

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL TRABAJO AUTÓNOMO A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN



SUBVENCIONA



PROMUEVE



1. CONTEXTO	2
2. OBJETIVOS	7
3. ENTREVISTA DE OPINIÓN	9
4. ANÁLISIS SITUACIÓN TRABAJO AUTÓNOMO EN ESPAÑA	14
5. ANÁLISIS CUALITATIVO. GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL AUTÓNOMO	23
6. CONCLUSIONES FINALES	35
7. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS	38

ECONOMÍA LINGÜÍSTICA:

En los casos en los que el presente informe emplea sustantivos de género gramatical masculino para referirse a sujetos, cargos o puestos de trabajo, así como, a la condición, carácter o calidad de las personas que intervienen, debe entenderse que dicho uso responde a razones de economía de la expresión y que se refiere de forma genérica tanto a hombres como mujeres con estricta igualdad.

1.

CONTEXTO

Históricamente, la internacionalización de una empresa requería inversiones significativas en infraestructura, logística y recursos humanos. Sin embargo, la digitalización ha permitido que los autónomos puedan operar globalmente con costes reducidos. La existencia de herramientas digitales de comunicación, comercio electrónico y automatización ha transformado la manera en que los profesionales pueden conectar con clientes en el extranjero. La digitalización ha transformado radicalmente el panorama del trabajo autónomo, permitiendo a los profesionales independientes acceder a mercados internacionales sin la necesidad de una infraestructura física en el extranjero. La globalización, en conjunto con los avances tecnológicos, ha eliminado muchas de las barreras tradicionales que dificultaban la expansión de los autónomos a nivel internacional. El presente estudio analiza cómo la digitalización facilita la internacionalización del trabajo autónomo.

Según el **"Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027"**, del ministerio de Economía, Comercio y Empresa, el grado de apertura de la economía española, alcanzó el 80,6% en 2022, su máximo histórico, lo que supone que la economía española está muy integrada internacionalmente.

"Las exportaciones españolas de bienes han logrado alcanzar cada vez a un mayor número de mercados. No obstante, a lo largo de los últimos 20 años la UE ha sido siempre el principal destino de nuestras exportaciones. Si nos fijamos en los saldos por sectores; alimentación, semimanufacturas y automóvil continúan siendo los tres principales sectores superavitarios."

Las pymes tienen un peso relativamente alto en la exportación española. Supusieron el 98,3% del total de exportadores en 2021. Según El Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027, una de las principales barreras para la internacionalización de las empresas es el acceso a información sobre mercados extranjeros y la falta de recursos financieros para expandirse. No obstante, la digitalización ha reducido estos problemas al proporcionar acceso a plataformas digitales que facilitan la exportación de servicios y productos sin necesidad de una inversión inicial elevada.

En el informe "¿Se puede digitalizar un autónomo?", financiado por el ministerio de Transformación Digital, destacan tres factores importantes en la internacionalización del trabajo autónomo; el primero es la capacidad de atraer clientes extranjeros. Para ello, el marketing digital juega un papel fundamental, no solo ayuda a visibilizar los servicios de un autónomo, sino que también le permite competir con empresas de mayor tamaño, aprovechando estrategias de diferenciación basadas en su marca personal y reputación digital. En segundo lugar, la eficiencia operativa es clave, ya que permite a los profesionales manejar clientes internacionales sin incrementar significativamente su carga de trabajo.

Y, por último, el acceso a recursos financieros y programas de apoyo. En la actualidad iniciativas como el Kit Digital están ayudando al autónomo mejorar su grado de digitalización.

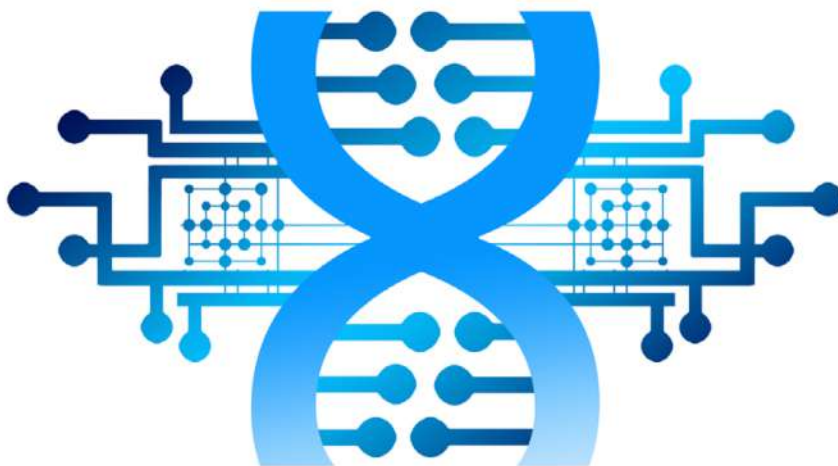
La digitalización no es solo una ventaja competitiva para los autónomos, sino una necesidad para adaptarse a un mundo globalizado y altamente interconectado. En la actualidad gracias a las plataformas digitales, los autónomos encuentran el aliado perfecto para poder aliviar las barreras frente a la internacionalización.

En este punto debemos mencionar cómo, plataformas digitales como Fiverr, Upwork y Freelancer han sido herramientas clave para la internacionalización de los negocios de los autónomos a nivel servicios, permitiéndoles vender sus productos o servicios en diferentes países sin necesidad de grandes inversiones iniciales. Las plataformas de trabajo freelance han eliminado muchas barreras tradicionales asociadas a la expansión internacional de los negocios, facilitando el acceso a oportunidades laborales globales y aumentando la competitividad de los autónomos en el mercado internacional.

Uno de los principales beneficios de estas plataformas es la accesibilidad a clientes internacionales. Antes, un trabajador autónomo dependía de su red de contactos o de oportunidades locales para conseguir clientes. Sin embargo, estas plataformas conectan directamente a los profesionales con empresas y emprendedores de cualquier parte del mundo, lo que amplía enormemente su mercado y posibilidades de crecimiento.

Además, estas plataformas se encargan de la gestión de pagos internacionales, resolviendo uno de los principales desafíos de la internacionalización. A través de sistemas de pago seguros y la conversión automática de divisas, los autónomos pueden recibir su dinero sin preocuparse por complicaciones bancarias o fluctuaciones de moneda. Esto les permite trabajar con clientes de distintos países sin la necesidad de gestionar cuentas en múltiples sistemas financieros.

Otro aspecto clave es la eliminación de barreras administrativas y legales. Para ofrecer servicios en otro país de manera tradicional, los autónomos tendrían que lidiar con regulaciones, permisos y contratos internacionales, en cambio, se simplifica este proceso al proporcionar contratos estandarizados y sistemas de resolución de disputas, garantizando tanto la protección del autónomo como la del cliente.



El posicionamiento y visibilidad global también son factores fundamentales también en la internacionalización de los autónomos. Estas plataformas utilizan algoritmos que destacan los perfiles de los autónomos según su desempeño, reputación y habilidades, lo que les permite atraer clientes de manera eficiente sin necesidad de invertir grandes sumas en publicidad o marketing. Otro factor que facilita la internacionalización es la confianza y seguridad que brindan los Marketplaces a los compradores.

Muchas personas prefieren comprar en plataformas reconocidas porque ofrecen garantías de compra, devoluciones y opiniones de otros usuarios. Esto reduce la desconfianza que podría existir al comprar a un vendedor desconocido de otro país. Además, permiten a los profesionales especializarse en nichos específicos y diferenciarse de la competencia, aumentando así sus posibilidades de éxito en el mercado global.

Por último, estas plataformas permiten la flexibilidad en los modelos de trabajo, ya que los autónomos pueden elegir en qué proyectos trabajar, definir sus tarifas y administrar su tiempo según sus necesidades. Esta libertad les da la posibilidad de adaptarse a diferentes mercados y trabajar con clientes de distintos husos horarios sin estar limitados por fronteras geográficas.

Los Marketplaces dan como principal ventaja al autónomo la facilidad que ofrecen en términos de logística y envíos. Plataformas como Amazon, eBay o Alibaba han desarrollado sistemas eficientes que permiten a los autónomos vender en otros países sin preocuparse por la distribución. Algunos servicios, como Fulfillment by Amazon (FBA), se encargan del almacenamiento, empaquetado y envío, lo que reduce la carga operativa para el vendedor.

Además, ayudan a reducir costes iniciales. Tradicionalmente, internacionalizar un negocio implicaba altos gastos en infraestructura, marketing y trámites legales. Sin embargo, estas plataformas eliminan muchas de estas barreras al proporcionar un espacio digital donde los vendedores pueden comenzar a operar con costes significativamente menores.

España se encuentra en una evolución positiva frente a su balanza comercial, aunque muy focalizado en sectores exportadores tradicionales y a mercados principalmente europeos. Las pymes tienen un peso alto en la internacionalización de sus negocios, pero ¿en qué situación se encuentra los autónomos actualmente frente a la internacionalización de sus negocios? Queda claro que la internacionalización del autónomo pasa si o si, por alcanzar el grado de digitalización necesario que le permita eliminar las barreras existentes; necesidades operativas y de recursos, donde las plataformas digitales y Marketplaces de han mostrado como grandes facilitadores para ello.

Para conocer la situación del autónomo frente a su grado de digitalización y de internacionalización se van a realizar dos análisis. Un primer análisis cuantitativo, y un segundo estudio más específico a nivel cualitativo para focalizar los resultados obtenidos en el primero. Pero antes, es importante conocer de primera mano a qué barreras se enfrenta y lo que es más importante como salvarlas.



2.

OBJETIVOS

El objetivo principal perseguido con este estudio es concienciar a las personas trabajadoras autónomas de la importancia y ventajas de la internacionalización de su actividad y como la digitalización es una vía para la globalización de sus actividades económicas.

Para alcanzar este objetivo, hemos planificado la actividad en los siguientes pasos:

- En primer lugar, es necesario identificar las barreras y las oportunidades en la adaptación digital de las personas trabajadoras autónomas en el contexto español. En este punto hemos buscado comprender los desafíos específicos a los que se enfrentan en cuanto a infraestructura, formación y acceso a la tecnología.
- A continuación, analizamos las herramientas tecnológicas clave que permitan a las personas autónomas competir eficazmente en mercados internacionales.
- Una vez identificadas las barreras y analizadas las herramientas se proponen estrategias y buenas prácticas para fomentar la digitalización como motor de la internacionalización del trabajo autónomo.
- Junto con la internacionalización, es necesario sensibilizar a las personas trabajadoras autónomas sobre la importancia de adoptar tecnologías digitales en sus negocios.

Estos objetivos están en línea con las prioridades recogidas por el Ministerio de Trabajo en la Estrategia Nacional de Impulso del Trabajo Autónomo 2022 – 2027 (ENDITA) prioridades recogidas en el Eje 3. Promover la digitalización y modernización del trabajo autónomo.

Buscamos concienciar y dar a conocer a las personas trabajadoras autónomas como la utilización de determinadas herramientas y actuaciones suponen la mejora de la productividad y la competitividad de nuestra economía.

3.

ENTREVISTA DE OPINIÓN

Actualmente nos encontramos en un proceso que podemos denominar “economía digital o digitalizada”, proceso que también afecta al colectivo de personas trabajadoras autónomas, bien porque necesitan aplicar nuevas tecnologías para optimizar sus negocios, o bien porque necesitan esas tecnologías para relacionar con sus clientes. Por eso, en mayor o menor medida, todos los negocios se encuentran inmersas en este proceso de digitalización.

La digitalización no solo permite modernizar nuestras actividades económicas, sino que su utilización permite explorar otros mercados, aumentar la capacidad de llevar nuestros productos a mayor número de clientes, establecer nuevos canales de comunicación con esos clientes, en definitiva, optimizar al máximo nuestros negocios.

Este estudio responde a varias necesidades detectadas:

- Incremento de la competencia internacional: Los autónomos españoles se enfrentan a una competencia creciente en mercados globales, donde la digitalización es un requisito indispensable para acceder a clientes y mantener una oferta competitiva.
- Retraso en la adopción tecnológica: A pesar de las ventajas que ofrece la tecnología, una gran parte de los autónomos aún utiliza métodos tradicionales para la gestión de su negocio, limitando su capacidad de crecer y competir.
- Falta de conocimiento sobre herramientas de internacionalización: Muchos autónomos desconocen plataformas clave como Amazon, Alibaba o Shopify, que podrían facilitar la venta de sus productos o servicios a nivel global.
- Demanda de apoyo institucional: El crecimiento económico del país está vinculado al éxito de los autónomos, por lo que es crucial dotarlos de recursos y estrategias para digitalizarse e internacionalizarse de forma eficaz.

Para dar respuesta a estas necesidades de análisis comenzamos el estudio con una entrevista de opinión a Don Marcelo Vázquez Ariza, presidente y cofundador de Infoautónomos (el mayor portal online de autónomos a nivel nacional), presidente de Círculo Tecnológico de Granada (patronal de empresas tecnológicas de Granada), miembro de la junta directiva de la Confederación de Empresarios de Granada, presidente de la Comisión de Nuevas Tecnologías y relación con la Universidad y presidente de OnTech Innovation (Clúster de Empresas Digitales, Sostenibles e Industrias Innovadoras). Como experto, atesora el conocimiento de la situación del colectivo de trabajadores autónomos y su relación actual con la digitalización.

MARCELO VÁZQUEZ ARIZA

La digitalización ha cambiado radicalmente la manera en que operan los negocios en el siglo XXI.

Los autónomos, en particular, han encontrado en la tecnología una herramienta fundamental para mejorar su competitividad, optimizar procesos y acceder a mercados globales. No obstante, este proceso también plantea retos, como la selección adecuada de herramientas, la carga burocrática y fiscal, y la necesidad de acceso a financiación.



En palabras de Marcelo Vázquez, “la digitalización es un camino inevitable para la competitividad del autónomo, aquellos que no la adopten verán reducidas sus posibilidades de éxito”.

Impacto de la Digitalización en la Competitividad.

Uno de los aspectos clave identificados en la entrevista es la importancia de la digitalización para la competitividad. La adopción de herramientas como CRM, ERP y automatización de procesos permite a los autónomos operar con mayor eficiencia, reducir costes y mejorar la experiencia del cliente. Aquellos que no han incorporado estas tecnologías enfrentan una desventaja significativa en el mercado.

“Hoy en día, cualquier autónomo que no tenga digitalizados sus procesos se encuentra en una clara desventaja respecto a su competencia”, afirmó Marcelo Vázquez.

Desafíos en la Transformación Digital.

El principal reto para los autónomos es la selección de herramientas adecuadas sin un estudio previo de necesidades. Muchas iniciativas gubernamentales, como el Kit Digital, promueven la digitalización, pero no siempre garantizan que los autónomos elijan las mejores opciones para su negocio. Es fundamental la existencia de guías especializadas que orienten en la toma de decisiones tecnológicas.

“El problema es que muchas veces los autónomos adoptan tecnología sin entender realmente cómo integrarla en su negocio”, comentó Marcelo Vázquez.

Sostenibilidad y Eficiencia.

La digitalización mejora la sostenibilidad económica de los autónomos, permitiendo la optimización de recursos y la reducción de costes operativos. Además, contribuye a reducir la alta tasa de mortalidad empresarial entre los autónomos, al ofrecerles herramientas para gestionar su negocio de manera más eficiente y rentable.

"La digitalización permite reducir costes fijos y hacer que los negocios sean más resistentes a crisis económicas", señaló Marcelo Vázquez.

Barreras para la Internacionalización y Oportunidades Globales.

Existen diferencias sustanciales en la capacidad de internacionalización de los autónomos según su sector de actividad. Mientras que aquellos en sectores digitales, como programación y diseño, pueden acceder fácilmente a mercados globales, otros sectores más localistas, como electricistas o peluqueros, tienen mayores limitaciones. No obstante, la especialización en nichos específicos puede facilitar la expansión internacional.

"Si un autónomo logra especializarse en un servicio único, puede encontrar clientes fuera de su entorno inmediato", indicó Marcelo Vázquez.

Colaboración con Empresas Tecnológicas.

El desarrollo de soluciones tecnológicas adaptadas a las necesidades de los autónomos es crucial. Muchas herramientas están diseñadas para grandes empresas y no consideran la realidad del trabajador independiente. Propondría fomentar la cooperación entre empresas tecnológicas y autónomos para crear herramientas específicas que faciliten su gestión diaria.

"Las empresas tecnológicas deben entender mejor las necesidades de los autónomos y diseñar soluciones a medida", explicó Marcelo Vázquez.

Políticas Gubernamentales y Carga Fiscal.

Uno de los principales obstáculos identificados es la elevada carga fiscal y burocrática. Sugiero la creación de un sistema simplificado que permita a los autónomos gestionar sus obligaciones fiscales de manera más eficiente, reduciendo el tiempo dedicado a tareas administrativas.

"El sistema fiscal actual penaliza a los autónomos con demasiadas cargas administrativas", opinó Marcelo Vázquez.

Acceso a la Financiación.

El acceso a financiación sigue siendo un problema, especialmente para los autónomos que inician por necesidad más que por vocación. Sería necesario el desarrollo de líneas de crédito público y acuerdos con entidades financieras para facilitar la inversión en nuevos negocios sostenibles.

"Hay dos tipos de autónomos: los que emprenden por vocación y los que lo hacen por necesidad. El acceso a la financiación es clave para ambos", expresó Marcelo Vázquez.

El Papel de las Asociaciones de Autónomos.

Las asociaciones desempeñan un papel clave en la promoción de la digitalización y el desarrollo empresarial. A través de redes de contacto y formación, pueden facilitar la transición digital y ofrecer apoyo a los autónomos en su crecimiento.

“Las asociaciones pueden servir de puente entre los autónomos y las oportunidades de digitalización”, concluyó Marcelo Vázquez.

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA A MARCELO VÁZQUEZ

La digitalización es un factor determinante para la competitividad de los autónomos, pero su implementación presenta diversos desafíos.

La **selección adecuada de herramientas**, la **simplificación fiscal y administrativa**, el **acceso a la financiación** y la **colaboración con empresas tecnológicas** son elementos clave para garantizar el éxito de los autónomos en un entorno cada vez más digitalizado.

Las políticas gubernamentales deben enfocarse en reducir la burocracia y facilitar la adaptación digital, mientras que el sector tecnológico tiene el reto de desarrollar soluciones más accesibles y específicas para estos profesionales.

Asimismo, sería recomendable fortalecer el papel de las asociaciones de autónomos como agentes de apoyo en el proceso de transformación digital.

El futuro de los autónomos en España depende, en gran medida, de su capacidad para adaptarse a la era digital, lo que requiere una combinación de estrategias públicas y privadas para fomentar un ecosistema más favorable y competitivo.



4.

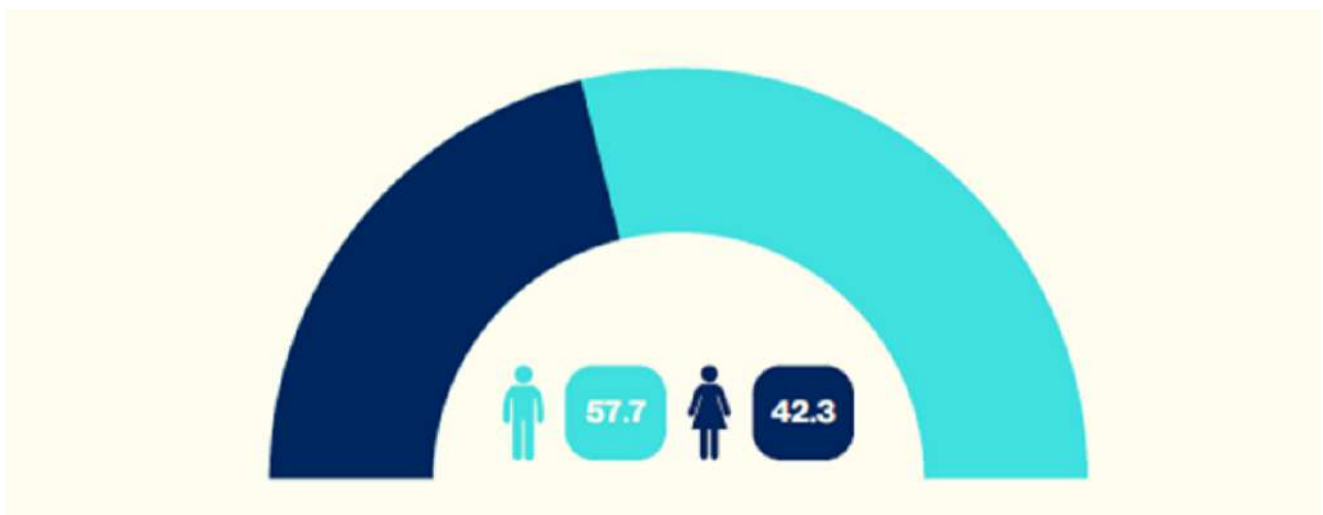
ANÁLISIS SITUACIÓN TRABAJO AUTÓNOMO EN ESPAÑA

A continuación, estudiamos y profundizamos en la realidad del trabajador autónomo en España en 2024, analizando su evolución con respecto a años anteriores y explorando las barreras y oportunidades que enfrentan en su proceso de adaptación digital.

- **Universo:** autónomos españoles asociados a Infoautónomos.
- **Ámbito geográfico:** España.
- **Muestra obtenida:** 1.163 casos válidos (1.124 son autónomos actualmente y 39 lo fueron anteriormente).
- **Error Muestral:** $\pm 2.87\%$, con un nivel de confianza del 95.5%, asumiendo una población infinita y una proporción estimada con $P=0.5$.
- **Técnica:** Encuesta online entre los socios de Infoautónomos.

En el año 2024, el 57,7% de los autónomos en España son hombres y el 42,3% son mujeres, evidenciando una brecha de género que sigue presente en el sector. Sin embargo, al analizar la distribución por comunidades autónomas, encontramos diferencias notables.

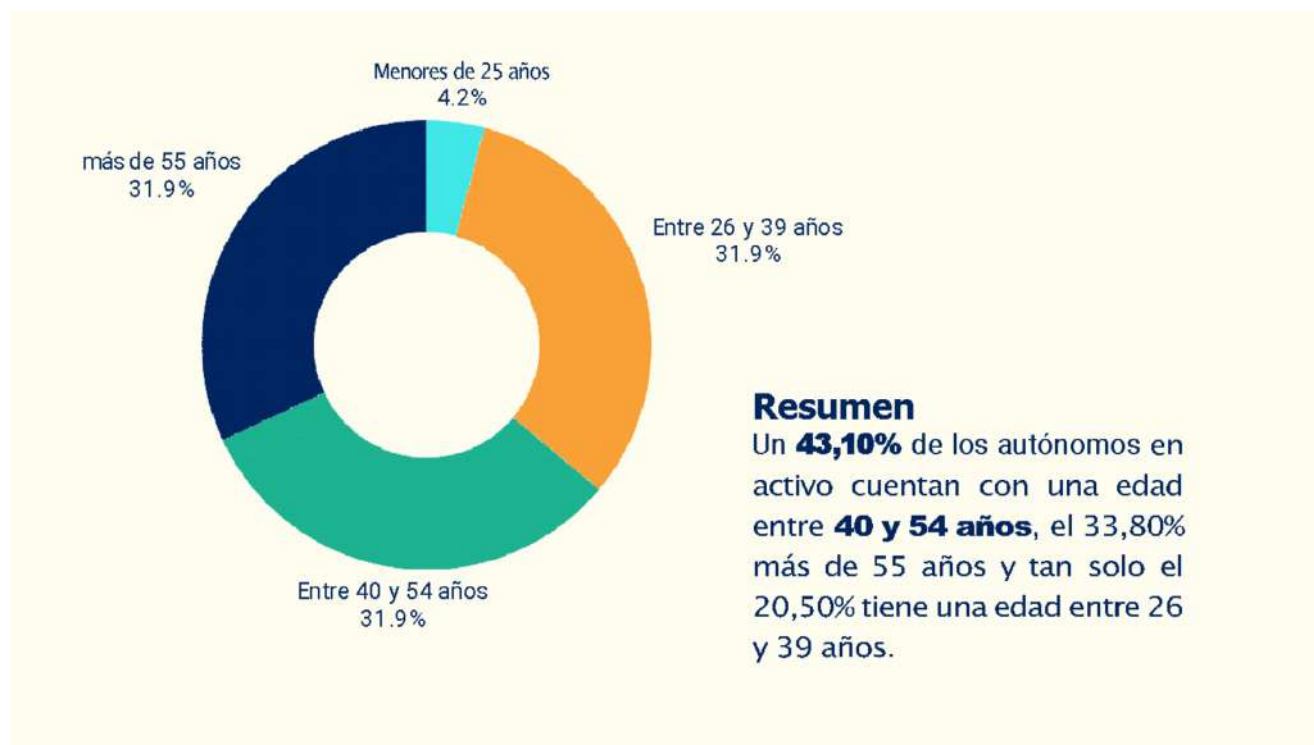
En Andalucía, Cataluña y Canarias, la presencia masculina supera el 60%, mientras que en la Comunidad de Madrid y Galicia la representación de hombres y mujeres es más equitativa. Estas diferencias pueden deberse a factores socioeconómicos y culturales que influyen en el acceso de las mujeres al emprendimiento en determinadas regiones.



La mayoría de los autónomos se encuentran en el rango de edad de 40 a 54 años (43,1%), seguido de aquellos mayores de 55 años (33,8%).

Estos datos reflejan que un alto porcentaje de autónomos pertenecen a generaciones que no crecieron en entornos digitales, lo que puede suponer una barrera para su adopción de nuevas tecnologías.

No obstante, al observar la segmentación por regiones, notamos que en comunidades como Castilla y León y Galicia la proporción de autónomos mayores de 55 años es superior al promedio nacional, lo que podría estar vinculado a modelos de negocio más tradicionales y menos digitalizados.



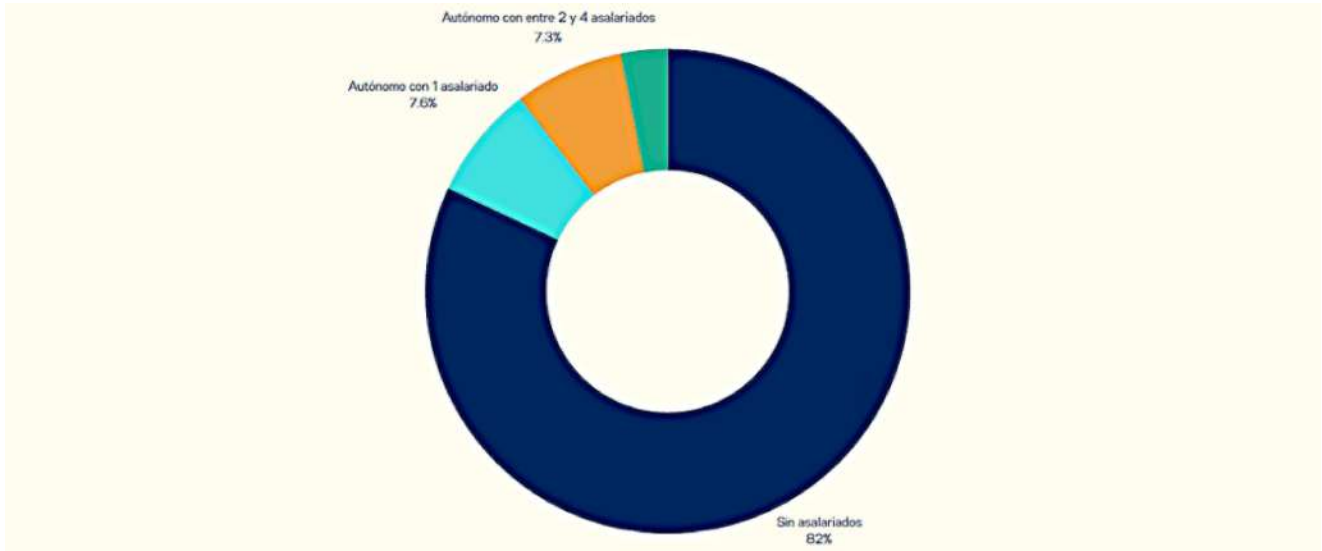
Desde un punto de vista territorial, la comunidad autónoma con mayor representación de autónomos es Andalucía (17,2%), seguida por Cataluña (16,7%) y Madrid (12,7%).

La distribución regional de autónomos presenta variaciones importantes. Mientras que en Madrid y Cataluña el número de autónomos ha crecido, en comunidades como Galicia, Castilla y León y País Vasco se ha observado una disminución. Estas diferencias pueden atribuirse a factores como la estructura económica de cada comunidad, el acceso a programas de apoyo y la facilidad para emprender en cada territorio.

Uno de los desafíos más relevantes que enfrenta el colectivo autónomo es la estabilidad económica. Más del 55,3% de los autónomos en España declaran ingresos por debajo de los 1.850 euros mensuales, lo que indica que una gran parte del colectivo se encuentra en una situación económica vulnerable. Al desglosar estos datos por comunidades autónomas, encontramos que los ingresos más bajos se concentran en Galicia y Castilla-La Mancha, mientras que en Madrid y Cataluña los ingresos tienden a ser más elevados. Esta disparidad se debe en gran parte a las oportunidades económicas y el costo de vida en cada región.

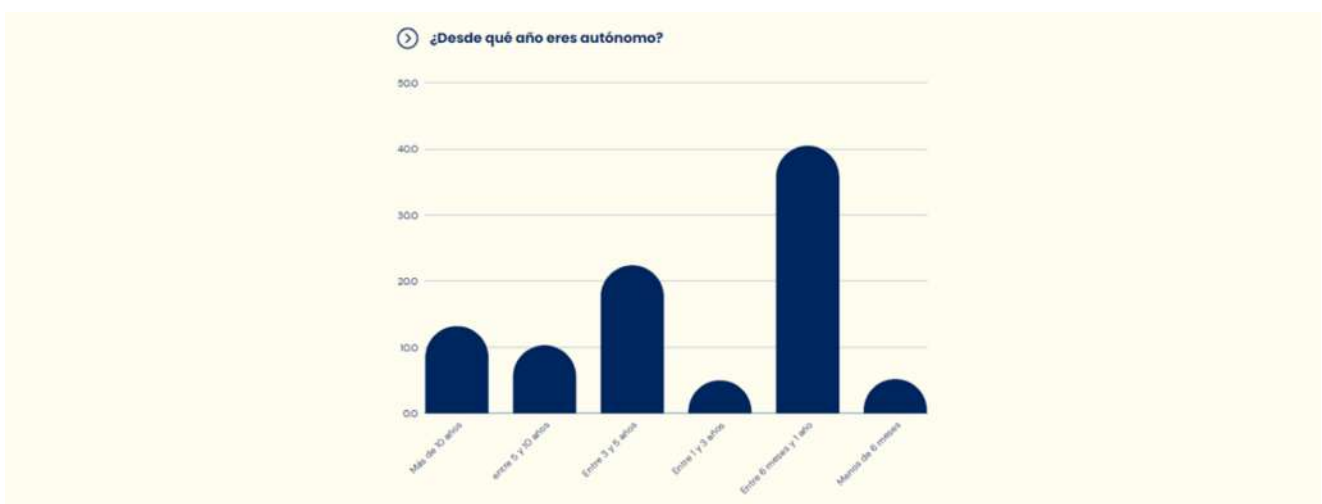
En cuanto a la estructura empresarial del colectivo, el 82% de los autónomos no tiene empleados a su cargo, lo que evidencia un modelo de negocio mayoritariamente unipersonal. No obstante, la tasa de contratación varía significativamente entre comunidades.

En la Comunidad Valenciana y Madrid, un mayor porcentaje de autónomos cuenta con empleados a su cargo, mientras que en Galicia y Castilla y León la proporción de autónomos sin empleados es más alta. Esta diferencia puede estar relacionada con la estructura empresarial de cada comunidad y la disponibilidad de incentivos para la contratación.



El número de autónomos ha experimentado un crecimiento del 0,9% en comparación con 2023, lo que refleja una ligera recuperación del sector tras la crisis sanitaria y económica de años anteriores. Sin embargo, la alta rotación dentro del sector sigue siendo una preocupación. Solo el 23,5% de los autónomos lleva más de cinco años en activo, mientras que el 47,7% ha comenzado su actividad en el último año.

En comunidades como Madrid y Cataluña, el porcentaje de nuevos autónomos es superior al promedio, lo que sugiere un entorno más dinámico y atractivo para el emprendimiento. En contraste, en Galicia y Castilla y León, la permanencia en la actividad autónoma es mayor, pero con una tasa de incorporación de nuevos autónomos más baja.



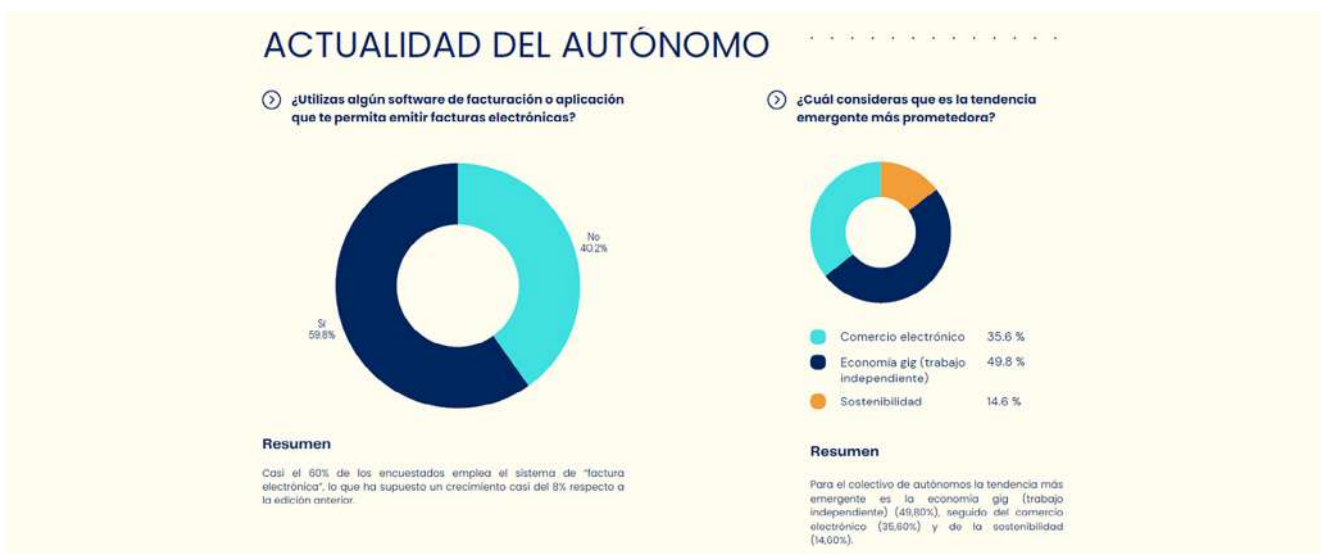
Por otro lado, la carga fiscal continúa siendo una de las principales preocupaciones del colectivo. Con una valoración media de 8,5 sobre 10, los autónomos consideran que la presión fiscal en España es elevada, lo que dificulta la sostenibilidad de sus negocios.

La percepción de la carga fiscal varía según la comunidad autónoma, siendo más alta en Andalucía y Castilla y León, donde los autónomos muestran un mayor descontento con el sistema impositivo. La Comunidad Valenciana, por otro lado, es la que presenta una mejor valoración del nuevo sistema de cotización por ingresos reales.



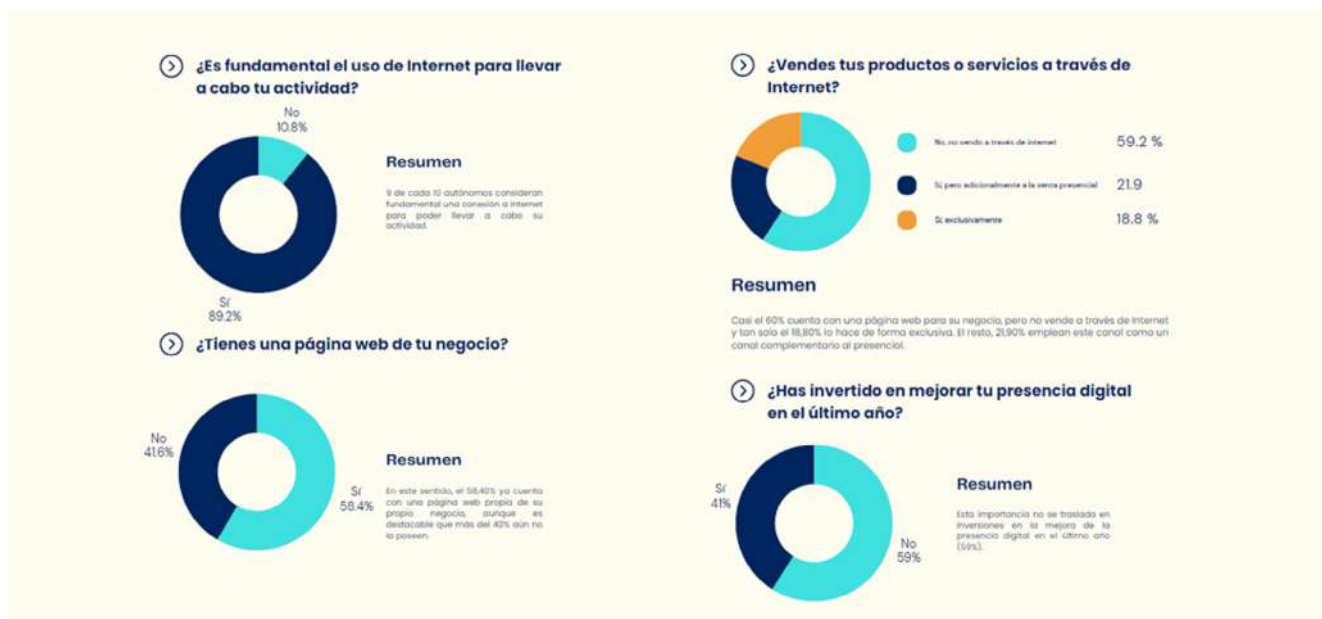
A pesar de los retos mencionados, la digitalización del autónomo sigue avanzando. Un 59,8% de los autónomos ya utiliza facturación electrónica, lo que supone un incremento del 8% respecto al año anterior. Sin embargo, al analizarlo por comunidades, vemos que en Madrid y Cataluña el uso de facturación electrónica es significativamente mayor que en Galicia y Castilla-La Mancha, donde el acceso a la digitalización es más limitado.

Asimismo, el 54,7% tiene presencia en redes sociales corporativas, con Instagram y Facebook como las plataformas más utilizadas. Las diferencias regionales en el uso de redes sociales también son notables: mientras que en Canarias y Andalucía el uso de WhatsApp como herramienta de negocio es más frecuente, en Madrid y Cataluña los autónomos optan por LinkedIn y otras plataformas más orientadas a negocios.



El 89,2% de los autónomos considera fundamental el uso de Internet para su negocio, lo que demuestra una alta conciencia sobre la necesidad de digitalización, pero a pesar de este reconocimiento, todavía hay una brecha significativa en la adopción de herramientas digitales.

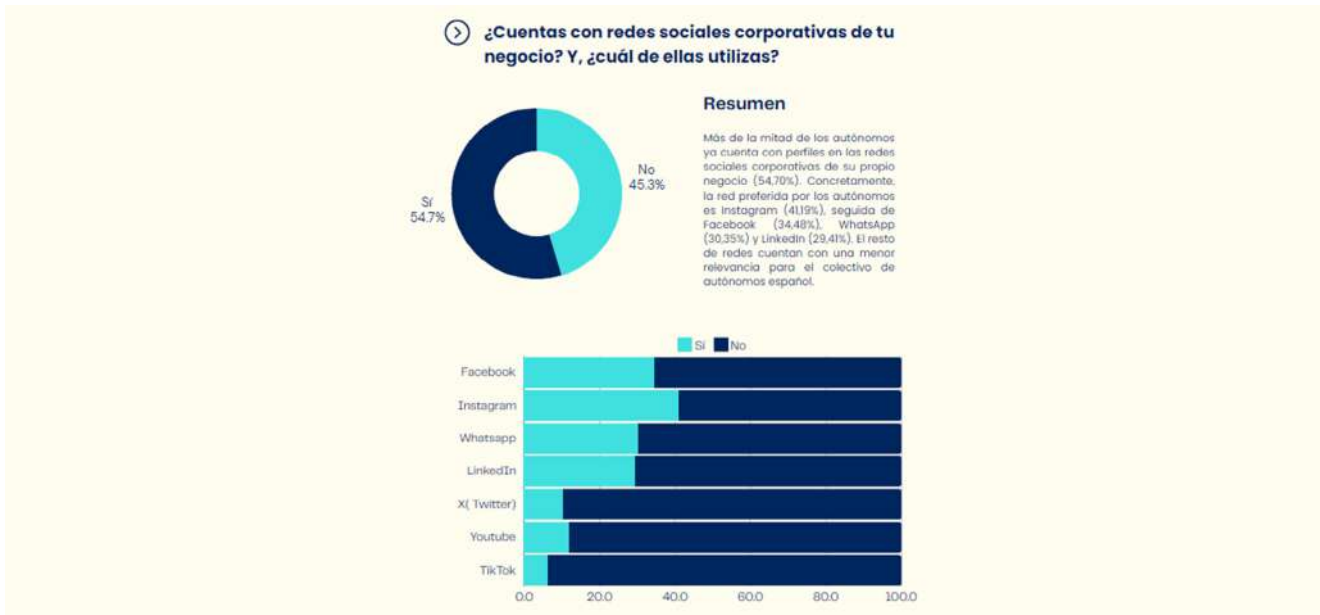
Solo el 58,4% de los autónomos cuenta con una página web para su negocio, lo que indica que un porcentaje considerable aún no ha dado el paso hacia una presencia digital consolidada. Además, entre quienes sí tienen una web, el 59% no la utiliza para vender sus productos o servicios, limitando su alcance y posibilidades de crecimiento. Únicamente un 18,8% de los autónomos vende exclusivamente a través de Internet, mientras que un 21,9% combina la venta online con la presencial.



Otro punto relevante en la digitalización de los autónomos es la inversión en presencia digital. Aunque se reconoce su importancia, el 59% no ha realizado inversiones en mejorar su presencia digital en el último año. Esto sugiere que, aunque muchos autónomos son conscientes de la necesidad de digitalización, las limitaciones económicas o la falta de conocimientos pueden estar impidiendo avances en este ámbito.

El uso de redes sociales se ha consolidado como una herramienta clave para la promoción de negocios. Más de la mitad de los autónomos (54,7%) cuenta con redes sociales corporativas y las plataformas más utilizadas son Instagram (41,19%), Facebook (34,48%), WhatsApp (30,35%) y LinkedIn (29,41%).

Esto muestra una clara inclinación hacia los canales de comunicación directa con los clientes, aunque aún hay margen de crecimiento en términos de estrategias digitales más avanzadas.



En cuanto a la gestión de clientes, el uso de software especializado sigue siendo limitado. Solo un 26,6% de los autónomos cuenta con un CRM o software de gestión de clientes, lo que indica que la digitalización en este aspecto aún es incipiente.

La falta de adopción de estas herramientas puede estar dificultando la eficiencia y la optimización de procesos dentro de los negocios autónomos.



El Kit Digital, una iniciativa de ayudas para la digitalización impulsada por AceleraPyme, ha sido ampliamente conocido dentro del sector, ya que el 79,7% de los autónomos está al tanto de su existencia. Sin embargo, la solicitud de estas ayudas ha sido limitada, con solo un 37,8% que la ha solicitado. Entre las razones principales para no hacerlo destacan la falta de adecuación de estas ayudas a las necesidades del negocio (38,8%), la burocracia del proceso de solicitud (31,2%), la falta de información (16,8%) y la falta de tiempo para realizar la solicitud (13,3%).



Otro aspecto clave en la digitalización del autónomo es la innovación tecnológica. A pesar de su creciente importancia en el mercado, el 78,4% de los autónomos no ha implementado ninguna innovación disruptiva en el último año.

En términos de tendencias tecnológicas para el futuro, el 83,4% considera que la inteligencia artificial será la tecnología más relevante en su sector en los próximos cinco años, mientras que otras tecnologías como blockchain (5,3%) y realidad aumentada (11,3%) tienen una menor percepción de impacto.

Entre las barreras más importantes para la digitalización se encuentra la falta de formación en herramientas digitales. Solo un 18% de los autónomos ha recibido formación en competencias digitales, siendo Castilla y León y Galicia las comunidades con menor acceso a formación. A pesar de la existencia del Kit Digital, solo un 20% de los autónomos ha solicitado estas ayudas, con una mayor participación en Madrid y Cataluña en comparación con comunidades como Andalucía y Castilla-La Mancha, donde el desconocimiento del programa es más pronunciado.



PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Los datos ponen de manifiesto la necesidad de impulsar la digitalización del trabajador autónomo en España. La fiscalidad sigue siendo una carga pesada que limita la inversión y el crecimiento, mientras que la falta de formación en herramientas digitales frena la modernización del sector.

Para mejorar esta situación, es fundamental **aumentar la difusión de programas de digitalización, fomentar la formación en nuevas tecnologías y crear incentivos fiscales que faciliten la inversión en infraestructura digital.**

Además, es crucial **mejorar la conectividad en zonas rurales y menos desarrolladas para garantizar que todos los autónomos tengan acceso a las mismas oportunidades en el ecosistema digital.** La comparación autonómica sugiere que las políticas de apoyo a los autónomos deben adaptarse a las realidades específicas de cada comunidad, promoviendo medidas personalizadas para reducir la



brecha digital y mejorar la competitividad de los trabajadores por cuenta propia en todo el territorio nacional. Aunque los autónomos son cada vez más conscientes de la importancia de la digitalización, todavía existen barreras significativas en su implementación, la falta de inversión, el desconocimiento sobre herramientas digitales y la burocracia en el acceso a ayudas son factores que ralentizan este proceso.

5.

ANÁLISIS CUALITATIVO. GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL AUTÓNOMO

A continuación, estudiamos y profundizamos a través de una encuesta de opinión, en el grado de internacionalización del autónomo y su vínculo con la digitalización para poder identificar las barreras que se encuentran en la actualidad.

- **Universo:** Autónomos españoles asociados a Infoautónomos.
- **Ámbito geográfico:** España.
- **Muestra obtenida:** 164 casos válidos.
- **Técnica:** Encuesta online entre los socios de Infoautónomos.

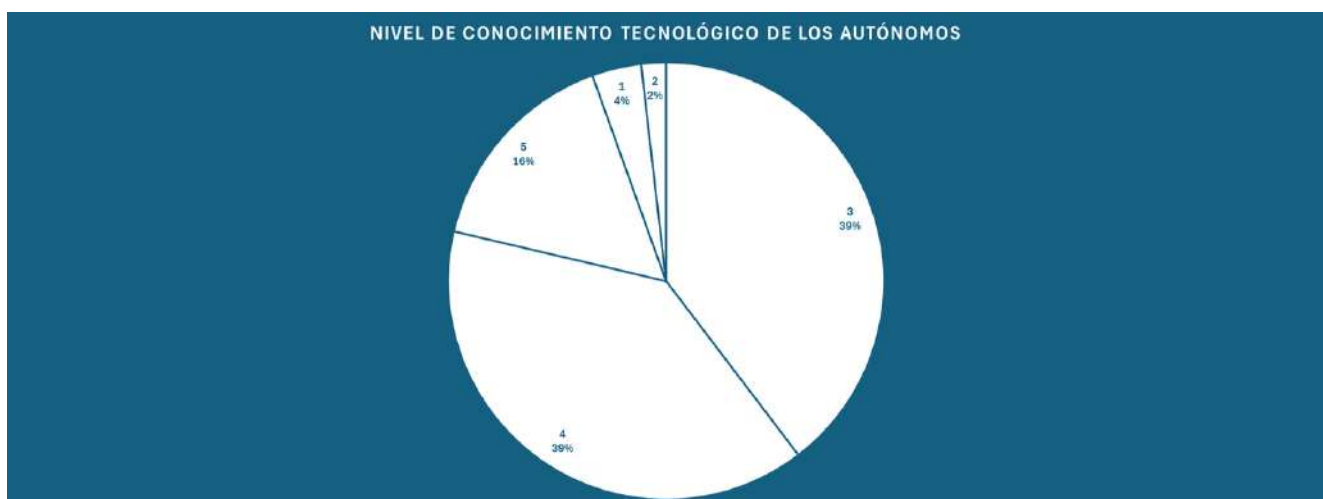
Según los datos arrojados por la encuesta, el sector con mayor número de autónomos de la muestra es el de Actividades profesionales, científicas y técnicas, con un 19.51% del total. Esto sugiere que muchos trabajadores especializados, como consultores, ingenieros, abogados y otros profesionales, optan por el autoempleo.

El comercio al por mayor y al por menor es el tercer sector con más autónomos, con un 10.37%, lo que refleja la fuerte presencia de pequeños comerciantes y emprendedores en la economía.

Los sectores tecnológicos y educativos también muestran un crecimiento notable: "Información y comunicaciones" (7.93%) y "Educación" (7.32%) tienen una representación importante, posiblemente relacionada con la digitalización y el aumento de la demanda de educación en línea. Un 7.32% de los encuestados corresponden a NS/NC (No Sabe/No Contesta), lo que indica que algunos participantes no han especificado su sector de actividad.

La mayoría de los autónomos encuestados posee un nivel intermedio-alto de conocimiento tecnológico. Un 39.63% de los encuestados se ubica en el nivel 3, mientras que un 39.02% alcanza el nivel 4. Aproximadamente el 80% de los autónomos cuenta con habilidades tecnológicas moderadas o avanzadas, lo que sugiere que el manejo de herramientas digitales es una competencia ampliamente desarrollada.

Por otro lado, aunque el grupo de autónomos con nivel experto es menor, sigue siendo significativo, un 15.85% de los encuestados se considera en el nivel 5, lo que indica que dominan herramientas tecnológicas avanzadas y, probablemente, las aplican de manera efectiva en su actividad profesional.



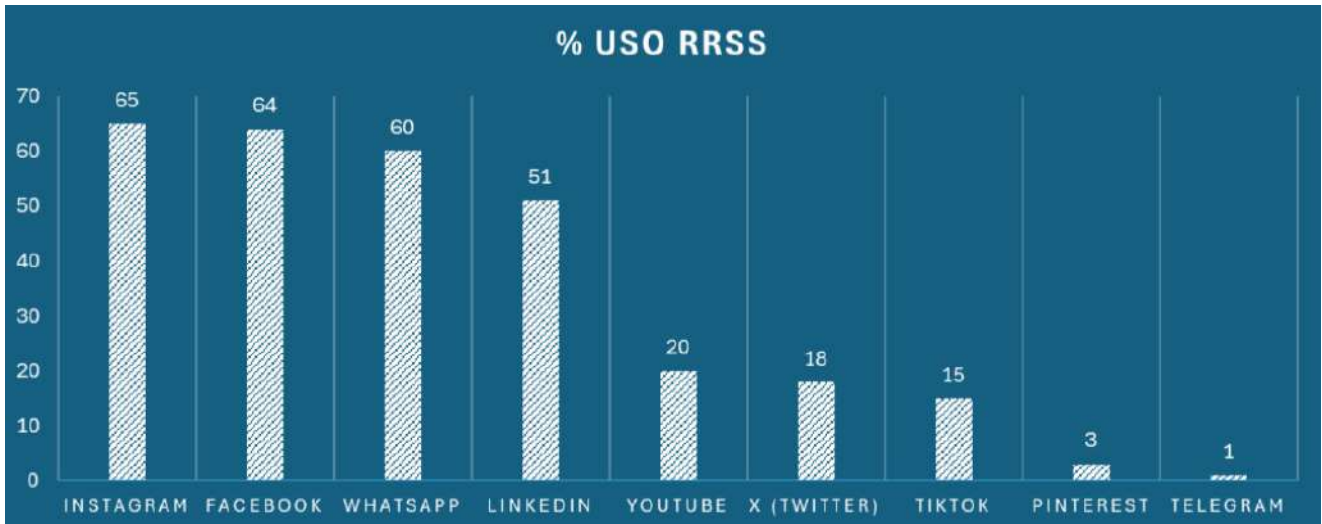
El 75% de los encuestados afirma utilizar herramientas digitales para gestionar su negocio. En primer lugar, el software de facturación se posiciona como la herramienta más utilizada. Un 75% de los autónomos hace uso de este tipo de programas, lo que indica que la gestión de pagos, impuestos y contabilidad es una prioridad para la mayoría. Las herramientas de ventas ocupan el segundo lugar en términos de adopción. Un 24% de los autónomos utiliza este tipo de soluciones, lo que sugiere que una parte significativa busca optimizar su gestión comercial. Plataformas como los CRM, herramientas de e-commerce o sistemas de gestión de clientes juegan un papel clave en la mejora del proceso de ventas y la fidelización de clientes.

En contraste, la adopción de herramientas de marketing y recursos humanos es mucho menor. Solo el 4% de los autónomos emplea herramientas de marketing, lo que sugiere que muchos podrían estar limitando su alcance digital o confiando en estrategias más tradicionales.



La mayoría de los autónomos cuenta con una página web. Un 59.15% de los encuestados afirma haber desarrollado una plataforma digital para su negocio. Pero, un 40.85% de los autónomos encuestados no dispone de una página web. Esto significa que casi 4 de cada 10 profesionales independientes aún no han integrado este canal en su estrategia digital.

Coincide el dato con los que usuarios de RRSS, un 59.15% de los encuestados afirma tener perfiles en plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn o Twitter para promocionar su actividad y captar clientes. Este dato indica que más de la mitad de los trabajadores independientes han reconocido el valor de estas herramientas para aumentar su visibilidad. Pero casi 4 de cada 10 profesionales independientes aún no han integrado estas plataformas en su estrategia comercial.



A la pregunta sobre la percepción de los autónomos sobre la importancia de la digitalización en sus negocios, utilizando una escala del 1 al 5, donde 1 indica "nula importancia" y 5 "muy alta importancia"; la mayoría de los autónomos considera la digitalización como un factor moderadamente importante o muy importante.

Un 29.88% de los encuestados califica su importancia con un 3, mientras que el 28.66% le otorga la máxima puntuación (5), reflejando que la digitalización es vista como un elemento crucial para el éxito. Además, un 25.61% le asigna una puntuación de 4, lo que refuerza la idea de que más del 80% de los trabajadores autónomos reconoce que la digitalización tiene un impacto significativo en su negocio.

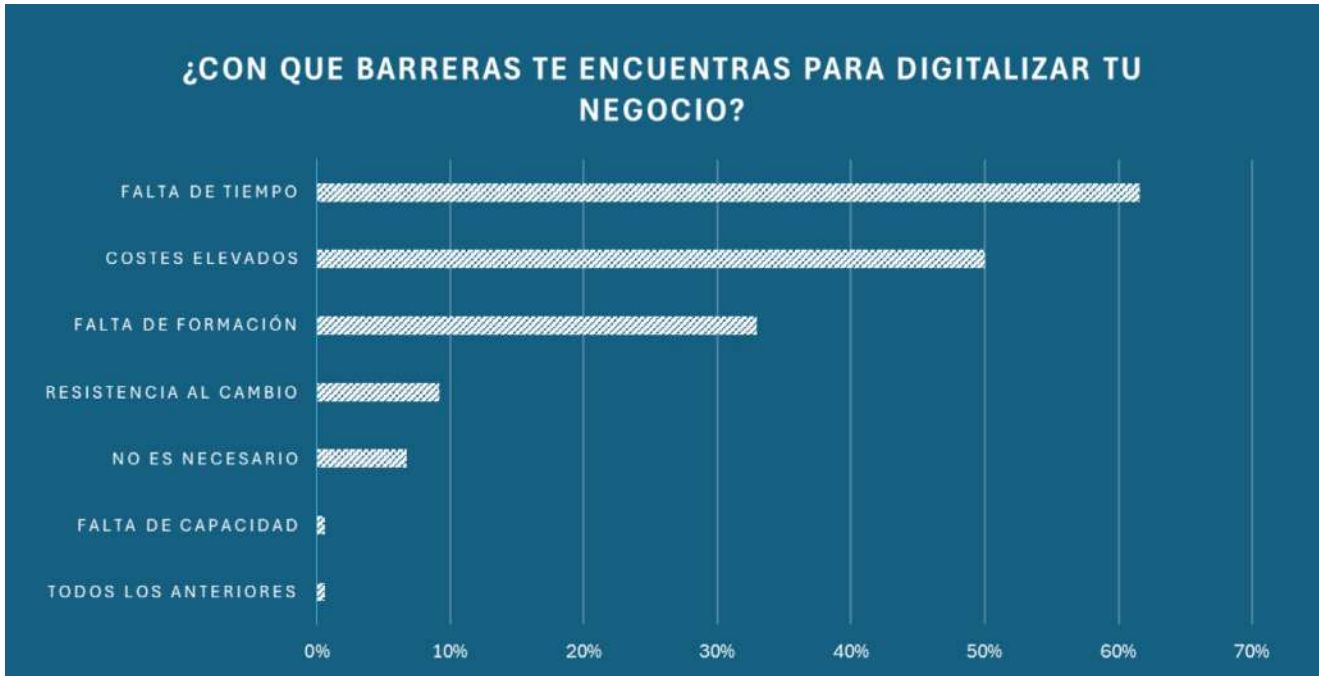
Por otro lado, un porcentaje reducido de autónomos considera que la digitalización tiene poca relevancia en su negocio. Un 7.93% califica su importancia con un 2, mientras que otro 7.93% la valora con un 1, indicando que no la considera un factor clave.

La principal barrera para la digitalización es la falta de tiempo. Un 62% de los autónomos señala que su mayor dificultad es encontrar el tiempo necesario para implementar soluciones digitales. Esto indica que muchos trabajadores independientes están tan ocupados con la gestión diaria de su negocio que no pueden dedicar recursos a la digitalización. La automatización de procesos y la optimización del tiempo de trabajo podrían ser estrategias clave para ayudar a estos profesionales a integrar la tecnología sin afectar su productividad.

El segundo gran obstáculo es el coste de las herramientas digitales. Un 50% de los encuestados menciona que los costes elevados representan una barrera importante para digitalizarse.

Otra dificultad relevante es la falta de formación. Un 33% de los autónomos indica que no cuenta con los conocimientos adecuados para implementar herramientas digitales en su negocio.

Existen otros factores que tienen un impacto menor en la digitalización de los autónomos. La resistencia al cambio es mencionada por un 9% de los encuestados, y un 7% considera que la digitalización no es necesaria para su negocio, lo que podría estar relacionado con la naturaleza de su actividad o con una percepción limitada sobre el impacto positivo de la tecnología.



A la pregunta si actualmente venden fuera del mercado español, los resultados revelan que pocos autónomos venden fuera de España. Un 70.7% de los encuestados no ha explorado mercados internacionales, mientras que solo un 29.3% ha intentado comercializar sus productos o servicios en el extranjero.

Este dato sugiere que **la mayoría de los autónomos aún no han considerado la internacionalización como una estrategia viable o enfrentan dificultades que les impiden expandirse más allá del mercado local**. Para aquellos autónomos que han incursionado en mercados internacionales, **Europa** es el destino principal.

Un 52% de quienes han exportado sus productos o servicios han vendido en Europa, dato esperable debido a la proximidad geográfica y la facilidad de comercio dentro de la Unión Europea. La eliminación de barreras comerciales y la armonización de normativas en la UE han facilitado la expansión de los negocios autónomos dentro de este territorio. Estados Unidos representa el segundo mercado más explorado, con un 28% de los autónomos intentando vender en este país. En comparación, Asia, Latinoamérica y África tienen una menor presencia en la expansión internacional de los autónomos. Asia es el tercer destino más explorado, con un 11%, aunque las diferencias culturales, logísticas y comerciales pueden dificultar su acceso. Latinoamérica y África representan solo el 5% y 4% respectivamente, lo que indica que son mercados menos considerados.



La gran mayoría de los encuestados no han vendido en Marketplaces. Un 87% de los encuestados nunca ha utilizado estas plataformas para comercializar sus productos o servicios. Amazon es la plataforma más popular.

Un 31% de los vendedores en Marketplaces han optado por esta opción, lo que refleja su gran alcance global, facilidad de acceso a compradores y la infraestructura logística que ofrece. La notoriedad y confianza que genera Amazon entre los consumidores la convierten en una elección atractiva para aquellos autónomos que buscan ampliar su mercado. Otras plataformas con una presencia destacada son Etsy y Wallapop, cada una con un 19% de uso entre los autónomos que han vendido en Marketplaces. Por otro lado, Marketplaces como Alibaba y Ebay presentan una menor adopción, con un 13% de uso cada uno.



Un porcentaje significativo de los encuestados no sabe o no está interesado en la internacionalización. Un 28.05% no especificó su respuesta (NS/NC), mientras que un 23.78% indicó que no está interesado en expandir su negocio a mercados internacionales.

Esto significa que **más de la mitad de los autónomos encuestados no consideran la internacionalización de sus negocios.**

Para aquellos que consideran la internacionalización, tener una página web es la herramienta más valorada. Un 14.02% de los encuestados señala que disponer de un sitio web es clave para la expansión internacional. Las redes sociales también juegan un papel importante en la internacionalización. Un 6.71% de los encuestados considera que el uso de plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn o Twitter es esencial para alcanzar clientes internacionales. Otras herramientas digitales, como la inteligencia artificial (IA) y plataformas de comunicación, también tienen presencia en las respuestas. Un 3.05% menciona la IA como una tecnología clave, lo que sugiere que algunos autónomos ya están considerando la automatización y personalización en sus estrategias digitales. Además, herramientas relacionadas con idiomas, marca, marketplaces e Internet (2.44%) destacan la importancia de la visibilidad global y la adaptación cultural para alcanzar clientes en otros países.



El desafío más relevante identificado en la encuesta es el desconocimiento del mercado, señalado por un 43% de los encuestados.

Muchas empresas tienen dificultades para identificar **clientes potenciales**, entender regulaciones locales y adaptarse a los hábitos de consumo en otros países. La falta de información sobre la demanda del producto o servicio, las tendencias del sector y la competencia puede frenar el proceso de expansión y aumentar el riesgo de inversión en mercados extranjeros.

Otro obstáculo importante es el **cumplimiento de cuestiones legales**, mencionado por un 39% de los encuestados.

La expansión internacional implica lidiar con normativas, impuestos, requisitos de exportación y derechos comerciales que pueden variar significativamente entre países. La falta de conocimiento sobre estas regulaciones puede generar costos imprevistos, retrasos y dificultades operativas, lo que desincentiva a muchos autónomos y pequeñas empresas a dar el paso hacia la internacionalización.

Además de estos factores, **los problemas financieros y logísticos también juegan un papel crucial en la internacionalización**. Un 27% de los encuestados señala que los costos asociados con la expansión internacional son un desafío importante. Esto puede incluir gastos de adaptación del producto, inversiones en marketing internacional y el cumplimiento de regulaciones aduaneras.

Asimismo, un 26% menciona que las dificultades logísticas representan una barrera, lo que implica que el transporte, la distribución y la gestión de envíos pueden ser retos considerables al vender en mercados extranjeros.

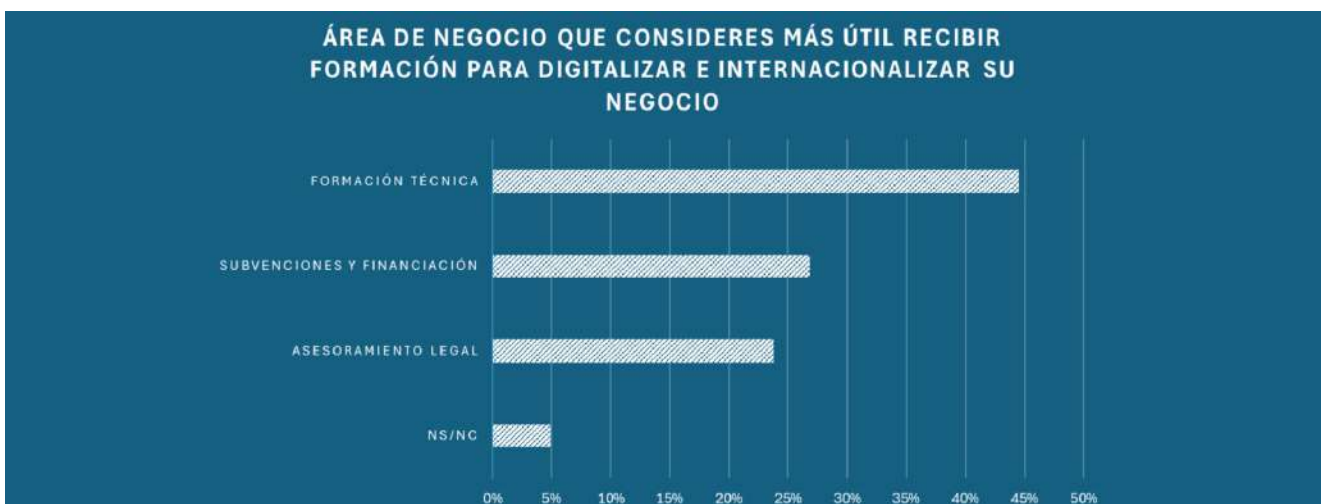
Otros factores que dificultan la expansión incluyen **barreras culturales y desafíos tecnológicos**.

Un 15% indica que las barreras culturales son un obstáculo, lo que sugiere que las diferencias en idioma, hábitos de consumo y estilos de negociación pueden afectar la entrada a nuevos mercados.



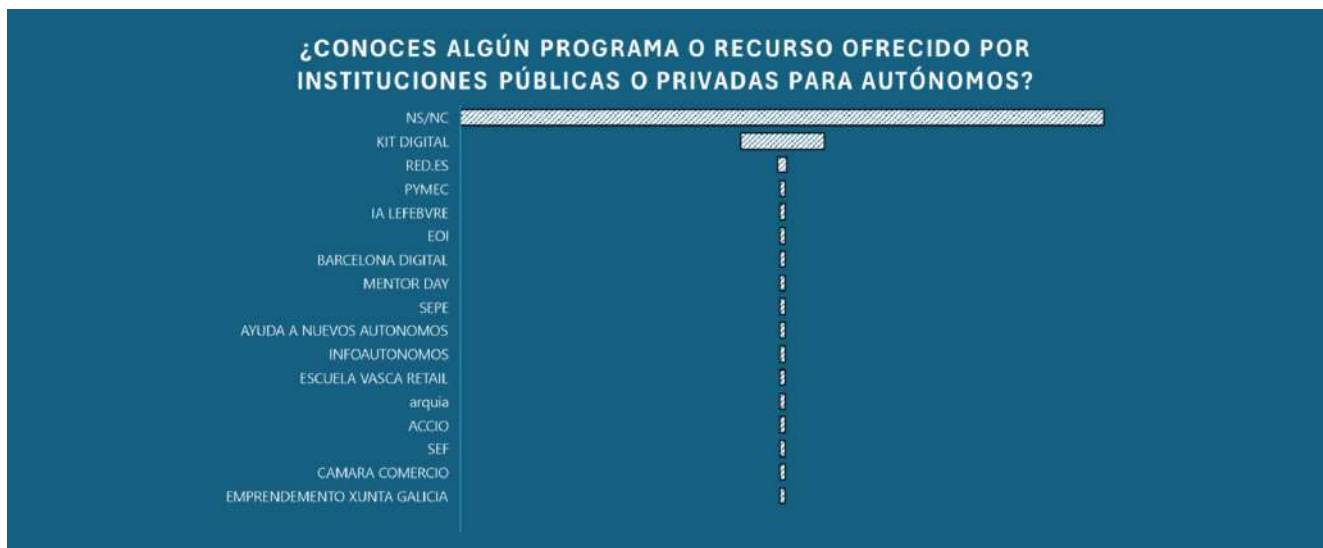
La mayoría de los autónomos encuestados no ha recibido formación en el ámbito de la digitalización vinculada a la internacionalización de sus negocios. Un 59% de los encuestados señala que nunca ha accedido a cursos o programas de capacitación en digitalización o internacionalización. La formación técnica es la más demandada por los autónomos, con un 45% de los encuestados destacándola como la más útil para digitalizar e internacionalizar su negocio.

Además de la formación técnica, la financiación es una preocupación clave para los autónomos, con un 27% de los encuestados señalando que las subvenciones y el acceso a financiación son esenciales. Otro aspecto fundamental identificado en la encuesta es la necesidad de asesoramiento legal, mencionada por un 24% de los autónomos.



La gran mayoría de los autónomos encuestados desconoce la existencia de programas específicos de apoyo. Un 79.88% de los encuestados respondió "NS/NC" (No Sabe/No Contesta), lo que indica que no tienen conocimiento sobre los recursos disponibles. Este dato revela una falta de comunicación efectiva por parte de las entidades responsables de estos programas, lo que impide que los autónomos aprovechen oportunidades de financiamiento, formación y digitalización. La falta de acceso a esta información puede estar afectando la competitividad y el crecimiento de muchos negocios.

Entre los programas disponibles, el "Kit Digital" es el más conocido, mencionado por un 10.37% de los encuestados. Este programa de subvenciones en España tiene como objetivo fomentar la digitalización de pequeñas empresas y autónomos, ofreciendo ayudas económicas para la adopción de soluciones tecnológicas. Sin embargo, a pesar de ser el programa con mayor reconocimiento, su alcance sigue siendo limitado considerando la cantidad total de autónomos en el país. Otros programas tienen un reconocimiento marginal.



Una parte significativa de los encuestados no identifica oportunidades específicas derivadas de la digitalización. Un 26.22% respondió "NS/NC", lo que indica que desconocen o no tienen una percepción clara de los beneficios que la digitalización podría aportar a su negocio. Este dato sugiere que aún existe una brecha de información que impide a muchos autónomos comprender cómo la transformación digital puede mejorar su competitividad, eficiencia y alcance.

Entre los beneficios más destacados, los encuestados mencionan el crecimiento y la optimización de procesos como las principales oportunidades de la digitalización. Un 15.85% considera que la digitalización puede ayudar a expandir su negocio, ya sea a través del aumento de clientes, nuevas oportunidades de mercado o una mayor eficiencia en la gestión. Asimismo, un 12.80% destaca la agilización de procesos, lo que refleja la importancia de la automatización y la eficiencia operativa en el día a día de los autónomos.

Otro aspecto clave identificado es la presencia online y el acceso a nuevos mercados. Un 9.76% de los encuestados considera que la digitalización mejora su visibilidad en línea, lo que les permite atraer más clientes y fortalecer su marca en el entorno digital. Además, un 6.71% señala que la digitalización les facilita el acceso a nuevos mercados, reforzando la idea de que las herramientas digitales pueden facilitar la expansión más allá de su entorno local y permitir la internacionalización de sus productos o servicios.

Otras ventajas mencionadas incluyen la automatización, la reducción de costes y la ganancia de visibilidad. Un 6.10% destaca la automatización como una herramienta clave para mejorar la productividad y reducir la carga de trabajo manual. Un 4.27% menciona la reducción de costes, lo que indica que la digitalización también puede ayudar a minimizar gastos operativos al optimizar recursos y procesos. Finalmente, otro 4.27% señala la ganancia de visibilidad como un aspecto crucial para captar más clientes y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.



Las ayudas públicas son la principal demanda de los autónomos. Un 23.17% de los encuestados considera que los apoyos financieros y subvenciones son fundamentales para facilitar la digitalización.

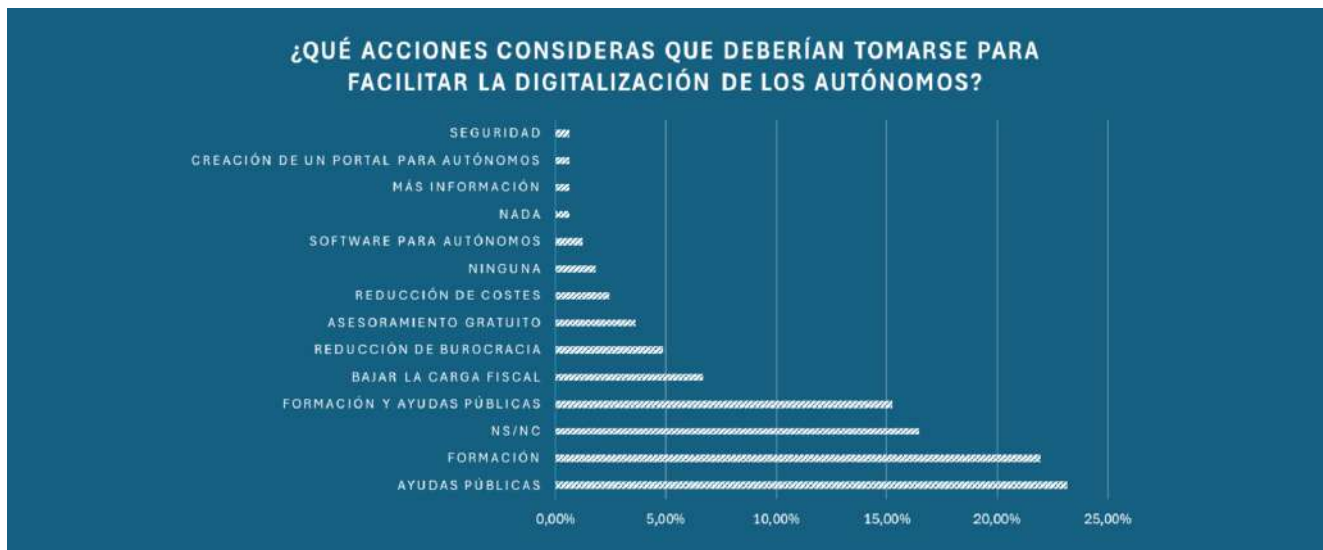
Otro factor clave es la necesidad de formación, mencionada por un 21.95% de los encuestados.

Por otro lado, existe un porcentaje significativo de autónomos que no tiene una respuesta clara sobre las medidas necesarias. Un 16.46% respondió "NS/NC", lo que sugiere que algunos no están seguros sobre qué acciones serían más efectivas para facilitar la digitalización. Además, un 15.24% cree que la combinación de formación y ayudas públicas sería la solución más adecuada. Este dato destaca que no basta solo con ofrecer subvenciones, sino que es necesario complementarlas con capacitación práctica para que los autónomos puedan aplicar la digitalización de manera efectiva en sus negocios.

Otras medidas importantes mencionadas incluyen la reducción de impuestos y burocracia. Un 6.71% de los encuestados considera que bajar la carga fiscal ayudaría a los autónomos a invertir más en digitalización, lo que sugiere que los costes asociados a la actividad económica pueden estar limitando la inversión en nuevas tecnologías.

Asimismo, un 4.88% menciona que la reducción de la burocracia es clave, lo que indica que los procesos administrativos y la complejidad de trámites pueden estar frenando la digitalización en el sector autónomo. Entre las medidas menos prioritarias, pero aún relevantes, un 3.66% menciona la necesidad de asesoramiento gratuito, lo que indica que muchos autónomos podrían beneficiarse de orientación sobre herramientas digitales y estrategias de implementación. La reducción de costes tecnológicos (2.44%) y el acceso a software especializado (1.22%) también son mencionados como factores importantes.

Además, se sugieren otras iniciativas como mayor difusión de información, la creación de un portal exclusivo para autónomos y medidas para mejorar la seguridad digital.



Existe una alta demanda de formación y apoyo, ya que un 75% de los encuestados expresa interés en participar en este tipo de iniciativas. La mayoría de los autónomos reconoce la importancia de adquirir conocimientos y herramientas que les ayuden a mejorar su digitalización y a expandirse a mercados internacionales.

La digitalización se ha convertido en un factor clave para la competitividad, y la disposición de los autónomos a formarse y recibir apoyo sugiere que están abiertos a adoptar nuevas tecnologías y estrategias para mejorar su negocio. Por otro lado, casi 1 de cada 4 autónomos no considera necesario recibir formación o apoyo en digitalización e internacionalización.



PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Los datos revelan que la digitalización es un factor clave para la mayoría de los autónomos en España para mejorar la eficiencia y competitividad de sus negocios. Sin embargo, existen barreras significativas que limitan su adopción, siendo la falta de tiempo (62%) y los costes elevados (50%) los principales obstáculos.

A pesar de que el 75% de los autónomos utiliza herramientas digitales para la gestión de su negocio, su aplicación se centra en la facturación y ventas, mientras que la adopción de estrategias de marketing digital sigue siendo baja (4%).

Además, aunque la mayoría cuenta con presencia online a través de una página web (59.15%) o redes sociales (59.15%), todavía hay un 40% que no ha integrado estos canales en su estrategia comercial, lo que representa una oportunidad para mejorar su visibilidad y captar más clientes.

En cuanto a la internacionalización, los datos reflejan que la mayoría de los autónomos aún no ha explorado mercados extranjeros, ya que el 70.7% no vende fuera de España.

Entre las principales dificultades se encuentran el desconocimiento del mercado (43%), la complejidad legal (39%) y los costes financieros y logísticos (27% y 26%, respectivamente).

A pesar de estas barreras, aquellos que han incursionado en la internacionalización han encontrado en Europa su principal destino (52%), seguido por Estados Unidos (28%).

La falta de formación en digitalización e internacionalización también es un reto, ya que el 59% de los encuestados no ha recibido capacitación en estas áreas, lo que limita su capacidad para aprovechar las oportunidades que ofrece la digitalización.

Además, la gran mayoría desconoce los programas de apoyo disponibles (79.88%), lo que sugiere la necesidad de una mayor difusión de recursos y herramientas que faciliten la transformación digital y la expansión global de los autónomos.

6.

CONCLUSIONES

Los principales obstáculos para la digitalización de los autónomos en España son la falta de tiempo, el coste de las herramientas digitales y la falta de formación en competencias tecnológicas.

Aunque la mayoría reconoce la importancia de la digitalización, persisten brechas significativas en el acceso a tecnología y en la adopción de herramientas digitales avanzadas. Además, existe un gran desconocimiento sobre programas de apoyo como el Kit Digital, lo que sugiere la necesidad de mayor difusión y acceso a estos recursos.

1. Barreras en la adaptación digital:

Las principales barreras para la digitalización de los autónomos en España son la falta de tiempo (62%), el alto coste de las herramientas digitales (50%) y la falta de formación en competencias digitales (33%). Además, existe una brecha generacional en la adopción de nuevas tecnologías, con una mayor resistencia entre los trabajadores mayores de 55 años.

2. Infraestructura y acceso a tecnología:

Si bien el 89,2% de los autónomos reconoce la importancia de Internet para su negocio, solo el 58,4% cuenta con una página web y, de estos, el 59% no la utiliza para vender productos o servicios. La falta de inversión en infraestructura digital sigue siendo un obstáculo significativo.

3. Falta de formación y apoyo institucional:

Un 59% de los autónomos nunca ha recibido formación en digitalización o internacionalización. Además, el 79,88% desconoce la existencia de programas de apoyo como el Kit Digital, lo que indica una brecha en la comunicación de recursos disponibles.

4. Herramientas digitales clave para la competitividad:

La facturación electrónica ha crecido un 8% respecto al año anterior, alcanzando un 59,8% de adopción. Sin embargo, herramientas avanzadas como CRM (26,6%) y software de automatización son utilizadas por una minoría, lo que limita la optimización de procesos y la eficiencia operativa.

5. Internacionalización limitada:

Solo el 29,3% de los autónomos vende fuera de España, con Europa como principal destino (52%) y Estados Unidos en segundo lugar (28%). El 70,7% no ha explorado mercados internacionales debido a la falta de conocimiento, los altos costes y la complejidad legal.

6. Plataformas digitales y Marketplaces:

A pesar de su potencial para facilitar la internacionalización, el 87% de los autónomos nunca han utilizado Marketplaces como Amazon, eBay o Alibaba. Entre quienes sí lo han hecho, Amazon es la plataforma más popular (31%).

7. Impacto de la carga fiscal y burocracia:

La percepción de los autónomos sobre la carga fiscal en España es elevada (8,5/10), lo que dificulta la inversión en digitalización. Además, la burocracia y los trámites administrativos son una barrera adicional para la adopción de tecnología.

8. Falta de estrategias de marketing digital:

Solo el 4% de los autónomos utiliza herramientas de marketing digital, lo que indica un área de mejora clave para aumentar la visibilidad y la captación de clientes internacionales.

9. Desconocimiento sobre la digitalización y sus beneficios:

Un 26,22% de los encuestados no identifica oportunidades claras derivadas de la digitalización, lo que refleja la necesidad de mayor sensibilización y asesoramiento.

10. Necesidad de incentivos y políticas de apoyo:

Los autónomos demandan mayor acceso a ayudas públicas (23,17%) y formación especializada (21,95%) para facilitar la digitalización y la internacionalización. Además, proponen la reducción de impuestos y burocracia como medidas clave para fomentar el crecimiento digital del sector



7.

RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS

A nivel de oportunidades, la digitalización ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia operativa y reducir costes, aunque para ello es fundamental el acceso a formación y asesoramiento.

La digitalización permite a los autónomos competir en mercados internacionales a través de herramientas como la facturación electrónica, el marketing digital y los Marketplaces. Sin embargo, el estudio muestra que la adopción de estas herramientas aún es limitada. Mientras que la facturación electrónica ha experimentado un crecimiento, la presencia en Marketplaces sigue siendo baja, lo que limita las oportunidades de expansión. Además, el uso de CRM y software de automatización sigue siendo minoritario, lo que impide una gestión eficiente de clientes internacionales.

Es necesario fomentar el uso de herramientas digitales específicas que permitan a los autónomos optimizar procesos y acceder a mercados globales con mayor facilidad. Para que la digitalización impulse la internacionalización del trabajo autónomo, **es esencial sensibilizar a los profesionales sobre la importancia de adoptar tecnologías digitales.**

Actualmente, solo el 29,3% de los autónomos vende fuera de España, y el desconocimiento del mercado, la carga fiscal y la falta de formación representan barreras significativas.

Se recomienda la implementación de estrategias de formación, incentivos fiscales y una mayor promoción de programas de apoyo.

Además, los autónomos deben aprovechar plataformas digitales y Marketplaces para ampliar su alcance, reducir costes operativos y mejorar su posicionamiento global.

Las políticas públicas deben enfocarse en reducir la burocracia y facilitar la transición digital del sector autónomo para garantizar su competitividad en un mercado globalizado.

