

EDITORIALES

Credibilidad judicial

Las interferencias partidarias deben dejar paso a la independencia de los jueces

La crisis desatada en torno al uso privado de fondos dispuestos para el desarrollo de la tarea pública por parte del hasta hace tres días presidente del CGPJ y del Tribunal Supremo, Carlos Divar, ha puesto en evidencia todos los males que vienen aquejando al gobierno de los jueces. El tiempo transcurrido entre la denuncia pública de los hechos y la dimisión de Divar, y la eventualidad de que la interinidad con la que se le ha suplido se prolongue más de lo razonable hacen temer que ni siquiera tras tan estruendoso conflicto se halle una solución estable. Los límites y defectos que presentan los procedimientos establecidos para la elección de los integrantes de órganos tan relevantes explicarían solo en parte la situación. Probablemente tales fallas no habrían resultado tan nocivas para la credibilidad de la Justicia si durante años no se hubiese desarrollado una enconada pugna partidaria entre las dos formaciones -PP y PSOE- que se han turnado en el Gobierno y acaparan prácticamente el poder legislativo, como detectó con acierto Don Felipe al pedir el pasado lunes una reflexión sobre la independencia del poder judicial. Los principales partidos, que hasta ahora no han sabido resistirse a la tentación de condicionar la actuación de órganos independientes, tienen la imperiosa obligación de proceder a cuantas reformas aseguren su funcionamiento óptimo. La condición es que sus integrantes sean designados por sus méritos profesionales de manera contrastada sin que ninguna componenda devalúe su cualificación y que en la elección del gobierno de los jueces participen estos.

Unicaja, una buena noticia

Unicaja convirtió ayer su Asamblea en una oportunidad para exhibir el músculo de la entidad en un momento en que el sistema financiero español está bajo sospecha. La sombra del rescate pesa sobre bancos y cajas, con una imagen devaluada por las sucesivas rebajas de calificación de las agencias de rating. Ante esa presión, reactivada por las auditorías independientes de Oliver Wyman y Roland Berger, la respuesta de Unicaja ha sido una simulación con la misma metodología de estas firmas internacionales para ofrecer una conclusión tranquilizadora: Unicaja no necesita acudir al fondo de rescate. Es todo un heraldo de solvencia descartar la necesidad de recapitalización externa incluso en el peor escenario; y eso incluye la fusión con CEISS, que ya tienen aprobado dos mil millones del FROB. Y más aún si se suma la baja ratio de morosidad, del 5,4% (tres puntos más si se incluye el CEISS), fruto de una gestión prudente y sólida sin exponerse en exceso al negocio inmobiliario.

No obstante, el escenario actual de negociaciones y reestructuraciones en el que se mueve el sector financiero exige de Unicaja la habilidad y precisión de un cirujano para mantener a flote esta posición de solvencia que le otorga hoy una posición de privilegio. Y ello requiere firmeza en la gestión y flexibilidad también en el proceso de reconversión, más aún con la incertidumbre que aportan las cifras, aún por conocer, de Duero-España. La entidad malagueña no está exenta de problemas -ayer mismo los trabajadores escenificaron protestas ante la asamblea, reclamando un plan de prejubilaciones en lugar de rebajas de sueldo que no acaba con la amenaza de hasta 1.500 despidos tras la fusión- pero se impone el aval de los datos: las cuentas de 2011, aprobadas ayer, se elevan a 106,5 millones de beneficio neto. Ciertamente la obra sociocultural mantiene su descenso; y de hecho, los 39 millones de este ejercicio supone ya casi rebajar a la mitad el nivel de 2009, penalizando sobre todo la agenda cultural para salvaguardar el área social y asistencial. Ese es un dato negativo que no empaña la imagen de rigor de la entidad. Ayer su presidente, Braulio Medel, presumía de figurar entre los cinco grupos de cajas españolas no nacionalizadas existentes. Por la importancia estratégica de Unicaja no es solo una buena noticia para la entidad, sino para todos.

SUR EL PERIÓDICO DE MÁLAGA
Edita: Prensa Malagueña S.A. Director General José Luis Romero

- | | |
|--|---|
| Director
Manuel Castillo | Director de Publicaciones Pedro Luis Gómez |
| Jefe de Información
Javier Recio Villalobos | Héctor Barboita (MARBELLA),
José Miguel Aguilar (CIERRE) |
| Jefe de Edición
José Vicente Astorga | Editores
Francisco Grifán (MÁLAGA),
María Colores Tortosa (ANDALUCÍA),
Antonio Góngora y Sergio Cortés (DEPORTES),
Ana Pérez Bryan y Pedro García (CULTURAS Y SOCIEDAD),
Fernando González Aranda (GENCIÓN GRÁFICA),
José Manuel Aldayturriaga (CONTINUIDAD) |
| Coordinador Multimedia
Luis Moret | Director de Control de Gestión
Hugo Ferré |
| Jefes de Área
Antonio Ortín (MÁLAGA),
Juan Antonio Morgado (DEPORTES),
Ana Barreales (CULTURAS Y SOCIEDAD),
María Eugenia Merello (FIN DE SEMANA),
Fran Ruano (ARTE) | Director de Marketing
Joaquín Cestino
Director Técnico
Fernando de Gálvez
Publicidad
CORPORACIÓN DE MEDIOS DEL SUR S. L.
Director Comercial
Área SUR
Jorge Artero |

LA TRIBUNA

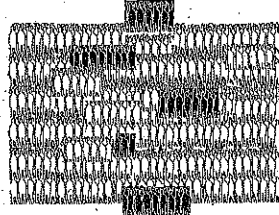
Turismo de salud y salud del turismo

ANTONIO SOUVIRON
DELEGADO PROVINCIAL DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

Se trata de unir lo existente en transporte, alojamiento, restauración, ocio, salud, bienestar, etc. y crear nuevos productos de turismo, salud y bienestar, comercializarlos y venderlos



En Málaga y especialmente la Costa del Sol, nuestra industria turística viene desde su creación aprobando con buena nota, sobresaliente en muchos casos, todas las asignaturas menos una. No conseguimos dar respuesta adecuada a la estacionalidad. Entre todos debemos encontrarla porque es un despilfarro tener una industria potente y de gran calidad que en muchos casos debe cerrar o trabajar bajo mínimos. Supone un gran problema económico, pero muy especialmente social. Muchos trabajadores van al desempleo desvinculándose de la empresa, y esto tiene además un efecto nocivo sobre la calidad pues el turismo es una industria de personas que prestan servicios a otras. Estos trabajadores deben ser buenos profesionales y además amables y motivados, y esto sólo puede conseguirse con una vinculación estable a la empresa y dignas condiciones retributivas y de trabajo.



Durante los últimos tres años han cerrado, al menos oficialmente, en temporada baja una media de entre 30 y 40 hoteles, lo que ha representado un cierre alrededor de 10.000 plazas de alojamientos hoteleros. El periodo de cierre ha ido desde un mes hasta seis. La mayoría han cerrado durante cuatro meses: noviembre, diciembre, enero y febrero. Sobre el total de la oferta hotelera es un 10 por ciento del total de plazas. De entre los hoteles cerrados por temporada destacan los de cuatro y tres estrellas, es decir el segmento medio-alto que es el que más funciona en el turismo en la actualidad. Curiosamente apenas si cierren hoteles de cinco estrellas. El turismo de lujo no tiene temporada y viaja en cualquier época del año.

En apartamentos turísticos no tenemos los datos porque no hay una 'cultura' de comunicar a la administración turística los cierres temporales. Pero no fallaríamos al afirmar que este tipo de alojamiento es el que más sufre la estacionalidad, porque prácticamente su 'diseño' y razón de ser está pensada para los meses de mejor tiempo (marzo a septiembre).

Cuando tradicionalmente hacemos balance de la temporada a 1 de septiembre, parece que estamos diciendo que a partir de ese momento empieza la temporada baja, touroperadores nos retiran de sus catálogos, y las líneas aéreas suspenden vuelos. Esto no puede ser. Pero debemos ser proactivos.

Debemos buscar nuevos mercados que funcionen en nuestra temporada baja, pero sobre todo debemos potenciar los productos que ya tenemos y crear otros nuevos. En este sentido, tenemos un producto consolidado como es el turismo de golf. El otro que considero puede tener mucho recorrido es el turismo de salud y bienestar. En todas sus facetas: 'wellness', la medicina propiamente di-

cha, especialmente cirugía programada, chequeos, etc. y la atención a personas en situación de dependencia que suponen más de un millón sólo en España, y sus familiares que les cuidan durante todo el año. Ambos, dependientes y familiares, tienen derecho a disfrutar también del turismo. Para ello no hay que inventar nada. Tenemos aquí profesionales y empresas turísticas y de salud de gran calidad. Cada vez se apuesta más por la innovación, sostenibilidad y accesibilidad. Nuestra sanidad tiene prestigio internacional y nuestro turismo también. Se trata de unir lo existente en transporte, alojamiento, restauración, ocio, salud, bienestar, etc. y crear nuevos productos de turismo, salud y bienestar, comercializarlos y venderlos.

Esto podría suponer ingresos complementarios para nuestra sanidad pública que actualmente atiende a muchos ciudadanos extranjeros pero el pago por estos servicios no queda en la Sanidad sino que va a la bolsa común del Ministerio de Hacienda. Y por supuesto, importantes ingresos para los al menos 22 hospitales y clínicas privadas en nuestra provincia con personal altamente cualificado y equipamiento de gran calidad.

Los últimos datos son del 2007 donde visitaron Andalucía 600.000 personas, el 2,3%, por el turismo de salud y belleza. Básicamente 'wellness'; es decir, spa, talasoterapia, masajes, etc. Pero hay muchas personas que podrían venir a someterse a tratamientos médicos programados, pagados por ellos o sus aseguradoras. La recuperación siempre será más agradable en esta tierra de clima benigno que no en sus lugares de origen con muy mal tiempo en esas fechas de nuestra temporada baja.

Recientemente leía en la prensa que decenas de miles de personas acuden a China a someterse a 'curas milagro' con células madre. Tratamientos que no tienen el rigor científico pero por los que se pagan entre 3.600 y 6.000 euros por inyección. No queremos morirnos, queremos vivir cada vez más años y mejor y por ello buscamos donde conseguirlo. Aquí podemos ofrecer no 'curas milagro' sino una de las mejores medicinas del mundo con pleno respaldo institucional y científico.

Acaba de aparecer el Informe del Sector Turístico que hace Banca March y en el se destaca entre las nuevas tendencias el turismo de salud y médico porque la población envejece y la preocupación por la salud crece. Tailandia es actualmente el líder mundial con una cuota del 38%. Existen webs especializadas para encontrar médicos especialistas al mejor precio, dentistas por ejemplo, y hoteles especializados en turismo de salud con muy alta ocupación todo el año.

Creo que el turismo de salud es sin duda un magnífico tratamiento para la salud de nuestro turismo combatiendo su principal dolencia: la estacionalidad.