la forma de hacerlo es a través de dotar de estabilidad, de certidumbre y de normas y de criterios al mercado.

Muchísimas gracias.

La señora HITA FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, consejero.

Muchísimas gracias a todos, señorías.

Y damos por finalizada la sesión.

CVE: DSCA_12_565

© Parlamento de Andalucía