

PLAN CAMERAL DE ANDALUCÍA 2026-2028



PLAN CAMERAL DE ANDALUCÍA 2026-2028

1ª EDICIÓN 2026

Documento elaborado por:

Dirección General de Comercio

Secretaría General de Empresa y Trabajo Autónomo

Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo

ÍNDICE

1. Memoria justificativa del Plan	4
1.1. La figura del Plan Cameral de Andalucía: marco normativo de referencia	4
1.2. Motivación y contenido del Plan	6
2. Diagnóstico sobre la competitividad de la economía andaluza	9
2.1. Contexto socioeconómico	9
2.2. Factores claves de competitividad.....	16
2.2.1. Emprendimiento y desarrollo empresarial	16
2.2.2. Competitividad inteligente: innovación y transición digital.....	28
2.2.3. Sostenibilidad ambiental	37
2.2.4. Capital humano y su repercusión en el empleo.....	46
2.3. Matriz de Problemas-Necesidades-Retos derivadas del diagnóstico	50
3. Alcance del Plan.....	55
3.1. Misión, visión y principios rectores	55
3.2. Objetivo general y finalidades del Plan Cameral de Andalucía	57
4. Marco Estratégico de Actuación.....	61
4.1. Descripción de Ejes Estratégicos	61
4.2. Líneas estratégicas y acciones concretas.....	68
5. Complementariedad con los planes camerales de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España	86
6. Sistema de Seguimiento y Evaluación del Plan	88
6.1. Mecanismos de coordinación.....	89
6.1.1. Consejo Rector	89
6.1.2. Comisión de Seguimiento del Plan Cameral de Andalucía	90
6.2. Periodicidad del seguimiento y evaluación	92
7. Entorno presupuestario del Plan.....	93
Anexos	96
Matriz de relación entre Finalidades y Líneas de Acción del Plan Cameral de Andalucía.....	97
Índice de Ilustraciones	98
Índice de Tablas.....	100

1. Memoria justificativa del Plan

1.1. La figura del Plan Cameral de Andalucía: marco normativo de referencia

Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación son corporaciones de derecho público, configuradas como **órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Públicas**. Su finalidad principal es la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, los servicios y la navegación, así como la prestación de servicios a las empresas que ejercen dichas actividades. Su contribución las convierte en piezas clave para el desarrollo económico de Andalucía, especialmente relevantes en la revitalización del tejido productivo y la generación de empleo.

La Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, dictada como legislación básica del régimen jurídico de las Administraciones Públicas al amparo del artículo 149.1.18.^a de la Constitución Española, representa el marco fundamental que rige estas instituciones a nivel estatal. Esta Ley consolida la naturaleza de las Cámaras como entidades de derecho público y subraya su papel esencial para el desarrollo económico y empresarial del país. Su objetivo principal es **impulsar a las Cámaras como entidades de prestación de servicios**, abogando por un modelo de Cámaras dirigido a resultados y reforzando su eficiencia en el desarrollo de las funciones que les son atribuidas.

En coherencia con este marco, y en aplicación de la disposición transitoria primera de la Ley 4/2014 de 1 de abril, la Comunidad Autónoma de Andalucía, en ejercicio de su competencia exclusiva reconocida en el artículo 79.3.a) del Estatuto de Autonomía, aprueba la **Ley 4/2019, de 19 de noviembre de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía**, que adapta la regulación cameral andaluza al modelo básico estatal. Esta ley autonómica pretende **reforzar la presencia e importancia de las Cámaras andaluzas**, asegurar una adecuada representación de todos los sectores económicos en sus órganos de gobierno e impulsar la coordinación intercameral a través del Consejo Andaluz de Cámaras.

El conjunto de **funciones atribuidas a las Cámaras de Andalucía** se estructura en dos ámbitos complementarios: **público-administrativo y privado**. Entre las funciones de naturaleza pública, recogidas en la Ley 4/2014, de 1 de abril destacan¹ la expedición de certificados de origen, la recopilación de usos mercantiles, el asesoramiento a las Administraciones Públicas, el apoyo a la internacionalización, la participación en formación profesional, la tramitación de programas de ayudas, la gestión del censo público de empresas, el funcionamiento como ventanilla única empresarial, la colaboración en procesos de simplificación administrativa, el impulso a la

¹ Adicionalmente, la Ley 4/2019 de 19 de noviembre de Andalucía consagra otras funciones público-administrativas específicas para las Cámaras andaluzas, tales como proponer reformas para el fomento del comercio, industria, servicios y navegación en Andalucía; colaborar en la elaboración y ejecución de planes de competitividad; apoyar la creación de empresas; realizar actuaciones materiales de comprobación y verificación de establecimientos; elaborar estadísticas y estudios desagregados por sexo; promover ferias y exposiciones; informar proyectos normativos autonómicos; tramitar programas de ayudas autonómicas; colaborar en la promoción turística; y asistir en la información y orientación sobre reconocimiento de competencias profesionales. La normativa destaca también la aportación cameral en estudios sobre la ordenación del territorio y la localización industrial y comercial, el fomento de la competitividad de las empresas con especial incidencia en diferencias de género, el apoyo a emprendedores y la asistencia en programas de mejora de competitividad empresarial.

competitividad de las pymes y el fomento de la innovación, la transferencia tecnológica y el impulso a la economía digital.

Este marco jurídico habilita a las Cámaras de Andalucía y al Consejo Andaluz de Cámaras a establecer **convenios de colaboración** tanto con las Administraciones Públicas como con organizaciones empresariales, con el fin de coordinar actuaciones, articular servicios y ejecutar actividades de carácter material, técnico o administrativo que les puedan ser encomendadas por la Administración General de la Junta de Andalucía.

En Andalucía un elemento especialmente relevante introducido por la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, es la creación del **Plan Cameral de Andalucía**, que tiene por objeto **fomentar y promocionar fuera de la Comunidad Autónoma los bienes y servicios producidos en la región, así como mejorar la competitividad del tejido empresarial andaluz**. En su artículo 8 se establece que el Consejo de Gobierno podrá aprobar, mediante acuerdo, uno o varios planes camerales en materias de su competencia, previo informe del Consejo Andaluz de Cámaras y con la duración que se determine en cada caso.

El Decreto del Presidente 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, establece en su *artículo 5.1* que corresponde a la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo el ejercicio de las competencias en materia de comercio y artesanía. De forma complementaria, el *artículo 11.h)* del Decreto 155/2022, de 9 de agosto, por el que se regula la estructura orgánica de dicha Consejería, atribuye a la Dirección General de Comercio las funciones que competen a la Comunidad Autónoma en relación con las Cámaras de Comercio de Andalucía. Esta delimitación competencial proporciona el marco institucional para la puesta en marcha y desarrollo del Plan Cameral.

En este contexto normativo e institucional, se presenta el **Plan Cameral de Andalucía 2026-2028**, concebido como un instrumento estratégico para **integrar y coordinar los distintos programas de apoyo empresarial desarrollados por las Cámaras andaluzas, en estrecha colaboración con la Administración General de la Junta de Andalucía**. Su objetivo será ofrecer una respuesta coherente, estructurada y alineada con los retos del tejido productivo andaluz, fortaleciendo la competitividad empresarial y facilitando un marco estable de cooperación público-privada.

1.2. Motivación y contenido del Plan

La red cameral andaluza constituye un activo estratégico para el desarrollo económico de la región, tanto por su capilaridad territorial como por la especialización de los servicios que presta. Integrada por el **Consejo Andaluz de Cámaras y 13 Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y, en su caso, Navegación²**, se apoya en un conjunto de delegaciones, antenas y viveros de empresas que articulan 95 puntos de atención empresarial distribuidos por toda Andalucía. Este despliegue posibilita un acompañamiento cercano y altamente especializado, impulsando la **modernización del tejido productivo** y contribuyendo de manera decisiva a la **vertebración económica del territorio**.

Asimismo, la red cameral impulsa iniciativas y proyectos orientados a **fortalecer los intereses generales de la economía andaluza**. Su actividad se nutre del conocimiento directo de las necesidades y expectativas de las empresas, lo que permite orientar sus actuaciones hacia la mejora del entorno empresarial.

Por su parte, el **Consejo Andaluz de Cámaras** desempeña un papel esencial como entidad de **coordinación y asistencia** al conjunto de Cámaras andaluzas. Actúa como órgano de **asesoramiento y colaboración de la Junta de Andalucía** y del resto de instituciones autonómicas, canalizando la representación de la red cameral. Su finalidad principal es impulsar y, en general, favorecer el desarrollo de las actividades económicas en Andalucía.

La **cooperación institucional** entre la Junta de Andalucía y la red cameral andaluza cuenta con una trayectoria amplia que, a lo largo de las últimas décadas, ha permitido consolidar metodologías de trabajo eficaces. Dicha colaboración se ha ido formalizando mediante **convenios suscritos con diversas Consejerías** para impulsar programas sectoriales y transversales orientados al asesoramiento empresarial, la transformación digital, la formación, el emprendimiento y la dinamización comercial, entre otros ámbitos estratégicos. De forma complementaria, desde 2020 se lleva a cabo un **apoyo específico por parte de la Administración General de la Junta de Andalucía** dirigido a reforzar la capacidad de las Cámaras para desempeñar sus funciones público-administrativas.

Sobre esta base, se plantea la formulación del Plan Cameral de Andalucía como respuesta a la necesidad de disponer de un marco estable que estructure la colaboración entre las Cámaras y la Administración autonómica en el ejercicio de las funciones que les reconoce la legislación vigente. El Plan ofrece un soporte jurídico claro y específico para las Cámaras de Comercio, articulando la relación institucional a través de un **interlocutor único³**, el **Consejo Andaluz de**

² Existe una Cámara por cada provincia (excepto Jaén), con sede en la capital de la misma, mientras que también tienen su corporación propia los términos municipales de Ayamonte (Huelva), Andújar y Linares (Jaén), Motril (Granada), Jerez de la Frontera y los municipios del Campo de Gibraltar (Cádiz).

³ De conformidad con lo establecido en el apartado 2 del artículo 5 de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, cuando se celebren convenios de colaboración de ámbito regional con la Administración de la Junta de Andalucía, o que afecten en su conjunto a la red cameral andaluza o a programas y funciones público-administrativas cuya gestión afecte a más de una provincia, serán instrumentalizados a través del Consejo Andaluz de Cámaras.

Cámaras, y posibilitando que dicha coordinación se desarrolle de manera planificada y consensuada con el conjunto de la red cameral. Además, incorpora la flexibilidad necesaria para adaptar su financiación mediante diversos mecanismos⁴: convenios subvencionables, decretos de concesión directa o, en función de las disponibilidades presupuestarias, subvenciones nominativas o finalistas.

En este sentido, el Plan Cameral de Andalucía se configura como un instrumento que garantiza una cooperación ordenada y eficaz entre las Cámaras y la Administración General de la Junta de Andalucía, facilitando el desarrollo coordinado de sus funciones y reforzando su contribución al fortalecimiento del tejido empresarial andaluz.

Este Plan integra las actuaciones en materia de competitividad empresarial que deberán desarrollar, en coordinación con los centros directivos de la Junta de Andalucía, las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y, en su caso, Navegación de Andalucía, así como el Consejo Andaluz de Cámaras. Estas entidades liderarán la ejecución de las acciones previstas, al estar reconocidas como organismos especializados y facultados para su desarrollo dentro de su ámbito territorial.

El Plan Cameral de Andalucía tendrá una vigencia plurianual, debiendo ejecutarse las acciones previstas durante los ejercicios 2026-2028, ambos inclusive.

Una vez expuesta la presente memoria justificativa, se procede a la presentación del **Plan Cameral de Andalucía 2026-2028**. Según lo dispuesto en el artículo 8.1 de la Ley 4/2019 de 19 de noviembre y en el Acuerdo de 10 de septiembre de 2025 del Consejo de Gobierno⁵, el Plan incorpora, entre otros contenidos, el análisis de los siguientes aspectos:

- a) Actuaciones previstas y su contribución al logro de los fines indicados.
- b) Mecanismos, en su caso, de coordinación y complementariedad con los planes camerales de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
- c) Plazos máximos de ejecución de las actuaciones previstas, definición de objetivos e indicadores de su grado de cumplimiento, así como mecanismos de corrección de desviaciones en el cumplimiento de dichos indicadores.
- d) Criterios cuantitativos y cualitativos de medición del cumplimiento de dichos objetivos y del grado de eficiencia en la gestión.
- e) Estudio económico de las actuaciones previstas en el Plan Cameral.

⁴ De conformidad con lo establecido en el apartado 2 del artículo 8 de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, el Gobierno de la Junta de Andalucía podrá otorgar, en función de las disponibilidades presupuestarias, subvenciones de concesión directa para la ejecución de las actuaciones previstas en los planes camerales al Consejo Andaluz de Cámaras, o bien a las Cámaras de Andalucía, en función de la naturaleza de cada concreta actividad, al amparo del artículo 22.2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, y del artículo 120.1 del Texto Refundido de la Ley General de la Hacienda Pública de la Junta de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de marzo, mediante la suscripción del correspondiente convenio de colaboración.

⁵ Acuerdo de 10 de septiembre de 2025, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028.

f) Mecanismos de financiación de las actuaciones previstas en el Plan Cameral, que deberán estar total o parcialmente vinculados al cumplimiento de los indicadores de ejecución y efectos de dicha financiación en el objetivo presupuestario de la Junta de Andalucía, así como determinación de la aplicación presupuestaria a la que se imputarán las actuaciones previstas.

g) Las garantías, si procede, del cumplimiento de las obligaciones.

h) Creación de un Consejo Rector, con representación equilibrada de mujeres y hombres, encargado del seguimiento, desarrollo y valoración de la ejecución del Plan Cameral, integrado por una Presidencia y tres Vocalías designadas por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y cuatro Vocalías designadas por el Consejo Andaluz de Cámaras, de las cuales, tres serán en representación de las Cámaras de Andalucía y una en representación del Consejo Andaluz de Cámaras.

2. Diagnóstico sobre la competitividad de la economía andaluza ⁶

2.1. Contexto socioeconómico

Durante el **periodo 2019-2024**, la **evolución económica de Andalucía ha seguido**, en términos generales, una senda **alineada con la observada en España y en el conjunto de la Unión Europea (UE-27)**.

En 2019, el PIB real avanzó un 2,1%, manteniendo un registro positivo, si bien ya se apreciaban señales de moderación respecto a los ritmos de variación alcanzados en años previos.

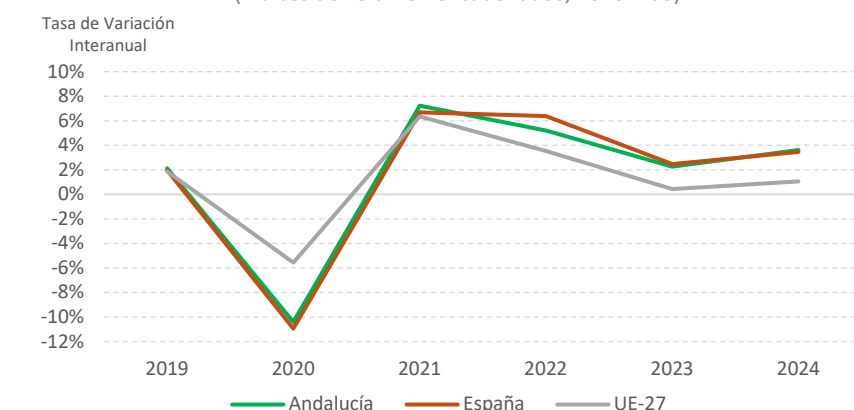
El año 2020 supuso una alteración profunda del contexto económico como consecuencia del impacto provocado por la crisis sanitaria de la COVID-19. Las restricciones a la movilidad y la interrupción temporal de numerosas actividades productivas provocaron una fuerte contracción, especialmente intensa en el segundo trimestre. Como resultado, el PIB regional descendió un -10,4%, una magnitud similar a la del conjunto de España (-10,9%) y claramente superior a la registrada en la UE-27 (-5,6%). Esta fase recesiva dio paso, en 2021, a una recuperación generalizada, con tasas situadas en torno al 6-7% tanto en Andalucía como en sus entornos de referencia.

Desde 2022, el escenario macroeconómico comenzó a caracterizarse por una progresiva desaceleración que se acentuó en 2023, año en el que la economía andaluza registró un crecimiento interanual del 2,3%. Los datos correspondientes a 2024 reflejan un nuevo impulso en el ritmo de crecimiento de la economía andaluza, con una tasa interanual del 3,6%. Este avance se sitúa ligeramente por encima de la media nacional (3,5%) y supera en más de dos puntos porcentuales el crecimiento medio registrado en el conjunto de la UE-27 (1,1%).

De acuerdo con los datos de avance de la Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía (CRTA), la evolución de la **actividad económica en 2025** mantiene una **senda favorable**, con un crecimiento interanual medio del 3,4% durante el primer y segundo trimestre del año. En el tercer trimestre, el ritmo de avance se moderó ligeramente, situándose en el 3,1%.

Figura 1. Evolución interanual del PIB a precios de mercado

(Índices de volumen encadenados; 2020=100)



Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. (IECA), Eurostat

⁶ La recepción de información estadística para elaborar este capítulo se ha cerrado el 17 de enero de 2026.

Desde el enfoque sectorial, la salida de la crisis sanitaria refleja una evolución **desigual** entre las principales ramas productivas de Andalucía:

- **Sector agrario.** La evolución del sector ha estado marcada por una elevada volatilidad a lo largo del periodo analizado. Tras el crecimiento registrado en 2021, con un incremento del Valor Añadido Bruto (VAB) del 7,7%, la actividad experimentó en 2022 una intensa contracción (-18,4%), fundamentalmente asociada a los efectos adversos de la sequía sobre la producción. Esta dinámica se revirtió a partir de 2023, dando paso a una recuperación que se intensificó en 2024, ejercicio en el que el VAB agrario registró un aumento interanual del 16,8%.
- **Sector Industria.** Durante la fase inicial de la recuperación, el sector de la industria registró tasas de crecimiento positivas que, no obstante, se situaron por debajo del promedio regional, con variaciones interanuales del VAB del 2,7% en 2021 y del 0,8% en 2022. En 2023 se produjo un retroceso (-3,6%), vinculado principalmente a la evolución de las actividades extractivas y energéticas, mientras que en 2024 el sector se mantuvo prácticamente estable (0,1%).

La evolución más reciente del sector, aproximada a través del Índice de Producción Industrial de Andalucía (IPIAN), elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), registra⁷ un incremento del 9,1% en el acumulado de los diez primeros meses de 2025, apoyado, en parte, en el avance del 4,7% de la industria manufacturera, que contribuye en torno al 70% del valor del índice.

- **Sector construcción.** La actividad se ha caracterizado por el mantenimiento de una senda de crecimiento sostenido en los tres últimos ejercicios. Esta evolución positiva se consolida en 2024, año en el que la tasa de variación interanual se situó en el 6,3%.
- **Sector servicios.** Tras la recuperación posterior a la COVID-19, el sector mantuvo una trayectoria expansiva. En el periodo 2021-2022, el crecimiento medio anual se situó en el 8,3%, suavizándose posteriormente hasta una media del 3,5% en 2023-2024. En este último bienio, las actividades de información y comunicaciones, junto con el agregado de comercio, transporte y hostelería, registraron ritmos de crecimiento superiores al promedio del sector. Hay que resaltar que este último bloque, que concentra el 31,7% del Valor Añadido Bruto del sector servicios en Andalucía, tiene una contribución determinante en la tasa de crecimiento del conjunto del sector.

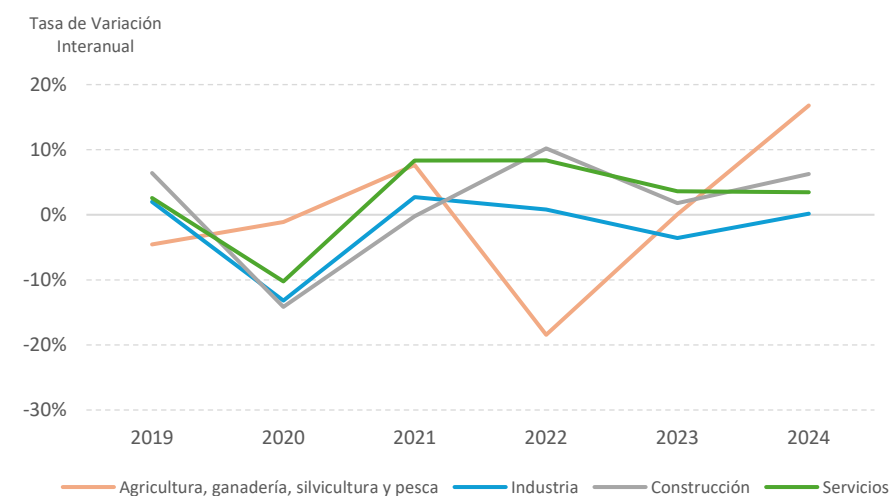
Esta evolución positiva del sector servicios se confirma al analizar los indicadores de actividad empresarial. En este sentido, el índice general de la cifra de negocios del sector servicios, corregido de efectos estacionales y de calendario, registró una variación interanual del 3,9% al cierre de 2024. Asimismo, en el acumulado de los diez primeros meses de 2025 el indicador mostró un incremento del 3,4%, lo que apunta al mantenimiento de una dinámica favorable en el conjunto del ejercicio.

⁷ Series corregidas de efectos estacionales y de calendario.

Por su relevancia relativa en el sector, el turismo merece una referencia específica. El balance del año 2024 mostró registros máximos en Andalucía, superando los niveles prepandemia. Según la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), elaborada por el IECA, el número de turistas aumentó un 5,3% en 2024, superando los 36 millones (36.091.937 turistas). Este máximo se tradujo en un gasto turístico total de 19.273 millones de euros, un 15,8% más que el año anterior. La evolución favorable se mantiene en 2025, con un incremento interanual del 5,6% en el número de turistas durante los nueve primeros meses del año.

Figura 2. Evolución VAB sectorial en Andalucía

(Índices de volumen encadenados; 2020=100)



Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. (IECA)

Precios

La evolución de la economía ha estado condicionada en los últimos años por el **episodio inflacionista registrado en el conjunto de las economías europeas durante 2021 y 2022**. En el caso español, este proceso se materializó en incrementos significativos del Índice de Precios de Consumo Armonizado (IPCA), con tasas del 3,0% en 2021 y del 8,3% en 2022. El repunte de los precios respondió, fundamentalmente, al fuerte encarecimiento de los componentes energéticos, en particular de la electricidad, al que se sumaron otros factores como los efectos derivados de la salida de la pandemia, las disrupciones en las cadenas de suministro de determinadas materias primas y las tensiones geopolíticas a escala internacional.

La combinación de una **política monetaria más restrictiva y la progresiva normalización de los precios energéticos permitió iniciar, a partir de 2023**, una fase de contención gradual de las tensiones inflacionistas. Como resultado, el IPCA en España cerró 2023 con una tasa interanual del 3,4% y del 2,9% en 2024, aproximándose progresivamente al objetivo de estabilidad de precios definido por la autoridad monetaria, situado en torno al 2% a medio plazo.

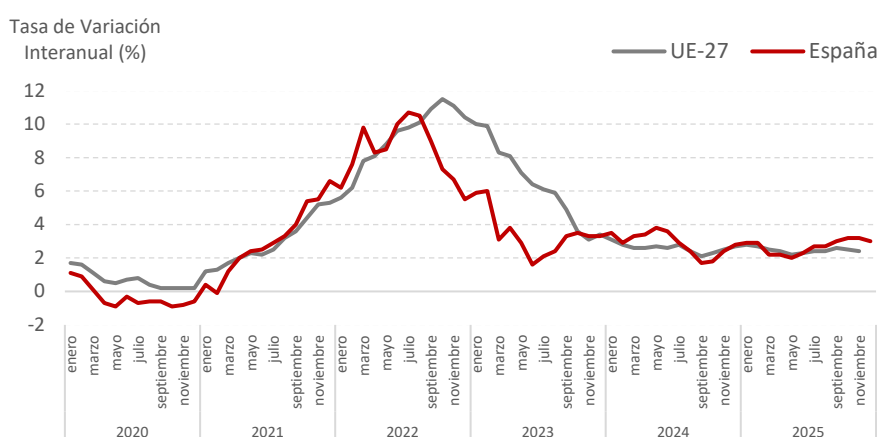
Este proceso se enmarca en la estrategia seguida por el Banco Central Europeo, que, tal y como recoge su Informe Anual 2024, ha atravesado tres etapas diferenciadas en la orientación de la política monetaria. En una primera fase, comprendida entre julio de 2022 y septiembre de 2023,

se produjo un endurecimiento significativo de las condiciones financieras, con un aumento acumulado de los tipos de interés de 450 puntos básicos. Posteriormente, se abrió un periodo de transición caracterizado por el mantenimiento de los tipos en niveles elevados y estables. Finalmente, desde junio de 2024, la política monetaria inició una fase de relajación gradual, avanzando hacia un posicionamiento menos restrictivo.

Desde la óptica empresarial, este entorno de **política monetaria restrictiva ha supuesto un incremento generalizado de los costes de financiación y una mayor presión sobre los niveles de endeudamiento**, con posibles implicaciones sobre las decisiones de inversión y la capacidad de crecimiento del tejido productivo, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas.

Los datos correspondientes a **2025** muestran que la inflación mantiene un ritmo de crecimiento similar al registrado al cierre de 2024, **con tasas de variación del IPCA en torno al 3%**. Esta tendencia muestra un ritmo todavía superior al objetivo de estabilidad definido a medio plazo por la autoridad monetaria.

Figura 3. Evolución interanual de los precios
(IPC Armonizado)



Fuente: Eurostat

Demanda exterior

La contribución del **sector exterior al crecimiento de la economía andaluza en 2024** estuvo marcada por la evolución favorable de las **exportaciones de bienes y servicios**, que registraron un incremento interanual del **5,1%**, crecimiento superior al observado en el conjunto de la economía española (3,2%). Por su parte, las **importaciones** aumentaron a un ritmo más moderado (**2,5%**).

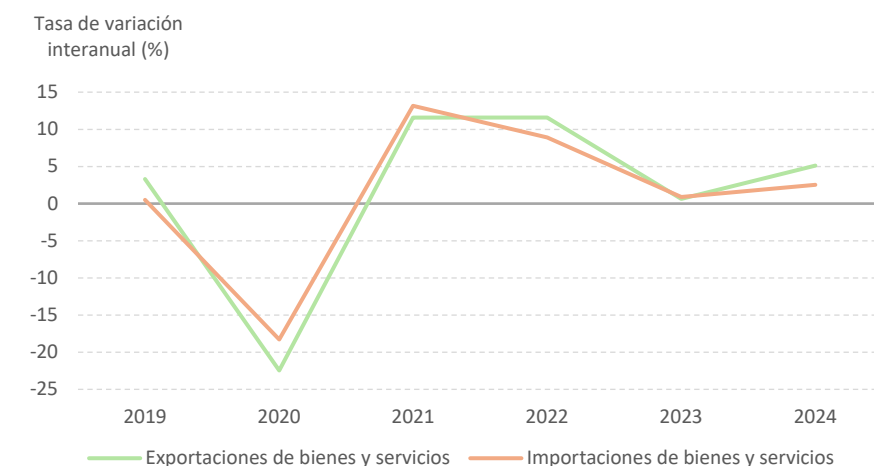
En términos nominales, las exportaciones andaluzas de bienes y servicios alcanzaron en 2024 los 95.555 millones de euros, el valor más elevado de la serie disponible. Este volumen representó el 43,2% del PIB regional, una proporción significativamente superior a la media nacional

(37,1%), lo que pone de manifiesto el elevado grado de apertura exterior de la economía andaluza. Las importaciones, por su parte, se situaron en 104.284 millones de euros, equivalentes al 47,2% del PIB, reflejando igualmente la intensidad de los flujos comerciales con el exterior.

La información más reciente procedente de la Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía (CRTA) apunta a la **continuidad de esta dinámica en 2025**. En concreto, los datos de avance correspondientes a los tres primeros trimestres del año muestran **tasas de crecimiento interanual próximas al 4% tanto en exportaciones como en importaciones**.

Figura 4. Comercio exterior de bienes y servicios en Andalucía

(Índices de volumen encadenados; 2020=100)



Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. (IECA)

Mercado de Trabajo

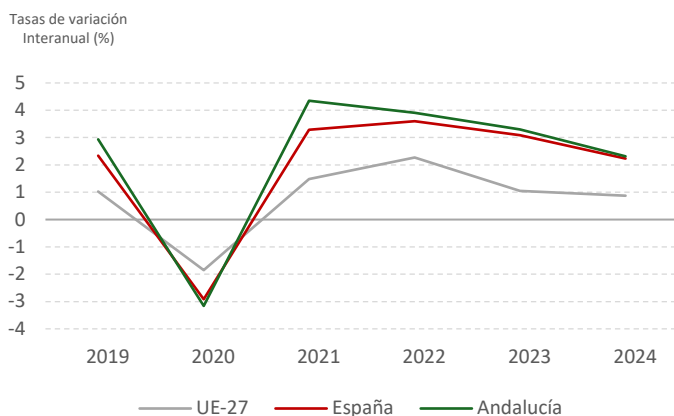
El mercado laboral andaluz mostró en 2024 una evolución favorable, alcanzándose niveles máximos de población activa y ocupada. De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Población Activa (EPA), la **ocupación media en Andalucía** se situó en **3,46 millones de personas**, lo que representa un **aumento interanual del 2,3%**. Este crecimiento se alinea con el observado en el conjunto de la economía española (2,2%) y supera el avance registrado en el ámbito de la UE-27 (0,9%).

Desde 2022, la ocupación ha mostrado una trayectoria de crecimiento continuado, con incrementos anuales en la mayor parte de las ramas productivas. La excepción ha sido el sector agrario, que acumuló descensos del -10,9% en 2022 y -2,3% en 2023, si bien en 2024 se interrumpe esta tendencia de destrucción de empleo.

En lo que respecta a los sectores no agrarios, la ocupación laboral en la industria muestra un crecimiento promedio entre 2002-2024 del 2,3%, situándose este crecimiento en el 4% en el sector servicios, aunque en un escenario de desaceleración. Por su parte, la construcción

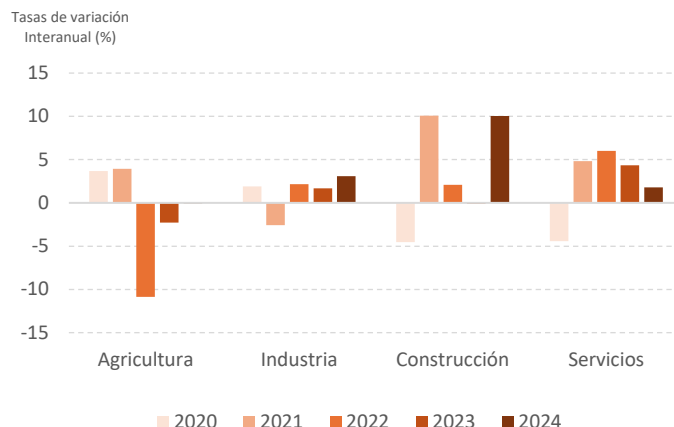
muestra un comportamiento más dinámico en el último ejercicio, con un incremento del empleo del 10% en 2024, que rompe con la estabilidad observada el año anterior (-0,1%).

Figura 5. Evolución de la Población Ocupada



Fuente: EPA (INE). Eurostat

Figura 6. Evolución de la ocupación laboral en los sectores productivos



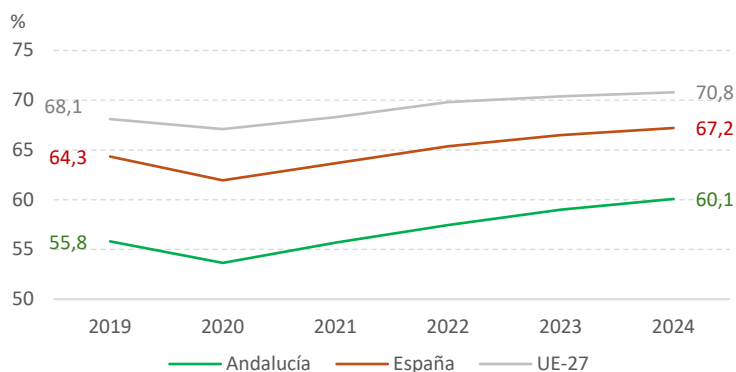
Fuente: EPA (INE).

En este contexto, la **tasa de empleo en Andalucía**, definida como la proporción de personas ocupadas sobre la población de 16 a 64 años, **se situó en 2024 en el 60,1%**, lo que supone un incremento de 4,3 puntos porcentuales en comparación con el nivel registrado en 2019.

A lo largo del periodo 2019-2024, la tasa de empleo ha mostrado una tendencia ascendente de carácter sostenido, con la única interrupción del ejercicio 2020, como consecuencia del impacto de la crisis sanitaria. Esta evolución ha permitido reducir progresivamente el diferencial existente con el contexto de referencia. No obstante, en 2024 la tasa de empleo andaluza se mantiene en torno a **7 puntos porcentuales por debajo de la media nacional**, ampliándose la brecha hasta más de **10 puntos porcentuales en relación con el promedio de la UE-27**.

La evolución más reciente confirma la continuidad de esta **mejora en 2025**, alcanzando la tasa de empleo en Andalucía un **62,3% al cierre del tercer trimestre**, lo que ha permitido acortar el diferencial respecto al conjunto nacional hasta los 6,3 puntos porcentuales.

Figura 7. Evolución de la Tasa de Empleo
(Población de 16 a 64 años)



Fuente: EPA (INE). Eurostat

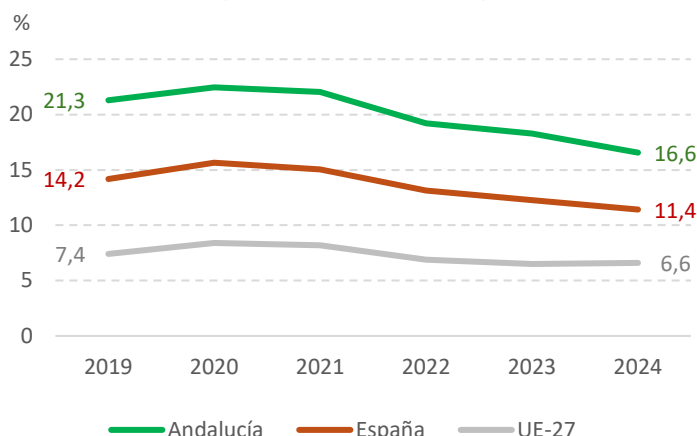
El dinamismo seguido en el mercado de trabajo durante los últimos años se ha trasladado también a una reducción de la **tasa de desempleo en Andalucía**, medida como la proporción de personas desempleadas sobre la población activa de 16 a 64 años. En el **periodo 2019-2024**, esta tasa **descendió en 4,7 puntos porcentuales** (en adelante p.p.), hasta situarse en el 16,6% en 2024. De este modo, Andalucía ha logrado mejorar su convergencia respecto al nivel nacional y europeo. La **tendencia descendente se mantiene en 2025**, con una tasa de paro del 15,4% en Andalucía al cierre del tercer trimestre.

La mejora registrada ha sido generalizada en los principales grupos de edad, aunque resulta especialmente significativa en la población joven menor de 30 años, colectivo en el que se observa la mayor reducción acumulada de la tasa de desempleo a lo largo de los últimos cinco años (-5,3 p.p.). No obstante, pese a esta evolución favorable, el **desempleo juvenil continúa situándose en niveles muy elevados y superiores al 28% en 2024**, lo que evidencia una brecha persistente respecto al resto de estratos de población y pone de relieve la necesidad de reforzar los mecanismos de cualificación y transición al empleo dirigidos a los jóvenes andaluces.

Finalmente, atendiendo al desglose por sexo, el descenso del desempleo ha sido más intenso entre las mujeres. Entre 2019 y 2024, la tasa de desempleo femenina se redujo del 25,3% al 19,3%, lo que **ha permitido acortar la brecha de género en el desempleo**. En 2024, la **diferencia entre las tasas femenina y masculina se situó en torno a 5 puntos porcentuales**.

Figura 8. Evolución de la Tasa de Desempleo

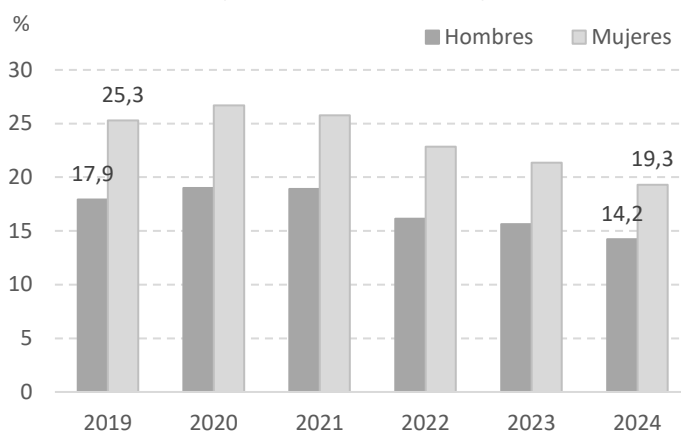
(Población de 16 a 64 años)



Fuente: EPA (INE). Eurostat

Figura 9. Evolución de la Tasa de Desempleo en Andalucía por sexo

(Población de 16 a 64 años)



Fuente: EPA (INE).

2.2. Factores claves de competitividad

2.2.1. Emprendimiento y desarrollo empresarial

Según la información del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE, con referencia a 1 de enero de 2025, el tejido empresarial andaluz en los sectores no agrarios está integrado por 540.462 empresas. Este stock empresarial sitúa a Andalucía como la segunda comunidad autónoma con mayor número de empresas activas, únicamente por detrás de Cataluña, concentrando el 16,3% del total nacional.

Sin embargo, al relacionar el número de empresas con la población en edad de trabajar, se observa una **menor densidad empresarial** relativa en Andalucía en comparación con el conjunto de España. En concreto, la región registra 71,1 empresas por cada mil habitantes en edad de trabajar, frente a una media nacional de 75,6 empresas, lo que pone de manifiesto un margen de mejora en términos de **emprendimiento y fortalecimiento del tejido empresarial**, especialmente en lo que respecta a la **consolidación de iniciativas empresariales**.

Tamaño de la empresa andaluza

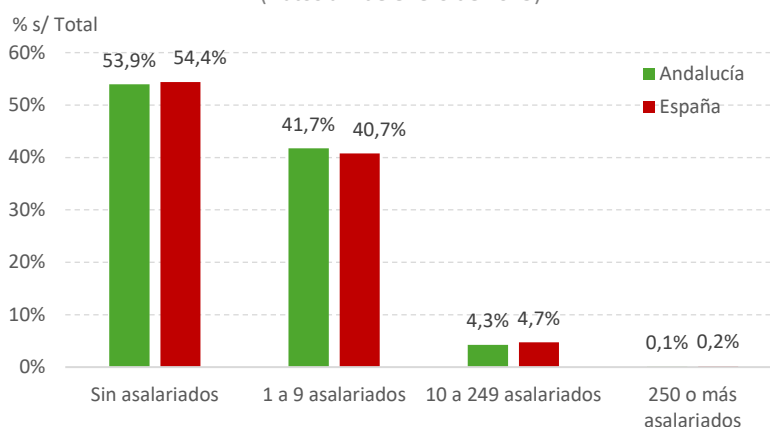
El tejido empresarial andaluz presenta una estructura claramente dominada por empresas de pequeña dimensión, un rasgo que comparte con el conjunto de la economía española. En el año 2025, el 53,9% de las empresas activas en Andalucía carecía de asalariados (sin empleo, salvo el empresario autónomo). Este porcentaje se sitúa en niveles muy similares a los observados en el ámbito nacional (54,4%).

Las empresas con asalariados representan el 46,1% del total del tejido empresarial andaluz. Dentro de este grupo, destaca el peso de las empresas de menor tamaño; un 41,7% del total cuenta con menos de 10 trabajadores, una proporción ligeramente superior a la registrada en España (40,7%). Por su parte, las pequeñas y medianas empresas (entre 10 y 249 asalariados) concentran únicamente el 4,3% del tejido empresarial no agrario en Andalucía, mientras que la presencia de grandes empresas (250 o más asalariados) es residual (0,1%). Ambos porcentajes se sitúan por debajo de los valores medios nacionales (4,7% y 0,2%, respectivamente).

Así, la elevada atomización del tejido empresarial andaluz, caracterizado por el **predominio de microempresas y pequeñas empresas, constituye un factor estructural que condiciona la competitividad de la economía regional**. Esta reducida dimensión limita, en términos generales, la capacidad de las empresas para invertir en innovación y tecnología, mejorar su productividad, acceder a financiación en condiciones competitivas y proyectarse hacia mercados exteriores.

Figura 10. Empresas por estrato de empleo

(Datos a 1 de enero de 2025)



Fuente: Directorio Central de Empresas. INE

Distribución Sectorial

El tejido empresarial andaluz se estructura mayoritariamente en torno a las actividades de servicios, con **456.321 empresas activas a 1 de enero de 2025, que representan el 84,4% del total de empresas de Andalucía pertenecientes a los sectores no agrarios.**

Dentro del sector servicios, el comercio al por mayor y al por menor, junto con la reparación de vehículos de motor, constituye la principal rama de actividad, con 119.883 empresas, concentrando el 22,2% del total del tejido empresarial. En particular, resulta significativa la aportación del comercio minorista, con 78.092 empresas, que suponen el 14,4% del total. Le siguen en relevancia las actividades profesionales, científicas y técnicas, con 61.772 empresas (11,4%), y la hostelería, que agrupa 48.965 empresas, representando el 9,1% del total. Junto a estas, las actividades inmobiliarias, los servicios administrativos y auxiliares y el transporte y almacenamiento mantienen también un peso relevante, con participaciones comprendidas entre el 5,8% y el 6,2%.

Por su parte, el sector de la construcción agrupa 57.856 empresas, lo que equivale al 10,7% del tejido empresarial no agrario. Este peso pone de relieve su relevancia estructural en la economía andaluza, tanto por su aportación directa a la actividad como por su interrelación con otras ramas productivas, en especial con el ámbito industrial.

Finalmente, el sector industrial agrupa 26.285 empresas, aportando el 4,9% del total del tejido empresarial andaluz. Dentro de este conjunto, las actividades manufactureras concentran la mayor parte de las empresas del sector, con 23.710 entidades.

En términos de especialización interna, destaca la industria de productos alimenticios y bebidas, que se configura como la rama manufacturera más representativa en Andalucía, con 5.076 empresas. Le siguen la metalurgia y la fabricación de productos metálicos, con 4.613 empresas, y la industria textil y de la confección, que cuenta con 2.030 empresas.

Tabla 1. Participación de las empresas de sectores no agrarios en Andalucía

Empresas según actividad económica	1 de enero de 2025	% sobre total
Industria	26.285	4,9%
Industrias extractivas	294	0,1%
Industria manufacturera	23.710	4,4%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1.002	0,2%
Suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	1.279	0,2%
Construcción	57.856	10,7%
Servicios	456.321	84,4%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	119.883	22,2%
Transporte y almacenamiento	31.555	5,8%
Hostelería	48.965	9,1%
Información y comunicaciones	9.142	1,7%
Actividades financieras y de seguros	12.934	2,4%
Actividades inmobiliarias	33.773	6,2%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	61.772	11,4%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	32.433	6,0%
Educación	18.236	3,4%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	29.089	5,4%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	17.722	3,3%
Otros servicios	40.817	7,6%
TOTAL	540.462	100,0%

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE

Empresas inscritas en la Seguridad Social

Los datos de empresas inscritas en la Seguridad Social, elaborados por el Ministerio de Trabajo y Economía Social, permiten disponer de una radiografía más actualizada sobre la evolución del tejido empresarial andaluz. Esta estadística se construye a partir del Fichero de Cuentas de Cotización e incluye exclusivamente a las empresas con trabajadores en alta en el sistema.

De acuerdo con esta fuente, Andalucía alcanzó en **diciembre de 2025** un total de 270.845 empresas inscritas en la Seguridad Social, lo que constituye el máximo histórico de la serie disponible. En comparación con el cierre de 2024, el **número de empresas** se incrementó en 1.813 unidades, lo que supone un **crecimiento interanual del 0,7%**, una tasa ligeramente superior a la registrada en el conjunto de España (0,3%).

El **análisis sectorial** de las empresas inscritas en la Seguridad Social pone de relieve un **comportamiento diferenciado** del tejido empresarial andaluz en los últimos años. Tomando como referencia los datos a 31 de diciembre, el **sector primario registró en 2025 una ligera variación interanual negativa (-0,1%)**, interrumpiendo el tono expansivo observado desde 2023, que alcanzó su mayor intensidad en 2024, cuando el número de empresas aumentó un 7,4%.

En los sectores no agrarios, la **evolución más favorable se concentra en la construcción y los servicios**, ambos con tasas interanuales positivas al cierre de los últimos ejercicios. En concreto,

la construcción presenta un crecimiento medio anual del 1,1% desde 2023, mostrando en 2025 una aceleración significativa, con una variación interanual del 2,7%. Por su parte, el sector servicios mantiene una trayectoria de avance más moderada, con un crecimiento promedio cercano al 0,6% desde 2023, cerrando 2025 con una tasa interanual del 0,7%.

De manera particular hay que señalar que el comercio minorista, una rama estratégica en Andalucía que aporta el 19% del tejido empresarial del sector servicios, desde el año 2022 viene registrando una reducción progresiva del número de empresas afiliadas a la Seguridad Social, con un descenso medio en torno al -1% anual.

En este contexto, hay que señalar además las dificultades que presenta la rama comercial para atraer a la población más joven en su incorporación laboral, a lo que se une la falta de relevo generacional en la gestión de negocios. Así, entre 2019 y 2024, el tramo de personas ocupadas menores de 30 años ha reducido su participación en cerca de un 2 p.p., una disminución que se hace más acusada en la población de 30 a 45 años, con una pérdida en su peso de 4,2 p.p. Esta situación propicia una tendencia de envejecimiento de la población ocupada, con una mayor presencia de personas trabajadoras con edades más elevadas, aumentando el peso de la ocupación con 45 a 64 años en cerca de 6 p.p.

En otro orden, **la industria andaluza se ha caracterizado desde 2022 por mostrar una dinámica contractiva**. En conjunto, el sector ha perdido 255 empresas inscritas en la Seguridad Social en los últimos cuatro años, una evolución que también se observa en el ámbito nacional, con disminuciones relativas más intensas.

Atendiendo a los datos de cierre del año 2025, el número de empresas industriales se redujo un 0,2% en Andalucía, frente a una caída más acusada del 1,2% en España. Este descenso se explica fundamentalmente por la industria manufacturera, que concentra en torno al 91% de las empresas del sector y registró una variación interanual del -0,4%. Dentro de esta rama, destaca por su peso relativo la reducción del número de empresas de la industria de la alimentación (-0,8%).

Figura 11. Evolución de las empresas inscritas a la Seguridad Social

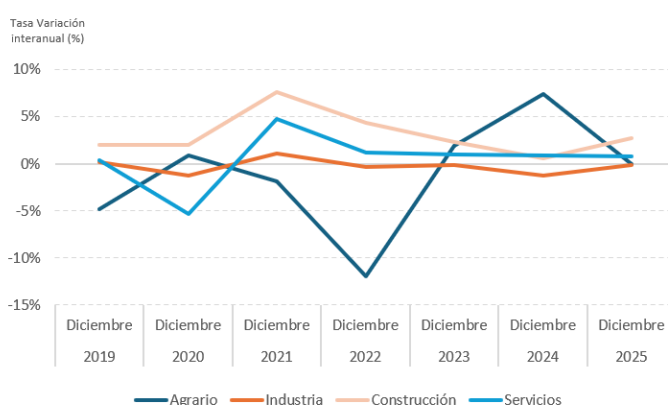
(Datos referidos a 31 de diciembre)



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Figura 12. Evolución de las empresas inscritas a la Seguridad Social en Andalucía por sectores

(Datos referidos a 31 de diciembre)



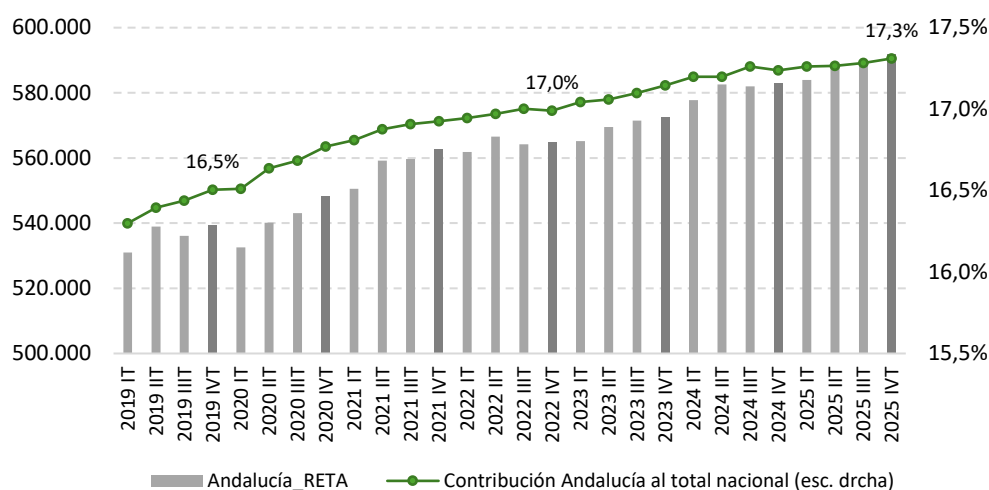
Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Las personas trabajadoras autónomas

El **trabajo autónomo** constituye un componente estructural del mercado laboral andaluz, no solo por su aportación a la generación de empleo, sino también por su papel como vía de emprendimiento y desarrollo profesional. La información publicada por la Tesorería General de la Seguridad Social confirma la relevancia de este colectivo en la región, con una **evolución claramente expansiva en los últimos años**, incluso en la primera mitad del año 2020, meses en los que se sufrieron los momentos más difíciles para la actividad económica derivados de las consecuencias de la crisis sanitaria.

En concreto, el número de personas afiliadas al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) en Andalucía ha pasado de 539.316 a finales de **2019** a 591.894 al cierre de **2025**, lo que supone un **incremento acumulado superior a 52.000 personas**. Esta trayectoria ha reforzado, además, el **peso relativo de Andalucía en el conjunto nacional, elevando su participación hasta el 17,3%** en el último ejercicio.

Figura 13. Evolución de las personas trabajadoras cotizantes en el RETA en Andalucía
(datos a último día del trimestre)



Fuente: Bases de datos TGSS. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

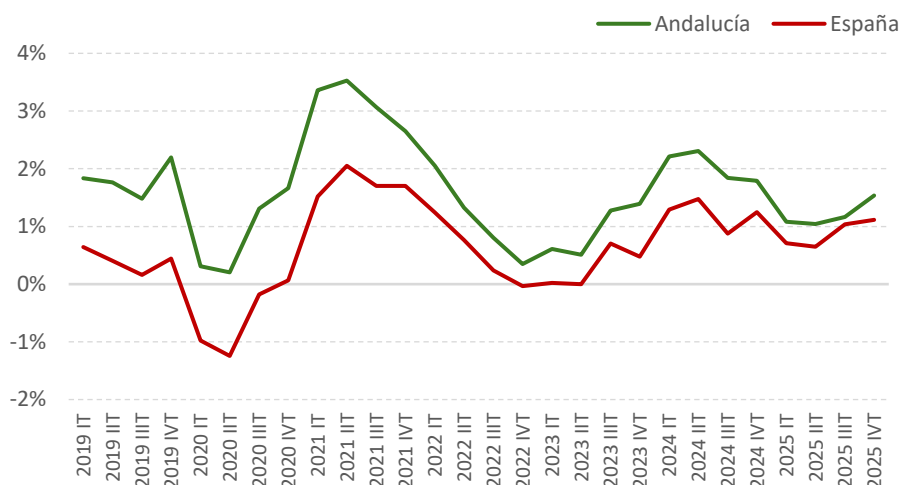
En términos de evolución, se observa que el crecimiento del colectivo de personas trabajadoras autónomas ha sido, de forma sistemática, más intenso en Andalucía que en el conjunto de España a lo largo de los últimos años. Así, considerando el último trimestre de cada ejercicio, entre 2023 y 2025 el crecimiento medio del número de personas trabajadoras autónomas en la región se sitúa en torno al 1,6% interanual, frente a un avance medio del 0,9% en el conjunto de España. Al cierre de 2025, Andalucía registra un incremento interanual en el total de afiliación al RETA del 1,5%.

En este contexto, resulta relevante la progresiva incorporación de la mujer a la actividad económica a través del trabajo autónomo, consolidando su presencia en el tejido productivo andaluz. En 2025, el número de mujeres afiliadas al RETA en Andalucía ascendió a 220.510, situando la tasa de participación femenina en el 37,3%, un nivel muy próximo al registrado en el

conjunto nacional (37,1%). Este porcentaje supone un sólido avance respecto al 34,4% y 35,4% alcanzado en 2014 y 2019, respectivamente.

Figura 14. Evolución de las personas trabajadoras en alta en RETA

(datos a último día del trimestre)



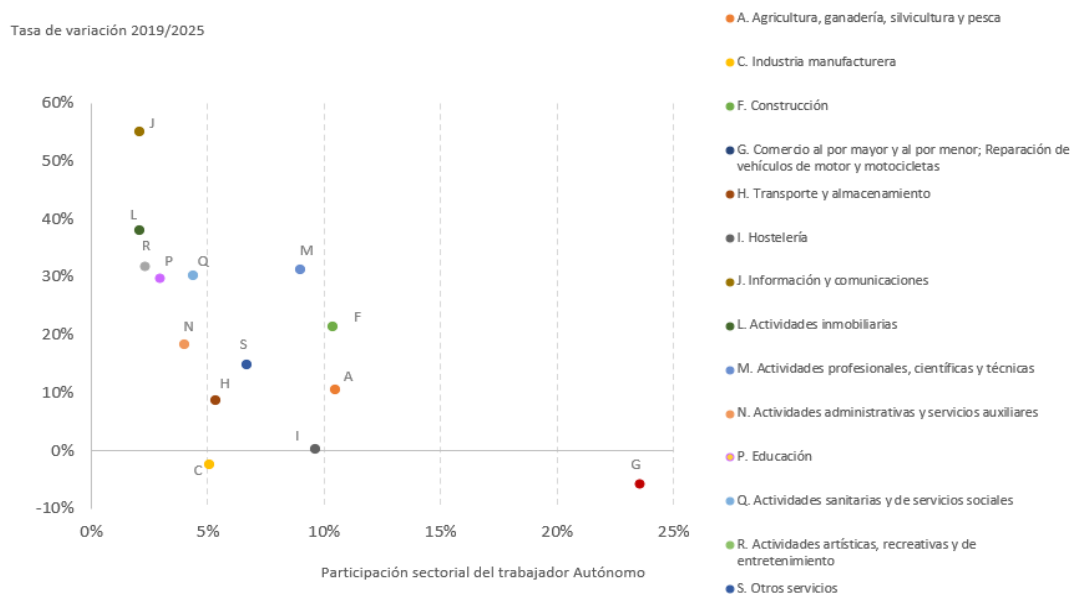
Fuente: Bases de datos TGSS. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

El análisis de la evolución del trabajo autónomo por ramas de actividad entre **2019 y 2025** evidencia comportamientos diferenciados según el perfil sectorial. En primer lugar, destacan aquellas actividades que, aun presentando una **cuota de participación limitada dentro del conjunto del RETA**, han registrado los **mayores ritmos de crecimiento relativo** en el periodo. Es el caso de **información y comunicaciones** y de las **actividades inmobiliarias**, seguidas de las **actividades sanitarias y de servicios sociales** y el **sector educativo**, todas ellas con incrementos acumulados iguales o superiores al **30%**. No obstante, su peso agregado continúa siendo reducido, con participaciones inferiores al **5%** del total de personas trabajadoras autónomas en Andalucía.

En lo que respecta a las ramas donde el trabajo autónomo presenta una **mayor relevancia estructural**, el comportamiento ha sido más heterogéneo. Así, las **actividades profesionales, científicas y técnicas**, que concentran en torno al **9%** del total de afiliaciones al RETA, muestran una evolución muy positiva, con un crecimiento acumulado del **31,2%** en el periodo analizado. De igual modo, el **sector agrario** y la **construcción**, ambos con participaciones cercanas al **10%**, han registrado incrementos del **10,5%** y del **21,3%**, respectivamente, reforzando su papel como ámbitos relevantes del autoempleo en Andalucía.

En cambio, se observa un comportamiento diferenciado en el **comercio**, actividades de carácter estratégico para el trabajo autónomo andaluz, al concentrar **casi una cuarta parte de los cotizantes al RETA (23,6% en 2025)**. A diferencia de las ramas anteriores, la evolución desde 2019 ha sido negativa, con una **reducción acumulada del 5,8%** en el número de personas trabajadoras autónomas. Esta trayectoria responde, fundamentalmente, a la **pérdida progresiva que se viene produciendo desde 2022 en la afiliación registrada**.

Figura 15. Evolución sectorial de los Trabajadores en R.E. Autónomos en el último quinquenio
(último día del cuarto trimestre)



Vocación tecnológica e innovadora del emprendimiento

La actividad emprendedora en Andalucía ha consolidado una evolución positiva en los años posteriores a la crisis sanitaria. Según los resultados del Global Entrepreneurship Monitor⁸ (GEM), tanto el **potencial emprendedor**⁹ como la **tasa de actividad emprendedora (TEA)**¹⁰ muestran una **trayectoria de avance sostenido, situándose en niveles comparables a los del conjunto nacional**.

En este contexto, la TEA alcanzó en 2024 un valor del 7% en Andalucía, lo que supone un incremento de 0,2 p.p. respecto al ejercicio anterior. Este registro sitúa a la comunidad en niveles elevados, muy próximos a los máximos observados en 2007 y 2017, confirmando el cambio de tendencia iniciado tras la pandemia.

No obstante, según el informe GEM 2024/2025, la intensidad de la actividad emprendedora en Andalucía se mantiene todavía por debajo de la registrada en otras regiones con mayor dinamismo emprendedor, como la Comunidad de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana o Baleares, todas ellas con tasas de TEA superiores a la media nacional (7,3%).

En lo que respecta a las empresas consolidadas, entendidas como aquellas iniciativas empresariales con una trayectoria superior a 42 meses de actividad, Andalucía registró en 2024

⁸ GEM es un proyecto internacional que analiza el fenómeno emprendedor en distintos contextos en el ámbito internacional, nacional, regional y provincial.

⁹ Aquellas personas que tienen intención de emprender o se encuentran en un proceso por el que crearán una empresa en los próximos 3 años.

¹⁰ Total Entrepreneurial Activity (TEA) hace referencia al porcentaje de población adulta residente en España involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo).

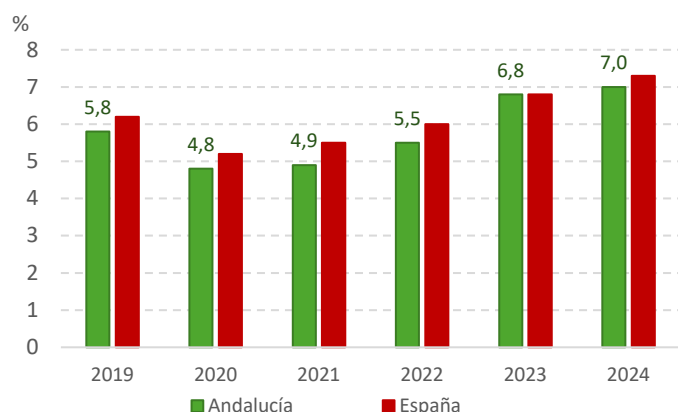
una tasa del 6,3%, superando en 0,6 p.p. el nivel del año anterior. Este avance permite retomar la senda de crecimiento que se había visto interrumpida en 2023 y que venía observándose de forma sostenida en la región desde 2016.

La mejora en la proporción de empresas consolidadas se encuentra estrechamente vinculada a una reducción significativa del abandono empresarial. En concreto, en 2024 únicamente el 2,7% de la población andaluza abandonó una actividad empresarial, frente al 4,2% registrado en 2023, lo que refleja un mayor grado de estabilidad y permanencia de los proyectos emprendedores.

No obstante, desde una perspectiva comparada, **Andalucía continúa situándose por debajo de la media nacional en la consolidación empresarial, ocupando una posición rezagada** en el conjunto autonómico (5ª comunidad por la cola). Este diferencial pone de manifiesto la necesidad de reforzar los mecanismos de apoyo orientados no solo a la creación de nuevas iniciativas, sino especialmente a su consolidación y escalado en el medio plazo.

Figura 16. Evolución de la Actividad Emprendedora Total (TEA)

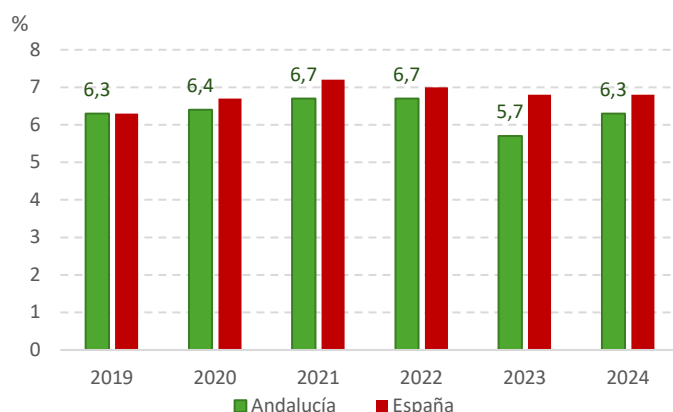
Población adulta (18-64 años) en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años



Fuente: Informe interactivo GEM España

Figura 17. Evolución de la empresa consolidada

(Población adulta en iniciativas de más de 3,5 años (%))

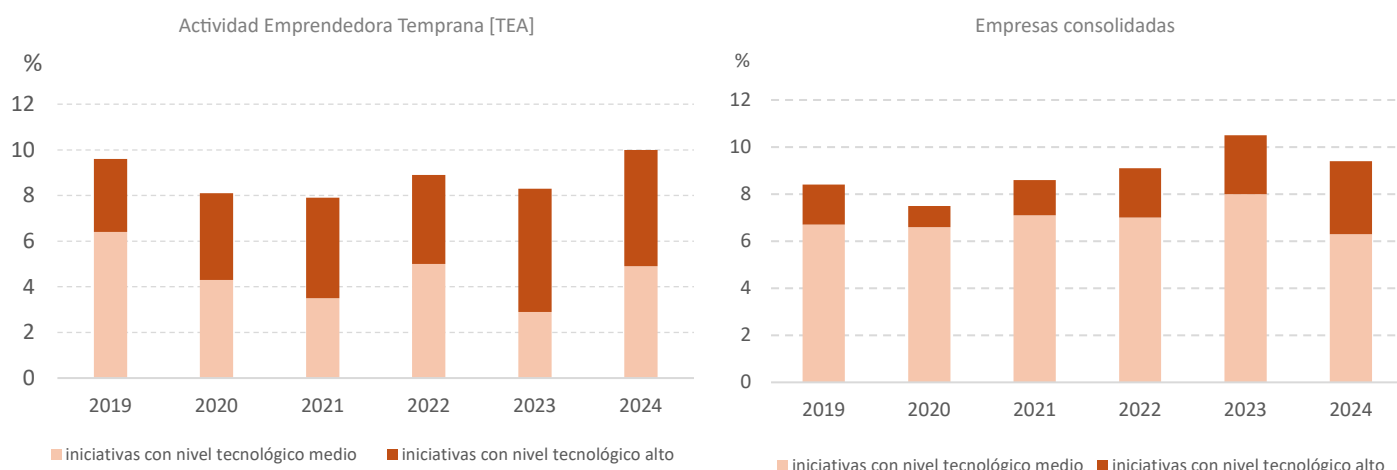


Fuente: Informe interactivo GEM España.

En relación con el potencial de los proyectos emprendedores, en los últimos años se identifica en Andalucía una mejora progresiva del perfil tecnológico de las iniciativas. Aunque las **actividades de base tecnológica continúan teniendo un peso limitado**, en 2024 el 10,0% de la actividad emprendedora temprana (TEA) se sitúa en niveles tecnológicos considerados de nivel medio y alto (4,9% y 5,1%, respectivamente).

Este avance es especialmente visible en las iniciativas de alto contenido tecnológico, cuyo peso dentro de la TEA ha seguido una trayectoria ascendente desde 2020, alcanzando en 2023 y 2024 los valores más elevados de la serie (5,4% y 5,1%). Una evolución similar se aprecia en las empresas consolidadas, donde la proporción de proyectos de alto nivel tecnológico se ha incrementado desde el 0,9% en 2020 hasta el 3,1% en 2024. Este comportamiento se enmarca en un contexto de refuerzo de los instrumentos públicos de apoyo al emprendimiento innovador, entre los que destaca la aprobación de la *Ley 28/2022 de fomento del ecosistema de las empresas emergentes*.

Figura 18. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras



Fuente: Informe interactivo GEM España

Asimismo, la información publicada por el Informe interactivo GEM España pone de manifiesto una **evolución favorable del emprendimiento hacia modelos empresariales más intensivos en innovación**, tanto en producto como en proceso, con un punto de inflexión especialmente significativo a partir de 2022 y más acusado entre las iniciativas de reciente creación.

En este sentido, **en 2024 aproximadamente una de cada dos iniciativas emprendedoras recientes incorpora innovaciones en producto, y cerca de la mitad introduce mejoras en los procesos**, registrándose en ambos casos incrementos superiores a 10 p.p. respecto al año anterior. Esta dinámica consolida el papel de la innovación como palanca clave para la mejora de la productividad y la competitividad empresarial, en un contexto en el que en torno al 40% de las personas emprendedoras reconoce ya la importancia de la Inteligencia Artificial para el desarrollo de su negocio, reforzando la orientación del tejido emprendedor hacia los retos tecnológicos emergentes.

En este contexto, la evolución del emprendimiento tecnológico e innovador refuerza la necesidad de impulsar proyectos empresariales basados en modelos de negocio escalables, capaces de crecer de forma acelerada, atraer talento e inversión y ampliar su presencia en nuevos mercados. Este tipo de iniciativas, intensivas en conocimiento, innovación y tecnología, constituyen un vector clave para mejorar la competitividad del tejido productivo y se identifican como rasgos distintivos que caracterizan a las startups.

Esta orientación está contribuyendo a mejorar el posicionamiento de Andalucía en el ecosistema emprendedor nacional y europeo. Según la información más reciente disponible¹¹, en 2025 la región andaluza cuenta con **456 startups tecnológicas**, un 35% más que el año anterior, con un **impacto económico estimado de 98,1 millones de euros y la generación de 2.409 empleos**. Pese a este avance, la distancia respecto a los principales polos nacionales, como Cataluña (1.376 startups) y la Comunidad de Madrid (1.319), sigue siendo significativa.

¹¹ Datos publicados en el Informe Empresas Tech e Innovadoras 2025 elaborado por *El Referente*, revista de referencia en el análisis de startups e innovación en España.

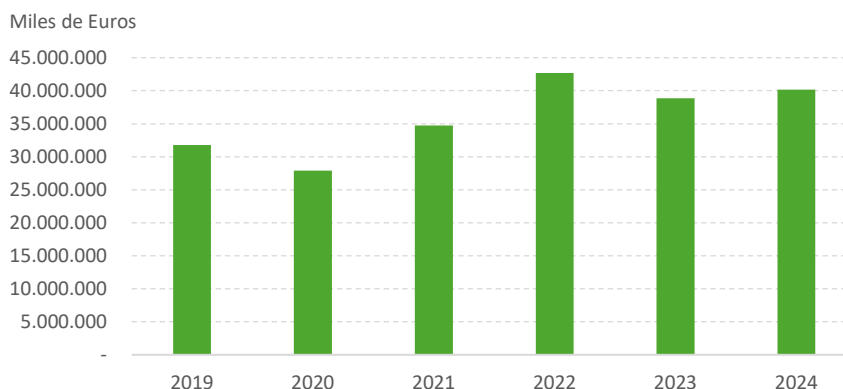
2.2.2. Internacionalización de la actividad comercial

Centrando el análisis en las relaciones comerciales de Andalucía con los países extranjeros, los datos correspondientes a 2024¹² muestran una evolución positiva de las exportaciones de mercancías, que alcanzaron los 40.173,4 millones de euros, constituyendo la segunda cifra más elevada de la serie histórica. En términos nominales, **las ventas internacionales registraron un incremento del 4,2%** respecto al año anterior, un comportamiento que adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta el escenario de relativa estabilidad observado en el conjunto de España, donde las exportaciones crecieron un 0,1%.

Por el lado de las importaciones, las compras de mercancías realizadas por Andalucía se situaron en 41.314,9 millones de euros en 2024, con una variación prácticamente nula en comparación con el ejercicio precedente. Como resultado de esta evolución diferencial, la **balanza comercial con el extranjero cerró el año con un déficit de 1.141,5 millones de euros**, un nivel significativamente inferior al registrado en 2023 (-2.224,2 millones de euros).

La información procedente de la Estadística de Intercambios de Bienes entre Estados de la UE y Comercio Extracomunitario (COMEXTA) confirma esta tendencia en el **avance de 2025**. En concreto, durante los diez primeros meses del año, las **exportaciones aumentaron un 1,2% interanual, mientras que las importaciones se redujeron un 5,2%**, contribuyendo a una mejora del saldo comercial de Andalucía con los países extranjeros.

Figura 19. Evolución de las exportaciones de Andalucía al extranjero



Fuente: Estadística de comercio exterior de bienes de España y la UE (DATACOMEX)

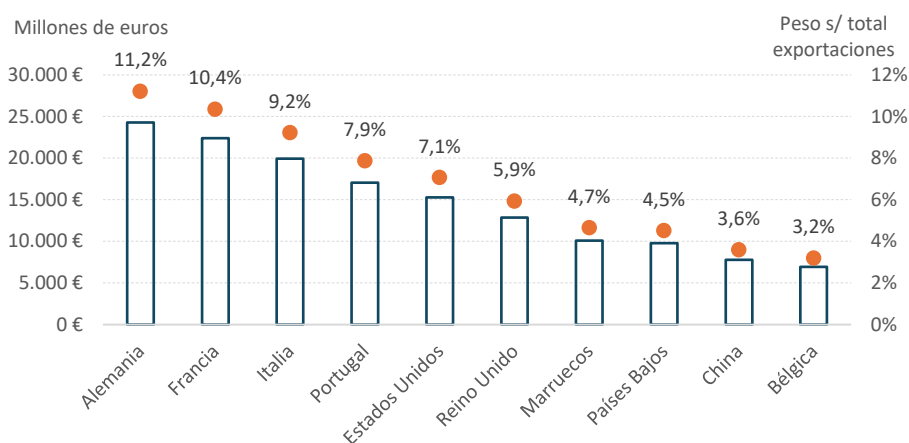
Atendiendo a la distribución geográfica de las **exportaciones andaluzas** en el periodo 2019-2024, los principales mercados internacionales de destino **se concentran mayoritariamente en países de la Unión Europea. En este ámbito, Alemania, Francia, Italia y Portugal** destacan como los principales socios comerciales, acumulando de forma conjunta el 38,7% del total de las exportaciones de bienes realizadas por Andalucía hacia los países extranjeros.

¹² Según los datos ofrecidos por la Consejería de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y Diálogo Social de la Junta de Andalucía, el año 2024 cerró con 5.933 empresas exportadoras regulares, es decir aquellas que han mantenido una actividad comercial en el extranjero al menos en los últimos cuatro años, alcanzando los 452.214 empleos.

Junto a estos países, adquieren también relevancia **otros destinos extracomunitarios** con un peso significativo en las ventas exteriores de la región. En particular, **Estados Unidos** representa el 7,1% del total exportado en el periodo analizado, seguido por el **Reino Unido** (5,9%) y **Marruecos** (4,7%), configurando un grupo de mercados estratégicos en la estructura exportadora andaluza.

Figura 20. Principales países destinatarios de las exportaciones andaluzas.

Periodo agregado 2019-2024



Fuente: Estadística de comercio exterior de bienes de España y la UE (DATACOMEX)

Desde una perspectiva dinámica, resulta especialmente reseñable la evolución reciente de las exportaciones hacia **Estados Unidos**, que han registrado **descensos interanuales en los dos últimos ejercicios** (-1,4% en 2023 y -2,6% en 2024). Esta tendencia se **intensifica** en los diez primeros meses de **2025**, con una caída acumulada del 19,2%, asociada al impacto de la **imposición de aranceles a los productos procedentes de la Unión Europea**. En contraste, **China** se posiciona como el mercado del Top 10 con el mayor crecimiento relativo, con un incremento del 17,5%, **reforzando su papel dentro del conjunto de destinos exteriores de la región**.

De acuerdo con la clasificación sectorial del comercio exterior de bienes, el análisis acumulado del periodo 2019-2024 pone de manifiesto una elevada concentración de las exportaciones andaluzas en un número reducido de sectores productivos. En este sentido, el sector de *alimentación, bebidas y tabaco* se configura como el principal componente de las ventas internacionales, al concentrar algo más de una tercera parte del total exportado (36,1%). En términos absolutos, este sector alcanzó en 2024 un volumen de exportaciones de 15.661 millones de euros.

A continuación, destacan las *semimanufacturas*, que representan el 20,0% del total exportado en el periodo analizado, con un valor de 7.127 millones de euros en 2024, seguidas por los *productos energéticos*, que concentran el 16,2% del total acumulado entre 2019 y 2024 y cuyas exportaciones alcanzaron los 6.512 millones de euros en el último ejercicio. De forma conjunta, estos tres grandes agregados concentran más del 70% de las exportaciones andaluzas de bienes dirigidas a los mercados exteriores.

Desde una perspectiva más desagregada por **productos**, las exportaciones andaluzas se encuentran lideradas por el **aceite de oliva y otros aceites derivados, junto con el refino de petróleo y las ventas de aviones y demás aeronaves**, que constituyen los principales capítulos en términos de valor dentro de la estructura exportadora regional.

Tabla 2. Comercio exterior de Andalucía. Sectores económicos. Periodo acumulado 2019-2024

	Millones de euros			Participación sobre el total	
	Exportaciones	Importaciones	Saldo	Exportaciones	Importaciones
Alimentación, bebidas y tabaco	78.027,25 €	35.985,57 €	42.041,68 €	36,1%	16,4%
Productos energéticos	34.958,60 €	90.216,12 €	-55.257,52 €	16,2%	41,2%
Materias primas	12.368,23 €	19.682,81 €	-7.314,58 €	5,7%	9,0%
Semimanufacturas	43.324,54 €	32.052,34 €	11.272,20 €	20,0%	14,6%
Bienes de equipo	31.557,01 €	25.192,25 €	6.364,76 €	14,6%	11,5%
Sector automóvil	1.571,62 €	2.329,95 €	-758,33 €	0,7%	1,1%
Bienes de consumo duradero	301.799,70 €	2.784,21 €	-984,51 €	0,8%	1,3%
Manufacturas de consumo	6.504,30 €	10.173,61 €	-3.669,31 €	3,0%	4,6%
Otras mercancías	6.023,61 €	475,53 €	5.548,08 €	2,8%	0,2%
Total	216.134,86 €	218.892,40 €	-2.757,54 €	100,0%	100,0%

Fuente: Estadística de comercio exterior de bienes de España y la UE (DATACOMEX)

2.2.3. Competitividad inteligente: innovación y transición digital

El esfuerzo inversor de Andalucía en I+D

La actividad de I+D desempeña un papel clave en la mejora de los procesos productivos, el aumento de la productividad y la incorporación de nuevos productos y servicios al mercado.

El análisis de los **principales indicadores de I+D+i sitúa a Andalucía en una posición de desventaja en comparación con su contexto de referencia**. En 2024, el esfuerzo inversor en I+D alcanzó los 2.309,97 millones de euros, lo que representa el 1,09% del PIB regional, un nivel inferior al registrado tanto en el conjunto de España (1,50%) como en la media de la UE-27 (2,24%).

En términos dinámicos, el gasto en I+D ha registrado un crecimiento progresivo que ha contribuido a acortar la distancia respecto al promedio de la UE-27, reduciéndose el diferencial de 1,22 p.p. en 2021 a 1,15 en 2024. No obstante, pese a la evolución favorable registrada, Andalucía continúa situándose por debajo de los niveles medios europeos y a una distancia significativa del objetivo del 3% del PIB en gasto en I+D fijado para 2030 por la Comisión Europea.

El análisis de la composición del gasto permite identificar uno de los principales factores explicativos de esta brecha. A diferencia de lo que ocurre en los ámbitos nacional y europeo, el esfuerzo inversor en I+D en **Andalucía presenta una menor aportación del sector empresarial**. En este sentido, las empresas andaluzas concentran algo más del 37% del total del gasto en I+D, frente a porcentajes significativamente más elevados en España (56%) y en la UE-27 (66%).

El limitado peso de la inversión empresarial en I+D se explica, en buena medida, por las características del tejido productivo andaluz, entre las que destacan el **menor peso relativo de la industria**, sector clave en el desarrollo de estas actividades, y el predominio de microempresas y pymes. Este perfil empresarial condiciona la capacidad para impulsar proyectos de I+D de mayor dimensión, avanzar en procesos de internacionalización y atraer inversión externa. A modo de referencia, el **empleo en los sectores de alta tecnología e intensivos en conocimiento** en Andalucía representa el 3,3% de la ocupación total en 2024, mientras que en España y el conjunto de la UE-27 esta tasa se eleva al 4,7 y 5,1%, respectivamente.

Figura 21. Evolución del Gasto en I+D respecto al PIB a precios de mercado

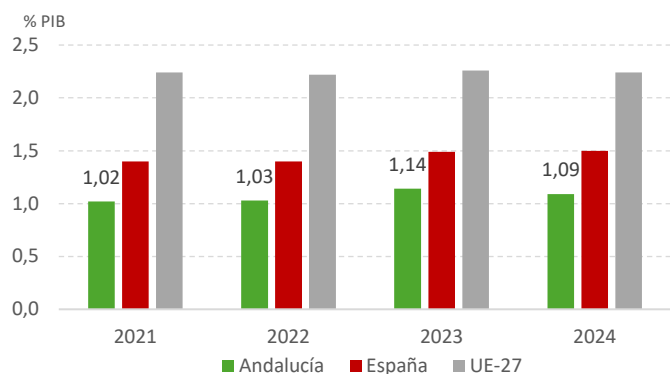
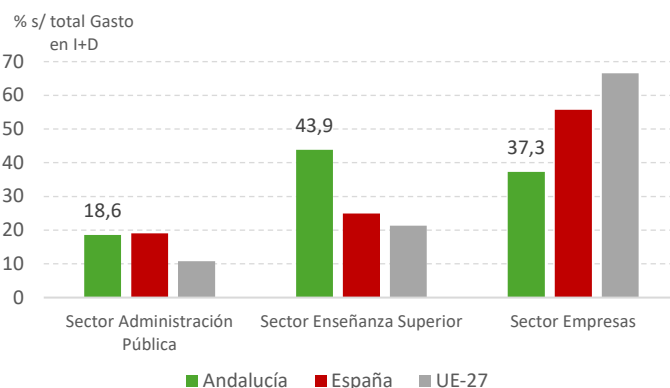


Figura 22. Gasto en I+D (interna) según sector institucional. Año 2024



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Eurostat

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Eurostat

La apuesta por la innovación empresarial

Según los resultados de la Encuesta sobre innovación en las empresas del INE, el gasto en actividades innovadoras en Andalucía ascendió a 1.483,2 millones de euros en 2024, alcanzando un incremento del 24,1% respecto a 2022 (último año disponible de la encuesta anterior). Esta cifra representa el 6,3% del gasto nacional destinado al desarrollo de productos y procesos de negocio innovadores.

Entre 2022 y 2024, el número de empresas que desarrollaron actividades innovadoras se elevó a 6.174, lo que representa el 14,01% de las firmas innovadoras del conjunto del país y sitúa a Andalucía en tercera posición, por detrás de Cataluña y la Comunidad de Madrid.

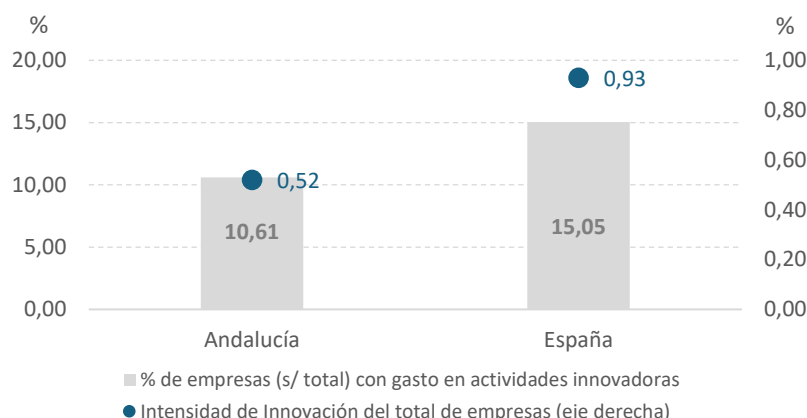
En relación con la **penetración de la innovación en el tejido productivo regional**, el 10,6% de las empresas andaluzas realizaba algún gasto en actividades de innovación en el último ejercicio, una **proporción inferior a la media española** (15%) y sensiblemente menor que la registrada en comunidades como Cataluña, País Vasco o Navarra, donde se superan tasas del 20%.

Por su parte, la **intensidad innovadora de las empresas andaluzas**, medida como el gasto en innovación sobre el total de la cifra de negocios, **se situó en el 0,52% en 2024, por debajo del promedio nacional (0,93%)**. Este indicador, se mantiene relativamente estable respecto a 2022 tanto en Andalucía como en el conjunto de España.

En este escenario de limitada intensidad innovadora, la cooperación adquiere un papel especialmente relevante como elemento facilitador de los procesos de innovación. El enfoque de *innovación abierta* subraya la importancia de que las empresas se conecten con agentes externos, como otras compañías de distinto tamaño y sector, las administraciones y organismos públicos, las universidades, los grupos de investigación y los centros tecnológicos, con el objetivo de acceder a conocimiento especializado, compartir riesgos, acelerar el aprendizaje y facilitar la llegada al mercado de nuevas soluciones.

Los datos disponibles para el periodo 2022-2024 muestran que la **cooperación en innovación sigue siendo un ámbito con recorrido en el tejido empresarial andaluz**. Del conjunto de empresas que realizaron actividades innovadoras, solo el 5,7% declaró haber cooperado para desarrollarlas, una proporción inferior a la registrada en el conjunto de España (8,1%) y que sitúa además a Andalucía entre las comunidades autónomas con menores niveles de cooperación. Esta pauta resulta aún más limitada cuando se analiza la colaboración interempresarial vinculada a actividades de I+D interna, pues únicamente el 1,5% de las empresas andaluzas la desarrolla, frente al 2,4% en el ámbito nacional.

Figura 23. Penetración del tejido empresarial en actividades de innovación. Año 2024



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El proceso de transformación digital de las pymes andaluzas

La transformación digital es un proceso determinante para la mejora de la competitividad y la sostenibilidad empresarial. Su desarrollo va más allá de la mera adopción de soluciones tecnológicas, pues requiere cambios en la organización del trabajo, en los procesos productivos y en la forma en que las empresas conciben y desarrollan su actividad. A pesar de su relevancia estratégica, **una parte significativa del tejido empresarial andaluz en 2024 aún no había alcanzado niveles básicos de intensidad digital.**

La Década Digital para 2030

El programa estratégico de la Década Digital para 2030 es la hoja de ruta que persigue guiar la transformación digital de los Estados miembros de la Unión a través del cumplimiento de una serie de objetivos generales y metas específicas¹³. En el ámbito de la transformación digital de las empresas, la Comisión Europea y los Estados Miembros proponen cooperar al objeto de alcanzar hasta 2030 los siguientes resultados: (i) que al menos el 75% de las empresas adopten tecnologías clave, como la computación en la nube, los macrodatos y/o la inteligencia artificial; (ii) que más del 90% de las pymes de la Unión hayan alcanzado al menos un nivel básico de intensidad digital y (iii) que se duplique el número de empresas *unicornio*¹⁴.

El Programa Estratégico de la Década Digital establece un marco común para el seguimiento de los avances de la Unión Europea y de los Estados miembros en materia de transformación digital. Este seguimiento se articula a través de un conjunto de indicadores clave, integrados en el Índice

¹³ El programa estratégico de la Década Digital se apoya en la comunicación de la Comisión Europea de 9 de marzo de 2021, titulada «Brújula Digital 2030: el enfoque de Europa para la Década Digital», y en la propuesta posterior del 25 de marzo de 2021 que el Consejo Europeo realiza a la Comisión para que amplíase el conjunto de herramientas estratégicas de la Unión dirigida a apoyar la transformación digital de la Unión Europea y de todos los Estados miembros.

¹⁴ Por “unicornio”, se entiende bien una empresa fundada después del 31 de diciembre de 1990 que haya tenido una oferta pública inicial o una venta por un valor superior a 1.000 millones de dólares, bien una empresa que haya sido valorada en más de 1.000 millones de dólares en su última ronda de financiación privada. Según los últimos datos de Indicadores de Digitalización y Sociedad Digital publicados por el IECA, Andalucía en el año 2023 no contaba con empresas “unicornio”.

de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI), que permite evaluar de forma homogénea el grado de cumplimiento de los objetivos y metas digitales definidos a nivel europeo por la Comisión Europea.

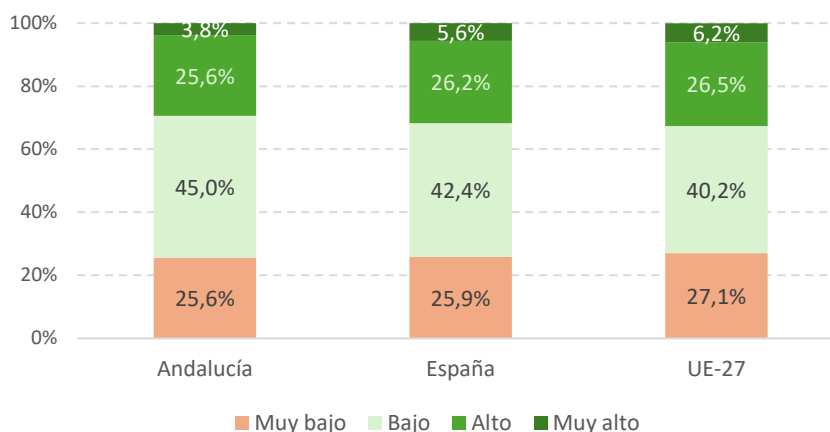
En este contexto, el Índice de Intensidad Digital (Digital Intensity Index, DII) constituye uno de los indicadores de referencia para analizar el grado de digitalización del tejido empresarial. Elaborado a partir de la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas, publicada por Eurostat, el indicador clasifica anualmente a las empresas en función del número de tecnologías digitales adoptadas, distinguiendo entre niveles muy bajo, bajo, alto y muy alto, y considera que una empresa alcanza un nivel básico de intensidad digital cuando se sitúa en cualquiera de los tres niveles superiores.

Teniendo en cuenta lo anterior, según los datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) **para 2024, el 74,7% de las pymes andaluzas (de 10 o más empleados) alcanza al menos un nivel básico de intensidad digital, un valor prácticamente idéntico al promedio nacional (74,8%) y ligeramente superior al de la Unión Europea (72,9%).** Aun así, persiste una distancia significativa respecto a la meta 2030 (más del 90% de pymes con nivel básico).

Si se atiende a los niveles más avanzados de digitalización, el 25,6% de las pymes andaluzas presenta una intensidad digital alta, situándose ligeramente por debajo de los valores observados en el contexto de referencia. En el nivel muy alto, la proporción desciende al 3,8%, lo que supone una brecha de 1,8 puntos respecto a la media nacional y de 2,4 puntos respecto al promedio europeo.

Figura 24. Índice de intensidad digital de las pymes según territorio

(Indicadores de Digitalización y Sociedad Digital. Año 2024)



Fuente: Explotación de la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. IECA

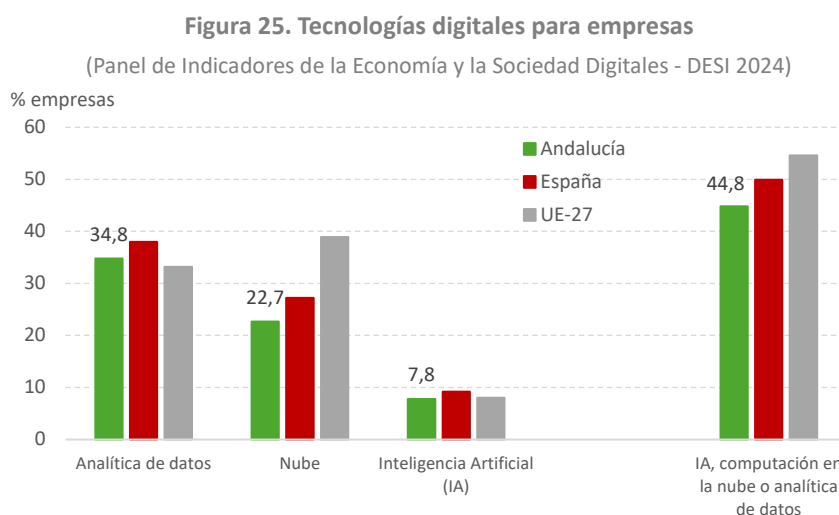
Tecnologías digitales para empresas

Entre los objetivos definidos en el marco de la Década Digital, se establece como meta para 2030 que al menos el 75% de las empresas de la Unión Europea haya incorporado alguna **tecnología digital avanzada, en particular servicios de computación en la nube, analítica de datos o inteligencia artificial**. La adopción de estas tecnologías constituye un elemento clave para mejorar la competitividad empresarial, al permitir una gestión más eficiente de la información, avanzar en la automatización de procesos y desarrollar mejoras tanto en productos y servicios como en la relación con los clientes.

Los datos más recientes disponibles del DESI 2024, publicados por el IECA, muestran un grado de implantación desigual de estas tecnologías en el tejido empresarial andaluz. En el caso de la computación en la nube, el 22,7% de las empresas andaluzas ha incorporado este tipo de soluciones, un nivel alineado con la media nacional, aunque claramente inferior al promedio europeo (38,9%). Por su parte, el uso de herramientas de analítica de datos alcanza al 34,8% de las empresas, situándose por encima de la media de la UE-27 en 1,6 puntos porcentuales, si bien aún por debajo del conjunto de España (38%).

En cambio, la inteligencia artificial se encontraba aún en 2024 en una fase temprana de adopción. En Andalucía, solo el 7,8% de las empresas utilizaba este tipo de tecnologías, una proporción equivalente a la media europea, aunque inferior a la registrada a nivel nacional (9,2%).

Considerando de forma agregada la implantación de al menos una de estas tecnologías clave¹⁵, el **44,8% de las empresas andaluzas ha adoptado alguna de ellas, lo que sitúa a la región alrededor de 30 puntos porcentuales por debajo del objetivo fijado para 2030**. Este nivel de adopción es asimismo inferior al observado en España (49,9%) y en la UE-27 (54,6%).



Fuente: IECA, Digital Decade DESI (European Commission)

¹⁵ Tal y como se señala en el Informe sobre el Estado de la Década Digital 2024, por definición, el número de empresas que cumplen los criterios de este indicador agregado es mayor que el de aquellas que lo hacen en cada uno de los indicadores individuales de adopción de tecnologías digitales.

Especialistas en TIC

Relacionado con el capital humano, uno de los indicadores relevantes recogidos en la Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico es la presencia de **especialistas en tecnologías de la información dentro de las plantillas empresariales**. Centrando el análisis en las empresas con 10 o más empleados¹⁶, el **12,2% de las empresas andaluzas contaba en 2024 con este tipo de perfil profesional**, una tasa que a nivel nacional se eleva al 15,7%.

Evidentemente la implantación de esta figura se hace más necesaria a medida que aumenta el tamaño de la empresa. Así, sólo un 8,4% de las empresas pequeñas (De 10 a 49 empleados) disponían de especialistas TIC, una proporción que se elevó al 29% en el caso de las medianas empresas (De 50 a 249 empleados) y al 65,4% en el caso de las empresas grandes (De 250 y más empleados).

Hay que señalar que en **áreas técnicas más especializadas como ciberseguridad o inteligencia artificial, la presencia de personal cualificado es considerablemente más reducida**: solo el 5,5% de las empresas andaluzas disponen de especialistas TIC en materia de seguridad, y apenas el 1,9% contaba con expertos en inteligencia artificial. A nivel nacional, estos porcentajes son ligeramente superiores, alcanzando el 6,6% y el 2,2%, respectivamente.

En relación con la formación tecnológica, el 31,6% de las empresas andaluzas proporcionaron en 2024 actividades formativas en TIC a su personal, una tasa 4 p.p. por debajo de la media del conjunto de la economía nacional. No obstante, pese a este esfuerzo formativo, el modelo predominante continúa siendo la externalización de las funciones TIC. En concreto, el 72,3% de las empresas andaluzas subcontratan estos servicios a proveedores especializados, un planteamiento homogéneo al que se observa en el ámbito nacional (74,8%).

Figura 26. Especialistas en TIC

Empresas con 10 o más empleados. Año 2024

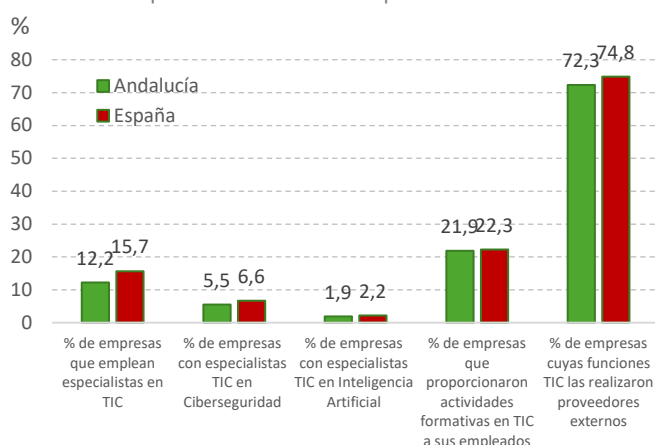
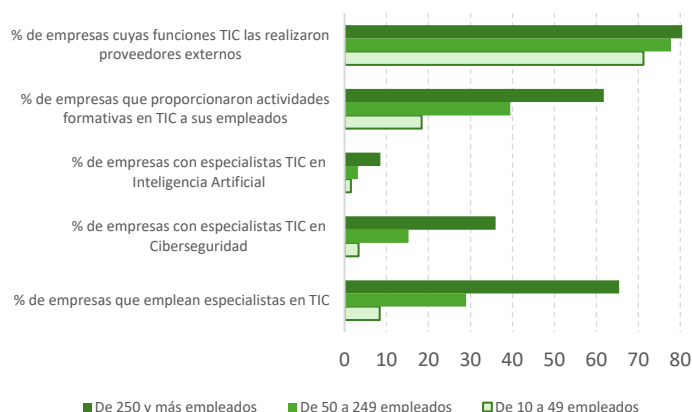


Figura 27. Análisis de especialistas TIC en las empresas andaluzas según tamaño

Empresas con 10 o más empleados. Año 2024



Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas- IECA e INE

¹⁶ Nótese que según los resultados publicados por la explotación de la Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico realizada por el IECA, la presencia de un especialista TIC en las microempresas (menos de 10 trabajadores) es residual (2,2% en el año 2024).

Inteligencia Artificial y limitaciones en su uso

El despliegue de las tecnologías de inteligencia artificial¹⁷ está introduciendo cambios significativos en la forma en que las empresas organizan sus procesos, toman decisiones y gestionan la información, al permitir un uso más intensivo y avanzado de los datos disponibles. Su potencial se amplifica cuando se combina con otras tecnologías digitales, como Big Data, Internet de las Cosas (IoT) y robótica, dando lugar a sistemas capaces de automatizar tareas complejas, optimizar operaciones en tiempo real y adaptar productos y servicios a las necesidades del cliente. Esta interacción tecnológica está impulsando transformaciones relevantes en sectores como la industria, la agricultura, el servicio al cliente, el comercio o el turismo.

Los datos correspondientes a 2025 (primer trimestre) reflejan una rápida expansión del uso de IA en el tejido empresarial andaluz, con una penetración aproximada del 16,7%, lo que supone duplicar el nivel registrado en 2023, aunque todavía se sitúa 4 p.p. por debajo del promedio nacional.

La adopción de estas tecnologías presenta un mayor grado de consolidación en las empresas de mayor tamaño, donde aproximadamente una de cada dos firmas con 250 empleados o más ya ha incorporado soluciones de inteligencia artificial en sus procesos. **En el caso de las pequeñas y medianas empresas, aunque los niveles de integración siguen siendo más reducidos, la evolución registrada entre 2023 y 2025 pone de manifiesto un avance significativo, especialmente entre las empresas de menos de 50 empleados, lo que refleja un interés cada vez más generalizado del tejido empresarial andaluz por la aplicación de la IA en sus entornos productivos, incluso en aquellos con menor capacidad inversora.**

Figura 28. Evolución de las empresas andaluzas que emplean tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) según tamaño



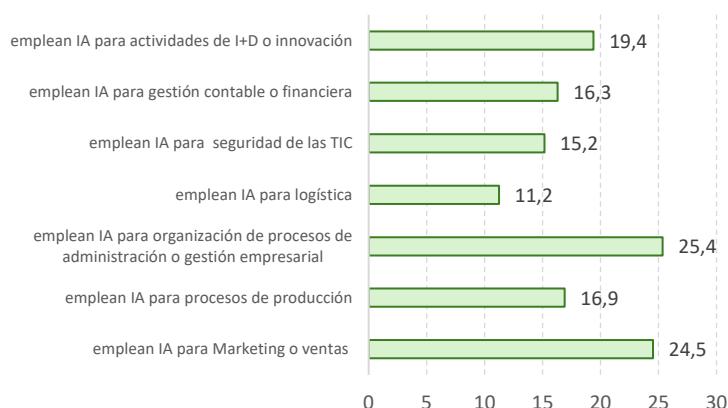
Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas- IECA e INE

¹⁷ De acuerdo con la definición utilizada en la Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico del INE, la inteligencia artificial (IA) engloba sistemas que incorporan tecnologías como la minería de texto, la visión artificial, el reconocimiento de voz, la generación de lenguaje natural, el aprendizaje automático (machine learning) o el aprendizaje profundo (deep learning).

Profundizando en los ámbitos de aplicación, la IA se orienta principalmente en las empresas andaluzas a funciones de organización de procesos administrativos o de gestión empresarial (25,3%) y a marketing y ventas (24,5%), y en menor medida, a I+D o innovación (19,4%). Quedan en un segundo plano los usos vinculados a la optimización de los procesos de producción, la gestión financiera o la logística.

Figura 29. Finalidad del uso de tecnologías empleadas de IA

Empresas con 10 o más empleados. Año 2025



Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas- IECA e INE

Atendiendo al grado de penetración sectorial de la inteligencia artificial, los datos ponen de manifiesto diferencias significativas entre las principales ramas de actividad. En el ámbito de la industria, el uso de estas tecnologías se sitúa todavía en niveles moderados en términos agregados (11,9%), si bien la adopción se refuerza de forma significativa a medida que aumenta la dimensión empresarial, especialmente en aquellas actividades con mayor intensidad tecnológica. En la construcción, esta integración tecnológica es más reducida (9,2%).

Por su parte, el sector servicios concentra los niveles más elevados de implantación (21,2%), impulsado principalmente por actividades intensivas en conocimiento, como información y comunicaciones (59,4%) y las actividades profesionales, científicas y técnicas (32,4%), a las que se suman las actividades inmobiliarias (44,3%). Frente a estos segmentos más avanzados, ramas como el comercio (12,5%), el transporte y almacenamiento (15,3%) y los servicios de alojamiento (26,7%) presentan aún un amplio margen de desarrollo, lo que pone de relieve el potencial de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia operativa, la gestión de la demanda y la personalización de servicios en sectores clave de la economía andaluza.

Finalmente, hay que señalar que pese al avance observado en el tejido empresarial andaluz, **siguen existiendo barreras de percepción que condicionan en términos generales la adopción de la inteligencia artificial**. Entre las empresas que han valorado su utilización sin llegar aún a implementarla, el 82% identifica la falta de conocimientos como principal obstáculo, mientras que en torno al 55% señala la incertidumbre normativa y las preocupaciones asociadas a la protección de datos y la privacidad.

En síntesis, la digitalización, la innovación y la incorporación de la inteligencia artificial representan una oportunidad estratégica para avanzar hacia un modelo de crecimiento más competitivo y sostenible en Andalucía. El aprovechamiento efectivo de este potencial exige superar las barreras de percepción y conocimiento que continúan condicionando su adopción, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas. Conviene reseñar que en un contexto de rápida expansión de las tecnologías habilitadoras digitales, la falta de avances suficientes en este ámbito podría profundizar las diferencias entre empresas según su tamaño y capacidad, ampliando brechas ya existentes en el conjunto del tejido productivo andaluz.

Tabla 3. Penetración de la IA en los sectores económicos de Andalucía

	TOTAL	Estrato de asalariados		
		De 10 a 49	De 50 a 249	De 250 y más
TOTAL	16,6	14,4	24,5	47,8
Total Industria (CNAE 10-39)	11,9	9,6	19,5	49,1
Alimentación, bebidas y tabaco; industria textil, prendas de vestir, cuero y calzado; madera y corcho; papel, artes gráficas y reproducción de soportes grabados	9,3	7,6	18,1	30,2
Coquerías y refino de petróleo; productos farmacéuticos; caucho y plásticos; productos minerales no metálicos	12,1	8,4	22,8	70,1
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	13,2	11,2	16,7	66,2
Productos informáticos, electrónicos y ópticos; material y equipo eléctrico; maquinaria y equipo mecánico; vehículos a motor; material de transporte; muebles, industria manufacturera; reparación de maquinaria y equipo	13,3	11,2	16,7	59,8
Energía y agua	20,9	16,8	29,1	41,7
Total Construcción	9,2	9,6	4,0	47,0
Total Servicios *	21,2	18,4	32,1	47,4
Venta y reparación de vehículos de motor; comercio al por mayor y al por menor	12,5	9,4	22,7	43,0
Transporte y almacenamiento	15,3	13,9	20,5	35,9
Servicios de alojamiento	26,7	21,1	41,5	65,8
Información y comunicaciones	59,4	52,7	81,9	86,7
Actividades inmobiliarias	44,3	47,4	-	-
Actividades profesionales, científicas y técnicas	32,4	28,6	55,1	54,5
Actividades administrativas y servicios auxiliares (incluidas agencias de viajes)	18,0	16,3	25,5	28,2

* excluidas CNAE 56: servicios de comidas y bebidas y financieras

Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas- IECA e INE

2.2.4. Sostenibilidad ambiental

La sostenibilidad ambiental se ha consolidado como uno de los ejes centrales de la acción política y económica de la Unión Europea, en respuesta a la urgencia climática, la presión sobre los recursos naturales y la necesidad de avanzar hacia un modelo de crecimiento competitivo y resiliente. Este enfoque estratégico se articula desde 2019 a través del **Pacto Verde Europeo**, que fija el objetivo de convertir a Europa en el primer continente climáticamente neutro en 2050, integrando la acción climática con la protección del capital natural, la economía circular y una transición justa para empresas, territorios y ciudadanía.

En este contexto, la Comisión Europea ha reforzado de forma significativa su ambición climática, situando la presente década como decisiva para cumplir los compromisos del Acuerdo de París¹⁸ y dotando de carácter vinculante a estos objetivos mediante la aprobación de la Ley Europea del Clima¹⁹, que establece como meta intermedia la **reducción de al menos un 55 % de las emisiones netas de gases de efecto invernadero (GEI) en 2030 respecto a 1990**.

Con el fin de hacer operativo este refuerzo de la ambición climática, la Comisión presentó en 2021 el paquete legislativo «**Objetivo 55**²⁰» (*Fit for 55*, en su versión en inglés), concebido como un conjunto de propuestas interconectadas, que supone un salto cualitativo en la integración de los objetivos climáticos en el sistema económico, articulando de forma coherente instrumentos regulatorios, mecanismos de mercado, incentivos a la innovación y medidas de acompañamiento destinadas a preservar la competitividad empresarial y garantizar una transición equilibrada.

De esta forma, la Unión Europea ha establecido además entre sus objetivos **una reducción significativa en el consumo de energía final de al menos un 11,7%** en comparación con las previsiones de consumo energético previsto para 2030²¹, y refuerza de manera sustancial el **peso de las energías renovables, con un objetivo mínimo del 42,5%** de participación en la matriz energética, frente al objetivo anterior del 32%²².

Entre 2014 y 2019, Andalucía presentaba una evolución claramente diferenciada de la senda europea de reducción de emisiones, manteniendo incrementos relevantes de GEI respecto a 1990, que oscilaban entre el +27,6% y el +13,2%, frente a la trayectoria de la Unión Europea, que consolidaba reducciones cercanas al -25% en ese mismo periodo. A partir de 2020 se produce

¹⁸ Acuerdo de París aprobado el 12 de diciembre de 2015 en virtud de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

¹⁹ REGLAMENTO (UE) 2021/1119 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 30 de junio de 2021 por el que se establece el marco para lograr la neutralidad climática y se modifican los Reglamentos (CE) nº 401/2009 y (UE) 2018/1999 («Legislación europea sobre el clima»).

²⁰ COM (2021) 550 final. COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES «Objetivo 55»: cumplimiento del objetivo climático de la UE para 2030 en el camino hacia la neutralidad climática.

²¹ DIRECTIVA (UE) 2023/1791 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 13 de septiembre de 2023 relativa a la eficiencia energética y por la que se modifica el Reglamento (UE) 2023/955 (versión refundida).

²² DIRECTIVA (UE) 2023/2413 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 18 de octubre de 2023 por la que se modifican la Directiva (UE) 2018/2001, el Reglamento (UE) 2018/1999 y la Directiva 98/70/CE en lo que respecta a la promoción de la energía procedente de fuentes renovables y se deroga la Directiva (UE) 2015/652 del Consejo.

un cambio de tendencia en Andalucía, iniciándose un proceso de reducción de las emisiones GEI (-10,3%), que se mantiene en 2021, y que con la salvedad del repunte puntual registrado en 2022, permitió cerrar 2023 con una reducción del 9,1% respecto al año base. En cualquier caso, este avance resulta inferior al observado a escala nacional (-12,6%) y muy alejado del nivel alcanzado por la Unión Europea, que en 2023 registraba una reducción del 35,5%, poniendo de manifiesto el **margen existente para acelerar la convergencia de Andalucía con los objetivos climáticos del Objetivo 55**.

El análisis de las emisiones netas de GEI en toneladas de CO₂ equivalente per cápita resulta especialmente relevante al tratarse de un indicador relativo que facilita la comparación directa entre territorios. **Entre 2014 y 2023, Andalucía muestra una tendencia sostenida de reducción de las emisiones per cápita**, con una disminución acumulada de 1,6 toneladas, cerrando así 2023 en una ratio de 3,6 toneladas por habitante, un nivel significativamente inferior al registrado tanto a escala nacional como en el conjunto de la Unión Europea. Este comportamiento evidencia una evolución favorable del desempeño energético y ambiental de la Comunidad, vinculada a los avances en la descarbonización del sistema energético y a una menor dependencia de los combustibles fósiles.

En lo que respecta a la estructura sectorial de las emisiones de GEI, según los datos del inventario interactivo de emisiones y absorciones a la atmósfera de las comunidades autónomas²³, elaborado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Andalucía en el año 2023 refleja un claro protagonismo en el **procesado de la energía, que concentra el 75,6% del total de emisiones**, seguido a notable distancia por la agricultura (10,1%), los procesos industriales y uso de productos (7,6%) y el tratamiento y eliminación de residuos (6,7%). Esta distribución pone de relieve el papel central del sistema energético en la descarbonización regional.

Figura 30. Emisiones netas de gases de efecto invernadero

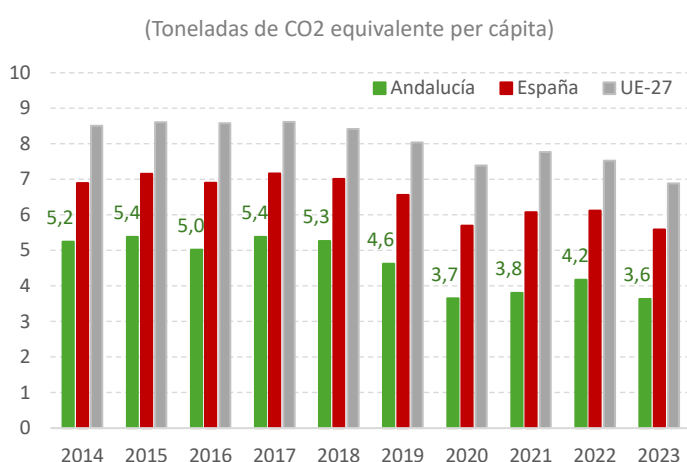
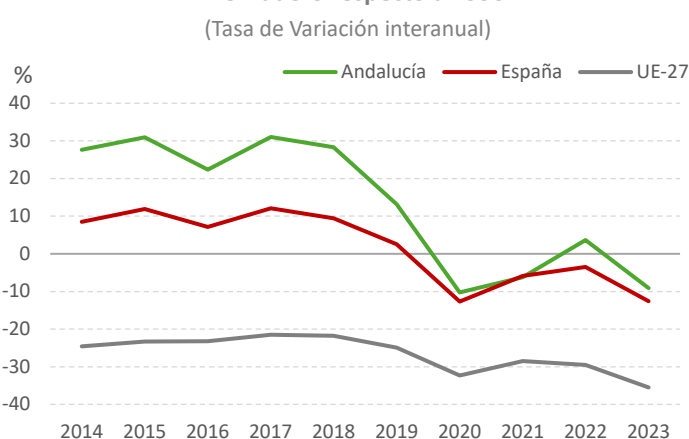


Figura 31. Variación de las emisiones de gases de efecto invernadero respecto a 1990



Fuente: Inventario nacional de gases de efecto invernadero (GEI) explotado por IECA, Eurostat

Fuente: Fuente: Inventario nacional de gases de efecto invernadero (GEI) explotado por IECA, Eurostat

²³ No se incluye LULUCF (uso de la tierra, cambio de uso de la tierra y silvicultura).

Tal y como se recoge en los objetivos energéticos y climáticos de la Unión Europea para 2030, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero requiere avanzar de forma decidida en la transición energética, actuando de manera prioritaria sobre dos ámbitos complementarios: la mejora de la eficiencia energética, orientada a la reducción del consumo final, y el impulso de las energías renovables en el conjunto de los sectores económicos.

En este marco, la evolución del **consumo de energía final en Andalucía muestra en los últimos cinco años una trayectoria descendente**, con una disminución acumulada del 7,8%, más intensa que la observada a nivel nacional (3,1%). No obstante, el análisis más reciente señala un freno a esta tendencia, ya que tras las disminuciones registradas en 2022 y 2023 (-1,9% y -1,4%, respectivamente), **el consumo final de energía repunta en 2024 un 2,3%, resultando el aumento generalizado en todos los sectores.**

Atendiendo a la fuente, el consumo de energía final en Andalucía sigue dominado por los derivados del petróleo, que se mantienen como la principal fuente energética, por delante de la electricidad y el gas natural.

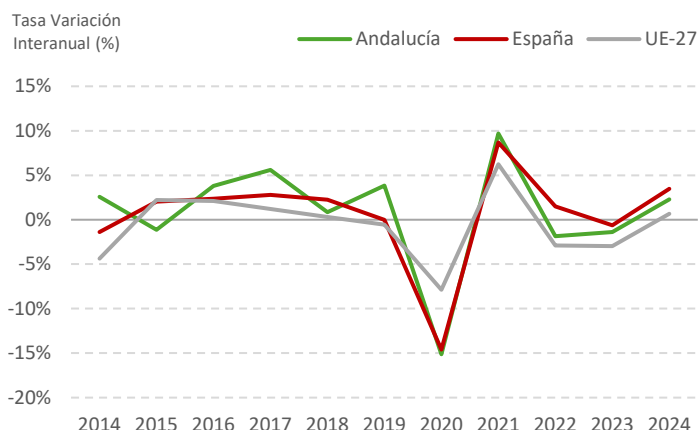
En cuanto a la **aportación de las energías renovables al consumo final**²⁴, Andalucía ha registrado un incremento de tres puntos porcentuales entre 2014 y 2023, alcanzando en este último año una cuota del **22,5%**, aproximadamente **dos puntos por debajo de los valores observados a nivel nacional y europeo**. Cabe señalar que este nivel se sitúa prácticamente a la mitad del objetivo fijado a nivel europeo para 2030. La evolución más reciente señala que esta dinámica positiva se intensifica especialmente desde 2019.

No obstante, los datos publicados por la Agencia Andaluza de la Energía registran una reducción del 5% en el consumo final de energía renovable para 2024, un dato que contrasta con el aumento superior al 2% que experimentó el consumo final total de energía comentado anteriormente.

En este sentido, el análisis sectorial del **consumo de energías renovables pone de manifiesto un cambio de tendencia a partir de 2022, con una reducción generalizada del consumo que se intensifica en los dos últimos ejercicios**. Este comportamiento resulta especialmente significativo en el sector industrial, que encadena descensos interanuales consecutivos entre 2022 y 2024. Por su parte, tanto el sector servicios como el sector primario presentan igualmente reducciones continuadas en los dos últimos años.

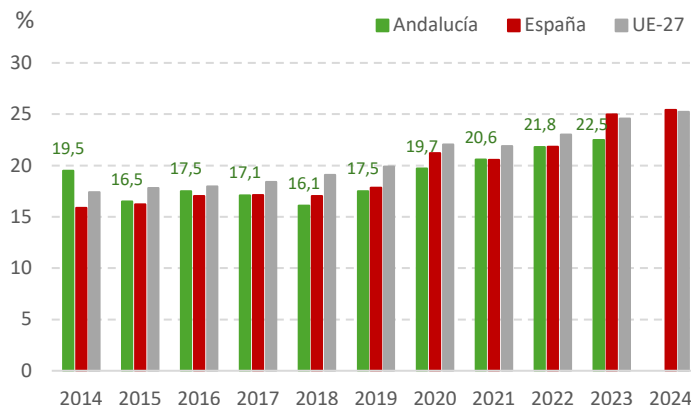
²⁴ Proporción de consumo de energía renovable en el consumo de energía final bruto de acuerdo con la Directiva 2009/28/CE de energías renovables.

Figura 32. Evolución del consumo de energía final



Fuente: Agencia Andaluza de la Energía, Eurostat

Figura 33. Proporción de energías renovables sobre el consumo de energía final



Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía). Eurostat

Intensidad energética sectorial

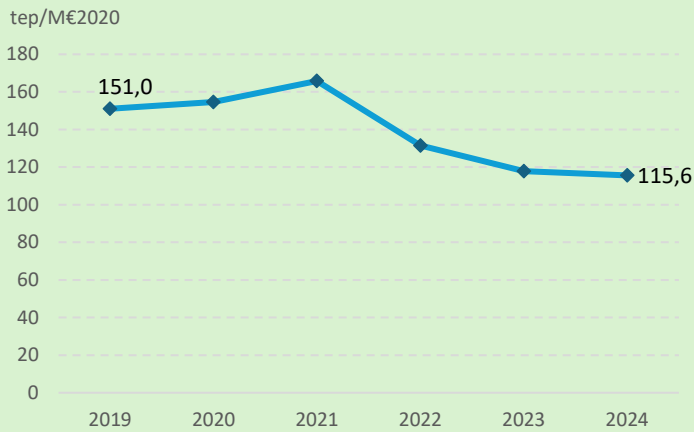
El **balance del año 2024** confirma la progresión de la economía andaluza hacia una **mayor eficiencia energética**, con un nuevo mínimo histórico del indicador que mide la intensidad energética (66,3 tep/M€ 2020). De este modo, **generar una unidad de PIB andaluz ha requerido un 1,1% menos de energía en 2024 que el año anterior, y un 15,3% menos en que en 2019.**

Considerando los sectores finales de consumo, el industrial, que tiene como principal fuente de energía el gas natural (40,7%), seguida de los productos petrolíferos (32,3%), ha logrado reducir un 1,9% su intensidad energética respecto a 2023, pese a haber incrementado levemente su consumo (0,5%). Además, a lo largo de los últimos cinco años ha disminuido el indicador de intensidad en un 23,4%.

Al igual que en la industria, el resto de los sectores económicos aumentan su consumo de energía, pero también lo hacen de manera más eficiente. Así, en el primario crece el consumo un 2,4% pero disminuye considerablemente su intensidad energética (un 11,9% menos respecto a 2023 y un 4,2% menos respecto a 2019); y en los servicios, responsables del 10,8% del consumo total de energía final, este aumenta interanualmente en 2024 un 3%, manteniéndose estable su nivel de intensidad energética respecto al año anterior y experimentando una disminución del 6,5% sobre los niveles de 2019.

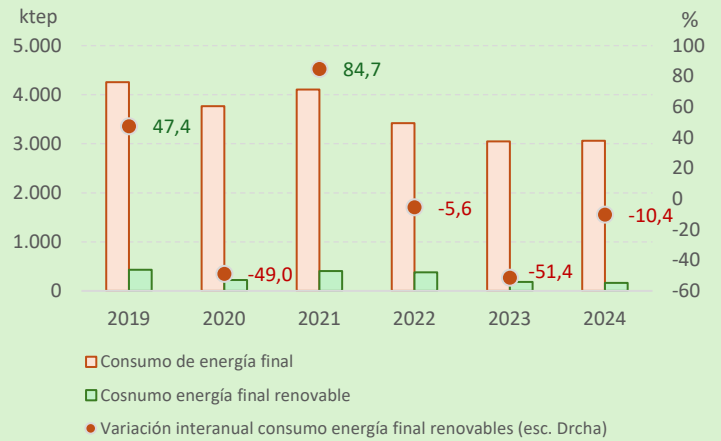
Por su parte, el transporte, que representa el 43,4% de todo el consumo final de energía en Andalucía en 2024, mostró un ritmo de crecimiento en el consumo del 2,7%, si bien reduce su intensidad energética un 0,6%. La tendencia de reducción respecto a los últimos cinco años es más intensa y próxima al -6%.

Figura 34. Intensidad energética sectorial: Industria



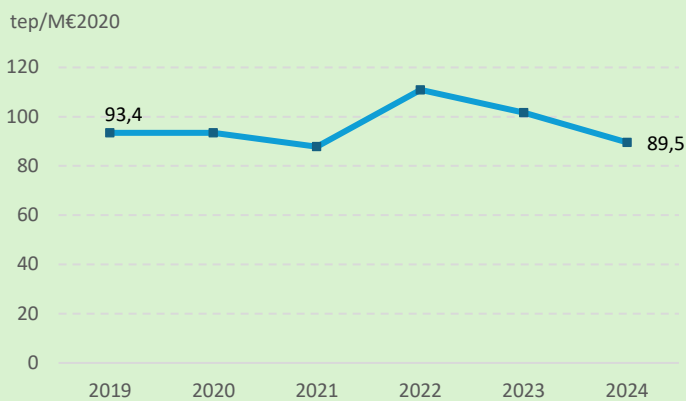
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 35. Evolución del consumo de energía final en la Industria



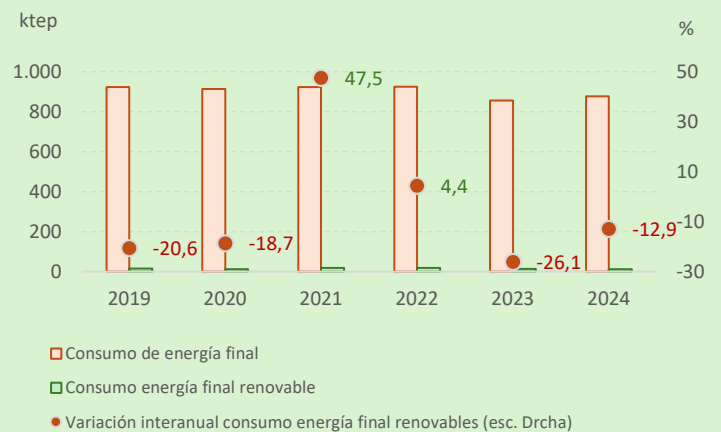
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 36. Intensidad energética sectorial: Primario



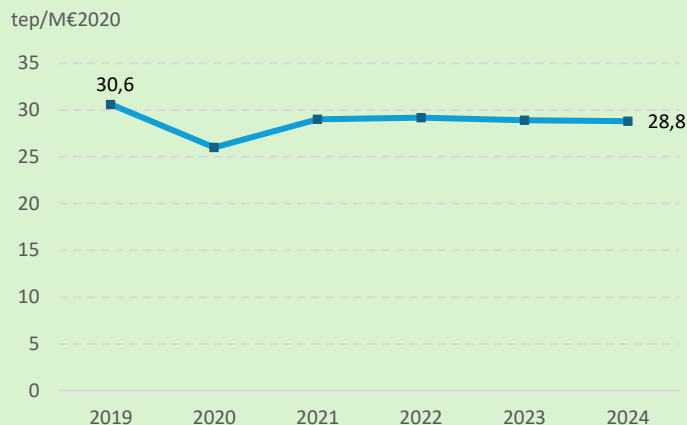
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 37. Evolución del consumo de energía final en sector primario



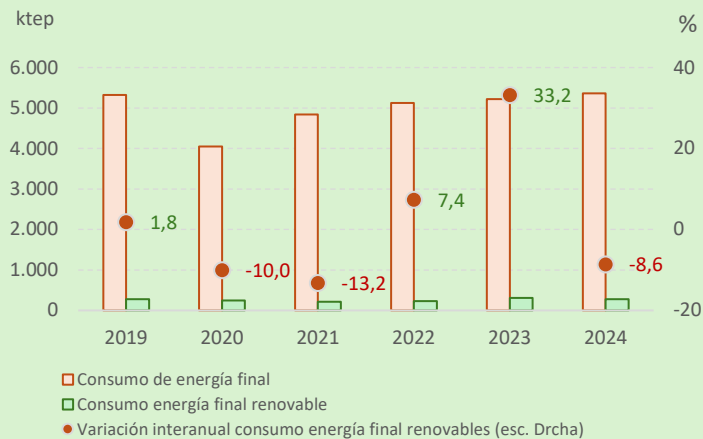
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 38. Intensidad energética sectorial: Transporte



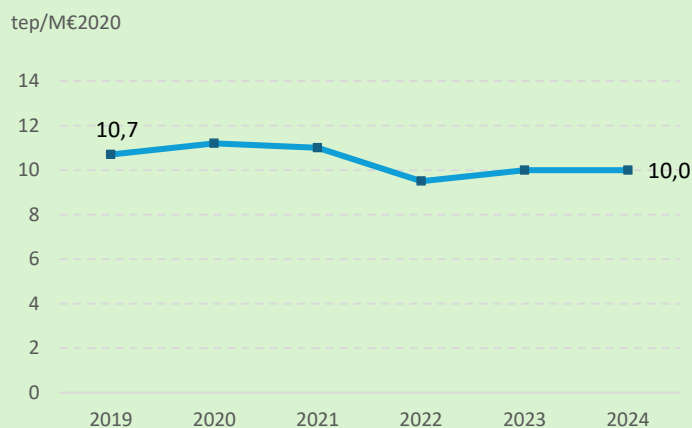
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 39. Evolución del consumo de energía final en sector Transporte



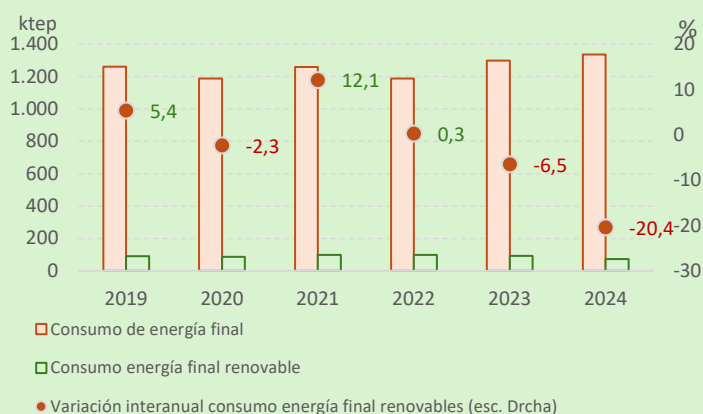
Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 40. Intensidad energética sectorial: Servicios



Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Figura 41. Evolución del consumo de energía final en sector servicios



Fuente: Estadística energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía).

Hábitos empresariales relacionados con el Medioambiente

Los Indicadores de Confianza Empresarial de Andalucía (ICEA)²⁵ proporcionan información sobre la percepción de los empresarios respecto a la situación y expectativas de sus negocios, constituyendo una herramienta de interés para conocer la evolución económica de Andalucía a corto plazo a partir de la opinión de autónomos y responsables de establecimientos. En los resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2025, la encuesta incorpora un módulo específico sobre hábitos y opiniones empresariales relacionados con el medioambiente.

Según estos resultados, el **80,2% de los establecimientos andaluces declara haber adoptado alguna medida para reducir su impacto medioambiental**, lo que supone un incremento significativo respecto al año anterior (75,2%). Este avance evidencia una creciente sensibilización ambiental del tejido empresarial, especialmente destacada en los sectores de industria y comercio, que concentran los mayores porcentajes de adopción de este tipo de medidas, reforzando su papel como ámbitos tractores en el proceso de transición hacia modelos productivos más sostenibles.

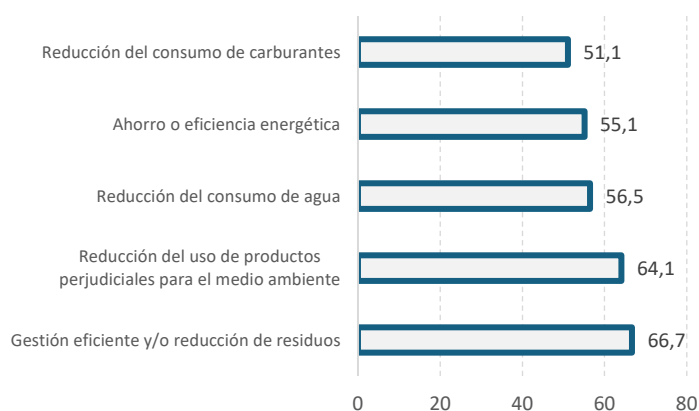
Entre los establecimientos andaluces que han adoptado medidas para reducir su impacto medioambiental, destacan principalmente las **actuaciones vinculadas a la gestión eficiente y reducción de residuos**, implementadas por el 66,7% de los negocios, así como la **reducción del uso de productos perjudiciales para el medio ambiente** (64,1%). Junto a estas prácticas, una parte significativa de las empresas ha avanzado en la reducción del consumo de agua (56,5%) y en la mejora de la eficiencia y el ahorro energético (55,1%), mientras que la reducción del consumo de carburantes alcanza al 51,1% de los establecimientos.

La adopción de medidas ambientales por parte de las empresas andaluzas responde fundamentalmente a una doble **motivación** complementaria. Por un lado, la **adaptación y cumplimiento del marco normativo y regulador en materia ambiental; por otro, la reducción de costes operativos asociada a la mejora de la eficiencia en el uso de recursos. A estos factores se suma la mejora de la imagen corporativa**, que adquiere un peso creciente como activo reputacional, evidenciando una progresiva integración de la sostenibilidad ambiental en la estrategia empresarial, más allá del mero cumplimiento normativo.

²⁵ Este índice es elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, en colaboración con el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación y el Instituto Nacional de Estadística.

Figura 42. Establecimientos que han adoptado en su negocio alguna medida para reducir su impacto medioambiental por ámbito.

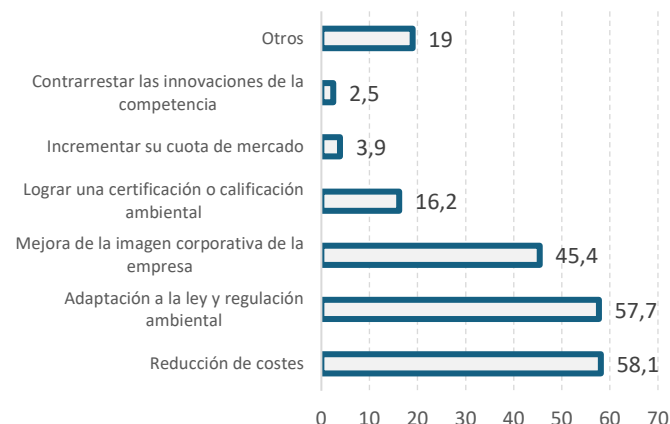
Cuarto trimestre de 2025



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)

Figura 43. Factores principales que motivaron para introducir eco-innovaciones o medidas para reducir el impacto medioambiental del establecimiento.

Cuarto trimestre de 2025



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)

Economía circular y tejido empresarial: un modelo cada vez más presente en Andalucía

Los resultados del módulo ambiental de los Indicadores de Confianza Empresarial de Andalucía ponen de manifiesto que la economía circular no es un concepto ajeno al tejido productivo andaluz, sino una práctica cada vez más integrada en un número significativo de empresas. En concreto, **seis de cada diez establecimientos que han implementado medidas medioambientales declaran llevar a cabo actuaciones relacionadas con la gestión eficiente y reducción de residuos.**

Estos datos se enmarcan en un contexto en el que Andalucía ha avanzado de forma decidida en la consolidación de un marco normativo propio mediante la **Ley de Economía Circular de Andalucía**²⁶, aprobada en 2023, que establece un enfoque global y transversal para la transición hacia la circularidad en el ámbito productivo y económico.

La Ley, alineada con los principios del Pacto Verde Europeo, establece medidas orientadas a reducir el desperdicio, prolongar la vida útil de los productos y fomentar prácticas como la reparación, incorporando además instrumentos innovadores de apoyo a la actividad empresarial, como el Registro Público de Análisis de Ciclo de Vida. Asimismo, la propia Ley contempla la elaboración de la Estrategia Andaluza para la Economía Circular²⁷, como instrumento clave para coordinar e intensificar este proceso de transformación productiva.

Tanto la Ley como la futura Estrategia Andaluza de Economía Circular conceden una atención prioritaria a la **promoción de la simbiosis industrial**, entendida como una de las palancas más eficaces para acelerar la transición hacia modelos productivos circulares. La simbiosis industrial

²⁶ Ley 3/2023, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía.

²⁷ Acuerdo de 18 de febrero de 2025, del Consejo de Gobierno, se aprueba la formulación de la Estrategia Andaluza para la Economía Circular.

se basa en la **colaboración entre empresas**, especialmente aquellas próximas geográficamente, para **generar sinergias que permitan optimizar el uso de recursos, valorizar subproductos, compartir infraestructuras o intercambiar energía y servicios logísticos, reduciendo costes y residuos de forma conjunta**.

Este enfoque resulta especialmente relevante para las pequeñas y medianas empresas, al facilitar el acceso a soluciones innovadoras a través de redes de cooperación con otros agentes productivos, centros de investigación e instituciones del conocimiento. En este sentido, la economía circular y la simbiosis industrial se configuran no solo como una respuesta ambiental, sino como una oportunidad estratégica para reforzar la competitividad y modernización del tejido empresarial andaluz.

2.2.5. Capital humano y su repercusión en el empleo

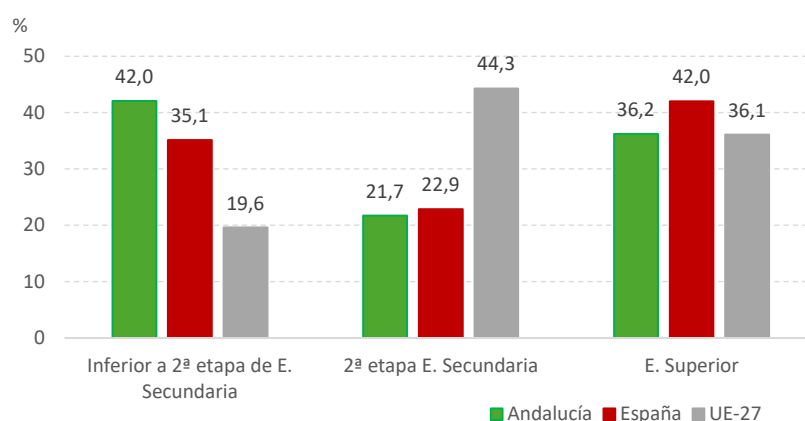
El modelo de cualificación

En Andalucía, al igual que en el conjunto de España, el nivel de formación de la población en edad de trabajar ha experimentado una mejora significativa en la última década, si bien siguen observándose diferencias relevantes en comparación con el entorno europeo. El análisis del **modelo de cualificación** pone de manifiesto una estructura diferenciada, especialmente en la distribución de los **niveles educativos intermedios**.

En este sentido, en el conjunto de la Unión Europea, el sistema de cualificación se apoya mayoritariamente en la formación de nivel medio. Según los datos de Eurostat, en el año 2024 el 44,3% de la población de entre 25 y 64 años dispone de estudios de segunda etapa de educación secundaria, que incluyen bachillerato y Formación Profesional de grado medio. Por su parte, el 36,1% dispone de estudios superiores, tanto universitarios como de Formación Profesional de grado superior, mientras que el 19,6% alcanza como máximo la educación secundaria obligatoria o una Formación Profesional Básica.

A **nivel regional**, el 42,0% de la población andaluza de entre 25 y 64 años presentaba en 2024 un nivel educativo bajo, tras una reducción aproximada de 6 p.p. respecto a 2019. **La población con un nivel educativo medio representaba el 21,7% del total, una proporción sensiblemente inferior a la registrada en el conjunto de la Unión Europea.** Por su parte, el 36,2% de la población contaba con estudios superiores, situándose en niveles similares al contexto europeo.

Figura 44. Estructura de la población por nivel de estudios. Año 2024
(Población de 25 a 64 años)



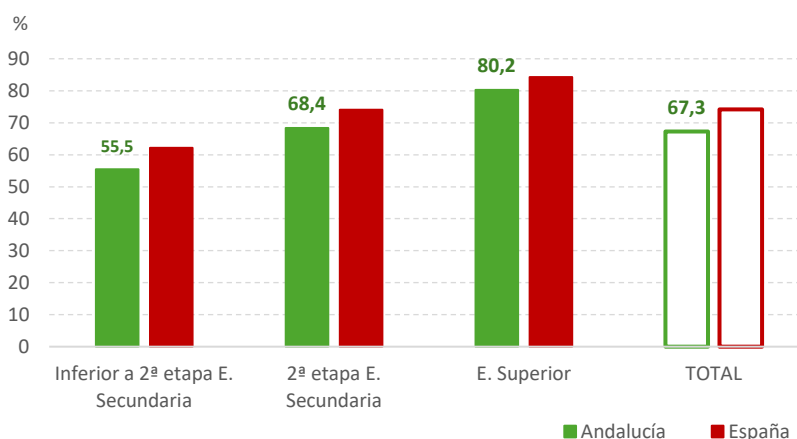
Fuente: Explotación EPA (INE). MEFP; Eurostat.

La **correlación entre nivel educativo y la situación en el mercado de trabajo** se refleja en las tasas de ocupación registradas. En Andalucía, la población con un nivel educativo bajo presenta una tasa de empleo del 55,5%, porcentaje que se incrementa hasta el 68,4% entre quienes cuentan con una cualificación media y alcanza el 80,2% en el caso de la población con educación

superior. Estos datos evidencian la relevancia del nivel de cualificación de la población activa y sus oportunidades de acceso y permanencia en el empleo.

En este contexto, **adquieren especial relevancia los itinerarios formativos que combinan la adquisición de competencias técnicas con una mayor proximidad a los entornos productivos.** En un escenario marcado por el avance de la digitalización y por la creciente transformación de los procesos productivos, la Formación Profesional, y de manera particular la modalidad Dual, que refuerza la vinculación con la empresa, se configura como un ámbito estratégico para facilitar el acceso a una formación técnica ajustada a las necesidades del tejido empresarial.

Figura 45. Tasas de empleo por nivel formación. Año 2024



Fuente: Explotación EPA (INE). MEFP.

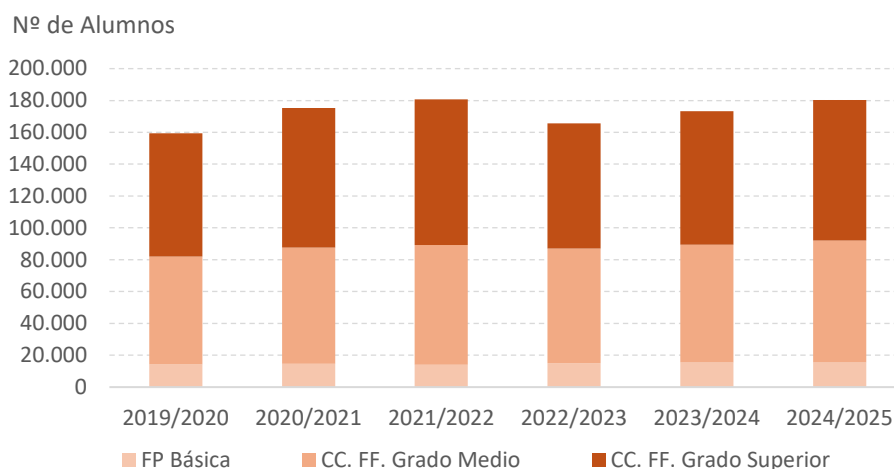
El papel de la Formación Profesional

En el curso 2024-2025, el alumnado matriculado en enseñanzas de Formación Profesional (FP) en centros andaluces sostenidos con fondos públicos asciende a 180.286 estudiantes, con un predominio de la FP de Grado Superior, que concentra el 49,0% del total del alumnado. La FP de Grado Medio representa el 42,4%, mientras que la FP Básica agrupa al 8,6% del alumnado.

La evolución reciente confirma la mayor demanda por parte del alumnado en cursar este tipo de enseñanzas. **Entre los cursos 2019/2020 y 2024/2025, la matriculación en Formación Profesional se ha incrementado en más de 20.000 estudiantes**, con un aumento acumulado del 13,0% en el conjunto del sistema. Este avance se apoya principalmente en los niveles de Grado Medio y Grado Superior, que registran incrementos del 13,0% y del 13,8%, respectivamente, en el periodo analizado, mientras que la FP Básica presenta un crecimiento también positivo, si bien algo más moderado (9,2%).

Figura 46. Alumnado matriculado en enseñanzas de Formación Profesional en centros sostenidos por fondos públicos

Alumnado de enseñanzas de régimen general



Fuente: Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional

En paralelo a esta expansión, la **Formación Profesional Dual** ha adquirido una presencia creciente hasta consolidarse como un componente plenamente integrado en el sistema formativo. En la actualidad, la totalidad del alumnado de Formación Profesional cursa sus estudios en modalidad dual tanto en primer como en segundo curso, combinando de manera alterna la formación impartida en los centros educativos con la desarrollada en las empresas. Este despliegue se vincula al cambio normativo introducido por el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, que desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional y sustituye el marco previo establecido por el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio.

En este contexto, la Junta de Andalucía está impulsando una ampliación de la oferta de FP Dual mediante el incremento del número de ciclos formativos y el ajuste a las nuevas exigencias normativas y a las necesidades del mercado de trabajo. Los datos disponibles permiten dimensionar el alcance de la modalidad dual, con un total de 107.554 alumnos en el curso 2024-2025, y la participación de 34.148 empresas, articuladas a través de 85.539 convenios de colaboración. Esta estructura se apoya, entre otros elementos, en los servicios de dinamización orientados a reforzar la conexión de los centros formativos con el tejido empresarial local y favorecer la participación de pymes y micropymes.

Desde una perspectiva de resultados, la FP Dual, al combinar la adquisición de competencias técnicas en entornos productivos reales con la formación impartida en los centros educativos, facilita la transición del alumnado al mercado de trabajo con mayores garantías, constituyendo para muchos jóvenes una vía directa de acceso al empleo. En línea con ello, según los datos publicados por el IECA, las personas egresadas procedentes de Ciclos Formativos de Formación Profesional Reglada en Andalucía alcanzaron, en el **curso 2022-2023, una tasa de inserción laboral al año del egreso** del 46,1%, un valor que se mantiene estable por encima del 45% en los dos cursos anteriores. En el caso de la **Formación Profesional Dual**, la empleabilidad se eleva al **50,1%**.

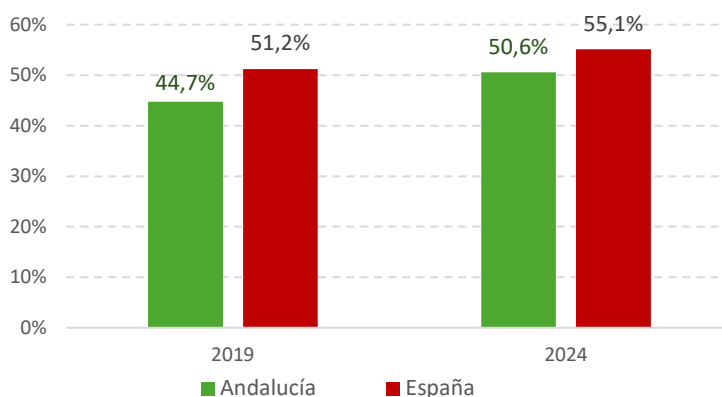
Acreditación de competencias profesionales

De acuerdo con los datos de la Encuesta de Población Activa (INE), en 2024 el 50,6% de la población activa andaluza disponía de una titulación o cualificación de carácter profesionalizante. Este indicador mantiene una trayectoria ascendente en los últimos años y, en comparación con 2019, acumula un incremento aproximado de 6 p.p., contribuyendo a reducir la brecha respecto al conjunto nacional, donde la proporción se situó en el último ejercicio en el 55,1%.

Conviene matizar, no obstante, que el 49,4% restante de población activa andaluza sin una titulación con orientación profesional no puede interpretarse automáticamente como un colectivo carente de capacitación, dado que puede haber adquirido conocimientos y habilidades a través de la experiencia laboral o mediante procesos de aprendizaje no formal e informal. En este marco, **el reconocimiento de las competencias profesionales constituye una vía eficaz para ampliar las oportunidades de empleo, mejorar las condiciones laborales y facilitar la continuidad en itinerarios formativos conducentes a una mayor cualificación.**

El procedimiento de **acreditación de competencias profesionales**, cuyo referente es el Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales, es una figura clave en este contexto. **Desde 2021**, el sistema de acreditación se configura como abierto y permanente, lo que ha permitido ampliar su accesibilidad a la población. En **Andalucía**, a lo largo de este periodo, han participado **57.953 personas**²⁸, con una acreditación total de 305.483 estándares de competencias.

Figura 47. Participación de la población activa con formación profesionalizante *



* 2ª etapa de Educ. secundaria con orientación profesional + Educ. superior.

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE)

²⁸ Personas que se han acreditado en al menos un estándar de competencias (desde que el sistema se configura abierto y permanente, hasta el 31/12/2025).

2.3. Matriz de Problemas-Necesidades-Retos derivadas del diagnóstico



Problemas	Necesidades	Retos
La estructura del tejido empresarial andaluz presenta un marcado predominio de microempresas y pequeñas empresas, una presencia limitada de compañías de mayor dimensión y una elevada concentración en actividades de bajo valor añadido, lo que condiciona su posicionamiento competitivo y la sitúa en desventaja relativa frente a las economías europeas más avanzadas.	Reforzar el ecosistema de apoyo a la transformación industrial mediante un marco coordinado de políticas públicas orientado a facilitar la inversión productiva, acelerar la adopción de tecnologías avanzadas y la descarbonización del sector, impulsar el desarrollo de talento especializado y promover una colaboración efectiva entre administraciones, empresas y agentes del conocimiento, con el fin de fortalecer las capacidades del tejido industrial andaluz y mejorar su proyección internacional.	Impulsar una reindustrialización competitiva y sostenible que refuerce el papel de la industria como motor de crecimiento económico, innovación y empleo de calidad, aprovechando las oportunidades de la transición energética, la descarbonización y la digitalización para fortalecer las cadenas de valor industriales.
El sector comercial tiene un carácter estratégico en Andalucía por su contribución a la actividad económica, el empleo y la cohesión territorial; sin embargo, en los últimos años registra una pérdida continuada de tejido empresarial, especialmente en el comercio minorista. La transformación de los canales comerciales y los cambios en los hábitos de consumo son factores que condicionan la actividad.	Fomentar el emprendimiento y la continuidad de las pequeñas empresas comerciales mediante herramientas que contribuyan a generar un entorno más atractivo para la incorporación laboral y profesional al sector, presten apoyo específico a los negocios en riesgo de desaparición por falta de relevo y refuercen la puesta en valor y la promoción del comercio minorista, con el objetivo de estimular la demanda y dotar de mayor visibilidad al pequeño comercio en sus distintos formatos, tanto en el ámbito urbano como rural.	Impulsar el dinamismo del comercio interior para avanzar hacia una actividad más competitiva y con mayor capacidad de adaptación a los cambios del entorno y de la demanda, reforzando la imagen del sector y consolidando el posicionamiento de Andalucía como destino de compras, en un marco de mayor cooperación empresarial y fortalecimiento del asociacionismo comercial.
A pesar del crecimiento en los últimos años del emprendimiento tecnológico e innovador en Andalucía, la proporción de startups y de iniciativas emprendedoras de alto potencial sigue siendo reducida y con menor grado de	Reforzar el ecosistema de apoyo al emprendimiento tecnológico mediante instrumentos específicos que acompañen a las iniciativas de alto potencial en sus distintas fases de desarrollo, incluyendo el fortalecimiento de los programas de aceleración, el acceso a financiación	Consolidar Andalucía como región startup mediante el impulso de proyectos empresariales escalables de alto potencial y base tecnológica, capaces de generar un impacto económico amplio y empleo cualificado en el territorio, apoyándose en el papel tractor de polos de innovación como



	Problemas	Necesidades	Retos
	consolidación en comparación con los principales polos de innovación a nivel nacional.	adecuada, y una mayor visibilidad en eventos y redes de referencia, favoreciendo la colaboración entre los distintos agentes del ecosistema.	Málaga y Sevilla como referentes del emprendimiento tecnológico.
	Elevada heterogeneidad del colectivo de personas trabajadoras autónomas y dificultades para captar sus realidades diferenciada.	Disponer de herramientas de análisis que permitan segmentar el trabajo autónomo por perfiles, territorios y trayectorias.	Orientar las políticas públicas hacia intervenciones más precisas y adaptadas a la diversidad y necesidad del trabajo autónomo.
	Pese a los avances en la diversificación de las exportaciones, persiste una elevada dependencia del mercado comunitario como principal destino de las ventas exteriores de Andalucía, con una presencia todavía limitada en otros mercados estratégicos, lo que condiciona su posicionamiento internacional frente a regiones y competidores de referencia.	Adaptar los instrumentos de apoyo a la internacionalización al perfil y grado de madurez de las empresas andaluzas, incorporando un enfoque flexible y personalizado que facilite tanto la consolidación en mercados tradicionales como la identificación y aprovechamiento de nuevas oportunidades de mercado.	Aumentar la base de pymes andaluzas que exporten regularmente, facilitando su acceso progresivo y estable a los mercados exteriores.
	Exposición de la actividad exterior a un contexto geopolítico y comercial crecientemente incierto, marcado por el aumento del proteccionismo arancelario, la debilitación de los marcos multilaterales y la persistencia de conflictos internacionales.	Reforzar el desarrollo del capital humano vinculado a la internacionalización, impulsando la capacitación en competencias estratégicas, comerciales y operativas que permitan a las empresas andaluzas, especialmente a las pymes, afrontar con mayores garantías los procesos de apertura y consolidación en los mercados internacionales.	Avanzar hacia una mayor competitividad internacional de la economía andaluza, apoyada en la diversificación geográfica de las exportaciones y de la inversión exterior, reduciendo la dependencia de los mercados tradicionales y favoreciendo la apertura hacia nuevas áreas comerciales con potencial de crecimiento.
	Andalucía mantiene una posición de desventaja respecto a España y la UE en capítulo de inversión en I+D+i, con un esfuerzo todavía reducido en relación con el PIB. Esta brecha se explica, en gran medida, por el bajo peso de la inversión privada en el gasto interno en I+D, lejos del	Reforzar el papel de la I+D+i en la economía regional mediante un incremento sostenido del esfuerzo inversor, con especial énfasis en una mayor implicación del sector empresarial, lo que requiere avanzar en la consolidación de un ecosistema de investigación e innovación más conectado,	Acelerar el avance de Andalucía en I+D+i para reducir la distancia con los referentes europeos y evitar pérdidas de competitividad, impulsando una mayor participación del sector empresarial en el esfuerzo innovador, con un mayor

Problemas	Necesidades	Retos
patrón de las regiones más competitivas. Este comportamiento está estrechamente vinculado a las características del tejido productivo, marcado por una menor presencia industrial y el predominio de microempresas y pymes, que limita la capacidad para desarrollar proyectos de mayor escala. Como resultado, la penetración e intensidad innovadora empresarial se mantienen en niveles reducidos, sin una corrección significativa en los últimos años.	que favorezca la cooperación estable entre empresas, agentes del conocimiento e instituciones y mejore el acceso a capacidades, socios y oportunidades.	protagonismo de los sectores intensivos en conocimiento en la economía regional.
Una parte significativa del tejido empresarial andaluz aún no alcanza niveles básicos de intensidad digital y la adopción de tecnologías digitales avanzadas presenta un amplio margen de mejora para aproximarse a los objetivos europeos de 2030. Esta situación se ve condicionada por la limitada disponibilidad de perfiles tecnológicos especializados en las pymes y por barreras de percepción y conocimiento que dificultan su incorporación efectiva. Además, la rápida expansión de la IA se produce de forma desigual por sectores y tamaño empresarial, con el consiguiente riesgo de profundizar brechas ya existentes en el tejido productivo.	Impulsar políticas públicas de apoyo a la transición digital que favorezcan una incorporación más equilibrada de las tecnologías digitales avanzadas y de la inteligencia artificial en el tejido empresarial, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, con una orientación estratégica que refuerce la presencia de entornos de intercambio de experiencias, el acceso a conocimiento especializado y el desarrollo de capacidades en la fuerza laboral, de forma que estas tecnologías puedan integrarse de manera efectiva en los procesos empresariales y contribuir a mejorar los niveles de competitividad.	Apoyar la transformación digital de las pymes andaluzas y su integración en la economía digital como vía para mejorar la productividad y la competitividad empresarial, contribuyendo a un crecimiento económico en Andalucía más sostenible, equilibrado y cohesionado.
Pese a los avances que se están logrando en Andalucía en materia de sostenibilidad ambiental y energética, reflejados en una reducción notable de las emisiones de CO₂ y en mejoras de la eficiencia energética de los sectores productivos, persiste una brecha significativa respecto a los	Avanzar hacia un menor consumo energético y un consumo más descarbonizado exige reforzar la eficiencia energética y el uso de fuentes renovables mediante procesos de transformación en los principales sectores económicos, apoyados en soluciones aplicadas, innovación y tecnologías	Consolidar un modelo productivo en Andalucía orientado a la neutralidad climática, que integre de forma estable la economía circular, el desarrollo y despliegue de tecnologías limpias y asequibles y la reducción progresiva de la huella de carbono en la actividad empresarial, afianzando las

	Problemas	Necesidades	Retos
	objetivos climáticos fijados por la Unión Europea para 2030. Esta distancia se ha visto agravada en los últimos años por el descenso del consumo de energía final procedente de fuentes renovables, especialmente acusado en la industria desde 2022. El elevado peso que aún mantienen los costes energéticos para el tejido empresarial limita los márgenes de competitividad de las empresas en sus mercados.	adecuadas que permitan mejorar el desempeño energético sin comprometer la competitividad empresarial. De forma complementaria, resulta imprescindible fortalecer la toma de conciencia del tejido empresarial andaluz sobre el amplio margen de mejora existente en eficiencia energética y consumo responsable, garantizando además un acceso claro a la información sobre sus derechos, obligaciones y beneficios asociados.	actividades estratégicas vinculadas a las energías renovables y su cadena de valor como vectores de dinamización y fijación de la actividad económica en el territorio, la generación de empleo de calidad y la mejora de la calidad de vida.
	Andalucía avanza hacia un modelo productivo más circular, apoyado en un marco normativo propio y en una creciente sensibilización del tejido empresarial. Sin embargo, persisten aún desafíos estructurales que condicionan su pleno desarrollo. La elevada presencia de pequeñas y medianas empresas, con recursos financieros y capacidades limitadas, dificulta la adopción de proyectos innovadores orientados a la reducción de residuos y a la optimización del uso de los recursos. A ello se suma que, pese a una mayor concienciación general, parte del tejido empresarial aún no dispone de un conocimiento suficiente sobre las oportunidades de negocio y de mejora de la competitividad asociadas a la economía circular.	Potenciar el apoyo al tejido empresarial andaluz para la adopción efectiva de la economía circular, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, mediante acciones de sensibilización, capacitación y acompañamiento que aceleren el cambio cultural desde el modelo lineal de “usar y tirar” hacia enfoques que integren la prevención y la gestión eficiente de residuos, la reutilización y la optimización de recursos como vías de innovación y competitividad. Este proceso requiere, además, facilitar información práctica y asesoramiento técnico que permitan identificar y activar oportunidades concretas de negocio, así como reforzar la formación y actualización de competencias necesarias para la transición y el aprovechamiento del empleo verde asociado.	Avanzar en la consolidación de un modelo productivo orientado a compatibilizar el crecimiento económico con un uso más eficiente y sostenible de los recursos, minimizando la generación de residuos y promoviendo la reutilización y valorización de aquellos que no puedan ser evitados, como base para una economía más competitiva, sostenible y climáticamente neutra.
	Andalucía mantiene niveles elevados de desempleo juvenil y de abandono educativo temprano en comparación con el promedio nacional y europeo, pese a la evolución favorable que ambos indicadores han registrado en los	Aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo sistema de Formación Profesional para reforzar los procesos de transición desde la educación al mercado de trabajo, impulsando un modelo formativo con una mayor	Incrementar el empleo de calidad en la región mediante la consolidación de un modelo formativo capaz de responder de manera flexible a los cambios económicos, sociales y profesionales, permitiendo disponer de una población joven

Problemas	Necesidades	Retos
últimos años. Esta situación se acompaña de un modelo de cualificación caracterizado por una participación reducida de los niveles educativos intermedios, lo que configura una estructura formativa desequilibrada en términos comparados respecto al entorno europeo y limita la capacidad del sistema para ampliar las oportunidades de acceso al mercado laboral.	participación y diversificación del tejido empresarial en los programas de enseñanza-aprendizaje, favoreciendo que la formación se alinee más estrechamente con las dinámicas y necesidades reales de los entornos productivos.	cualificada y capacitada para su integración en los sectores estratégicos y emergentes de la economía andaluza.
 Una parte significativa de la población activa andaluza carece de una titulación con orientación profesional, a pesar de haber adquirido conocimientos y habilidades a través de la experiencia laboral o de procesos de aprendizaje no formal e informal, lo que limita el reconocimiento oficial de su capacitación y dificulta su adecuada valoración en el mercado de trabajo.	Reforzar los procesos de acreditación de competencias profesionales mediante actuaciones que incrementen su visibilidad y credibilidad, faciliten la participación de colectivos con mayores dificultades y favorezcan una mayor coordinación entre los distintos actores implicados, incluidos centros de formación, administraciones y empresas.	Mejorar la ocupabilidad y el desarrollo profesional y personal de la población activa andaluza, con independencia de la edad, favoreciendo la generación de nuevas oportunidades para las personas trabajadoras, las empresas y el conjunto de la sociedad.

3. Alcance del Plan

3.1. Misión, visión y principios rectores

El Plan Cameral de Andalucía 2026-2028 se configura, conforme al Acuerdo de formulación aprobado por el Consejo de Gobierno el 10 de septiembre de 2025, como el instrumento de referencia que permite ordenar y alinear la actuación conjunta de la Junta de Andalucía y la red de Cámaras de Comercio de Andalucía en materia de apoyo empresarial. Este marco responde a la necesidad de establecer de manera coherente la **colaboración institucional** y de orientar los recursos públicos hacia una mejora efectiva del tejido productivo andaluz, atendiendo a las demandas de los distintos sectores económicos del territorio.

En este contexto, el alcance estratégico del Plan Cameral de Andalucía se articula en torno a tres elementos esenciales: la **misión**, que define la razón de ser del Plan y el sentido de la cooperación institucional; la **visión**, que proyecta el escenario futuro hacia el que se dirige la acción conjunta; y los **principios rectores**, que actúan como criterios orientadores para el diseño y la ejecución de las actuaciones. La formulación de estos componentes permite dotar al Plan de una dirección clara y **alineada con las políticas públicas autonómicas** y con el papel de las Cámaras como corporaciones de derecho público al servicio del desarrollo económico.

Misión

Consolidar un marco integrado de colaboración entre la Junta de Andalucía y las Cámaras de Comercio que permita ofrecer una respuesta ágil y coordinada a las necesidades del tejido empresarial andaluz, con especial atención a pymes, personas trabajadoras autónomas y proyectos emprendedores. Esta misión se desarrolla mediante la planificación, coordinación y ejecución conjunta de actuaciones orientadas a impulsar la mejora del desempeño empresarial y a fortalecer su capacidad para afrontar con solvencia los desafíos del entorno económico, favoreciendo así una mayor competitividad y el dinamismo económico de Andalucía.

Visión

Impulsar un ecosistema empresarial más competitivo, innovador y sostenible, capaz de generar oportunidades y atraer inversión en un entorno territorial equilibrado. El Plan aspira a que la colaboración público-privada se configure como un instrumento plenamente operativo para acelerar y mejorar la eficacia de proyectos e iniciativas orientados a la modernización de las empresas, facilitar el acceso a nuevos mercados y agilizar la transición ecológica y digital, aprovechando la capacidad reconocida de las Cámaras, su cercanía a las empresas y su amplia capilaridad en el territorio.

Principios rectores ²⁹

1. Dotar a las empresas andaluzas, en especial a las pymes y personas trabajadoras autónomas, de herramientas eficaces y asistencia técnica orientada al fortalecimiento de su competitividad, sostenibilidad y capacidad de adaptación al cambio.
2. Reforzar la colaboración institucional en el desarrollo de las funciones de carácter público-administrativo que las Cámaras de Comercio tienen encomendadas.
3. Impulsar el ecosistema emprendedor de Andalucía.
4. Fomentar la innovación, sostenibilidad ambiental y digitalización de las empresas andaluzas.

²⁹ Los principios rectores son establecidos en el Acuerdo de 10 de septiembre de 2025, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028.

3.2. Objetivo general y finalidades del Plan Cameral de Andalucía

Tomando como referencia la misión, la visión y los principios rectores definidos, el Plan Cameral de Andalucía 2026-2028 se articula en torno a **un objetivo general y siete finalidades** que orientan su desarrollo estratégico. Estos elementos configuran el marco que posteriormente se despliega a través de los ejes, líneas de actuación y acciones concretas.

Objetivo General del Plan Cameral de Andalucía [OG]

Fortalecer la competitividad y el crecimiento del tejido empresarial andaluz y acompañar su transición hacia un modelo más innovador, diversificado y sostenible, en consonancia con las prioridades estratégicas de la Unión Europea.

Indicadores de contexto asociados	Fuente de información
Evolución del Valor Añadido Bruto (VAB) sectorial	Contabilidad Regional Anual de Andalucía. IECA
Evolución sectorial del número de empresas activas	Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. IECA
Evolución de la ocupación laboral en los sectores productivos	Encuesta de Población Activa. INE
Evolución de las empresas andaluzas exportadoras regulares	Estadística del Sector Exportador de Andalucía. Andalucía TRADE
Evolución del Gasto en I+D en el sector empresas	Estadística sobre Actividades de I+D. INE
Evolución de la intensidad innovadora en las empresas	Encuesta sobre Innovación en las Empresas. INE
Evolución del índice de intensidad digital de las empresas	Explotación de la Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas. IECA
Evolución de la Intensidad energética sectorial	Info-ENERGÍA. Agencia Andaluza de la Energía
Evolución sectorial de la proporción de energías renovables sobre el consumo de energía final.	Info-ENERGÍA. Agencia Andaluza de la Energía

Finalidades

	1. Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital
	Esta finalidad responde a la necesidad de fortalecer la capacidad de las empresas andaluzas para incorporar tecnologías avanzadas, mejorar sus procesos y adoptar modelos de gestión más eficientes. La modernización empresarial constituye un requisito previo para competir en entornos cambiantes y para garantizar que las organizaciones, independientemente de su tamaño o sector, dispongan de las herramientas necesarias para mejorar su productividad y adaptarse a nuevas exigencias del mercado.
	2. Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular
	La transición hacia modelos más sostenibles se ha consolidado como un factor estructural de competitividad. Esta finalidad impulsa la adopción de prácticas empresariales responsables, la integración de principios de economía circular y la formación ambiental del tejido productivo. Su alcance abarca tanto la mejora del desempeño ambiental como la capacidad de las empresas para desenvolverse con solvencia en un marco regulatorio cada vez más exigente, acceder a instrumentos de certificación y aprovechar las oportunidades económicas asociadas a la sostenibilidad y a la transformación ecológica.
	3. Potenciar la internacionalización y la inserción en cadenas de valor globales
	La apertura de los mercados y la intensificación de la competencia internacional hacen necesario reforzar la capacidad exportadora y la presencia exterior de las empresas andaluzas. Esta finalidad impulsa la adquisición de capacidades orientadas a la internacionalización, el acceso a información estratégica y la integración en cadenas de valor globales, elementos esenciales para ampliar la base exportadora, diversificar oportunidades y atraer inversión.
	4. Promover el desarrollo del tejido productivo mediante el emprendimiento, la continuidad empresarial y la generación de iniciativas innovadoras
	El fortalecimiento del tejido productivo andaluz requiere impulsar tanto la creación de nuevas iniciativas, con especial interés en el emprendimiento en actividades innovadoras y de base tecnológica, como la continuidad de actividades económicas existentes. En este marco, adquiere especial relevancia el apoyo a los procesos de relevo generacional en ámbitos estratégicos para la economía andaluza como el comercio, donde la transmisión de conocimientos y experiencia resulta esencial para preservar la actividad económica y la cohesión territorial. Esta finalidad se orienta a generar entornos que impulsen la innovación, la evolución de los modelos de negocio y la permanencia de actividades que contribuyen al empleo y a la estabilidad del tejido empresarial.



5. Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento

Las competencias del capital humano constituyen uno de los principales determinantes de la competitividad empresarial. Esta finalidad impulsa la capacitación en áreas clave, entre ellas la digitalización, la sostenibilidad, la internacionalización y la gestión empresarial, y subraya el papel estratégico de la Formación Profesional como vía de cualificación alineada con las necesidades del mercado. Asimismo, refuerza la implicación de las empresas en la modalidad de FP Dual, favoreciendo una colaboración efectiva que permita adecuar la oferta formativa a las demandas reales del tejido productivo y mejorar la inserción laboral.



6. Fortalecer la cohesión territorial y dinamizar el comercio de proximidad y la artesanía

La cohesión territorial depende de la vitalidad económica de las zonas rurales y urbanas y del papel que desempeñan sus actividades tradicionales. Esta finalidad impulsa la diversificación de la actividad económica local, la dinamización del comercio de proximidad y la puesta en valor tanto de la artesanía como del propio comercio como expresiones económicas, culturales y sociales del territorio. Asimismo, promueve el desarrollo de iniciativas que favorezcan la fijación de actividad empresarial y contribuyan a mantener la identidad productiva en las distintas localidades andaluzas.



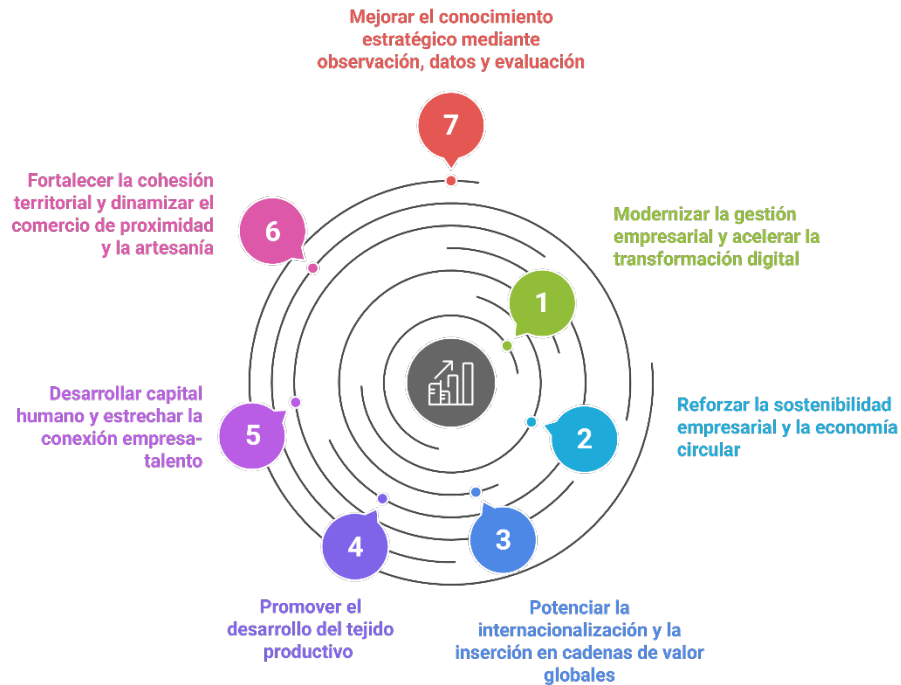
7. Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación

La toma de decisiones requiere sistemas de información sólidos y mecanismos de seguimiento que permitan evaluar el desempeño económico y anticipar tendencias. Esta finalidad se orienta a reforzar la capacidad institucional para generar conocimiento, desarrollar observatorios sectoriales, impulsar la medición del desempeño empresarial y mejorar la calidad de la planificación pública.

Figura 48. Síntesis del catálogo de Objetivo y finalidades del Plan Cameral de Andalucía



OG: Fortalecer la competitividad y el crecimiento del tejido empresarial andaluz y acompañar su transición hacia un modelo más innovador, diversificado y sostenible



4. Marco Estratégico de Actuación

4.1. Descripción de Ejes Estratégicos

Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica

El tejido productivo andaluz, caracterizado por el predominio de pequeñas y medianas empresas y una amplia participación de personas trabajadoras autónomas, afronta un escenario marcado por la aceleración del cambio tecnológico y la transición hacia modelos productivos más sostenibles. En este sentido, la competitividad empresarial no depende únicamente del sector de actividad, sino también de la capacidad para incorporar **conocimiento, innovar** de forma continuada, **atraer y desarrollar talento y adaptarse con agilidad a los cambios del entorno**. Estos elementos se han convertido en factores determinantes para la viabilidad y el crecimiento de los proyectos empresariales y, por consiguiente, para la eficacia de las políticas públicas de apoyo al desarrollo económico.

Uno de los elementos centrales sobre los que se articula este Eje es la necesidad de impulsar la **modernización del tejido empresarial a través de la innovación y del fomento de iniciativas con mayor potencial de crecimiento**. A pesar de los avances registrados, Andalucía mantiene aún una brecha significativa respecto a España y al agregado de la UE-27 en inversión en investigación, desarrollo e innovación, así como en la intensidad innovadora del ámbito empresarial. La contribución del sector privado a la actividad innovadora continúa siendo limitada y el peso de las actividades intensivas en conocimiento es reducido en el conjunto de la economía regional, lo que condiciona la capacidad de Andalucía para converger con las regiones europeas más avanzadas en términos de competitividad e innovación, tal y como se pone de manifiesto en el *Índice de Competitividad Regional (RCI)* que publica la Comisión Europea.

Asimismo, aunque en los últimos años se observa un incremento del emprendimiento tecnológico e innovador en la región andaluza, la **proporción de startups y proyectos de alto potencial requiere un mayor dinamismo** y un impulso adicional para superar las dificultades asociadas a su consolidación y proyección en ámbitos nacionales e internacionales. Como puntos de apoyo, Andalucía cuenta con activos relevantes, como su importante red de parques científicos- tecnológicos, un sistema de conocimiento sustentado en diez universidades públicas y otros agentes de referencia, y una red de apoyo al emprendimiento, con centros distribuidos por toda la comunidad, con capacidad para acompañar y asesorar a lo largo de las distintas etapas de desarrollo de los proyectos empresariales.

Además, la estrecha colaboración entre la Administración General de la Junta de Andalucía y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio en el desarrollo conjunto de iniciativas vinculadas a la economía digital y al emprendimiento innovador ofrece una base de cooperación adecuada para continuar impulsando servicios orientados a reforzar la madurez de los proyectos emprendedores de base tecnológica, mejorar su visibilidad y acompañar su evolución hacia modelos de negocio más sólidos, competitivos y orientados a mercados.

La modernización empresarial se encuentra estrechamente vinculada con el proceso de **transición hacia un modelo productivo más sostenible**. No se trata solo de una obligación ambiental y social, sino también de una oportunidad estratégica para ganar competitividad, reducir costes y generar valor. Sin embargo, el marco regulatorio asociado a los objetivos ambientales, junto con las nuevas exigencias de mercado, plantea **desafíos relevantes para pymes y personas trabajadoras autónomas**, que en muchos casos presentan dificultades para comprender y anticipar cambios normativos, identificar oportunidades de eficiencia o incorporar de manera operativa criterios de sostenibilidad, economía circular y adaptación climática. Desde esta perspectiva, resulta necesario facilitar la transición hacia modelos productivos más eficientes y resilientes, avanzando hacia una integración efectiva de la sostenibilidad como oportunidad de mejora, innovación y diferenciación.

Desde la Administración General de la Junta de Andalucía se están impulsando, en el marco de la **Ley 3/2023, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía**, importantes iniciativas orientadas a reducir la presión sobre el entorno mediante prevención, reutilización y aprovechamiento de recursos, fomentando una cultura de producción y consumo responsable. Una actuación referente en este sentido es la puesta en marcha del **Centro de Innovación en Economía Circular en Andalucía**, diseñado como un centro digital especializado para reunir conocimiento, capacidades y experiencias, en torno a un ecosistema colaborativo que integre a empresas, instituciones, organismos de investigación y ciudadanía. En este ámbito, el Consejo Andaluz de Cámaras puede desempeñar un papel relevante como agente dinamizador para promover sinergias y conseguir una alta implicación del tejido industrial a través de la innovación y la experimentación.

La capacidad de abordar con éxito los procesos de innovación y transición depende, en gran medida, de la **disponibilidad de capital humano cualificado**. La digitalización y la evolución hacia modelos productivos más sostenibles exigen competencias técnicas y capacidad de adaptación que requieren una conexión más estrecha entre empresas, sistema educativo y administración competente. Mejorar el ajuste entre la oferta formativa y las demandas reales del mercado de trabajo contribuiría a reducir las dificultades para **cubrir perfiles profesionales clave y a reforzar la empleabilidad**, especialmente entre la población joven.

En este contexto, la **Formación Profesional Dual** se consolida como una vía especialmente adecuada para **acercar la formación a entornos reales de trabajo**, favorecer competencias prácticas y responder con mayor agilidad a las necesidades cambiantes del tejido productivo. Tras la aprobación de la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, y su desarrollo mediante el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, el nuevo modelo de Formación Profesional refuerza su orientación modular y conectada con el entorno productivo, situando a la empresa como agente formador corresponsable.

En Andalucía, la apuesta por la Formación Profesional Dual es clara, tal y como pone de manifiesto el aumento que se está llevando a cabo en la oferta de ciclos formativos duales, así como en el número de alumnos y alumnas matriculadas. Para la consolidación de este modelo, se requiere una **participación más intensa del tejido empresarial**, en particular de pymes y microempresas, y para ello resulta necesario articular mecanismos de apoyo y acompañamiento que faciliten la conexión entre empresas y centros formativos, clarifiquen el marco de funciones

y responsabilidades y reduzcan las posibles barreras administrativas que puedan desincentivar la implicación empresarial en estos modelos formativos.

Otro de los avances relevantes que surgen de la citada Ley es la apuesta por un procedimiento abierto de forma permanente para la **acreditación de competencias profesionales**. Este sistema no solo refuerza la empleabilidad y contribuye a poner en valor el capital humano disponible, sino que además facilita itinerarios de aprendizaje a lo largo de la vida. En Andalucía, el interés y la demanda por la acreditación de competencias profesionales está aumentando significativamente desde 2021, contabilizándose desde entonces cerca de 58.000 personas que han acreditado algún estándar de competencia. De esta forma, resulta conveniente seguir reforzando su **visibilidad, su credibilidad y la coordinación entre centros de formación, administraciones y empresas**, facilitando el acceso de colectivos con mayores dificultades.

Finalmente, el Eje incorpora una dimensión transversal de conocimiento estratégico orientada a mejorar la calidad y la eficacia de la acción pública, con especial atención al colectivo de personas trabajadoras autónomas. Su heterogeneidad en perfiles, sectores, necesidades y trayectorias hace imprescindible contar con información sistemática y segmentada que permita diseñar políticas de apoyo ajustadas y evaluar con rigor su efectividad. Disponer de este conocimiento actualizado contribuye a **anticipar tendencias, orientar mejor los instrumentos disponibles y reforzar la capacidad de respuesta** ante un colectivo prioritario para la economía andaluza.

Teniendo en cuenta el marco descrito, el Eje Estratégico dirigido al *Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica*, se concreta mediante las siguientes líneas de actuación:

- Línea de Actuación 1.1. Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía.
- Línea de Actuación 1.2. Startup Andalucía_Roadshow.
- Línea de Actuación 1.3. Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa y Talento.
- Línea de Actuación 1.4. Impulso a la sostenibilidad empresarial y a la transición ecológica en Andalucía.

Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo

El Plan Cameral de Andalucía tiene como objeto de su intervención reforzar la capacidad competitiva en ramas de actividad estratégicas de la economía andaluza, articulando para ello un conjunto de actuaciones alineadas con los retos de modernización, incorporación de tecnologías digitales, sostenibilidad y posicionamiento en los mercados internacionales. Para su despliegue, la Red Cameral de Andalucía, coordinada por el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, puede asumir un papel relevante como socio estratégico de la Administración General de la Junta de Andalucía, gracias a su cercanía a los principales sectores productivos y su conocimiento directo sobre el ecosistema empresarial. Esta posición, unida a una dilatada experiencia en ámbitos como la digitalización y la internacionalización empresarial, le permite actuar como agente dinamizador en la detección de necesidades, la eliminación de barreras y el refuerzo de competencias del tejido productivo.

Atendiendo a la caracterización de la economía andaluza descrita en el diagnóstico, la necesidad de avanzar hacia una **industria más sostenible y competitiva** constituye una de las motivaciones que fundamentan la intervención de este Plan Cameral. Andalucía presenta una menor densidad industrial que otras regiones, junto a una estructura empresarial caracterizada por la escasa presencia de grandes industrias y una amplia base de empresas de menor tamaño, circunstancia que condiciona la productividad, la capacidad de inversión y la integración de procesos de innovación en la actividad empresarial, limitando así el posicionamiento competitivo del sector.

En este contexto, la **digitalización se configura como un elemento clave para la modernización del tejido industrial y el fortalecimiento de sus capacidades productivas**. El enfoque de factoría digital y de industria conectada (propio de la industria 4.0) ofrece un marco idóneo para mejorar procesos, eficiencia y organización, así como para impulsar la incorporación de tecnologías digitales avanzadas, incluida la inteligencia artificial. No obstante, persisten **barreras relacionadas con el conocimiento, la percepción de utilidad y la capacidad de implementación**, especialmente entre pymes, que dificultan la adopción efectiva de estas tecnologías. Superar estas limitaciones exige reforzar la capacitación de la fuerza laboral y ampliar la disponibilidad de perfiles tecnológicos especializados.

Sobre esta base, el fortalecimiento tecnológico del sector industrial debe complementarse con una apuesta decidida por su **proyección exterior**, facilitando la conexión de las empresas andaluzas con clientes, proveedores y socios internacionales, incrementando la visibilidad de sus productos y servicios y favoreciendo su **integración en mercados y cadenas de valor globales**.

Dentro del sector, la **industria agroalimentaria** conforma un conjunto de actividades de especial relevancia en la apertura exterior de la economía regional. A modo de referencia, las ventas de productos de alimentación, bebidas y tabaco concentran algo más de un tercio de las exportaciones andaluzas a países extranjeros, configurándose como el principal componente de las ventas internacionales. Este peso **productivo y exportador** refuerza la necesidad de impulsar una **modernización apoyada en la innovación y la adopción de tecnologías digitales que permitan aumentar el valor añadido del sector**, a través de la mejora integrada en los procesos

productivos, la eficiencia en la gestión de los recursos, o el mayor control de la seguridad alimentaria, entre otros aspectos destacados.

Asimismo, el fomento de la capacidad competitiva agroindustrial requiere consolidar **atributos diferenciales** y trasladarlos de forma efectiva al mercado, impulsando el posicionamiento de la **marca de calidad vinculada al origen y a los distintivos del sector** como elemento competitivo. Este enfoque debe ser completado con el refuerzo de las capacidades profesionales, dado que la transformación tecnológica y la estrategia de internacionalización demandan perfiles preparados para gestionar la innovación y los procesos de cambio asociados.

Junto a los sectores industriales, el Eje incorpora propuestas de intervención en ámbitos de actividad del sector servicios que resultan igualmente determinantes para la competitividad de la economía andaluza. En este contexto, Andalucía se caracteriza por una elevada terciarización de su estructura productiva, en la que las **actividades comerciales**, y en particular el comercio minorista, desempeñan un papel estratégico por su contribución al empleo y al Valor Añadido Bruto del sector servicios.

La actividad del comercio minorista se desarrolla en los últimos años en un contexto marcado por la **transformación de los canales comerciales y los cambios en los hábitos de consumo**, factores que inciden de manera directa en la organización de la actividad y en los modelos de negocio del sector. Este escenario pone de relieve la conveniencia de orientar los apoyos públicos hacia el refuerzo de la capacidad de adaptación y competitividad de las empresas comerciales y de las personas trabajadoras autónomas que desarrollan su actividad en este ámbito. En este marco, la **digitalización** se configura como una oportunidad relevante para modernizar la gestión y la relación con el cliente, si bien su aprovechamiento requiere no solo posibilidades de inversión, sino también **acompañamiento y asesoramiento especializado**. En este proceso, el asociacionismo comercial puede desempeñar un papel destacado como elemento dinamizador, facilitando el intercambio de experiencias, la cooperación entre empresas y la difusión de buenas prácticas.

Asimismo, en un contexto de dificultades para el mantenimiento de la actividad y de limitada incorporación de población joven al sector, el **relevo generacional** se configura como un factor crítico y, al mismo tiempo, como una **oportunidad para preservar el comercio de proximidad, modernizar los establecimientos y garantizar la continuidad de la actividad**. Desde esta perspectiva, resulta necesario facilitar la conexión entre quienes desean ceder sus negocios y aquellas personas interesadas en emprender, generando oportunidades viables que contribuyan al desarrollo local.

Con carácter general, estas intervenciones deberían ir acompañadas de una política de **promoción y puesta en valor**, reforzando la identidad comercial de Andalucía tanto en el **ámbito urbano como rural**.

Una lógica de intervención similar a la expuesta para el comercio minorista resulta adecuada, en buena medida, para el **sector de la artesanía**. La producción artesana, estrechamente ligada a la identidad cultural y a la economía local, y con una relación cada vez más intensa con otras disciplinas como el arte, el diseño, el turismo o el patrimonio, comparte desafíos asociados al

mantenimiento de sus empresas y profesionales, en un contexto caracterizado por el **envejecimiento progresivo del colectivo y la insuficiente incorporación de población joven**, factores que amenazan la continuidad de determinados oficios. La **preservación y transmisión** del saber hacer artesanal exige impulsar condiciones que faciliten la incorporación de nuevas generaciones, protejan los conocimientos asociados a los oficios y refuercen su **reconocimiento social y económico**.

Finalmente, el Plan Cameral de Andalucía incorpora en su plan de acción medidas dirigidas al **sector turístico**, una actividad trectora de la economía andaluza con impacto directo en el empleo, el retorno económico y la dinamización territorial. La relevancia económica y social del turismo requiere orientar su crecimiento hacia un modelo de desarrollo capaz de seguir generando actividad, incorporando criterios de equilibrio y modernización, en el que la tecnología y la sostenibilidad actúan como dos ejes fundamentales para su futuro inmediato.

Desde esta perspectiva, el impulso de la **transformación digital** no se vincula únicamente a la adopción de herramientas, sino al desarrollo de **capacidades y de capacitación digital** orientadas a mejorar la gestión, la comercialización, el uso inteligente del dato y la experiencia turística, reforzando la eficiencia y la calidad. De forma complementaria, la sostenibilidad ambiental se integra como un componente estructural del modelo, orientando la actividad hacia la reducción de impactos, la mejora de la eficiencia en el uso de los recursos y el fomento de la economía circular, en respuesta a los nuevos marcos normativos y compromisos ambientales, ámbito en el que se enmarca el **Compromiso Andaluz de Acción Climática en Turismo**.

A ello se suma una perspectiva de **responsabilidad social y territorial** que sitúa el foco en la **convivencia en los destinos y en la calidad de vida de la población residente**, junto con la protección del patrimonio cultural e histórico, la gestión responsable de los recursos naturales y la inclusión y accesibilidad de la oferta turística. En conjunto, esta combinación permite avanzar hacia un turismo que sostenga su atractivo y su valor añadido sin comprometer los equilibrios sociales y ambientales que condicionan su viabilidad a largo plazo.

Teniendo en cuenta el marco descrito, este Eje Estratégico de intervención sectorial se articula a través de las siguientes líneas de actuación:

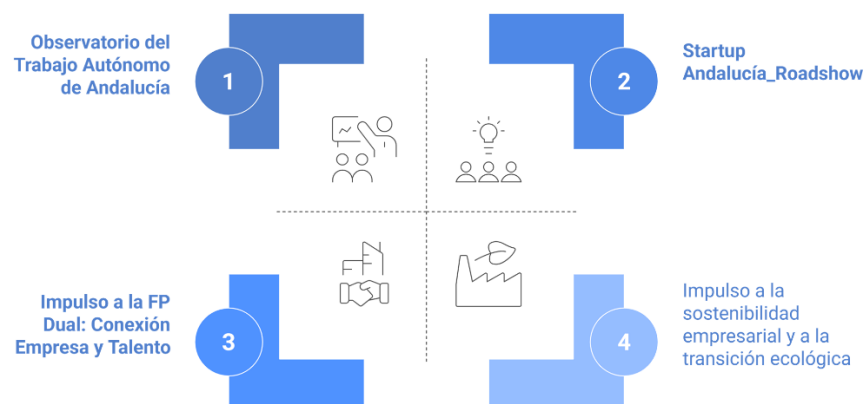
- Línea de Actuación 2.1. Fortalecimiento digital e internacionalización de la industria andaluza.
- Línea de Actuación 2.2. Impulso a la competitividad avanzada de la industria agroalimentaria andaluza.
- Línea de Actuación 2.3. Impulso al comercio interior y la artesanía de Andalucía.
- Línea de Actuación 2.4. Turismo responsable, digital y sostenible en Andalucía.

Figura 49. Arquitectura estratégica del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028

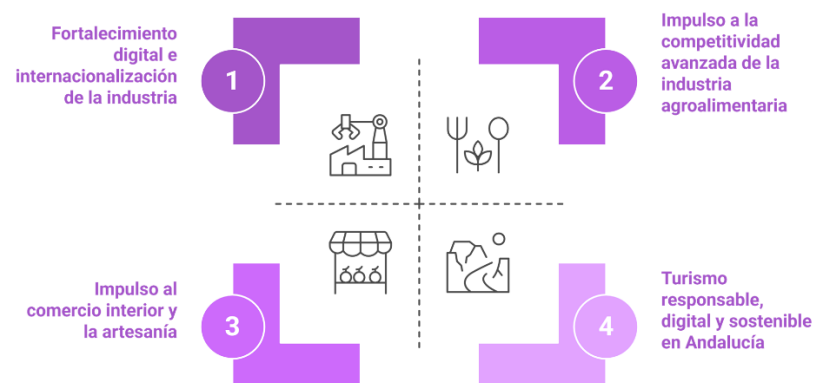
Plan Cameral de Andalucía (2026-2028)



Eje1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica



Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo



4.2. Líneas estratégicas y acciones concretas

Línea 1.1. Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía

Eje estratégico	Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica
Finalidad de contribución directa	 Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento  Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Disponer de información actualizada, rigurosa y de calidad sobre el sector del trabajo autónomo, facilitando una mejor toma de decisiones en las políticas públicas de apoyo y fomento.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea plantea la creación del Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía como una plataforma permanente de análisis y seguimiento del colectivo. Su propósito es generar información actualizada y rigurosa que permita identificar tendencias, nuevas dinámicas y riesgos que condicionan la competitividad del sector. Este conocimiento permitirá orientar de forma más eficaz la planificación de las políticas públicas vinculadas al trabajo autónomo y mejorar la adecuación de las intervenciones al contexto real del territorio. Asimismo, el Observatorio tiene como objetivo el crecimiento y la mejora de la competitividad del colectivo mediante la detección de necesidades formativas y el impulso de capacidades profesionales, apoyando su profesionalización, la innovación y la sostenibilidad económica.	
Medidas a desarrollar	
Las medidas previstas se orientan a la puesta en marcha del Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía mediante un conjunto articulado de actuaciones dirigidas al análisis, seguimiento y atención al colectivo. El Observatorio desarrollará estudios, evaluaciones y trabajos de investigación orientados a profundizar el conocimiento del sector. En particular, se desarrollarán las siguientes: - Elaboración de informes y estudios específicos que aporten información relevante para el diseño y evaluación de políticas públicas de apoyo al trabajo autónomo. - Identificación y análisis de las necesidades formativas del colectivo autónomo, con el objetivo de impulsar su crecimiento, competitividad y capacidad de adaptación a los cambios del mercado. - Definición de áreas prioritarias de intervención, cuyos resultados se concretarán en propuestas de programación formativa alineadas con las actuaciones previstas en el Plan Estratégico del Trabajo Autónomo de Andalucía.	

Asimismo, el Observatorio permitirá la creación y mantenimiento de un panel de indicadores fundamentales, que se pondrá a disposición del Consejo Andaluz del Trabajo Autónomo (CATA), como herramienta de consulta y apoyo a la toma de decisiones.

Órgano responsable	Dirección General de Trabajo Autónomo y Economía Social.										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de estudios e informes publicados sobre el trabajo autónomo.										
Indicadores de resultados	IR1. Número de consultas o descargas registradas de los estudios e informes del Observatorio. IR2. Número de sesiones informativas o presentaciones técnicas en las que se difunden los estudios del Observatorio.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td>☒</td><td>☒</td><td>☒</td></tr></table>			2026	2027	2028	☒	☒	☒		
2026	2027	2028									
☒	☒	☒									
Presupuesto	<table><tr><th>Año</th><th>Importe</th></tr><tr><td>2026</td><td>80.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>80.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>80.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	80.000 €	2027	80.000 €	2028	80.000 €
Año	Importe										
2026	80.000 €										
2027	80.000 €										
2028	80.000 €										

Línea 1.2. Startup Andalucía_Roadshow

Eje estratégico	Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica
Finalidad de contribución directa	 Potenciar la internacionalización y la inserción en cadenas de valor globales  Promover el desarrollo del tejido productivo mediante el emprendimiento, la continuidad empresarial y la generación de iniciativas innovadoras.  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Impulsar el crecimiento y la consolidación de iniciativas emprendedoras innovadoras, fortaleciendo su capacidad para desarrollarse en entornos competitivos. • Favorecer la proyección y escalabilidad de startups andaluzas, facilitando su posicionamiento dentro del ecosistema emprendedor y su acceso a oportunidades de desarrollo empresarial. • Favorecer la proyección internacional de proyectos emprendedores, promoviendo su incorporación a mercados y entornos que amplíen sus posibilidades de expansión.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea estratégica <i>Startup Andalucía_Roadshow</i> constituye una iniciativa orientada a identificar y poner en valor proyectos emprendedores innovadores con potencial de desarrollo en Andalucía. Su finalidad es proporcionar un marco estructurado que permita reforzar la madurez empresarial de las startups seleccionadas y favorecer su preparación para afrontar procesos de crecimiento. La línea actúa como un catalizador dentro del ecosistema emprendedor andaluz, contribuyendo a mejorar la visibilidad, la preparación y el grado de desarrollo de iniciativas empresariales de base innovadora. Asimismo, ofrece un entorno que facilita la conexión de los proyectos con agentes especializados y espacios de referencia, favoreciendo su acceso a oportunidades de desarrollo que posibiliten su expansión nacional e internacional, y apoyando la consolidación de propuestas capaces de generar impacto económico y valor añadido en el territorio.	
Medidas a desarrollar	
Las medidas previstas para la ejecución de la línea <i>Startup Andalucía_Roadshow</i> se articulan en torno a las siguientes actuaciones: • Difusión y selección de proyectos emprendedores participantes, garantizando la identificación de las mejores iniciativas con carácter innovador y potencial de crecimiento participantes en las convocatorias. Las acciones de captación involucrarán a empresas y entidades del ecosistema emprendedor para promover la línea <i>Startup Andalucía_Roadshow</i>.	

- **Reconocimiento de las iniciativas destacadas**, con el fin de reforzar la visibilidad del talento emprendedor andaluz y poner en valor el potencial innovador de los proyectos seleccionados.
- **Formación empresarial dirigida a las startups finalistas**, mediante acciones orientadas a reforzar sus capacidades y habilidades.
- **Orientación en el acceso a recursos y conexiones con agentes del ecosistema emprendedor**, facilitando la interacción con potenciales inversores y otros ámbitos de financiación que impulsen el desarrollo de los proyectos.
- **Acciones de promoción nacional e internacional**, apoyando la participación de los proyectos en eventos, foros y espacios especializados que amplíen sus oportunidades de expansión y posicionamiento.

Órgano responsable	Dirección General de Fomento del Emprendimiento y la Formación Continua.										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de reuniones, sesiones informativas y talleres celebrados con empresas y entidades del ecosistema emprendedor para promover la participación en la iniciativa. IE2. Número de acciones de asesoramiento y capacitación desarrolladas para las startups participantes. IE3. Número de encuentros facilitados entre las startups y potenciales clientes, inversores u otros agentes estratégicos. IE4. Número de eventos nacionales e internacionales en los que participan las startups en el marco de la iniciativa.										
Indicadores de resultados	IR1. Número de personas participantes beneficiarias directas de las actuaciones desarrolladas, desagregadas por sexo. IR2. Porcentaje de participantes que manifiesta un nivel alto de satisfacción con los conocimientos o competencias adquiridas durante la capacitación. IR3. Porcentaje de participantes que manifiesta un nivel alto de satisfacción con el servicio de asesoramiento o mentoría recibida. IR4. Porcentaje de startups que declaran que su participación en la iniciativa ha cumplido sus expectativas en la identificación de nuevas oportunidades de negocio o colaboración.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td>☒</td><td>☒</td><td>☒</td></tr></table>			2026	2027	2028	☒	☒	☒		
2026	2027	2028									
☒	☒	☒									
Presupuesto	<table><tr><td>Año</td><td>Importe</td></tr><tr><td>2026</td><td>160.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>160.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>160.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	160.000 €	2027	160.000 €	2028	160.000 €
Año	Importe										
2026	160.000 €										
2027	160.000 €										
2028	160.000 €										

Línea 1.3. Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa y Talento

Eje estratégico	Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica
Finalidad de contribución directa	 Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento  Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Mejorar la conexión entre el sistema educativo y el tejido empresarial andaluz, promoviendo la implicación de las empresas en la FP Dual y facilitando un mayor equilibrio entre la oferta educativa de Formación Profesional y las demandas reales del mercado. • Contribuir al desarrollo del talento joven y a su integración en el mercado laboral, impulsando la adquisición de competencias prácticas en entornos reales de trabajo y reforzando la visibilidad y comprensión del modelo de FP Dual entre empresas, estudiantes y centros educativos.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea estratégica <i>Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa-Talento</i> se orienta a fortalecer la colaboración entre el sistema educativo y el tejido empresarial andaluz mediante actuaciones de información, acompañamiento e intermediación que faciliten la implicación de centros, empresas y alumnado. Su finalidad es consolidar un modelo de aprendizaje práctico que acerque al alumnado a entornos reales de trabajo, incrementando la pertinencia de la formación y facilitando su transición al mercado laboral. En este sentido, la iniciativa contribuye a reforzar la visibilidad de la FP Dual como vía de acceso al empleo cualificado, promoviendo una mayor participación empresarial. Asimismo, la línea impulsa los procesos de acreditación de competencias profesionales, favoreciendo el reconocimiento formal de conocimientos y habilidades adquiridos fuera del sistema educativo tradicional y contribuyendo a mejorar las oportunidades de empleabilidad de la población activa, especialmente en los colectivos vulnerables.	
Medidas a desarrollar	
Las medidas previstas para la ejecución de la línea <i>Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa-Talento</i> se articulan en torno a cuatro ámbitos de actuación: • Difusión y sensibilización. Actuaciones destinadas a incrementar el conocimiento y la visibilidad del modelo de FP Dual entre empresas, centros educativos y alumnado. Incluyen campañas informativas, jornadas de promoción desarrolladas en centros educativos, en colaboración con las Cámaras de Comercio, y la difusión de buenas prácticas y testimonios que contribuyan a mejorar la percepción del modelo y a impulsar su adopción en el tejido productivo. • Captación y acompañamiento empresarial. Acciones dirigidas a identificar empresas interesadas en participar en la FP Dual y a facilitar su incorporación al modelo. Este bloque abarca el asesoramiento	

técnico sobre los requisitos y procedimientos necesarios, la formación de tutores empresariales y la elaboración de materiales de apoyo que clarifiquen los procesos vinculados a la FP Dual. Asimismo, contempla la colaboración en los procedimientos del programa ACREDITA con el fin de favorecer el reconocimiento formal de competencias adquiridas en el entorno laboral.

- **Conexión centro-empresa.** Medidas orientadas a fortalecer la relación entre los centros educativos y las empresas, impulsando mecanismos estables de colaboración. Se promoverá el desarrollo de un servicio de intermediación y apoyo que facilite la gestión de oportunidades vinculadas a proyectos de FP Dual y ofrezca asistencia técnica en la formalización y gestión de los convenios de colaboración. Asimismo, se organizarán encuentros y foros sectoriales que favorezcan la interacción directa entre centros formativos y empresas y contribuyan a reforzar el interés y la implicación del tejido empresarial en este tipo de iniciativas.
- **Evaluación y mejora continua.** Acciones destinadas a analizar los resultados obtenidos y medir el impacto de las intervenciones realizadas. Este bloque contempla la recopilación de información relevante, el seguimiento de la participación de empresas y alumnado y la elaboración de propuestas de mejora que contribuyan a reforzar la calidad y eficacia del modelo de FP Dual en Andalucía.

Órgano responsable	Secretaría General de Formación Profesional										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de acciones de difusión y sensibilización realizadas sobre el modelo de FP Dual. [Incluye jornadas, sesiones informativas, materiales divulgativos o campañas impulsadas a través de las Cámaras de Comercio] IE2. Número de empresas que reciben asesoramiento técnico para su incorporación a proyectos de FP Dual. IE3. Número de informes de evaluación y seguimiento elaborados en el marco de la línea de actuación.										
Indicadores de resultados	IR1. Número de estudiantes que realizan formación en centros de trabajo a través de oportunidades gestionadas mediante el Plan Cameral. IR2. Número de empresas asesoradas que formalizan un convenio de colaboración para la realización de proyectos de FP Dual. IR3. Número de alumnado vinculado a las empresas donde han realizado la dualización al finalizar el proceso de escolarización, mediante un contrato de trabajo.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td>☒</td><td>☒</td><td>☒</td></tr></table>			2026	2027	2028	☒	☒	☒		
2026	2027	2028									
☒	☒	☒									
Presupuesto	<table><tr><td>Año</td><td>Importe</td></tr><tr><td>2026</td><td>130.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>130.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>130.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	130.000 €	2027	130.000 €	2028	130.000 €
Año	Importe										
2026	130.000 €										
2027	130.000 €										
2028	130.000 €										

Línea 1.4. Impulso a la sostenibilidad empresarial y a la transición ecológica en Andalucía

Eje estratégico	Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica
Finalidad de contribución directa	 Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento  Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Reforzar las capacidades de empresas y PYMES en materia de sostenibilidad, economía circular y adaptación al cambio climático, promoviendo la adquisición de conocimientos y competencias que faciliten su transición hacia modelos productivos más eficientes y respetuosos con el entorno. • Mejorar el acceso de las entidades a la información y a los recursos ambientales de la Junta de Andalucía, facilitando la comprensión de los procedimientos administrativos vinculados a autorizaciones, registros, certificaciones y ayudas. • Incrementar la difusión y el aprovechamiento de los instrumentos, programas y servicios ambientales disponibles, favoreciendo la incorporación de herramientas que apoyen el desempeño ambiental empresarial y su alineación con los marcos regulatorios vigentes. • Impulsar la transición ecológica del tejido empresarial andaluz mediante acciones que fomenten la sensibilización, la adopción de prácticas responsables y la integración progresiva de criterios ambientales en la gestión organizativa. • Impulsar la participación del tejido empresarial en el Centro de Innovación en Economía Circular de Andalucía (CIECA)
Descripción de la Línea estratégica	
La línea <i>Impulso a la sostenibilidad empresarial y a la transición ecológica en Andalucía</i> se orienta a promover un modelo productivo más responsable y alineado con los retos ambientales actuales. Su finalidad es fortalecer la capacidad del tejido empresarial para adaptarse a un marco normativo en evolución, integrar criterios ambientales en su gestión y avanzar hacia prácticas que favorezcan la eficiencia en el uso de recursos y la reducción de impactos. La iniciativa busca mejorar el conocimiento estratégico de empresas y PYMES sobre sostenibilidad y facilitar su alineación con las prioridades europeas, nacionales y regionales en materia de economía circular y cambio climático. Asimismo, impulsa una cultura ambiental más sólida mediante actuaciones de sensibilización y divulgación que favorecen la adopción de prácticas responsables dentro de las organizaciones y la protección del patrimonio natural.	

Medidas a desarrollar

Las áreas de intervención sobre las que se articula la Línea de Actuación son:

- A. Capacitación al tejido empresarial en economía circular, cambio climático y gestión forestal
- B. Simplificación y agilización de procedimientos de autorización ambiental
- C. Mejorar la gestión de instrumentos de ayudas y subvenciones de la Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente
- D. Instrumentos de voluntarios de certificación ambiental
- E. Registro Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones (SACE)
- F. Catálogo Andaluz de proyectos de absorción (CAPA)
- G. Red de Información Ambiental de Andalucía (REDIAM)
- H. Marca Parque Natural de Andalucía
- I. Centro de Innovación de Economía Circular de Andalucía (CIECA)
- J. Actuaciones de educación ambiental
- K. Contribución a la Estrategia Empleo Verde de Andalucía (EGEMA)

En este contexto, las medidas previstas para el desarrollo de las áreas de intervención descritas se orientan hacia la capacitación, la información y la promoción ambiental dirigidas al tejido empresarial:

- Organización de jornadas, talleres y encuentros formativos e informativos.
- Difusión y promoción sobre instrumentos, programas, ayudas, herramientas y recursos ambientales disponibles, facilitando su comprensión y uso por parte de las entidades.
- Acciones de difusión para impulsar la transición hacia modelos circulares y la innovación en el uso de recursos.
- Acciones de divulgación y promoción para favorecer la conservación y puesta en valor del patrimonio natural.
- Asesoramiento técnico individualizado a empresas y entidades.
- Recopilación, sistematización y difusión de información estadística y ambiental de interés.

Órgano responsable	Secretaría General de Medio Ambiente y Cambio Climático
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio
Indicadores de realización	IE1. Número de jornadas, talleres y encuentros informativos organizados en el marco de la línea. IE2. Número de campañas o acciones de difusión realizadas sobre instrumentos, programas y recursos ambientales. IE3. Número de empresas o entidades que reciben asesoramiento técnico individualizado.
Indicadores de resultados	IR1. Número de participantes (empresas, entidades y profesionales) en las jornadas, talleres y encuentros organizados.

	IR2. Número de empresas que, tras las acciones de difusión realizadas, comienzan a utilizar, consultar o registrarse en alguno de los instrumentos ambientales difundidos [REDIAM, RA de Compensación, CAPA, certificación, etc.].										
	IR3. Porcentaje de empresas asesoradas que declaran haber mejorado su comprensión de los procedimientos o instrumentos ambientales.										
Temporalización	2026 ☒	2027 ☒	2028 ☒								
Presupuesto	<table><tr><th>Año</th><th>Importe</th></tr><tr><td>2026</td><td>50.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>50.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>50.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	50.000 €	2027	50.000 €	2028	50.000 €
Año	Importe										
2026	50.000 €										
2027	50.000 €										
2028	50.000 €										

Línea 2.1. Impulso al Comercio Interior y la Artesanía en Andalucía

Eje estratégico	Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo
Finalidad de contribución directa	 Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital  Promover el desarrollo del tejido productivo mediante el emprendimiento, la continuidad empresarial y la generación de iniciativas innovadoras  Fortalecer la cohesión territorial y dinamizar el comercio de proximidad y la artesanía  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento  Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Contribuir a la continuidad de los negocios comerciales y de los oficios artesanos, impulsando la cultura emprendedora y promoviendo modelos de relevo generacional que reduzcan el riesgo de desaparición del comercio y la artesanía tradicional en Andalucía. • Poner en valor el comercio y la artesanía, contribuyendo a la dinamización económica del territorio, especialmente en el ámbito rural, y reforzando un modelo de actividad económica sostenible, de calidad y con capacidad de diferenciación.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea se orienta, por un lado, a reforzar el comercio interior mediante un enfoque integral que combina el fortalecimiento del tejido empresarial con la puesta en valor del comercio andaluz como elemento clave de dinamización económica y cohesión territorial. Su finalidad es contribuir a la continuidad de los negocios, promoviendo un modelo competitivo y sostenible que refuerce el papel del comercio de proximidad en el conjunto de la Comunidad Autónoma, con especial atención al ámbito rural. Por otro lado se atenderá a la artesanía andaluza con un enfoque similar que favorezca la continuidad de los oficios artesanos favoreciendo el dinamismo del sector y potenciando los beneficios, tanto económicos como culturales, que aporta a Andalucía en especial a las zonas rurales. La actuación impulsa un entorno favorable al emprendimiento y a la transmisión empresarial, favoreciendo el relevo generacional y la regeneración tanto del comercio local como de los oficios artesanos. Asimismo, refuerza el asociacionismo como instrumento para fomentar la cooperación entre empresas y profesionales, facilitar el intercambio de experiencias y mejorar la capacidad colectiva de adaptación de estos sectores. De forma complementaria, la línea contribuye a mejorar el reconocimiento social del comercio y la artesanía, fortaleciendo su imagen y su vinculación con la identidad territorial andaluza. Finalmente,	

incorpora el análisis y la observación de estos sectores como herramientas para generar conocimiento sobre su evolución, identificar necesidades y orientar futuras actuaciones de apoyo y modernización.

Medidas a desarrollar

Las medidas previstas para la ejecución de la línea se orientan a reforzar el comercio interior y la artesanía andaluza mediante actuaciones estructuradas orientadas a favorecer la continuidad empresarial, la dinamización económica, la cooperación sectorial y la mejora del conocimiento sobre estas actividades. Estas actuaciones se articulan en los siguientes ejes de intervención:

- **Punto de encuentro comercial.** Creación de una plataforma de encuentro destinada a facilitar el traspaso de negocios comerciales, conectando a personas que finalizan su trayectoria profesional con personas emprendedoras interesadas en iniciar una actividad empresarial. La plataforma atenderá de manera integrada al ámbito del comercio, contribuyendo a evitar la desaparición de negocios.
- **Programa de transmisión de oficio artesanos.** Establecimiento de vías de encuentro dónde se facilite la transmisión de los conocimientos y habilidades de la artesanía andaluza, en especial de aquellos oficios con riesgo de desaparición. El programa servirá de intermediación para evitar la pérdida de los talleres radicados en Andalucía.
- **Actuaciones innovadoras en el comercio rural.** El plan desarrollará experiencias piloto en las zonas rurales de Andalucía que impulse el comercio facilitando el acceso de la población a distintos artículos. El desarrollo de programas innovadores permitirá ayudar a fijar la población evitando la pérdida de población y atrayendo a posibles emprendedores a estas zonas.
- **Puesta en valor y promoción del comercio y la artesanía.** Desarrollo de actuaciones orientadas a reforzar la visibilidad, el reconocimiento social y la imagen del comercio de proximidad y de la artesanía andaluza, poniendo en valor su contribución a la economía local y a la cohesión territorial. La organización de eventos, encuentros, premios y campañas de sensibilización permitirá fortalecer la identidad comercial y artesanal de Andalucía y contribuir a la dinamización del tejido productivo. Se reforzará la marca *Artesanía hecha en Andalucía* como garantía de calidad y procedencia de la producción artesanal ayudando a su identificación y diferenciación. También se potenciará la marca *Comercio de Andalucía* como imagen de calidad del sector comercial en Andalucía.
- **Colaboración y asociacionismo.** Desarrollo de actuaciones orientadas a fortalecer el asociacionismo como instrumento clave para afrontar los retos del comercio y la artesanía, reforzando las capacidades organizativas de las asociaciones y su papel como agentes dinamizadores del sector. Estas actuaciones, articuladas mediante jornadas y acciones específicas, pondrán especial énfasis en el ámbito digital, favoreciendo la adopción de soluciones compartidas y el intercambio de experiencias.
- **Observación y sensibilización sobre el comercio interior y la artesanía.** Desarrollo de actuaciones orientadas a mejorar el conocimiento del comercio interior y la artesanía andaluza mediante el análisis y la difusión de información relevante sobre su funcionamiento y evolución. Esta medida contempla la elaboración de estudios y herramientas de información que permitan identificar fortalezas, carencias y oportunidades de mejora, así como sensibilizar a la ciudadanía y a las personas con iniciativa emprendedora sobre la importancia estratégica de estas actividades para el desarrollo económico, social y territorial de Andalucía.

Órgano responsable	Dirección General de Comercio.										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de acciones de difusión y promoción realizadas para dar a conocer la plataforma de encuentro para el relevo generacional en el comercio. IE2. Número de acciones de difusión y promoción realizadas para dar a conocer el programa de transmisión de oficios artesanos. IE3.Número de acciones de promoción y sensibilización realizadas [eventos, encuentros, campañas, premios o acciones divulgativas]. IE4. Número de jornadas o acciones desarrolladas para el fortalecimiento del asociacionismo comercial y artesanal. IE5. Número de estudios e informes elaborados y publicados sobre el comercio interior y la artesanía andaluza. IE6. Número de experiencias piloto en comercio rural.										
Indicadores de resultados	IR1. Número de personas emprendedoras y titulares de negocios comerciales registrados en la plataforma de relevo generacional. IR2. Número de artesanos participantes en el programa de transmisión de oficios artesanos. IR3. Número de empresas y personas profesionales del comercio y la artesanía participantes o alcanzadas por las acciones de promoción y sensibilización. IR4. Número de asociaciones de comerciantes y artesanos que participan en las acciones desarrolladas. IR5. Número de sesiones informativas, jornadas o presentaciones técnicas realizadas para la difusión de los estudios e informes elaborados. IR6. Número comercios participantes en las experiencias piloto de comercio rural.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td>☑</td><td>☑</td><td>☑</td></tr></table>			2026	2027	2028	☑	☑	☑		
2026	2027	2028									
☑	☑	☑									
Presupuesto	<table><tr><td>Año</td><td>Importe</td></tr><tr><td>2026</td><td>550.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>550.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>550.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	550.000 €	2027	550.000 €	2028	550.000 €
Año	Importe										
2026	550.000 €										
2027	550.000 €										
2028	550.000 €										

Línea 2.2. Fortalecimiento digital e internacionalización de la industria andaluza

Eje estratégico	Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo
Finalidad de contribución directa	 Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital  Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular  Potenciar la internacionalización y la inserción en cadenas de valor globales  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Favorecer la diversificación de actividades y el fortalecimiento competitivo del tejido industrial andaluz, reforzando su capacidad para incorporar soluciones digitales, impulsar la innovación y avanzar en la transición ecológica. • Contribuir a posicionar Andalucía como una región industrial avanzada, comprometida con la calidad del empleo, la igualdad de oportunidades y el desarrollo de iniciativas de alto valor añadido.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea de <i>fortalecimiento digital e internacionalización de la industria de Andalucía</i> busca consolidar un modelo industrial más competitivo, innovador y orientado al exterior. Parte de la necesidad de reforzar la capacidad de las empresas para avanzar en la digitalización, diversificar su actividad y adaptarse a los retos derivados de la transición ecológica. La intervención crea un marco favorable para la modernización del tejido productivo mediante el acceso a conocimiento especializado, el acompañamiento en procesos de cambio y la conexión con entidades tecnológicas que aceleren la transformación digital. Del mismo modo, prioriza la integración de las cadenas de valor industriales en ecosistemas europeos y mercados globales, reforzando su posicionamiento internacional y favoreciendo la atracción de inversiones que contribuyan a consolidar un tejido industrial más sólido y con mayores oportunidades de crecimiento.	
Medidas a desarrollar	
Las medidas previstas para la ejecución de la línea se articulan en tres tipos de actuaciones orientadas a impulsar la digitalización y el posicionamiento internacional del tejido industrial andaluz: • Acciones de sensibilización para impulsar la conectividad avanzada en entornos industriales. Organización de espacios de encuentro empresarial orientados al intercambio de buenas prácticas y al análisis de oportunidades vinculadas a la digitalización en los procesos productivos y de gestión. Se desarrollarán sesiones especializadas que promuevan el uso de tecnologías aplicadas al marketing digital, la factoría digital, el diseño de producto y la modernización de la industria auxiliar. Estas actividades	

facilitan la interacción directa con entidades especializadas en servicios TIC, favoreciendo la detección de necesidades tecnológicas y la adopción de soluciones digitales.

- **Proyecto de capacitación industrial.** Desarrollo de programas formativos alineados con los principios de la Factoría Digital y la Industria Conectada 4.0, orientados a fortalecer competencias tecnológicas, optimizar procesos productivos y modernizar los modelos de negocio. La iniciativa responde a la evolución del sector hacia fábricas inteligentes, impulsadas por la digitalización, el Internet de las Cosas, la robótica avanzada y la inteligencia artificial, ofreciendo al tejido industrial herramientas y conocimientos que faciliten su adaptación a estos nuevos entornos tecnológicos.
- **Acciones de promoción comercial internacional.** Impulso a la proyección exterior del sector mediante la organización de visitas a ferias internacionales, misiones comerciales directas y misiones inversas con agentes estratégicos. Estas actuaciones facilitan la conexión de las empresas con potenciales clientes y mercados objetivo, favoreciendo la visibilidad y comercialización de los productos y servicios de la industria andaluza en ámbitos internacionales.

Órgano responsable	Secretaría General de Industria y Minas.										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de jornadas, sesiones o encuentros especializados organizados sobre digitalización industrial. IE2. Número de acciones formativas realizadas en el marco del proyecto de capacitación industrial 4.0. IE3. Número de acciones de promoción comercial desarrolladas [misiones comerciales, visitas a ferias o misiones inversas].										
Indicadores de resultados	IR1. Número de empresas participantes en las acciones de sensibilización y encuentros especializados. IR2. Número de personas profesionales, desagregado por sexo, que completan las acciones formativas del proyecto de capacitación industrial. IR3. Número de empresas que participan en las acciones de promoción comercial internacional.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td></td><td>☑</td><td>☑</td></tr></table>			2026	2027	2028		☑	☑		
2026	2027	2028									
	☑	☑									
Presupuesto	<table><tr><th>Año</th><th>Importe</th></tr><tr><td>2026</td><td>0 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>70.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>70.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	0 €	2027	70.000 €	2028	70.000 €
Año	Importe										
2026	0 €										
2027	70.000 €										
2028	70.000 €										

Línea 2.3. Impulso a la competitividad avanzada de la industria agroalimentaria andaluza

Eje estratégico	Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo
Finalidad de contribución directa	 Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital  Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular  Potenciar la internacionalización y la inserción en cadenas de valor globales  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Fortalecer la competitividad del sector agroalimentario andaluz, impulsando la adopción de modelos productivos más innovadores, sostenibles y digitalizados que contribuyan a mejorar su eficiencia, resiliencia y capacidad de adaptación a los nuevos retos del mercado. • Incrementar las exportaciones del sector agroindustrial andaluz, mediante el impulso de la promoción de los productos agroalimentarios andaluces y la internacionalización del tejido empresarial y la diversificación de mercados de destino.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea de actuación se orienta a reforzar la competitividad avanzada de la industria agroalimentaria andaluza, abordando los retos derivados de la innovación, la digitalización, la sostenibilidad, promoción agroalimentaria y la proyección exterior del sector. Atiende a la necesidad de consolidar una cultura empresarial más orientada a la incorporación de tecnologías avanzadas, la mejora de la eficiencia productiva y la adaptación a mercados cada vez más exigentes. La actuación impulsa la transferencia de conocimiento y el acompañamiento a las empresas en sus procesos de modernización e internacionalización, favoreciendo además modelos productivos más sostenibles y alineados con la economía circular. Asimismo, incorpora la dimensión de promoción y valorización de los productos agroalimentarios andaluces de calidad, reforzando su posicionamiento en los mercados a través de iniciativas que contribuyen a identificar el origen, la excelencia y el valor diferencial de la producción andaluza.	
Medidas a desarrollar	
Las medidas previstas para la ejecución de la línea se orientan, con carácter general, al impulso de la economía circular, la digitalización, la innovación, promoción agroalimentaria y la internacionalización del tejido agroalimentario andaluz. Para ello, se articulan en los siguientes tipos de actuaciones: • Acciones de sensibilización. Desarrollo de actuaciones de comunicación y divulgación, tales como jornadas, talleres, foros sectoriales y encuentros especializados, centrados en las áreas estratégicas de la línea. Estas acciones estarán orientadas a dar a conocer avances, tendencias y buenas prácticas que contribuyan a mejorar la productividad, la competitividad y la sostenibilidad de las pymes y personas trabajadoras autónomas del	

sector agroalimentario, así como a favorecer el intercambio de experiencias y el acercamiento entre empresas y entidades especializadas.

- **Acciones de acompañamiento y capacitación.** Prestación de servicios de asesoramiento técnico y capacitación especializada, a través de profesionales y consultores expertos, orientados a apoyar a las empresas en procesos de mejora y modernización en los ámbitos estratégicos definidos. Estas actuaciones favorecerán la incorporación de nuevos enfoques organizativos y tecnológicos, así como el fortalecimiento de las capacidades empresariales necesarias para su proyección y posicionamiento en mercados internacionales.
- **Difusión y promoción de la marca de calidad agroalimentaria “Gusto del Sur”.** Actuaciones dirigidas a dar a conocer entre las empresas agroalimentarias andaluzas la marca de calidad impulsada por la Junta de Andalucía, poniendo en valor el reconocimiento y el respaldo institucional que aporta. Estas acciones contribuirán a reforzar la imagen de las empresas adheridas y a favorecer la comercialización y proyección de sus productos en mercados nacionales e internacionales.

Órgano responsable	Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria.										
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio										
Indicadores de realización	IE1. Número de acciones de sensibilización realizadas. [jornadas, talleres, foros sectoriales y encuentros especializados organizados en el marco de la línea] IE2. Número de servicios de asesoramiento técnico y acciones de capacitación prestados a empresas agroalimentarias. IE3. Número de acciones de difusión y promoción de la marca “Gusto del Sur” desarrolladas entre empresas agroalimentarias andaluzas.										
Indicadores de resultados	IR1. Número de personas profesionales y empresas participantes en las acciones de sensibilización desarrolladas. IR2. Número de personas profesionales y empresas que completan los procesos de acompañamiento y capacitación desarrollados. IR3. Número de empresas que inician el proceso de adhesión a la marca “Gusto del Sur” tras las acciones de difusión.										
Temporalización	<table><tr><td>2026</td><td>2027</td><td>2028</td></tr><tr><td>☒</td><td>☒</td><td>☒</td></tr></table>			2026	2027	2028	☒	☒	☒		
2026	2027	2028									
☒	☒	☒									
Presupuesto	<table><tr><td>Año</td><td>Importe</td></tr><tr><td>2026</td><td>65.000 €</td></tr><tr><td>2027</td><td>65.000 €</td></tr><tr><td>2028</td><td>65.000 €</td></tr></table>			Año	Importe	2026	65.000 €	2027	65.000 €	2028	65.000 €
Año	Importe										
2026	65.000 €										
2027	65.000 €										
2028	65.000 €										

Línea 2.4. Turismo responsable, digital y sostenible en Andalucía

Eje estratégico	Eje 2. Modernización y competitividad de actividades estratégicas de la economía andaluza: industria, comercio, artesanía y turismo
Finalidad de contribución directa	 Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital  Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular  Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento
Objetivos generales de la Línea estratégica	• Impulsar la capacitación del sector turístico para avanzar en su transición digital, fortaleciendo las competencias tecnológicas de empresas y profesionales y contribuyendo a mejorar la competitividad, la eficiencia operativa y la calidad de los servicios ofrecidos. • Promover un modelo turístico sostenible, responsable y ético que contribuya al desarrollo equilibrado del territorio, a la conservación del patrimonio natural y cultural y al bienestar de las comunidades locales.
Descripción de la Línea estratégica	
La línea de <i>turismo responsable, digital y sostenible en Andalucía</i> se orienta a apoyar la evolución del sector turístico andaluz mediante la difusión y puesta en valor de instrumentos y compromisos de referencia impulsados por la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, vinculados a la modernización del modelo turístico a través de la capacitación digital, la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad ética. En este marco, adquiere protagonismo el Programa de Formación en Competencias Digitales, concebido para reducir la brecha tecnológica que aún limita la capacidad de innovación de empresas y destinos. Asimismo, incorpora la divulgación del Compromiso Andaluz de Acción por el Clima, alineado con la Declaración de Glasgow, que impulsa la descarbonización, la adaptación climática del sector y la protección de los recursos naturales. Además, la línea apoya la difusión del Compromiso Ético del Turismo Andaluz como marco orientador que refuerza la coherencia del sector con los valores que inspiran la política turística autonómica. Su divulgación contribuye a que empresas y profesionales integren estos principios en su actividad, favoreciendo prácticas responsables que repercutan positivamente tanto en turistas y visitantes como en la comunidad local.	
Medidas a desarrollar	
Las actuaciones previstas se articulan en torno a un conjunto de acciones de comunicación y marketing orientadas a reforzar la difusión de tres iniciativas estratégicas clave para el sector turístico andaluz: el Plan de Formación en Competencias Digitales en Turismo, el Compromiso Andaluz de Acción por el Clima en Turismo y el Compromiso Ético del Turismo Andaluz.	

• Acciones de promoción y difusión dirigidas a profesionales, empresas y agentes prescriptores (asociaciones y entidades colaboradoras) del sector turístico en Andalucía. Estas actuaciones comprenderán campañas informativas en medios digitales, la producción y distribución de materiales promocionales y divulgativos, así como la organización de acciones presenciales y eventos de difusión que refuercen el alcance y la visibilidad de las iniciativas.									
Órgano responsable	Dirección General de Ordenación del Turismo y la Hostelería.								
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio								
Indicadores de realización	IE1. Número de acciones de difusión y promoción realizadas [Incluye campañas en medios digitales, acciones promocionales, eventos de difusión y materiales divulgativos desarrollados en el marco de la línea]								
Indicadores de resultados	IR1. Número de personas profesionales o empresas alcanzadas por las acciones de difusión y promoción desarrolladas. [Nota: alcance en medios digitales y participación en eventos] IR2. Número de solicitudes de inscripción recibidas al Plan de Formación en Competencias Digitales durante el periodo de ejecución de las acciones de difusión.								
Temporalización	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2026</th> <th>2027</th> <th>2028</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>☒</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2026	2027	2028	☒				
2026	2027	2028							
☒									
Presupuesto	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Importe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2026</td> <td>25.000 €</td> </tr> <tr> <td>2027</td> <td>0 €</td> </tr> <tr> <td>2028</td> <td>0 €</td> </tr> </tbody> </table>	Año	Importe	2026	25.000 €	2027	0 €	2028	0 €
Año	Importe								
2026	25.000 €								
2027	0 €								
2028	0 €								

5. Complementariedad con los planes camerales de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España

La Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, define a las Cámaras como corporaciones de derecho público con funciones de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, los servicios y la navegación, así como de prestación de servicios a las empresas. Sobre esta base, la norma configura un sistema cameral articulado en distintos niveles territoriales, que permite compatibilizar una actuación coordinada a escala nacional con el desarrollo de iniciativas adaptadas a las realidades económicas y productivas de cada territorio.

En este marco, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España ejerce la representación del conjunto de las Cámaras ante las instituciones estatales e internacionales y asume funciones de coordinación e impulso de aquellas actuaciones que afectan al conjunto del sistema cameral. De acuerdo con la normativa vigente, le corresponde promover los intereses generales de la empresa española y actuar en ámbitos estratégicos como la mejora de la competitividad empresarial, la internacionalización, la formación, el emprendimiento o los sistemas de mediación y arbitraje, contribuyendo a la modernización de la economía y a la generación de empleo.

En el ejercicio de estas funciones, la Cámara de España elabora y ejecuta planes camerales de ámbito estatal que constituyen instrumentos de referencia para el conjunto de la red cameral. Entre ellos destacan el Plan Cameral de Competitividad y el Plan Cameral de Internacionalización, concebidos como marcos estratégicos orientados a reforzar la capacidad competitiva de las empresas españolas, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas, y alineados con las prioridades de la política económica nacional. Estos planes se desarrollan en colaboración con las Cámaras territoriales y con las Administraciones públicas competentes, respetando en todo caso el reparto competencial existente y permitiendo el despliegue homogéneo de programas de alcance nacional en todo el territorio.

Desde esta configuración multinivel, el Plan Cameral de Andalucía se inscribe como un instrumento de planificación estratégica de ámbito autonómico que, desde la especificidad territorial, contribuye al desarrollo de los objetivos generales perseguidos por los planes camerales estatales. Su formulación responde a un enfoque complementario, alineado con los principios y orientaciones estratégicas de la planificación estatal, pero dotado de autonomía para definir y ejecutar actuaciones propias en el marco de las competencias de la Comunidad Autónoma.

Sobre este planteamiento, el Plan Cameral de Andalucía parte del reconocimiento expreso de que las actuaciones desarrolladas en el marco de los planes de ámbito estatal y autonómico deben compartir objetivos generales orientados a reforzar la competitividad, la modernización y la capacidad de adaptación de las empresas andaluzas. En consecuencia, el principio de complementariedad se configura como uno de los elementos vertebradores del Plan y se traduce, de manera esencial, en la garantía de que una misma actuación o finalidad no sea objeto de doble financiación a través de distintos planes camerales, ya sean de ámbito estatal o autonómico.

Este enfoque permite identificar los ámbitos ya cubiertos por la planificación estatal y asegurar que las actuaciones financiadas con cargo al Plan Cameral de Andalucía no duplican intervenciones ya financiadas por otras vías, sino que aportan un valor añadido desde la perspectiva autonómica. En este sentido, el Plan podrá actuar allí donde no alcancen los instrumentos estatales o apoyar ámbitos específicos de interés estratégico para la Comunidad Autónoma, sin interferir ni solapar las actuaciones que se ejecutan en el marco de la planificación cameral de ámbito nacional.

La aplicación efectiva del principio de complementariedad se apoya, asimismo, en la existencia de mecanismos de coordinación institucional que permiten verificar, con carácter previo a la ejecución de las actuaciones, la adecuada delimitación de las fuentes de financiación y la coherencia entre los distintos instrumentos de apoyo empresarial. A tal efecto, se promoverá el intercambio sistemático de información entre el Consejo Andaluz de Cámaras y la Cámara de España, orientado a conocer anticipadamente las líneas de actuación, programas y convocatorias vinculadas a los planes camerales de competitividad e internacionalización que se desplieguen en el territorio andaluz, así como la coordinación técnica en aquellos casos en los que concurran actuaciones con finalidades coincidentes.

De forma complementaria, el Consejo Andaluz de Cámaras elaborará, con carácter previo a la puesta en marcha de actuaciones financiadas en el marco del Plan Cameral de Andalucía, un informe de verificación de la complementariedad, mediante el cual se confirmará que las actuaciones previstas no incurren en doble financiación para una misma finalidad y colectivo destinatario. Este instrumento garantizará que las intervenciones autonómicas se articulan de manera coordinada y complementaria con la planificación estatal, en coherencia con los principios de eficiencia, transparencia y buena gestión de los recursos públicos.

En conjunto, la articulación de estos mecanismos de coordinación y complementariedad asegura que las iniciativas impulsadas desde el ámbito autonómico se integren de forma ordenada en el sistema cameral, refuercen la coherencia estratégica de las políticas de apoyo empresarial y contribuyan a maximizar el impacto de las actuaciones sobre el tejido productivo andaluz.

6. Sistema de Seguimiento y Evaluación del Plan

El seguimiento y la evaluación constituyen elementos esenciales en la gestión de cualquier instrumento de planificación estratégica, en la medida en que permiten disponer de información sistemática sobre el grado de desarrollo de las actuaciones previstas, así como sobre su adecuación y su contribución efectiva a los objetivos establecidos.

En el marco del Plan Cameral de Andalucía, este sistema se concibe como una herramienta necesaria para analizar de forma continuada el avance y el nivel de ejecución de los Ejes Estratégicos y Líneas de Actuación que lo integran. Desde esta perspectiva, el seguimiento y la evaluación permitirán valorar los resultados obtenidos en relación con las finalidades del Plan Cameral y con los objetivos propuestos para cada Línea, además de identificar posibles dificultades o desviaciones en su ejecución y, en su caso, formular las medidas correctoras necesarias.

Conviene resaltar además que, la evaluación del Plan Cameral de Andalucía se enmarca en los principios de buen gobierno, configurándose como un instrumento imprescindible para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas a la ciudadanía en la gestión pública. La sistematización del seguimiento y la evaluación contribuye a ofrecer información clara y accesible sobre el uso de los recursos y los resultados obtenidos, en coherencia con lo establecido en el artículo 12.1 de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía.

En este sentido, el sistema de seguimiento y evaluación se verá reforzado por un conjunto de actuaciones orientadas a la difusión y comunicación del propio Plan. Para ello, las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y, en su caso, Navegación de Andalucía, junto con el Consejo Andaluz de Cámaras, desarrollarán acciones³⁰ de información y divulgación de las actuaciones incluidas en el Plan entre las empresas de sus respectivas demarcaciones, mediante comunicaciones, acciones de publicidad o la organización de jornadas específicas. El objetivo de estas actuaciones es fomentar la participación activa del tejido empresarial y reforzar el conocimiento y el alcance de las iniciativas impulsadas.

Finalmente, la naturaleza colaborativa del Plan Cameral de Andalucía, articulada a través de la cooperación entre diferentes centros directivos de la Administración General de la Junta de Andalucía y el Consejo Andaluz de Cámaras, como entidad coordinadora de la red cameral, hace necesario definir mecanismos claros de coordinación y gobernanza del seguimiento. Estos mecanismos aseguran una visión compartida del grado de ejecución del Plan y refuerzan la corresponsabilidad de las partes implicadas en la consecución de los objetivos establecidos.

³⁰ La realización de las actuaciones citadas se llevará a cabo por las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y, en su caso, Navegación de Andalucía y del Consejo Andaluz de Cámaras con medios propios o ajenos en colaboración con los centros directivos de la Junta de Andalucía competentes en función de las actuaciones a desarrollar.

6.1. Mecanismos de coordinación

En el marco del proceso de seguimiento y evaluación del Plan Cameral de Andalucía se ha previsto la configuración y puesta en marcha de una estructura orgánica y funcional basada en dos órganos de gestión.

6.1.1. Consejo Rector

El artículo 8.1.h) de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, regula la creación de un Consejo Rector, con representación equilibrada de mujeres y hombres, encargado del seguimiento, desarrollo y valoración del Plan Cameral. Este Consejo estará integrado por las siguientes personas:

- La persona titular de la Dirección General con competencia en materia de comercio, que ostentará la Presidencia.
- Tres vocalías que recaerán en las siguientes personas:
 - Titular de la Dirección General con competencia en materia de emprendimiento.
 - Titular de la Dirección General con competencia en materia de formación profesional.
 - Titular de la Dirección General con competencia en materia de industria agroalimentaria.

Cada vocalía deberá designar una persona suplente con nivel mínimo de Jefatura de Servicio.

- Cuatro vocalías designadas por el Consejo Andaluz de Cámaras, tres de las cuales serán en representación de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y, en su caso, Navegación de Andalucía y una en representación del Consejo Andaluz de Cámaras.

Las reuniones del Consejo Rector serán convocadas y dirigidas por la Presidencia, quien podrá delegar estas funciones en una de las tres vocalías representantes de la Administración General de la Junta de Andalucía.

Corresponderá al Consejo Rector:

- ✓ Realizar un seguimiento periódico de la evolución y desarrollo del Plan Cameral en ejecución.
- ✓ Estudiar cualquier medida, iniciativa o actividad específica relativa a la ejecución del Plan Cameral en vigor o para su inclusión en sucesivos Planes Camerales, y dar traslado de las mismas, en su caso, al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía.
- ✓ Proponer medidas adicionales de corrección de las desviaciones detectadas en la ejecución del Plan Cameral.
- ✓ Aprobar anualmente un informe de evaluación del cumplimiento del Plan Cameral.

El Consejo Rector podrá contar con la presencia de personas técnicas o expertas de cualquiera de las partes en temas específicos que se desarrollen en sus sesiones.

El Consejo Rector celebrará cuantas reuniones sean precisas para realizar el seguimiento del cumplimiento de lo previsto en este Plan Cameral. Se reunirá, al menos, semestralmente para analizar el estado en que se encuentran las actuaciones llevadas a cabo.

Tras la firma de este Plan Cameral se reunirá el Consejo Rector y se acordará un plan de trabajo que desarrolle la planificación de las actividades previstas.

6.1.2. Comisión de Seguimiento del Plan Cameral de Andalucía

Como órgano de preparación y apoyo de los asuntos que va a tratar el Consejo Rector se creará una Comisión de Seguimiento encargada de evaluar periódicamente los resultados que se están alcanzando y el grado de cumplimiento de las Líneas de Actuación que conforman el Plan Cameral a través del seguimiento y control de los indicadores definidos para tal fin. Asimismo, actuará como órgano responsable de reorientar el Plan, cuando las conclusiones de los informes de ejecución y evaluación así lo aconsejen.

La Comisión de Seguimiento tendrá una representación equilibrada de hombres y mujeres, y estará integrada por las siguientes personas:

- La persona titular de la Dirección General con competencia en materia de comercio, que ostentará la Presidencia, y siete vocalías, con rango al menos de jefe de servicio, en representación de cada una de las consejerías participantes en el Plan Cameral:
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de formación profesional.
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de turismo.
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de universidades.
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de agricultura
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de medio ambiente.
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de autónomos.
 - Una persona en representación de la Consejería competente en materia de industria.
- Dos vocalías designadas por el Consejo Andaluz de Cámaras.

La Secretaría estará desempeñada por una persona funcionaria de la Dirección General con competencia en materia de comercio, con nivel al menos de Jefatura de Servicio, que asistirá a sus reuniones con voz y sin voto.

Las reuniones de la Comisión de Seguimiento serán convocadas y dirigidas por la Presidencia, quien podrá delegar estas funciones en una persona funcionaria de la Dirección General con competencia en materia de comercio, con nivel al menos de Jefatura de Servicio.

Asimismo, la Comisión de Seguimiento podrá contar con la presencia de personas técnicas o expertas de cualquiera de las partes en temas específicos que se aborden en sus sesiones.

Las funciones de la Comisión de Seguimiento serán:

- ✓ Efectuar el seguimiento de los programas del Plan y valorar el logro de los objetivos generales alcanzados, a través del análisis de los informes de ejecución y evaluación.
- ✓ Valorar cualquier medida, iniciativa o actividad específica relativa a la ejecución del Plan Cameral en vigor para proponer al Consejo Rector su inclusión en sucesivos Planes Camerales.
- ✓ Proponer directrices para la ejecución de las Líneas de Actuación del Plan y establecer las prioridades entre las medidas previstas en las mismas.
- ✓ Proponer al Consejo Rector medidas adicionales de corrección de las desviaciones detectadas en la ejecución del Plan Cameral.
- ✓ Presentar al Consejo Rector para su aprobación anualmente un informe de ejecución y evaluación del cumplimiento del Plan Cameral.
- ✓ Resolver los problemas de interpretación y cumplimiento que puedan plantearse respecto a las cuestiones técnicas del Plan Cameral, sin menoscabo de las competencias que corresponden a la Administración concedente de la ayuda conforme a la normativa aplicable en materia de subvenciones.

Como órgano de apoyo a la Comisión de Seguimiento y Evaluación, la Secretaría del Plan, adscrita a la Dirección General con competencias en materia de comercio, asumirá las tareas técnicas necesarias para asegurar la correcta preparación, sistematización y disponibilidad de la información requerida para el ejercicio de las funciones de la Comisión. Corresponderá a la Secretaría:

- ✓ Coordinar a los responsables de las Líneas de Actuación.
- ✓ Recopilar la valoración de cada Consejería participante sobre la ejecución de su participación en cada ejercicio.
- ✓ Analizar la información relativa al panel de indicadores propuesto para el seguimiento y evaluación del Plan.
- ✓ Diseñar, coordinar y supervisar los trabajos de evaluación externa del Plan Cameral de Andalucía.

6.2. Periodicidad del seguimiento y evaluación

El seguimiento y evaluación del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028 será realizado a través de los siguientes informes:

1. **Informes de ejecución y evaluación con carácter anual:** se presentará de forma sintética el grado de avance y los resultados que se están alcanzando con la implementación de las Líneas de Actuación y acciones concretas puestas en marcha. De esta forma, junto a la cumplimentación de los indicadores de realización y resultados vinculados a la evolución del Plan, se informará sobre los recursos financieros aplicados, así como sobre las dificultades que se observan en el desarrollo las intervenciones, sus posibles efectos y las soluciones propuestas para su resolución.
2. **Informe de Evaluación final**, referido al periodo comprendido desde el inicio de la ejecución hasta el cierre del año 2028. La finalidad de este informe será determinar la eficacia de las medidas implementadas, evaluando el alcance de los resultados alcanzados en cada uno de los dos Ejes Estratégicos definidos. De manera concreta, el informe de evaluación se focalizará en el estudio, al menos, de los siguientes elementos:
 - ☒ Valoración del **logro de los resultados obtenidos** con la implementación del marco de actuación previsto.
 - ☒ Valoración de los **recursos financieros** aplicados y su distribución temática por Líneas de Actuación.
 - ☒ Valoración del **grado de contribución** de los Ejes Estratégicos a la consecución del objetivo general y de las finalidades que definen el Plan Cameral.
 - ☒ Valoración del **grado de satisfacción** de los agentes beneficiarios de las actuaciones, así como de la contribución de los resultados alcanzados al fortalecimiento de la competitividad del tejido empresarial andaluz.

La puesta en marcha de esta evaluación quedará supeditada a la disponibilidad de información cuantitativa y cualitativa suficiente y de calidad que garantice la obtención de conclusiones sólidas. Con esta premisa, este informe podría ser llevado a cabo a la finalización del año 2029.

7. Entorno presupuestario del Plan

La ejecución del **Plan Cameral de Andalucía 2026-2028** implica el desarrollo de un conjunto de actuaciones de interés general orientadas al fortalecimiento de la competitividad del tejido empresarial andaluz, cuya financiación corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de los **programas presupuestarios gestionados por los centros directivos competentes en cada ámbito material**, tal y como se recoge en la tabla que figura a continuación.

El **instrumento jurídico previsto para la ejecución de las actuaciones** incluidas en el Plan Cameral será la **subvención de carácter nominativo o bien de concesión directa**, de conformidad con la normativa aplicable en materia de subvenciones y presupuestos. A través de dicho instrumento se articulará la financiación de las actuaciones, permitiendo una gestión ágil y eficaz de los recursos destinados al desarrollo del Plan.

El **detalle del coste desglosado de las medidas**, así como la concreción de las acciones específicas comprendidas en cada Línea de Actuación, se establecerá en la correspondiente **orden de tramitación del instrumento de ayuda**, donde se definirán con precisión el alcance, condiciones y requisitos de ejecución de las actuaciones financiadas.

El **beneficiario de las subvenciones nominativas** previstas en el marco del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028 será el **Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación**, en su condición de entidad representativa y coordinadora del sistema cameral andaluz, y como agente clave en la ejecución de las actuaciones de apoyo a la competitividad empresarial contempladas en el Plan.

Tabla 4. Entorno presupuestario del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028

Línea de Actuación	Partida presupuestaria	Centro responsable	Consejería	2026	2027	2028	Total
Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía	1400010000G/72C/44800/00	DG de Trabajo Autónomo y Economía Social	Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo	80.000 €	80.000 €	80.000 €	240.000 €
Startup Andalucía_Roadshow	1500010000G/72A/44801/00	DG de Fomento del Emprendimiento y la Formación Continua	Universidad, Investigación e Innovación	160.000 €	160.000 €	160.000 €	480.000 €
Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa y Talento	1100030000G/42D/44808/00	SG de Formación Profesional	Desarrollo Educativo y Formación Profesional	130.000 €	130.000 €	130.000 €	390.000 €
Impulso a la sostenibilidad empresarial y a la transición ecológica en Andalucía	2000010000G/44F/78000/00	SG de Medio Ambiente y Cambio Climático	Sostenibilidad y Medio Ambiente	50.000 €	50.000 €	50.000 €	150.000 €
Eje 1. Emprendimiento, Talento y Transición Ecológica				420.000 €	420.000 €	420.000 €	1.260.000 €
Impulso al Comercio Interior y la Artesanía en Andalucía	1400010000G/76A/44815/00	DG de Comercio	Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo	550.000 €	550.000 €	550.000 €	1.650.000 €
Fortalecimiento digital e internacionalización de la industria andaluza		SG de Industria y Minas	Industria, Energía y Minas	0 €	70.000 €	70.000 €	140.000 €
Impulso a la competitividad avanzada de la industria agroalimentaria andaluza	1200010000G/71E/78000/002026000122	DG de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria	Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural	50.000	50.000 €	50.000 €	150.000 €
	1200010000G/71E/61909/002020000085			15.000 €	15.000 €	15.000 €	45.000 €

Línea de Actuación	Partida presupuestaria	Centro responsable	Consejería	2026	2027	2028	Total
Turismo responsable, digital y sostenible en Andalucía	1600010000G/75D/44801/00	DG de Ordenación del Turismo y la Hostelería	Turismo y Andalucía Exterior	25.000 €	0 €	0 €	25.000 €
Eje 2. Competitividad Sectorial: Innovación Digital, Sostenibilidad, Puesta en Valor y Proyección de Mercados				640.000 €	685.000 €	685.000 €	2.010.000 €
Plan Cameral de Andalucía 2026-2028				1.060.000 €	1.105.000 €	1.105.000 €	3.270.000 €



PLAN CAMERAL DE ANDALUCÍA 2026-2028

Matriz de relación entre Finalidades y Líneas de Acción del Plan Cameral de Andalucía

	Directa
	Complementaria
	Sin relación

Finalidad	LA 1.1.	LA 1.2.	LA 1.3.	LA 1.4.	LA 2.1.	LA 2.2.	LA 2.3.	LA 2.4.
1. Modernizar la gestión empresarial y acelerar la transformación digital								
2. Reforzar la sostenibilidad empresarial y la economía circular								
3. Potenciar la internacionalización y la inserción en cadenas de valor globales								
4. Promover el desarrollo del tejido productivo mediante el emprendimiento, la continuidad empresarial y la generación de iniciativas innovadoras.								
5. Desarrollar capital humano y estrechar la conexión empresa-talento								
6. Fortalecer la cohesión territorial y dinamizar el comercio de proximidad y la artesanía								
7. Mejorar el conocimiento estratégico mediante observación, datos y evaluación								

LA 1.1. Observatorio del Trabajo Autónomo de Andalucía

LA 1.2. Startup Andalucía_Roadshow

LA 1.3. Impulso a la FP Dual: Conexión Empresa y Talento

LA 1.4. Impulso a la sostenibilidad empresarial y a la transición ecológica en Andalucía

LA 2.1. Impulso al Comercio Interior y la Artesanía en Andalucía

LA 2.2. Fortalecimiento digital e internacionalización de la industria andaluza

LA 2.3. Impulso a la competitividad avanzada de la industria agroalimentaria andaluza

LA 2.4. Turismo responsable, digital y sostenible en Andalucía

Índice de Ilustraciones

Figura 1. Evolución interanual del PIB a precios de mercado	9
Figura 2. Evolución VAB sectorial en Andalucía	11
Figura 3. Evolución interanual de los precios	12
Figura 4. Comercio exterior de bienes y servicios en Andalucía.....	13
Figura 5. Evolución de la Población Ocupada	14
Figura 6. Evolución de la ocupación laboral en los sectores productivos.....	14
Figura 7. Evolución de la Tasa de Empleo	14
Figura 8. Evolución de la Tasa de Desempleo	15
Figura 9. Evolución de la Tasa de Desempleo en Andalucía por sexo	15
Figura 10. Empresas por estrato de empleo	17
Figura 11. Evolución de las empresas inscritas a la Seguridad Social	19
Figura 12. Evolución de las empresas inscritas a la Seguridad Social en Andalucía por sectores.....	19
Figura 13. Evolución de las personas trabajadoras cotizantes en el RETA en Andalucía	20
Figura 14. Evolución de las personas trabajadoras en alta en RETA	21
Figura 15. Evolución sectorial de los Trabajadores en R.E. Autónomos en el último quinquenio	22
Figura 16. Evolución de la Actividad Emprendedora Total (TEA)	23
Figura 17. Evolución de la empresa consolidada	23
Figura 18. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras	24
Figura 19. Evolución de las exportaciones de Andalucía al extranjero	25
Figura 20. Principales países destinatarios de las exportaciones andaluzas.	26
Figura 21. Evolución del Gasto en I+D respecto al PIB a precios de mercado	28
Figura 22. Gasto en I+D (interna) según sector institucional. Año 2024	28
Figura 23. Penetración del tejido empresarial en actividades de innovación. Año 2024	30
Figura 24. Índice de intensidad digital de las pymes según territorio	31
Figura 25. Tecnologías digitales para empresas.....	32
Figura 26. Especialistas en TIC	33
Figura 27. Análisis de especialistas TIC en las empresas andaluzas según tamaño.....	33
Figura 28. Evolución de las empresas andaluzas que emplean tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) según tamaño	34
Figura 29. Finalidad del uso de tecnologías empleadas de IA	35
Figura 30. Emisiones netas de gases de efecto invernadero	38
Figura 31. Variación de las emisiones de gases de efecto invernadero respecto a 1990	38
Figura 32. Evolución del consumo de energía final	40
Figura 33. Proporción de energías renovables sobre el consumo de energía final	40
Figura 34. Intensidad energética sectorial: Industria	41
Figura 35. Evolución del consumo de energía final en la Industria	41
Figura 36. Intensidad energética sectorial: Primario	41
Figura 37. Evolución del consumo de energía final en sector primario	41
Figura 38. Intensidad energética sectorial: Transporte	42

Figura 39. Evolución del consumo de energía final en sector Transporte	42
Figura 40. Intensidad energética sectorial: Servicios.....	42
Figura 41. Evolución del consumo de energía final en sector servicios.....	42
Figura 42. Establecimientos que han adoptado en su negocio alguna medida para reducir su impacto medioambiental por ámbito.....	44
Figura 43. Factores principales que motivaron para introducir eco-innovaciones o medidas para reducir el impacto medioambiental del establecimiento.	44
Figura 44. Estructura de la población por nivel de estudios. Año 2024	46
Figura 45. Tasas de empleo por nivel formación. Año 2024.....	47
Figura 46. Alumnado matriculado en enseñanzas de Formación Profesional en centros sostenidos por fondos públicos	48
Figura 47. Participación de la población activa con formación profesionalizante *	49
Figura 48. Síntesis del catálogo de Objetivo y finalidades del Plan Cameral de Andalucía	60
Figura 49. Arquitectura estratégica del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028.....	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Participación de las empresas de sectores no agrarios en Andalucía	18
Tabla 2. Comercio exterior de Andalucía. Sectores económicos. Periodo acumulado 2019-2024.....	27
Tabla 3. Penetración de la IA en los sectores económicos de Andalucía.....	36
Tabla 4. Entorno presupuestario del Plan Cameral de Andalucía 2026-2028.....	94



Junta de Andalucía