

TEMA II

ASPECTOS SECTORIALES DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

INTRODUCCIÓN

La actividad turística se ha convertido en uno de los principales agentes de articulación y de conformación de la realidad económica y social de Andalucía.

I. ANDALUCÍA EN EL CONTEXTO TURÍSTICO NACIONAL

Andalucía es en la actualidad una potencia turística, tanto en el contexto nacional como regional.

a) Turistas internacionales

Según FRONTUR en 2009 llegaron a España 52.2 millones de turistas internacionales de los cuales la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de Andalucía estima que en Andalucía recibió 8,1 millones, de éstos un 73.9% proceden de Europa. En comparación con el año anterior el número de visitantes extranjeros descendió un 16.4% cerca de 1.6 millones de turistas. Andalucía ocupa el cuarto puesto en el ranking de comunidades autónomas detrás de Cataluña, Baleares y Canarias.

b) Turistas nacionales

En cuanto a turistas nacionales de acuerdo con las estadísticas del Movimiento Turístico de los residentes en España (FAMILITUR) Andalucía recibió en el 2009 13.9 millones de turistas españoles, en este año el turismo interno supuso un 92.5 % de los viajes realizados. Andalucía recibió el 18.4 % siendo por tanto la comunidad autónoma preferida por los españoles para realizar sus viajes, seguida de Cataluña, Comunidad Valenciana, y Castilla y León.

c) Ingreso por turismo

En el 2009 de los gastos por turismo internacional Andalucía aportó un 15.2 % a los ingresos totales ocupando el cuarto lugar de las comunidades autónomas de España, por detrás de Cataluña, Canarias y Baleares.

d) Oferta hotelera

Andalucía contaba en 2009 con 5408 establecimientos turísticos con 453602 plazas un 1.4% más que en 2008.

e) Empleo

En cuanto al volumen de empleo, según la Encuesta de Población Activa (EPA) de 2009, la industria turística de Andalucía registró una media de 410600 activos, un descenso del 3.7 % respecto al año anterior, rompiendo el crecimiento que se daba desde 2003. Cataluña, Madrid y Andalucía, son en este orden las comunidades autónomas con mayor número de ocupados en actividades del turismo. Andalucía cuenta con un 15.5 % del total de ocupados del sector turístico.

f) Otros indicadores

La Comunidad andaluza aporta algo más del 14% del VABcf generado por la hostelería y restaurantes en España, solamente superada por Madrid y Barcelona. Pero muy por encima de las comunidades típicamente turísticas como Baleares, Canarias o la Comunidad Valenciana.

Estas mismas referencias ofrecen cifras relativas a sectores muy directamente vinculados con la actividad turística como son el transporte y las comunicaciones, o el alquiler de vivienda. Todo esto pone de manifiesto el significativo papel que el turismo andaluz desempeña en el contexto nacional.

II. PESO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA ANDALUZA

Los ingresos por turismo en Andalucía han mantenido un crecimiento continuado pero además de los ingresos por gasto turístico, la generación de bienes y servicios destinados a satisfacer a la demanda turística da lugar a múltiples relaciones directas e indirectas entre las distintas actividades. En el 2009 la restauración es el servicio que más se lleva con un 34.5% de los ingresos seguido del alojamiento al que se destina el

30%, las compras se llevan el 21.4%. Andalucía es una de las comunidades con mayor participación del turismo en la economía regional junto con otras como Baleares o Canarias.

Los importantes efectos inducidos vienen determinados porque la mayoría de los inputs intermedios son demandados en el interior de la región. El sector de hostelería y restauración tiene una estructura de compras fuertemente vinculada con empresas de alimentación, bebidas y comercio al por mayor y servicios recreativos y culturales, que se adquieren en el ámbito regional.

III. LA DEMANDA

En los últimos años la llegada de turistas a Andalucía ha ido disminuyendo.

1) Volumen

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte durante el año 2009 llegaron a esta región aproximadamente 22 millones de turistas un 12% por debajo de la cifra del año anterior. Del total de turistas que visitaron Andalucía, se ha estimado que el 63% eran turistas nacionales, siendo los andaluces los de mayor representación con un 34%, en el caso del mercado extranjero 36.9% continúa siendo el mercado principal el europeo, y de éstos destacan los británicos y alemanes.

2) Distribución geográfica

La distribución geográfica de los flujos turísticos presenta una fuerte concentración en las provincias litorales de Málaga, Cádiz, Almería y Granada y una débil presencia en las de interior. De las provincias litorales destaca Málaga con una diferencia muy notable respecto a las demás. Desde una perspectiva espacial, un hecho a destacar es también la diferencia entre el litoral mediterráneo y el litoral atlántico

3) Origen de la demanda

Existe un predominio de los flujos nacionales con el 63.4% de los turistas, que experimentó un retroceso del 9.4% frente al año anterior, los turistas extranjeros representan un 36.9%. De los turistas españoles desplazados a Andalucía, los andaluces son los de mayor representación 34%, por lo que podemos decir que el turismo de ámbito regional tiene un considerable peso en la actividad turística andaluza. Las comunidades que más turistas aportan son Cataluña y Madrid. De los turistas extranjeros la mayoría proceden de Europa 73.9% y más concretamente de Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. El más importante en Andalucía es sobre todo el Reino Unido aunque en 2009 experimentó un 11.5% menos que el año anterior, la importancia de este turismo está muy por encima de su peso en el contexto nacional, y a esto habría que sumar su fuerte presencia como turismo residencial. En cuanto a los alemanes, éstos se distribuyen sobre todo entre Almería y Málaga. Del turismo no europeo sólo destaca el estadounidense, y algo el japonés, sus principales destinos son Málaga, Córdoba, Granada y Sevilla.

4) Estacionalidad

La distribución de los turistas a lo largo del año vuelve a concentrar una mayor proporción en el tercer trimestre con un 37%. Esta preferencia se produce en todos los mercados excepto en el alemán que da mayor importancia al segundo trimestre con un 31% de las llegadas. Como corresponde a un destino eminentemente vacacional, los meses de mayor afluencia de visitantes siguen siendo julio, agosto y septiembre, lo que pone de manifiesto el fuerte peso que sigue teniendo el binomio sol-playa como motivación. Aunque no se puede negar la existencia de una estacionalidad importante, ésta no es tan acusada como en otras comunidades autónomas eminentemente turísticas. No obstante, la estacionalidad constituye un importante problema para el turismo andaluz, por el desaprovechamiento del equipamiento y las infraestructuras turísticas y la inestabilidad del empleo. La estacionalidad andaluza es inferior a la media nacional, y está por debajo de la de Cataluña y Baleares. Las zonas litorales son las que más sufren la estacionalidad y poseen mayores altibajos en el grado de ocupación debido al marcado peso del turismo vacacional, al contrario que en las zonas de interior, en las que la estacionalidad no está tan presente.

5) Estancia media.

La estancia media se ha estimado en 2009 en 8.8 días, ligeramente superior a la del año anterior. Por procedencia hay que destacar la de los foráneos que llega casi a los 12 días de estancia, 4.6 días superior a la del turista español, esto se debe a que la mayor parte de los flujos de corta duración como fines de semanas, puentes, etc. lo realizan los españoles, y hay que sumar el peso del turismo residencial de los extranjeros, que hace que las estancias medias de estos sean superiores. Según estimaciones, las estancias de los españoles son más prolongadas durante el verano, cuando se produce el turismo vacacional, mientras que las de los extranjeros se producen durante el primer trimestre del año, turismo residencial.

La variación estacional del número de estancias medio por turista presenta una inflexión más acusada durante los meses de abril, mayo y junio, con toda probabilidad debido al efecto inducido por el incremento de las estancias breves coincidiendo con la semana santa, la feria de Sevilla y el incremento del turismo rural y urbano durante estos meses de primavera. Las estancias más prolongadas corresponden a las provincias especializadas en turismo de sol y playa, destacando la de Málaga, debido a la incidencia del turismo residencial.

6) Medios de transporte

En el medio de transporte utilizado en 2009 por los turistas para acceder a Andalucía se aprecia una gran diferencia según la procedencia, el coche supone el 74% para los españoles mientras que este porcentaje es superado por el avión para los extranjeros (71%). Hay que apuntar las diferencias que se aprecian este año respecto al año anterior en cuanto a la elección del medio de transporte del total de los turistas, el avión desciende 12 puntos, a favor del coche propio que se eleva 10.

7) Formas de alojamiento de los turistas

El tipo de establecimiento elegido por los turistas para alojarse durante el 2009 fue el hotelero 67%, incluyendo aquí hostales y pensiones, en cuanto al resto destacan viviendas de familiares y amigos que suponen un 11.5% seguidas de las viviendas en propiedad 8.6% y en régimen de alquiler 7.3%. De los alojamientos reglados, los hoteles suponen un 81.1%, los campamentos un 7.5%, Apartamentos un 10.3% y el turismo rural un 1.1%, todas estas pernoctaciones regladas han bajado respecto al año anterior un 7.4%, Andalucía se coloca en cuarto lugar en el ranking de comunidades autónomas captando un 14.3% por detrás de Canarias, Cataluña y Baleares. El alto porcentaje hotelero vendría determinado por el incremento de sectores eminentemente hoteleros, como el golf, el turismo profesional y el turismo cultural. Existen diferencias según procedencias, los extranjeros utilizan preferentemente los hoteles y asimilados. En cambio la proporción de turistas nacionales alojados en establecimientos hoteleros es inferior a la de extranjeros, pero superan a éstos en el empleo de segundas residencias y casas de familiares y amigos. Hay que decir que cualquiera de las modalidades de alojamiento no hotelero supone un periodo de estancia medio superior al del alojamiento hotelero.

De entre las características de estos segmentos de demanda cabría destacar:

- El turista de alquiler es un turista casi exclusivamente vacacional cuya principal motivación es el sol y la playa, por lo que se concentra mayoritariamente en verano, salvo una minoría que acude para la práctica del golf y lo hace en los meses de baja temporada. Mientras que para el turista residente la principal motivación es el buen clima precisamente de invierno.
- La estancia media de un turista de alquiler suele ser inferior al mes, mientras que el turismo de segunda residencia ocupa la vivienda como mínimo 75 días al año que coinciden con parte del verano, algunos fines de semana largos y breves periodos vacacionales como Navidad o Semana Santa. La estancia del turismo residencial es más prolongada, prácticamente todo el año, desde octubre a junio.

8) Pernoctaciones

Los turistas alojados en establecimientos hoteleros en 2009 generaron 40.7 millones de pernoctaciones, un 7.9% menos que el año anterior. Las pernoctaciones de turistas nacionales han bajado un 3.1% mientras que las de los extranjeros un 13.5%, 2009 significa un 2º año consecutivo con descenso para Andalucía. Como

es lógico el mayor volumen se produce en las provincias litorales 84.8%, que son las que mayor planta hotelera tienen y las que acogen a mayor número de turistas y especialmente en la de Málaga con el 38%. De las provincias de interior sólo destacan Granada y Sevilla, que son los dos principales destinos de turismo cultural y de congresos de Andalucía. A la primera habría que sumar además las pernoctaciones generadas por el turismo de nieve.

9) El gasto de los turistas

El gasto medio de los turistas que visitaron Andalucía en 2009 fue de 59.81€, superior al 2008 este comportamiento se da tanto en los turistas nacionales como extranjeros. La restauración recibe un 34.5% del gasto seguido del alojamiento con un 30.6 y de las compras y ocio con un 21.4%. Los extranjeros gastaron hasta 2.6€ más que el año pasado. El gasto medio diario difiere de unas provincias a otras, lo que está en relación con las tipologías de turismo y, por tanto, con los perfiles de la demanda. El gasto del turista urbano propio de las provincias de interior, es muy superior al gasto medio realizado en las provincias litorales.

10) Perfil sociodemográfico de la demanda

Encontramos una mayor presencia de mujeres 52%, el intervalo de edad más representativo es el de 30 y 44 años, en la mayoría de los casos son turistas con un trabajo remunerado seguidos a gran distancia de los jubilados y estudiantes. Los trabajadores de servicios son los más abundantes, tras ellos se sitúan los técnicos y profesionales científicos e intelectuales así como administrativos.

11) La especialización tipológica de la demanda

La demanda turística de Andalucía se caracteriza, al igual que la española por:

- La especialización tipológica.
- Por la concentración geográfica de su procedencia.

Andalucía continúa siendo un destino eminentemente vacacional y de ocio, y más específicamente de sol y playa. La distribución motivacional de la demanda sería, por motivos de ocio y vacaciones que sería la gran mayoría, el resto se repartiría para asistir a ferias, congresos o convenciones y otras motivaciones.

El segmento de ferias, congresos o convenciones así como el de negocios son muy importantes ya que su nivel de gasto es el doble del primero y además contribuyen a la desestacionalización, ya que estas visitas se concentran en invierno, primavera y otoño.

Las modalidades de turismo de negocios, ferias y congresos cuentan con unas grandes posibilidades de desarrollo en nuestra comunidad debido al buen clima que durante estas estaciones ofrece Andalucía y también a la magnífica oferta cultural de nuestras ciudades-patrimonio. La base de la demanda turística en Andalucía por motivos de ocio sigue siendo el sol y la playa, aunque también encontramos los deportes, visitas a monumentos o conocimiento de la naturaleza. La posibilidad de crecimiento de determinados segmentos, muy demandados por los europeos, es considerable. Entre estos estaría por ejemplo el turismo deportivo o el turismo de campo y montaña. El desarrollo de estos segmentos de la demanda ha de entenderse como complemento de la oferta de “sol y playa” y no como una competencia. El factor clima se ha revelado como un factor importantísimo para el desarrollo de estos sectores turísticos y, por tanto, como un factor decisivo para la desestacionalización.

12) Valoración del destino

De acuerdo con el balance de año turístico de Andalucía de 2009 los turistas que han visitado Andalucía durante dicho año la han calificado con un notable (7,1 puntos sobre 10), siendo la atención y trato recibido el concepto mejor valorado 7,9 puntos, también son puntuados por encima de 7,5 puntos el alojamiento y los paisajes y Parques naturales (7,8 puntos respectivamente). La satisfacción del turista hacia el destino andaluz se manifiesta entre otras cosas en el hecho de que el 60% lo conocía a través de la experiencia propia lo que se traduce en un alto porcentaje de fidelización. Según procedencias, los turistas españoles son ligeramente más exigentes que los extranjeros a la hora de calificar, y puntúan con un 7.1 otorgándoles a los paisajes, parques naturales y patrimonio un 8. Los turistas extranjeros son los que más satisfechos se sienten en Andalucía, ya que son los que mayor calificación le otorgan un 7.3 destacando por encima de 8 puntos el patrimonio cultural y los paisajes naturales.

IV. LA OFERTA

1) Oferta de alojamiento reglado

El registro de turismo de Andalucía clausuró el 2009 con un total de 5408 establecimientos de alojamiento turístico que suman en su conjunto más de 450 mil plazas, un 1.4% más que en 2008. Este incremento continúa la trayectoria positiva iniciada por esta variable una década atrás aunque refleja la tasa de crecimiento más moderada de dicho período.

Entre 1986 y 1995 el número de establecimientos hoteleros en España permanece prácticamente estancado, mientras que en Andalucía se pasa de un índice 100 en 1986 a un índice 175 en 1995. Pero ha sido a partir de esta fecha cuando la oferta hotelera andaluza ha crecido muy por encima de la media nacional. Hasta 1995 el crecimiento más fuerte fue en las provincias interiores de Sevilla, Córdoba y Granada, la primera experimenta un crecimiento acelerado a partir de 1989 al calor de las expectativas generadas por la EXPO92. El crecimiento de Granada, en parte motivado por los campeonatos mundiales de esquí de Sierra Nevada, es un fiel reflejo del desarrollo que el turismo cultural viene alcanzando en los últimos años, así como por el atractivo suscitado por el turismo de esquí. La mayor capacidad de alojamiento la proporcionan los hoteles y los hoteles-apartamentos. Estas plazas aparecen muy desigualmente repartidas en el territorio andaluz. El litoral concentra una gran proporción de ésta, destacando especialmente la provincia de Málaga dentro del litoral. Encontramos un gran contraste entre las provincias del interior y las del litoral, Granada aporta un importante porcentaje y esta oferta se localiza en la propia ciudad y en la estación de esquí de Sierra Nevada. A una escala comarcal habría que destacar la Costa del Sol y, más concretamente los municipios de Torremolinos y Marbella. De las ciudades de interior cabe señalar Sevilla y como hemos dicho Granada.

Atendiendo al perfil de la calidad de los establecimientos hoteleros. Andalucía ocupa un elevado puesto en el ranking de comunidades autónomas en cuanto a oferta de plazas de categoría alta, un 56% de los hoteles de ésta comunidad son de cuatro estrellas, seguida a gran distancia de los establecimientos de tres estrellas.

Los **apartamentos** turísticos de Andalucía suponen más de 72 mil plazas, con un incremento del 1.4% respecto al año anterior. Este tipo de establecimiento es genuinamente costero, muy vinculado a las vacaciones estivales de carácter familiar. La distribución geográfica a lo largo del litoral andaluz presenta una fuerte concentración destacando la provincia de Málaga seguida de Almería y Cádiz.

Las **pensiones y hostales** en Andalucía han ofertado aproximadamente 36000 plazas lo que supone un mantenimiento respecto a la oferta registrada en esta tipología de alojamiento durante el año anterior. Su distribución por el territorio es más homogénea, lo que evidencia su carácter tradicional y escasamente turístico.

Los **campamentos turísticos** en el 2009 ofrecieron un 1.0% más que el año anterior. En campamentos turísticos, la participación andaluza en el total nacional es inferior a la de establecimientos hoteleros. Más de la mitad de las plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento pertenece a los campings de categoría intermedia, sin bien cabe destacar que las plazas de camping de primera incrementaron en 2009 respecto al año anterior.

Las **casas rurales** han experimentado una trayectoria positiva de la oferta de alojamiento en la última década. En el 2009 la oferta de casas rurales subió un 5.6%, éstas se distribuyen principalmente por las comarcas montañosas de Andalucía, coincidiendo con los Parques Naturales y su entorno.

2) La oferta de alojamiento no reglado

A partir de los años sesenta y a la par del desarrollo hotelero surge otra modalidad de alojamiento: el apartamento o la vivienda unifamiliar.

Durante los setenta, ochenta y noventa se desarrollan infraestructuras tales como los campos de golf y los puertos deportivos, siempre acompañados de promociones inmobiliarias, construyéndose urbanizaciones de alta categoría destinadas a residentes extranjeros y segunda residencia de la clase media alta nacional y local. Esta oferta que constituye la gran masa de alojamiento del turismo litoral, no está contabilizada debido a la ausencia de estadísticas oficiales y su estimación resulta sumamente difícil. Sólo el censo de viviendas

permite una aproximación a su cuantificación, si se asocia la residencia secundaria a vivienda de potencial uso turístico. Por otra parte, los diferentes tamaños de la vivienda y sus tipologías hace aún más difícil la estimación de la capacidad de alojamiento que aportan. Se considera que por cada plaza de alojamiento reglada hay entre 5 y 6 plazas de alojamiento no regladas.

Esta oferta plantea una serie de problemas entre los cuales destaca la fuerte y desleal competencia para el sector hotelero por las ventajas fiscales con las que opera y porque no están sujetas a ningún tipo de control de calidad.

3) La oferta de restauración

En 2009, el Registro de Turismo de Andalucía registraba 750884 plazas en establecimientos de restauración lo que supone un incremento del 2.8% respecto al año anterior. La mayoría de las plazas ofertadas corresponden a restaurantes, tres de cada 10 plazas ofertadas de restauración se ubica en Málaga siguiéndole Cádiz y Granada. La provincia que ha experimentado un crecimiento de plazas más elevado en 2009 fue Sevilla.

Respecto a los **restaurantes**, casi la totalidad de éstos 92.8% pertenecen a las categorías más básicas, es decir, uno o dos tenedores, siguiéndole a gran distancia los de tres y cuatro tenedores. A pesar de todo esto hay que decir que los restaurantes de cinco tenedores son los que han registrado el incremento más acusado en el número de plazas ofrecidas.

La oferta de plazas de cafeterías supuso un incremento respecto al año anterior del 2.8%, por lo que se observa en esta tipología de establecimiento una tasa de crecimiento en descenso desde 2006. El 81% de las plazas se corresponden a cafeterías de categoría de una taza. Salvo las cafeterías de tres tazas, el resto han registrado un incremento respecto a 2008.

V. EL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ

La cuantificación del empleo en el sector turístico presenta dos grandes dificultades:

- La falta de una estadística específica sobre la economía y el empleo en el sector
- La existencia de un sistema de clasificaciones sectoriales poco preciso que hacen difícil la adecuación al mismo de las actividades estrictamente turísticas.

En Andalucía durante el 2009 la industria turística registró un descenso del 3.7% de activos, rompiendo la tendencia creciente que se venía observando desde 2003. Los ocupados de este sector representan un 11% de los ocupados de Andalucía, pero respecto al año anterior esta cifra descendió un 7.5%

1) Volumen de empleo

A pesar de que el conjunto de actividades económicas que conforman la industria Turística es muy heterogéneo, es posible agruparlas en cuatro ramas de actividad: Hoteles y alojamientos, Restauración, Transporte turístico y Otras actividades.

La que mayor número de efectivos tiene es la Restauración, en ella trabajan el 52% del total de los ocupados en actividades turísticas de Andalucía en 2009. El resto de ocupados se reparte entre Hoteles y alojamientos (17,1%), Transporte turístico (8,8%) y otras actividades turísticas (22,0%).

Andalucía es la tercera comunidad por detrás de Cataluña y Madrid con mayor número de ocupados en actividades relacionadas con el turismo.

Las diferencias provinciales son considerables, siendo Málaga la provincia andaluza donde mayor número de empleados existen en el sector de hostelería y restauración, y en la que mayor peso tiene el sector en la economía provincial. Granada es la otra provincia en la que el sector turístico tiene una importancia mayor a la media regional. Córdoba y Jaén son las provincias donde el sector tiene un menor peso económico. Estas fuertes diferencias espaciales se explican por el fuerte peso que en el turismo andaluz tienen la modalidad de sol y playa, fuertemente concentrado en la Costa del Sol, frente a las otras modalidades.

2) Características estructurales del empleo

Encontramos una mayoría de **varones** un 54.5%. Esta mayor presencia de varones solo se presenta en algunas ramas en las que se divide la actividad turística, así por ejemplo en Hostelería, tanto en hoteles y alojamientos, encontramos un número mayor de mujeres.

En cuanto a la distribución por **edad** de los ocupados en la Industria Turística andaluza durante el 2009, el 44% tenían entre 30 y 44 años. Respecto al año anterior, la caída del empleo afectó a todas las edades, siendo los más jóvenes los más afectados. Los jóvenes participan más en Restauración y Otras actividades turísticas, representando el 31,7% y el 28,1%, respectivamente, del total de ocupados en cada una de estas ramas.

Cuando se tiene en cuenta el **nivel de formación** de los trabajadores de la Industria Turística de Andalucía del año 2009, se aprecia que la mayoría poseían estudios secundarios, concretamente el 61,6%. El resto se reparte entre ocupados con estudios primarios o inferior (17,7%) y ocupados con estudios superiores (20,7%). Respecto al 2008, sólo los ocupados con estudios superiores se han mantenido prácticamente al mismo nivel del año anterior, mientras que se han reducido los efectivos de trabajadores con otros niveles educativos.

Al tener en cuenta la **situación profesional** del trabajador, la distribución de los ocupados en la Industria Turística de Andalucía del año 2009 estaría formada por un 77,0% de asalariados y por un 22,9% de trabajadores por cuenta propia o autónomos. Esto puede deberse al reducido tamaño de las empresas del sector de Restaurantes, cafeterías y bares. El colectivo de los empresarios que emplean o no a trabajadores representa casi un tercio del empleo total. Esto explica también el elevado porcentaje de empleados como “ayuda familiar”.

Según la modalidad o **tipo de contrato**, los asalariados de la Industria Turística de Andalucía del año 2009 se distribuyeron en 60,8% con contratos de duración indefinida, y 39,2% con contratos de duración temporal. Los contratos temporales se ven más afectados por el problema de la estacionalidad, con un perfil de ascensos más acusados en el tercer trimestre de cada año que los que se observan en los contratos indefinidos, pero también caídas bruscas en el resto de trimestres.

Conclusiones

Las conclusiones a las que llega el Plan DIA acerca de los principales problemas que aquejan al empleo del sector son:

- Altas tasas de desempleo
- Fuerte inestabilidad laboral
- Bajo nivel de formación
- Falta de motivación para la formación y dificultades para suplir la formación con la experiencia
- Gran incidencia de la inmigración.

Las líneas de actuación para paliar esta situación serían:

- Desarrollar programas específicos para fomentar la creación de empleo, incidiendo especialmente en autoempleo
- Potenciar las actuaciones formativas y mejorar su adecuación a las exigencias sectoriales
- Favorecer la atenuación de la estacionalidad
- Propiciar la utilización de fórmulas de contratación más estables.
- Reforzar los mecanismos tendentes a impedir el deterioro de las condiciones laborales de los colectivos más expuestos
- Facilitar la adquisición de experiencia entre quienes acceden al mercado de trabajo