

# ANÁLISIS DEL GRADO DE MADUREZ DIGITAL DEL COLECTIVO DE PERSONAS AUTÓNOMAS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, EMPLEO  
Y PROMOCIÓN ECONÓMICA





## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
EL TRABAJO AUTÓNOMO EN ASTURIAS .....	7
CONTEXTUALIZACIÓN .....	10
APROXIMACIÓN AL CONTEXTO TECNOLÓGICO DE LOS AUTÓNOMOS EN ASTURIAS .....	16
OBJETIVOS.....	23
ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES .....	30
POSICIONAMIENTO EN INTERNET .....	35
USO DE REDES SOCIALES .....	38
MARKETING DIGITAL.....	41
E-COMMERCE.....	44
DIGITALIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y FISCAL DEL NEGOCIO .....	47
TENDENCIAS DIGITALES Y PROFESIONES EMERGENTES .....	50
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	56
RECOMENDACIONES .....	67
PROPUESTAS DE MEJORA Y RETOS.....	76

*En todos 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.

## INTRODUCCIÓN



## INTRODUCCIÓN

Los autónomos y autónomas asturianas, independientemente de su sector, no permanecen ajenos a los cambios vertiginosos, exponenciales y continuos que se producen en la época actual. Cambios que impactan fuertemente tanto en las economías domésticas, como en las estructuras macroeconómicas sin dejar de lado a los pequeños negocios y actividades económicas lideradas por personas físicas en el Régimen de Autónomos u organizados en micropymes.

El abanico de sectores de quienes desarrollan su actividad por cuenta propia es muy variado, con situaciones y especialidades diferenciadas que han ido aumentando a lo largo de las últimas décadas. Esta diversidad ocasiona que las necesidades, y las respuestas para combatirlas, tiendan hacia una mayor especialización.

Existen sectores más tradicionales con una importante dosis de presencialidad y relación directa con los clientes; algunos de ellos requieren de un alto grado de especialidad técnica y profesional, otros precisan de altas inversiones en equipamientos, y otros presentan estructuras de gestión más ágiles y adaptables a la situación del mercado de cada momento.

Sin embargo, en el momento actual, todos y cada uno de ellos depende necesariamente de la tecnología en su día a día. La digitalización ya no es una opción, sino que se configura como un elemento imprescindible en los entornos productivos actuales. Un elemento presente independientemente del sector del que se trate, del tamaño del negocio, del volumen de actividad y de la facturación.

La digitalización condiciona nuestra vida cotidiana. La relación con nuestros familiares, la dependencia de las redes sociales, el manejo de los Smartphone para la realización de actividades cotidianas (pagos, correos electrónicos, sistemas de mensajería instantánea, acceso a la cultura, geolocalización,...).

La digitalización también está produciendo transformación y cambio en el modelo productivo de las PYMES y grandes corporaciones.



Las cadenas de valor de las empresas han incorporado el factor digital en cada uno de sus componentes de una manera generalizada. La relación con la plantilla, el conocimiento del mercado y de los clientes, el seguimiento de la competencia, la automatización de los procesos productivos y de gestión, la publicidad, el trato con los proveedores, la obligatoria relación digital con las administraciones y un largo etcétera de cuestiones se realizan con soporte digital en el mundo empresarial.

Tanto las relaciones personales como las relaciones empresariales se han digitalizado. El modelo de vida es radicalmente distinto a la realidad de hace poco más de una década. El cambio es constante, vertiginoso y se produce sin darnos tiempo de reacción. Sin embargo, este cambio no ha sido gradual ni homogéneo para todos los actores sociales, produciéndose diferencias en el acceso a los nuevos recursos existentes y fuertes resistencias al cambio, lo que puede producir efectos negativos en un futuro próximo.

Muchas de las personas integrantes en el régimen de autónomos, están realizando su actividad sin contratar personal y conforman un colectivo especialmente vulnerable al proceso de digitalización. Por un lado, por el tamaño de su negocio; y por otro, la falta de profesionalización y tecnificación de su gestión, más allá de sus propios conocimientos y habilidades, más orientadas a la satisfacción de las necesidades de los clientes que a la mejora y adaptación de su negocio a la nueva realidad digital.

El propio *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia* recoge en su eje segundo *la necesidad de acelerar una transición digital humanista en España*, a través de una agenda que no puede olvidar poner a las personas en el foco de las políticas públicas. La política palanca 5, “modernización y digitalización del ecosistema empresarial”, no puede olvidar que en el caso del colectivo del trabajo autónomo, la condición de persona y empresa coinciden.

Este Plan de Recuperación, impulsado por el Gobierno de España, requiere necesariamente de una fuerte coordinación entre las diferentes administraciones para la creación de un efecto cascada que permita la permeabilidad de los fondos en el territorio y en la diversidad de actores implicados. Este Plan plantea un modelo de gobernanza para articular las acciones con las Comunidades Autónomas y los



gobiernos locales, en sus respectivas competencias, que contempla un amplio proceso de consultas y participación de los agentes económicos y sociales.

La visión global que desde **UPTA** se ofrece en la elaboración de este informe, aporta el conocimiento que la organización adquiere y despliega en todo el territorio nacional en su conjunto. Sabemos que el modelo de trabajo autónomo pasa por una transformación de las actividades económicas, y este estudio plantea conocer cuál es la realidad de las personas autónomas en relación a sus conocimientos y capacidades para afrontar el reto de la digitalización, y lo es más importante, en que punto de conocimiento llevado a la práctica se encuentran.

Conocer qué sectores se descubren en una situación de mayor alineación con la realidad existente, que perfiles ha comenzado el proceso, a la vez que se detectan todas las áreas de mejora en las que existe margen para la involucración del colectivo, su empoderamiento digital y el acceso a herramientas y recursos para una digitalización efectiva.

En definitiva, las personas trabajadoras autónomas, y la sociedad en general, han adoptado de forma vertiginosa las nuevas tecnologías, herramientas que han incorporado a sus negocios de forma natural, transformando profundamente la forma de intervenir en todos los procesos de la misma.

Aun así, es importante diferenciar entre la adopción y la adaptación a la realidad de este tipo de herramientas, y la digitalización del proyecto empresarial, es decir, del aprovechamiento del potencial de las tecnologías que en ocasiones lleva también aparejado un cambio en el modelo de negocio.

Para ello, en **UPTA Asturias** apostamos por la reactivación económica de los profesionales autónomos/as mediante el establecimiento de medidas que tratan de mantener el tejido productivo, gravemente afectado por la crisis económica y constituido fundamentalmente por el trabajo autónomo y las microempresas



# EL TRABAJO AUTÓNOMO EN ASTURIAS

## EL TRABAJO AUTÓNOMO EN ASTURIAS

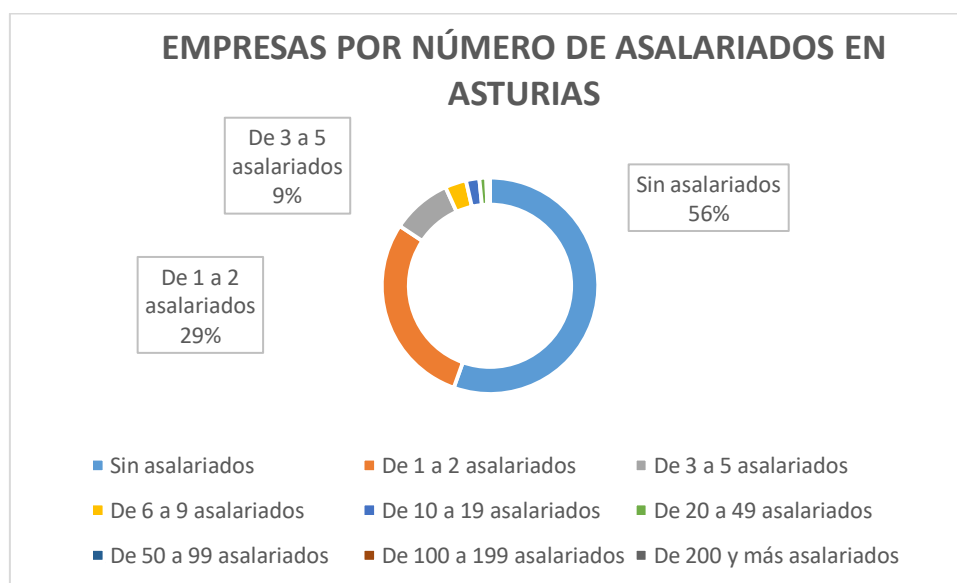
**A**sturias, según los últimos datos consolidados y publicados en INE y SADEI provenientes del Directorio Central de Empresas (DIRCE) tenía un total de 67.573 empresas en enero del año 2021.

El 56% de estas estructuras que realizan actividad económica lo hacen sin asalariados.

TOTAL	Sin trab.	De 1 a 2 trab.	De 3 a 5 trab.	De 6 a 9 trab.	De 10 a 19 trab.	De 20 a 49 trab.	Más de 50 trab.
<b>67.573</b>	55,43%	28,89%	8,93%	3,17%	2,00%	1,04%	0,54%
<b>67.573</b>	3.7457	19.519	6.036	2.143	1.350	700	368

FUENTE: INE, SADEI

Se trata de personas físicas que realizan actividades económicas y profesionales en solitario enmarcadas en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Además, si tenemos en cuenta aquellos negocios que pueden considerarse micropymes por tener menos de cinco personas en plantilla, un 93% de las empresas asturianas lo son. 19.519 empresas no supera los dos trabajadores y 6.036 se sitúan entre tres y cinco empleados. Solamente 368 empresas asturianas superan los cincuenta trabajadores por cuenta ajena.



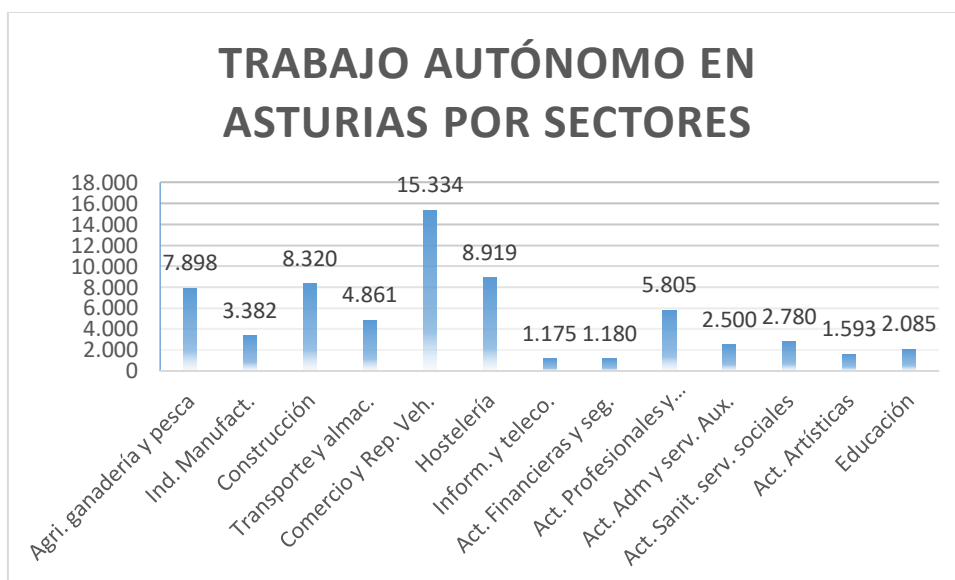
FUENTE: INE, SADEI





El trabajo autónomo en Asturias está capitaneado por el sector de Comercio y Reparación de Vehículos, que supone el 21,46% del total de los 71.444 autónomos dados de alta en el RETA a septiembre de 2022.

Los otros tres sectores importantes, aunque situados a cierta distancia son la hostelería (12,48%), la construcción (11,64%) y la agricultura y ganadería (11,05%). Es importante apuntar también las 5.805 empresas que por cuenta propia ejercen actividades profesionales (8,12%) o las 4.861 empresas (6,80%) que se dedican al transporte y almacenamiento.



FUENTE: Informe mensual del trabajo autónomo septiembre de 2022. Dg. Comercio, Emprendedores y Economía Social



# 3.

## CONTEXTUALIZACIÓN



## CONTEXTUALIZACIÓN

**A**sturias es una comunidad autónoma marcada por varios factores que la singularizan con respecto al resto de España, lo que ha ido configurando un ecosistema económico y social con ciertas particularidades que ofrecen retos y oportunidades diferenciados para el emprendimiento y el desarrollo empresarial. Algunas de estas características tienen que ver con la realidad geopolítica asturiana. Un territorio limítrofe, que presenta aún importantes áreas de mejora en las infraestructuras de un país periférico en la Unión Europea como es España.

Este Principado es, pese a su relativo pequeño tamaño, una comunidad autónoma con un sector industrial fuerte, sede de importantes empresas ligadas a la siderurgia, la minería o la producción energética y que, irremediablemente, ejercen una importante fuerza tractora que impacta de lleno en toda la economía, más allá del mero sector secundario. Sin embargo el sector industrial asturiano, pese a su importancia, ha presentado en las últimas décadas numerosos vaivenes como consecuencia de consecutivos procesos de reindustrialización, el más reciente la descarbonización de nuestra economía.

Esta realidad económica asturiana focalizada en el mundo industrial, no puede ser ajena a los condicionantes demográficos asturianos. Las personas inciden en la realidad económica de un país, aunque en demasiadas ocasiones los análisis macro de la realidad parece que hacen una elipsis al respecto.

Asturias es un territorio con una diversa densidad de población. La llamada área metropolitana asturiana presenta una concentración de población, servicios y empresas que la coloca en uno de los polos socioeconómicos del país más importantes, con más de 800.000 habitantes, capaces de generar sinergias económicas y creación de riqueza.

En los extremos, tanto a oriente como sobre todo a occidente, la población se dispersa y se encuentra más diseminada. Son áreas con pérdida y envejecimiento de población constantes que ofrecen dificultades para el mantenimiento y el establecimiento de empresas y negocios.



Asimismo, y de manera común en todo el territorio, la población asturiana presenta los ratios de envejecimiento más altos de España.

Asturias no es, de ninguna de las maneras un oasis ajeno a los inexorables cambios mundiales, ni su singularidad es tal que no se halle enmarcada de lleno en las coordenadas políticas, económicas y sociales que imperan en un mundo globalizado como el actual. La globalización, la interconexión transfronteriza y los procesos transformadores radicales que están teniendo lugar en la época actual impactan de lleno en Asturias y su tejido productivo.

La COVID 19 y sus secuelas fueron prueba evidente de esta relación irrompible. En marzo de 2020 la pandemia y sus terribles consecuencias impactaron de lleno en Asturias, afectando a toda la población, independientemente de su edad, su estatus social o laboral, su lugar de residencia o su capacidad económica.

Sus efectos sanitarios y económicos aún continúan presentes y afectan al tejido productivo español, especialmente a los autónomos, profesionales y micropymes. El *IV Estudio sobre el Estado de Digitalización de las Empresas y Administraciones Públicas* realizado por el Observatorio de Vodafone en la Empresa de 2020 establece que profesionales y las pequeñas empresas han sufrido más impactos negativos que las empresas de mayor tamaño. Un 54% han reducido su actividad y un 14% de ellas han cerrado. Las que permanecen abiertas presentan un 49% de reducción en pérdida de actividad.

Tras la COVID y la crisis sanitaria subsiguiente, los cambios en el tejido productivo asturiano y en la forma de consumo y trabajo de los y las asturianas han sido numerosos y han venido para quedarse.

El cuidado, sobre todo para las personas mayores, las limitaciones de movimiento y las prudencias con los contactos, el teletrabajo, el conocimiento y puesta en marcha de manera generalizada de una tecnología digital, antes simplemente esbozada, ha producido cambios estructurales que nos afectan a todos y a todas.

La digitalización de los procesos productivos y de las relaciones humanas ya no puede ser tildada de nueva tecnología, ni puede circunscribirse solo a ámbitos y colectivos muy concretos.



La digitalización está a pie de calle, provocando infinidad de impactos positivos y abriendo nuevas oportunidades, a la vez que también genera brechas de conocimiento y barreras que pueden terminar expulsando a quienes no están lo suficientemente preparados para afrontar esta nueva realidad.

A esto hay que unir las graves consecuencias globales de la invasión rusa de Ucrania, que ha producido una escalada de precios de la energía de forma incontrolada.

El encarecimiento de los precios y una inflación superior al 10% afecta a las empresas, independientemente de su tamaño y/o sector, y las medidas del gobierno para promocionar el ahorro energético y tener más autonomía en la conformación de los precios de la energía afecta de manera muy especial a muchos negocios, especialmente a micropymes y empresas.

Las personas autónomas que trabajan de manera individual por cuenta propia o que lideran pymes y/o micropymes no permanecen ajenas a esta situación de incertidumbre máxima, donde factores externos a sus negocios inciden de manera directa en ellos.

El riesgo es impredecible, los acontecimientos se producen a velocidades vertiginosas, y los negocios tienen que ser capaces de adaptarse a los cambios actuales.

La digitalización favorece estos cambios y ofrece una amplia diversidad de respuestas que redundan en la capacidad de los negocios para afrontarlo.

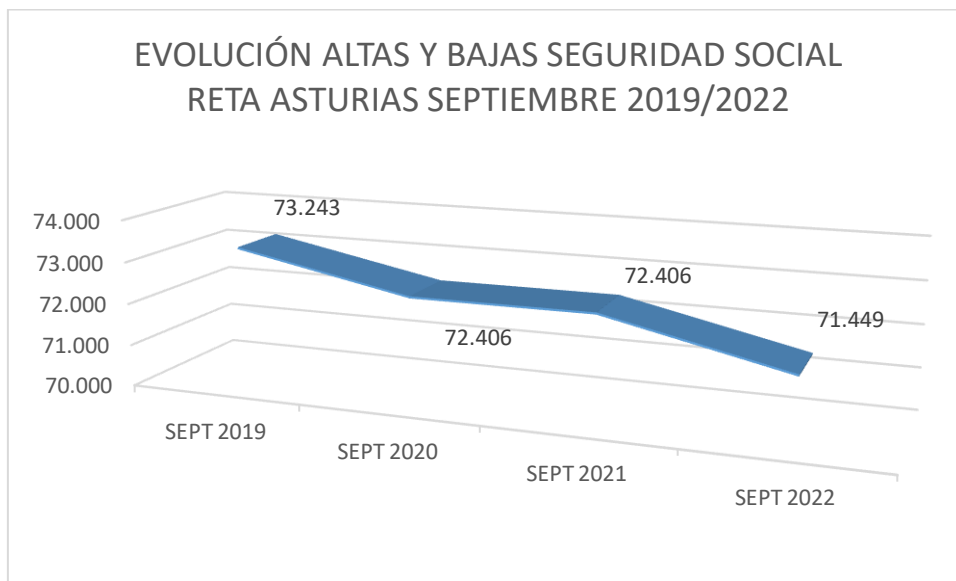
La Agenda 2030, que busca un desarrollo sostenible, es la herramienta global de la que gobiernos, instituciones y mundo empresarial se han dotado para ser capaces de hacer frente a estos retos de una manera que no comprometa la capacidad futura de seguir creando riqueza, y que ésta se genere de tal forma que nadie se quede atrás.

En este sentido la digitalización puede ser una aliada al ser facilitadora de la apertura de nuevos mercados, el ahorro en costes, el acceso a información y la promoción de la innovación.

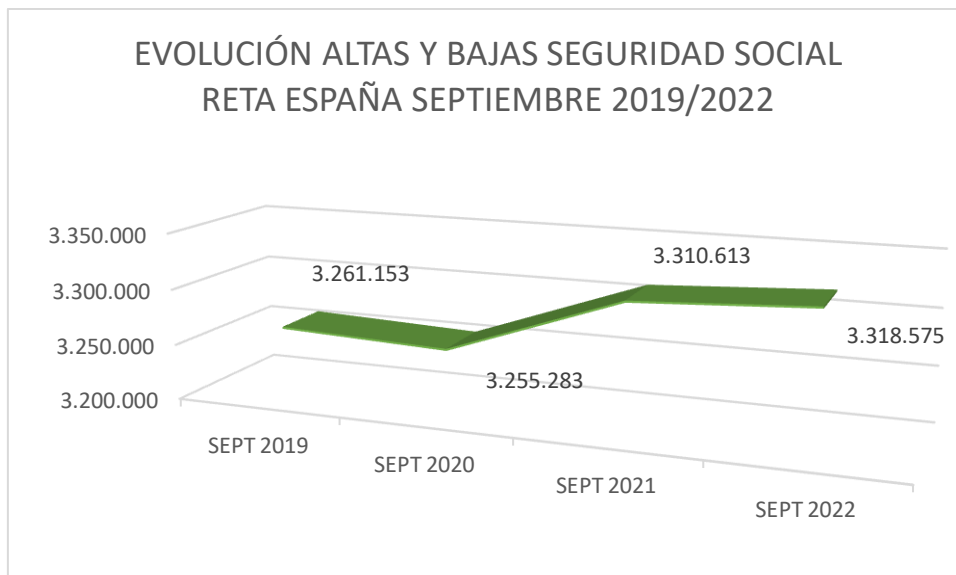
En Asturias, comparando los meses de septiembre desde el año 2019 al 2022 se han perdido 1.794 personas en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, lo que supone un descenso en términos absolutos del 2,45% de las personas que trabajaban por cuenta propia.



Tendencia contraria a lo que está ocurriendo en el resto del país donde se ha producido un incremento del 1,76% de autónomos con respecto a las cifras anteriores a la pandemia, pasando de 3,26 millones de personas en el colectivo a 3,31.



FUENTE: Elaboración Propia a partir de informes mensuales del trabajo autónomo septiembre de 2019/2022. Dg. Comercio, Emprendedores y Economía Social



FUENTE: Elaboración Propia a partir de informes mensuales del trabajo autónomo septiembre de 2019/2022. Dg. Comercio, Emprendedores y Economía Social



Esta es la realidad económica que presentan nuestras PYMES, y ante ello, las Administraciones Públicas han desplegado una serie de medidas y actuaciones que pretenden paliar esta situación, como lo son el *Plan de Digitalización para PYMES 2021-2025*, el Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia o el Plan de Transformación del Comercio Asturiano (DICA).

Para las PYMES y Autónomos el impacto ha sido particularmente severo por sus niveles más altos de vulnerabilidad y más bajos de resiliencia relacionados con su tamaño.

El Plan de Digitalización para PYMES (2021-2025) del Gobierno de España resalta que se requieren que los procesos de digitalización en las organizaciones se adapten a sus circunstancias concretas, partiendo necesariamente de una estrategia que tenga en cuenta el nivel de madurez de partida y el objetivo, que identifique las prioridades de actuaciones, las inversiones necesarias y la financiación.

Este estudio pretende ser la hoja de ruta de una respuesta específica para acompañar a las personas autónomas asturianas, más allá del sector comercio, para poder enfrentarse a la realidad actual en la que las amenazas se hacen más globales y éstas no deben confundirse con las oportunidades.

El impacto económico de la pandemia ha acelerado el cambio tecnológico, haciendo todavía más imprescindible la adaptación de las empresas a los nuevos modelos de negocio, a las nuevas demandas de sostenibilidad ambiental, a los canales de distribución y formas de trabajo mediante herramientas digitales, al trabajo a distancia, al comercio electrónico y al marketing digital.



# 4.

## APROXIMACIÓN AL CONTEXTO TECNOLÓGICO DE LOS AUTÓNOMOS EN ASTURIAS





# APROXIMACIÓN AL CONTEXTO TECNOLÓGICO DE LOS AUTÓNOMOS EN ASTURIAS

La diferencia existente en el posicionamiento y recursos frente al fenómeno de la digitalización entre las empresas de más de 10 trabajadores/as o de menos de 10 trabajadores/as es evidente. Se observa una clara brecha digital ligada al tamaño de los negocios que influye tanto en los impactos producidos por el cambio en toda la cadena de valor de las micropymes y autónomos, como en la posición de debilidad y desventaja en la que se encuentran para poder sacar provecho de todas las oportunidades de innovación y crecimiento económico que ofrece un entorno digital.

Todas las PYMES y empresas españolas y asturianas tienen equipos informáticos y acceso a internet. Mientras tanto, se observa que existe en Asturias un 20% de autónomos y empresas menores de 10 trabajadores, ni siquiera tienen ordenador en su negocio para poder realizar algún tipo de gestión digital en su día a día con esta herramienta básica.

## **Un 22% de los negocios asturianos no están conectados a la red.**

Todavía es muy escaso en nuestro país, contratar, ya sea interna o externamente, especialistas que apoyen a las empresas y pequeños negocios en su digitalización. Solo el 17% de las empresas españolas con plantilla **superior a diez personas** incorporan estos **expertos en su gestión**, un **13% cuando se trata de Asturias**. Este ratio se desploma en las empresas objeto de este estudio, descendiendo a un 1,24 y 2,10% para las que tienen menos de una decena de plantilla.

España, y Asturias no es diferente, aún no reconocen suficientemente la necesidad de contar con servicios especializados en la gestión de la digitalización en los negocios.

Muchas de las acciones que autónomos y micropymes realizan digitalmente se desarrollan por personas no especializadas, gestionadas en muchas ocasiones por los propios autónomos de manera individual, no obteniendo los resultados debidos y



dilapidando en muchas ocasiones recursos humanos y económicos para no lograr la eficiencia debida.

Menos de 10	ORDENADORES	ESPECIALISTAS EN TIC	CONEXION A INTERNET	BANDA ANCHA MÓVIL	WEBSITE CONTENIDO	REDES SOCIALES	SEGURIDAD TIC
ESPAÑA	86,04	1,24	82,13	82,75	31,83	36,12	55,33
ASTURIAS	80,32	2,10	77,65	83,51	27,80	32,46	53,90

FUENTE: INE

La Encuesta de Uso TIC de las Empresas Españolas del Instituto Nacional de Estadística durante el primer trimestre de 2022, sitúa a las empresas y profesionales de Asturias ligeramente por debajo de la media nacional en lo que se refiere a la relación de los negocios asturianos con la digitalización.

Más de 10	ORDENADORES	ESPECIALISTAS EN TIC	CONEXION A INTERNET	BANDA ANCHA MÓVIL	WEBSITE CONTENIDO	REDES SOCIALES	SEGURIDAD TIC
ESPAÑA	99,20	17,2	98,34	89,57	58,6	89,07	89,30
ASTURIAS	100	13,56	99,57	88,92	51,16	88,31	92,20

FUENTE: INE

Un 80% de los pequeños negocios asturianos cuentan con ordenador, un 77% tiene conexión a internet que se eleva a un 83% en el acceso a la red a través del móvil en banda ancha.

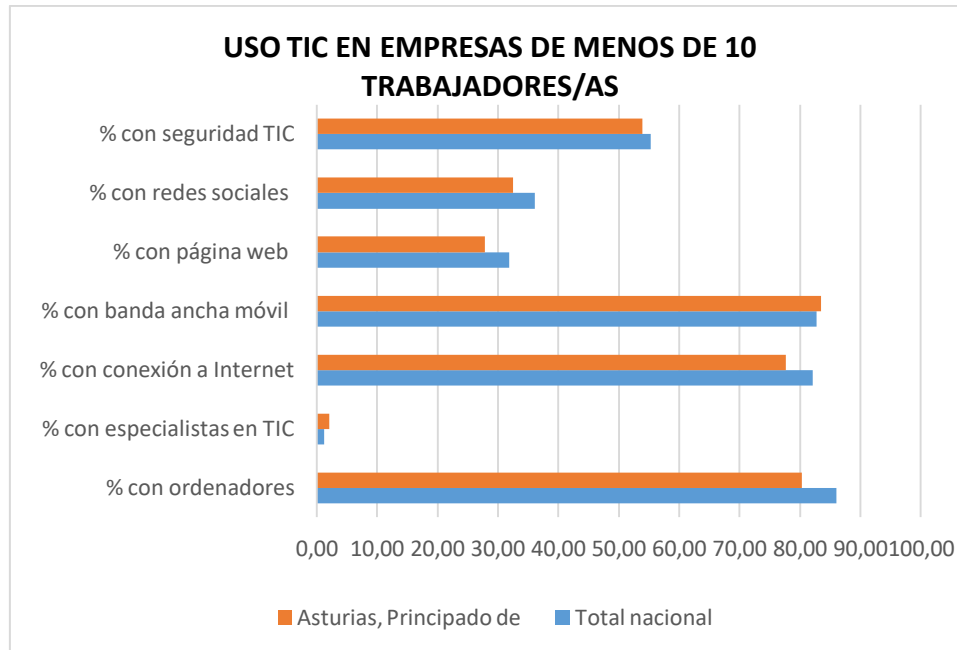
La amplia mayoría de los autónomos asturianos tiene capacidad y recursos para acceder a la web, sin embargo el uso de ella para obtener rendimiento productivo en sus negocios no agota las posibilidades que estas infraestructuras les permiten.

**Tan solo el 27,8% de los negocios asturianos tiene página web**, cuatro puntos por debajo de la ya de por sí escasa cifra nacional.

La presencia en redes sociales se amplía mínimamente, pero solo un 32,46% de los negocios encuestados usan redes sociales.

Asimismo preocupa la vulnerabilidad frente a los riesgos de seguridad en internet, porque **solo el 53,9% declaran tener mecanismos de protección** frente a los cyber ataques.

Sin embargo, la media asturiana en conexión a banda ancha se sitúa en el 83,51%, casi un punto por encima de la española.



FUENTE: INE

Esta realidad refleja la fotografía de nuestro país en el **Índice de la Economía y la Sociedad Digital (DESI)** que monitoriza la evolución en materia de digitalización de los países europeos.

España, y por ende Asturias que no se diferencia sustancialmente de la media, se sitúan en una buena posición en cuanto a digitalización, en el séptimo puesto a nivel europeo.

Destacan nuestras infraestructuras para la conectividad, sin embargo, tal como se ha visto, estamos en una situación más desfavorable en cuanto a personas especializadas en la materia. Esto se agrava aun más en las micropymes y autónomos, que no agotan las posibilidades de conexión existentes y no identifican como una necesidad la incorporación de talento especializado en la gestión digital de su actividad en cualquier de los aspectos que puedan incluirse.



Aporta el DESI 2022 que nuestro país es *uno de los líderes de la UE en cuanto a conectividad y ocupa el puesto número 3 por segundo año consecutivo*, mientras que en capital humano nos situamos por debajo de la media de la UE en lo que respecta a especialistas, que es del 4,1 % en comparación con la media de la UE del 4,5 %.

Apunta el estudio que **la escasez de expertos digitales avanzados dificulta las perspectivas de crecimiento del país y limita la productividad**, sobre todo para las pequeñas y medianas empresas (pymes) y las microempresas. No olvidemos que en Asturias los autónomos representan el 56% de las empresas asturianas.

Certifica el DESI que en cuanto a conectividad digital nuestro país es uno de los que **mejores conexiones obtiene**. Sin embargo, observamos que existen 22 puntos de diferencia en el acceso a Internet entre las empresas de más y de menos de 10 personas trabajadoras en Asturias. Sin duda, la ruralidad y las diferencias existentes entre el centro de Asturias y las alas del principado podría ser la explicación de esta realidad.

La media de trabajadores por cuenta propia, con respecto al total de las personas afiliadas a la seguridad social en Asturias, es del 19,32%, si bien tan solo siete municipios asturianos se encuentran por debajo de esta magnitud. La amplia mayoría de municipios presenta índices muy altos de autónomos en su territorio, puesto que en la zona rural asturiana las personas empleadas lo hacen mayoritariamente en el RETA. Son veinticuatro concejos, todos ellos rurales, en los que más de la mitad de las personas trabajadoras lo hacen por cuenta propia.

Si bien, según datos presentados por el Gobierno del Principado de Asturias en el Mapa de Conectividad del Principado de Asturias, la población asturiana tiene, en un 92% por ciento buena cobertura, se han tenido en cuenta la *suma los tres operadores y las tecnologías 2G, 3G y 4G, la cobertura es excelente (velocidad de transferencia de 100 Megabytes) en 42 concejos; buena (entre 30 y 100 Mb) en 23 concejos, y regular o mejorable (10 Mb) en 13 concejos*.

Una actividad económica requiere para su ejercicio unas infraestructuras óptimas y adecuadas que soporte el ejercicio de esta, más allá de una mera comunicación personal.



El volumen de datos, las necesidades de seguridad, la rapidez en las transacciones a través de internet y software necesario para acceder en igualdad de oportunidades con el resto de la competencia, no pueden en la actualidad verse cubiertas por tecnologías inferiores al 4G. Incluso sumando los diferentes estadios de cobertura móvil, existen concejos con conectividad mejorable y zonas que han quedado excluidas del mapa, en su mayor parte rural con personas autónomas sosteniendo la escasa actividad económica existente.

Esta realidad puede explicar por qué existe esa divergencia tan marcada en la Encuesta de USO TIC entre empresas de más de 10 y de menos de 10 personas. **La ruralidad marca el grado de madurez digital.**

La conectividad y la formación o el acceso a profesionales especializados en digitalización es imprescindible para afrontar el reto de la especialización, sobre todo tras el impacto provocado por la crisis sanitaria de la COVID 19, unido a la escalada de los precios provocada por la guerra de Ucrania que requiere de la incorporación de mejoras que pasan por la digitalización en la gestión, más allá de la mera venta on line.

## SECTORES

Todos los sectores, en mayor o menor medida, se ven afectados por el proceso de digitalización. El sector comercio es uno de los más afectados, intensificado por la pandemia porque el proceso de compra on line ha crecido exponencialmente en los últimos tiempos y el pequeño comercio está teniendo dificultades para adaptarse a la nueva situación en este diferente entorno digitalizado.

Sin embargo, este estudio no incluye el sector del comercio, que ya ha sido abordado en el Principado de Asturias por el Programa de Digitalización Integral del Comercio de Asturias, (Programa DICA).

El *IV Estudio sobre el Estado de la Digitalización de las Empresas y Administraciones Públicas Españolas*, llevado a cabo por el Observatorio de la Empresa Vodafone en el año 2020 centraba su objeto en la situación económica y de autopercepción del entorno de los y las profesionales autónomos y en las micropymes.



Sobre la importancia otorgada por este colectivo a las nuevas tecnologías, el 63% de las personas encuestadas, la definían como bastante o muy importante para sus negocios. Este porcentaje se mantenía fundamentalmente soportado por el sector servicios con un 64% de media que bajaba en un 42% en hostelería, un 44% en agricultura o un 56% en transporte.

Pese a lo que pudiera esperarse, tan solo un 6% de las personas que ejercen su actividad económica en el sector agrícola o ganadero declaran que las tecnologías no tienen nada de importancia para ellas. Sin embargo un 20% de quienes se dedican al transporte sienten que no son nada relevantes las tecnologías en su ámbito.

La construcción se presenta como un sector muy polarizado entre quienes piensan que las tecnologías son bastante o muy importantes con un 40%, o prácticamente irrelevantes con un 43%.

Se ha hablado mucho sobre el empuje que la pandemia y la crisis sanitaria han producido en la aceleración del proceso de digitalización, sin embargo, resulta muy interesante las conclusiones de impacto de la pandemia en autónomos y micropymes que contrasta su posicionamiento frente a la digitalización.

Sólo el 5,2% de las empresas ven la digitalización como un problema o ámbito que debe preocupar a su empresa. Encabezan el ranking la crisis del COVID (8,8), la situación económica (8,7) y la pérdida de facturación (8,4).



# 5.

## OBJETIVOS



## OBJETIVOS

**E**l objetivo general es la elaboración de un estudio que refleje la realidad de las personas trabajadoras autónomas en Asturias en relación con su nivel de madurez digital.

Ante las circunstancias expuestas con anterioridad, y de acuerdo con la actual coyuntura económica y social, se han establecido un conjunto de objetivos específicos que se describen a continuación:

1. Determinar el desarrollo actual de sus **competencias digitales** para identificar las necesidades que precisan a tal efecto.
2. Conocer el **posicionamiento en internet** de los pequeños negocios en Asturias.
3. Analizar el **nivel en marketing digital**, presencia en redes sociales y uso de canales de comunicación entre los autónomos asturianos.
4. Conocer el **nivel de publicidad digital** que emplean los pequeños negocios.
5. Analizar el **uso de plataformas de e-commerce** (tiendas on-line y canales en modelo Marketplace).
6. Analizar el **nivel de digitalización en funciones administrativas** y de obligaciones fiscales.
7. **Identificar herramientas** que puedan ayudar a la digitalización en el colectivo.
8. Análisis de los **resultados analizados y conclusiones** obtenidas.
9. Determinar las **propuestas de mejora y recomendaciones** relacionadas con las personas trabajadoras autónomas asturianas.





# 6.

## ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN



# ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

**E**l trabajo se estructura en tres fases diferenciadas y complementarias a su vez. Inicialmente, se han revisado las diferentes investigaciones que se habían llevado a cabo en este campo a nivel nacional, con especial atención a trabajos previos de UPTA España que avalan el conocimiento de esta materia, para lograr una visión global de conjunto.

Esta revisión, permite que tanto los objetivos como las metodologías del estudio sean continuamente mejorados.

El cuestionario queda delimitado en dos bloques temáticos: preguntas de control con datos sociodemográficos y cuestiones sobre el objeto de la investigación.

La implementación del cuestionario en una plataforma online para el análisis estadístico de las respuestas obtenidas y formularios cumplimentados.

La recogida de datos se ha realizado empleando las diferentes bases de datos de afiliados a UPTA Asturias, así como de sus asociaciones integradas.

El cuestionario es anónimo y se garantiza en todo momento el cumplimiento de la normativa en protección de datos.

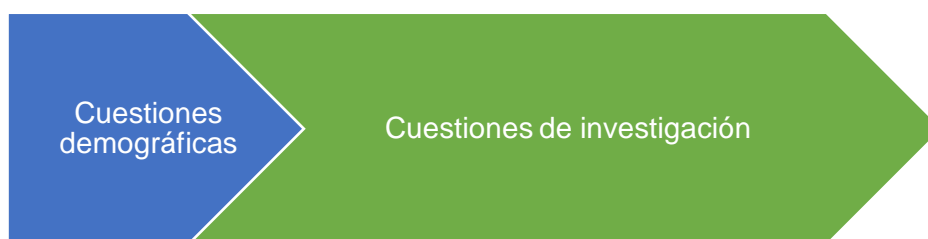
El cuestionario online se ha diseñado para que además de poder ser distribuido en formato HTML mediante envíos a bases de datos de UPTA Asturias y sus entidades asociadas, también se cumplimentara on-line mediante encuestas telefónicas y además fue adaptado en formato papel para su cumplimentación en las encuestas presenciales.

Las fases que contempla cada cuestionario quedan descritas en la siguiente figura:



El cuestionario final, presentado y validado previamente por la Consejería de industria, empleo y promoción económica del Gobierno del Principado de Asturias, se conforma por una batería de preguntas, con una extensión razonable y un tiempo de respuesta de 6 minutos aproximadamente, y de acuerdo a cada uno de los objetivos propuestos, siendo un total **35 preguntas** cerradas, abiertas o múltiples según se consideró.

De esta forma, la estructura del cuestionario se dividió en los dos bloques descritos en la siguiente figura:



Para garantizar una elevada tasa de respuesta se controló que el tiempo de cumplimentación del cuestionario no fuera excesivo y no superara los 6 minutos, con el objeto de reducir la posible tasa de abandono de los encuestados, y que el software seleccionado para que se registraran las respuestas se encontraba adaptado a cualquier dispositivo. Con ambas medidas se consiguió finalmente que la tasa de abandono fuera residual.



En la primera parte, se introdujeron una serie de preguntas generales para determinar el perfil del usuario entrevistado. En la segunda parte de la encuesta se formularon las cuestiones principales relacionadas con la investigación a realizar, dividiéndose a su vez en seis bloques de preguntas relacionadas con las diferentes áreas estudio del análisis.



Respecto al proceso de muestreo, inicialmente se establecieron cuotas aproximadas de acuerdo a la distribución geográfica de autónomos por todo el territorio del Principado de Asturias, las cuales intentaron ser respetadas en la muestra alcanzada al finalizar la investigación, además, se ha mantenido una paridad en cuanto al porcentaje representado por hombre y mujeres.

En la siguiente tabla se recoge la ficha técnica del estudio.

<b><i>Población objeto de estudio</i></b>	<b>Microempresas y trabajadores autónomos de Asturias</b>
<b><i>Universo (marco muestral)</i></b>	72.133 empresas y trabajadores autónomos asturianos (Informe Mensual de Autónomos en Asturias, Julio 2022)
<b><i>Procedimiento de muestreo</i></b>	Envío de encuesta a las bases de datos de UPTA Asturias y encuestas online, telefónicas y presenciales entre los afiliados de UPTA Asturias y asociaciones sectoriales.



Debido a que el estudio se centra **exclusivamente en negocios que no tengan tienda o local con venta directa de productos al público**, y con ese objetivo discriminatorio, se formuló una pregunta al comienzo de la encuesta para eliminar los encuestados que no procedieran por tener esa condición, por tanto, el **número total de encuestas válidas y completas** por autónomos, empresarios y pymes asturianos que se adaptan, y han podido ser utilizadas para el estudio, **ha sido de 400**.



# USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES



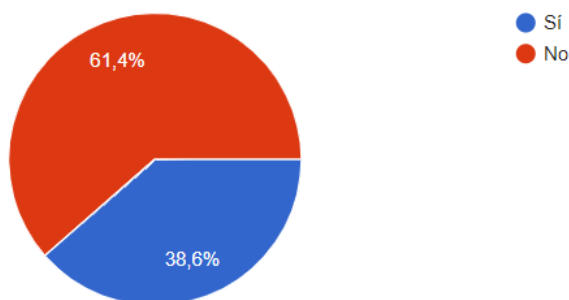
## USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

**E**n este capítulo se analizará el uso que realizan los autónomos asturianos de las herramientas digitales, para ello se emplea una triple perspectiva; en primer lugar, desde el punto de vista de la comunicación con sus clientes, en segundo lugar desde la óptica de la prestación de servicios y finalmente desde la venta de productos y servicios.

### Uso de herramientas digitales en la comunicación con clientes

El 61,4% no usa ninguna aplicación para pedir o gestionar citas online, lo que representa un dato negativo y muy por debajo de lo deseable.

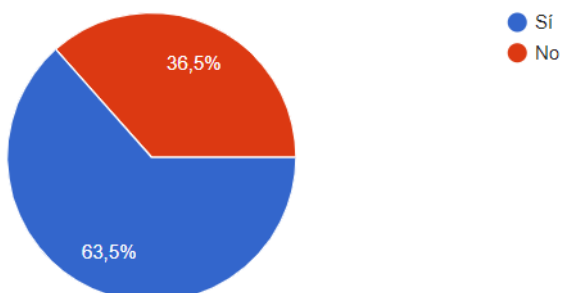
7. ¿Usa alguna App para pedir/gestionar citas online?



### Uso de herramientas digitales como forma de prestar servicio o vender productos

Más de un tercio de los encuestados no utiliza herramientas virtuales de comunicación con clientes o proveedores.

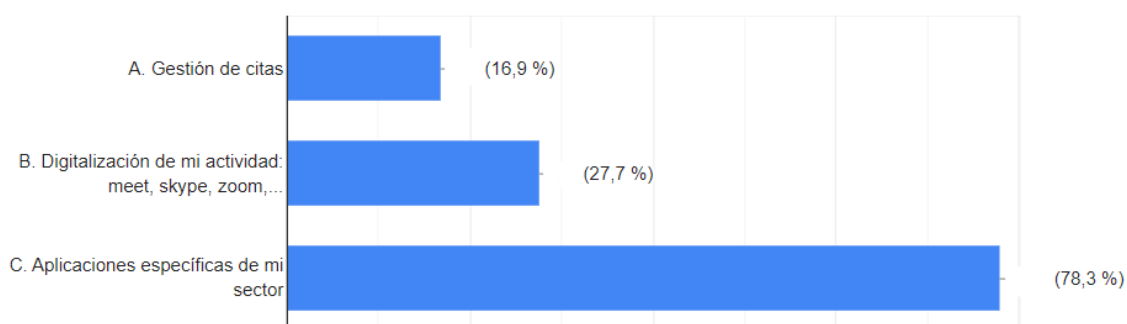
8. ¿Ha desarrollado su actividad de forma online con sus clientes/proveedores utilizando herramientas de reunión? Por ejemplo Skype, Meet, ..





## 9. ¿Qué aplicaciones estaría interesado en conocer?

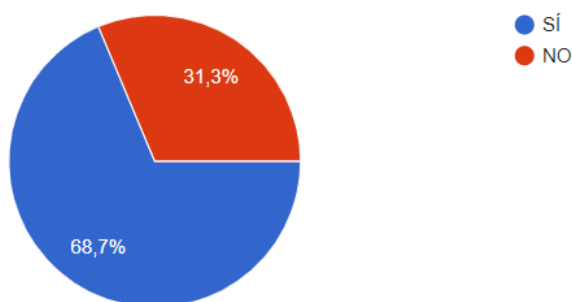
Esta cuestión permitía al encuestado la posibilidad de dar varias respuestas. En tres de cada cuatro encuestados, las aplicaciones específicas de su sector eran la respuesta más recurrente, y uno de cada cuatro además señalaba las relativas a digitalización de su actividad, más conocimiento de las aplicaciones de reuniones virtuales. La gestión de citas tan solo es valorada por el 17% del total de los encuestados.



## Uso de herramientas digitales en la venta de productos y servicios.

Casi un tercio (31,3%) del total de los encuestados sigue sin realizar pedidos con proveedores o clientes de manera on-line.

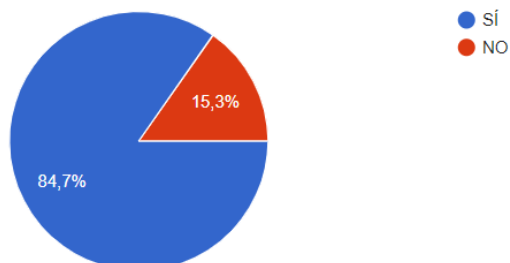
## 10. ¿Realiza los pedidos con sus proveedores/clientes de forma online?



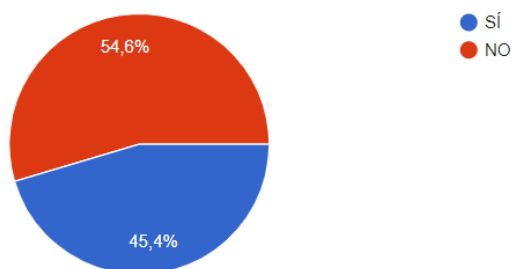
Sin embargo, la casi totalidad (84,7%) de los encuestados consideran que la digitalización ha mejorado de alguna manera la experiencia con sus clientes y proveedores.



11. ¿Considera que la digitalización ha mejorado la experiencia de sus clientes/proveedores?



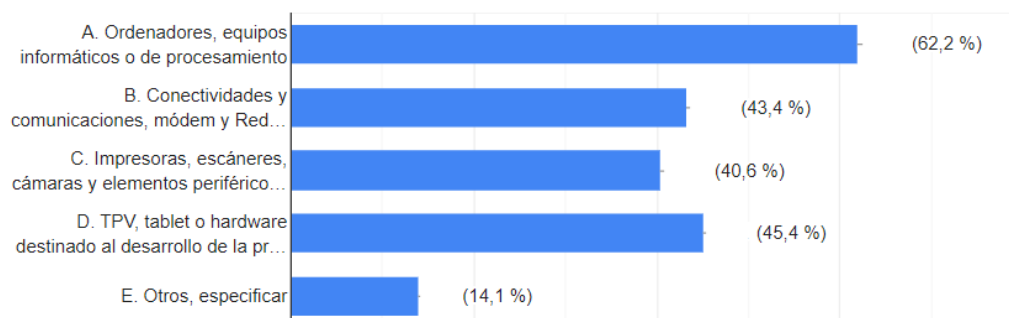
12. ¿Considera que tiene digitalizada la gestión de su negocio?



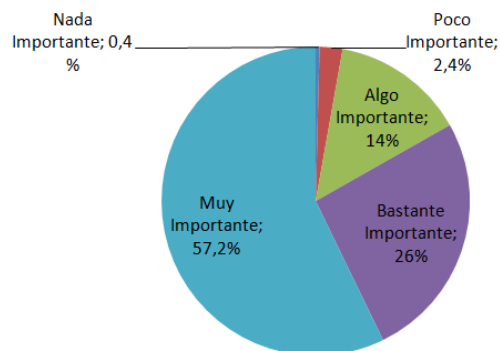
El 54,6% de los encuestados consideran tener digitalizada la gestión de su negocio, lo que deja un 45,4% de los encuestados ante una necesidad, identificada por ellos mismos, de digitalizar esta gestión.

Continuando con esta cuestión, identificamos que la mayoría considera el hardware mucho más importante que el software para el interés de su negocio, siendo los ordenadores, equipos informáticos o de procesamiento con más del 62% y tablets y terminales de punto de venta o equipos de producción con el 45,4%, los apartados mayoritarios, pero no olvidando tampoco la importancia que le otorgan a las conectividades y comunicaciones de modem o cobertura de red (43,4%) o elementos periféricos como escáneres, cámaras o impresoras (40,6%).

13. Señale el hardware que considera de interés para su negocio (puede marcar más de una opción):

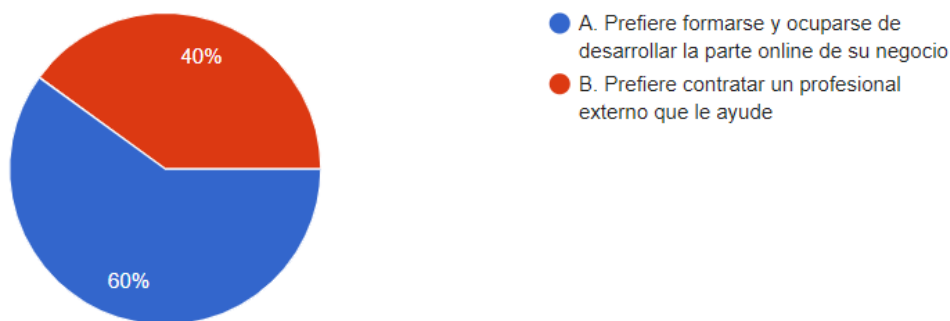


14. ¿Cómo considera de importante la digitalización en el sector de actividad al que se dedica?



Más del 83% de los encuestados considera muy importante o bastante importante la digitalización en su actividad, siendo tan solo el 2,8% los que la consideran poco o nada importante.

15. Con respecto a la digitalización de su negocio...



Mayoritariamente, un 60% de los encuestados prefiere la formación como alternativa a desarrollarse la parte on-line de su negocio.



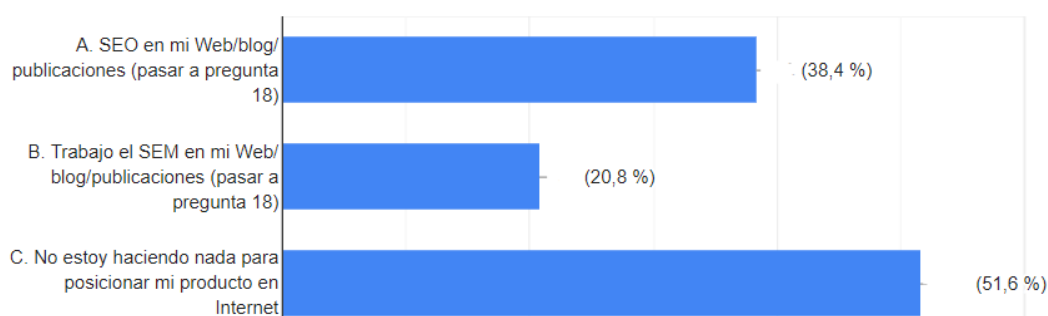
# POSICIONAMIENTO EN INTERNET

## POSICIONAMIENTO EN INTERNET

La mitad de los encuestados no están haciendo nada para posicionar su producto en internet y dentro de las opciones que permite google, es el SEO (posicionamiento orgánico y gratuito) la opción más utilizada con un 38,4%. Parte de ellos, un 20,8%, también trabajan en SEM (enlaces pagados de posicionamiento).

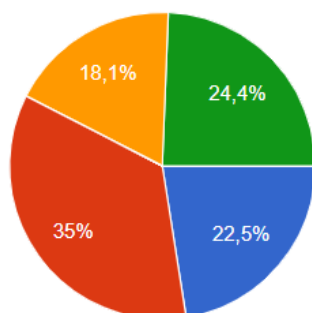
16. ¿Qué herramientas usa para posicionar su producto y/o servicios en Internet?

Elija tantas opciones como desee



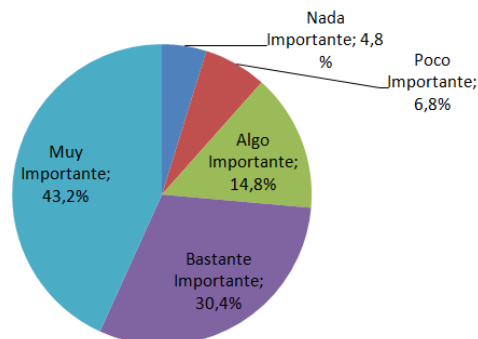
De los que no utilizan estos servicios SEM/SEO, un 24,4%, consideran que el posicionamiento en internet les llevaría mucho tiempo, lo que unido a otra cuarta parte que consideran que no es necesario para su negocio nos sitúa frente a una mayoría del 53,1% que si les parece interesante pero que reconocen no tener conocimiento o dinero suficiente para ponerlo en práctica.

17. ¿Por qué no está utilizando herramientas de posicionamiento en internet para su negocio? (responder solo si ha contestado NO en la pregunta 16)



- A. Mi negocio no lo necesita
- B. No tengo el conocimiento necesario
- C. Es una inversión económica muy grande
- D. Me llevaría mucho tiempo

### 18. ¿Qué importancia le da al posicionamiento de su negocio en Internet?



Tres de cada cuatro encuestados (73,6%) considera muy importante o bastante importante el posicionamiento de su negocio en internet, siendo tan solo el 11,6% los que lo consideran poco o nada importante. Hay un 14,8% de encuestados que no se decantan o dudan sobre la importancia del posicionamiento, lo que traducido en términos generales, uno de cada cuatro encuestados aún tiene dudas sobre el posicionamiento en internet de su negocio.

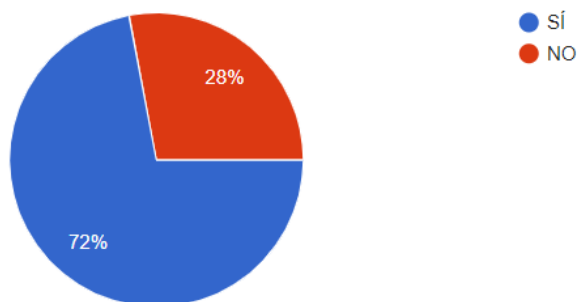


# 9.

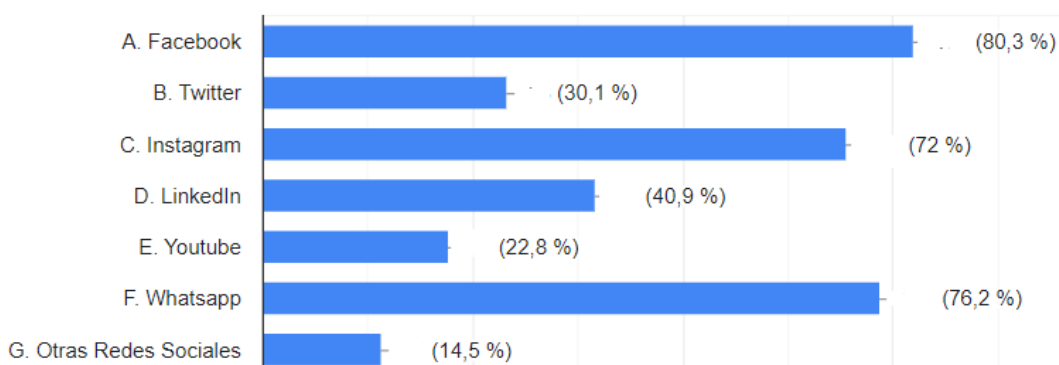
## USO DE REDES SOCIALES

## USO DE REDES SOCIALES

19. ¿Utiliza Redes Sociales para su negocio?



20. ¿Qué Redes Sociales utiliza? Elija tantas opciones como desee



21. ¿Por qué no utiliza Redes Sociales para su negocio?

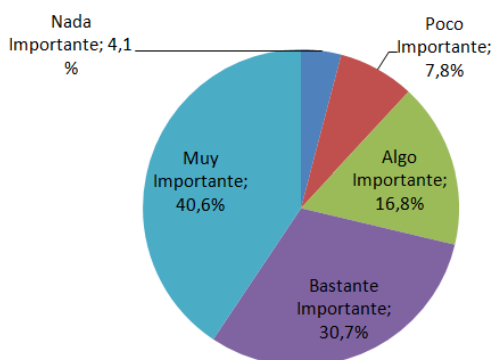




22. Indique qué aplicación/aplicaciones usa para comunicarse vía online con sus clientes

Al ser una pregunta abierta, las aplicaciones más comunes que utilizan los encuestados, por una amplia mayoría para comunicarse con sus clientes de manera online han sido; Email, Whatsapp, por medio de RRSS principalmente Facebook e Instagram y residualmente Wallapop.

23. ¿Qué utilidad cree que tienen para su negocio las redes sociales?



Casi tres de cada cuatro encuestados (71,3%) consideran muy importante o bastante importante la utilidad de las redes sociales para su negocio, siendo tan solo el 11,9% los que las consideran poco o nada importantes. Hay un 16,8% de encuestados que se sitúan en un punto intermedio y que solo les parece algo importante.



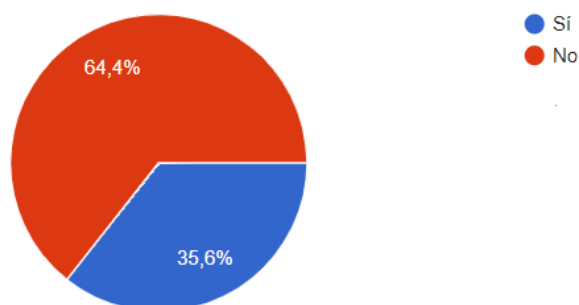


# 10.

## MARKETING DIGITAL

## MARKETING DIGITAL

### 24. ¿Ha contratado publicidad para dar a conocer su negocio en Internet?

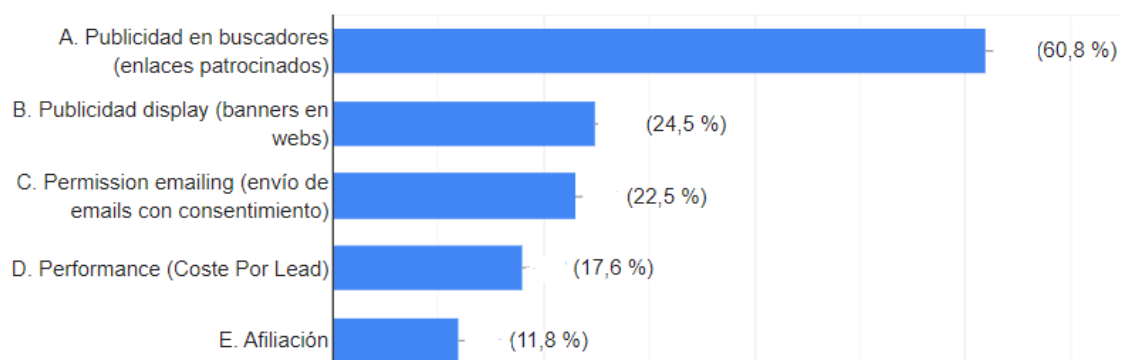


Un 64,4% han contratado publicidad, pero casi un 36% no ha invertido en medios publicitarios para dar a conocer su negocio en Internet.

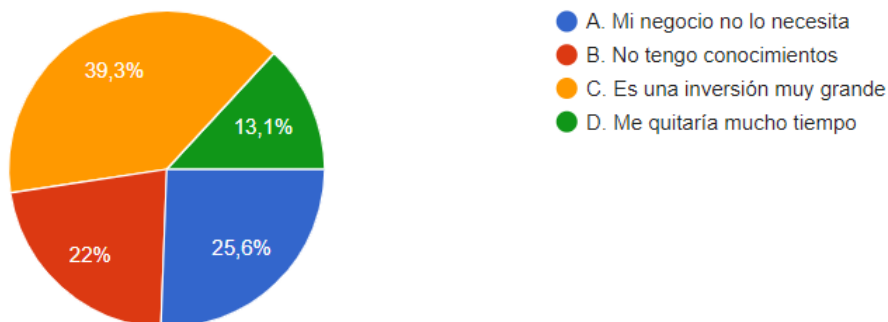
Aquellos que han invertido, principalmente lo han hecho en buscadores (60,8%), banners (25,5%), emailing (22,5%), performance o a inversión por resultados (17,6) y afiliación (11,8%).

Muchos de los encuestados, a la vista de los porcentajes, son conocedores del mundo de la publicidad online y han invertido en varias de las opciones que se ofrecen, creando un mix de inversión vs medios disponibles.

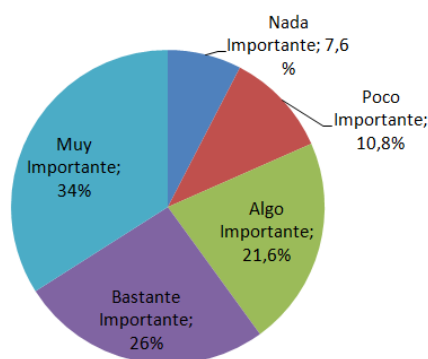
Aquellos que no han hecho publicidad de su negocio en Internet, han contestado en su mayoría que lo consideran una inversión muy grande (39,3%), su negocio no lo necesita (25,6%), o no tiene conocimientos suficientes para hacerlo (22%). Solo el 13,1% de los encuestados considera que le quitaría mucho tiempo. Este último dato es muy reseñable ya que son muy pocos los que no consideran que la inversión publicitaria en Internet, de una u otra manera, tiene un retorno, y en concreto, este grupo invertiría en publicidad si dispusiera de ese tiempo, es decir, no se muestran reacios a ello.



## 26. ¿Por qué no ha hecho publicidad de su negocio en internet?



## 27. ¿Qué utilidad cree que tiene la publicidad online en su negocio?



Los resultados son concluyentes, el 81,6% consideran muy importante (34%), bastante importante (26%) o algo importante (21,6%) la utilidad de la publicidad online en su negocio, pero aún hay un 7,6% que la considera nada importante y un 10,8% la considera poco importante. Es muy reseñable que casi dos de cada cinco encuestados siguen considerando de poca utilidad la publicidad online de su negocio.



# 11.

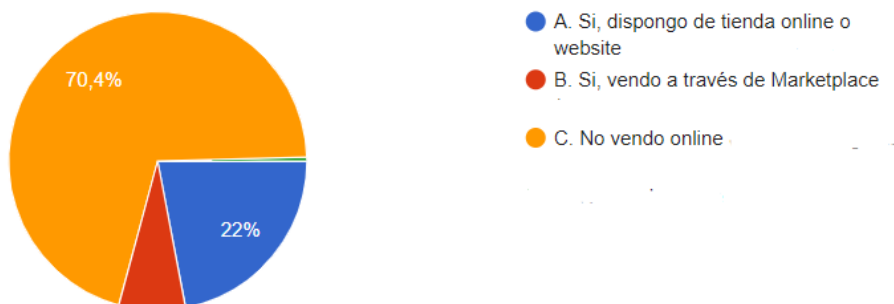
## E-COMMERCE



## E-COMMERCE

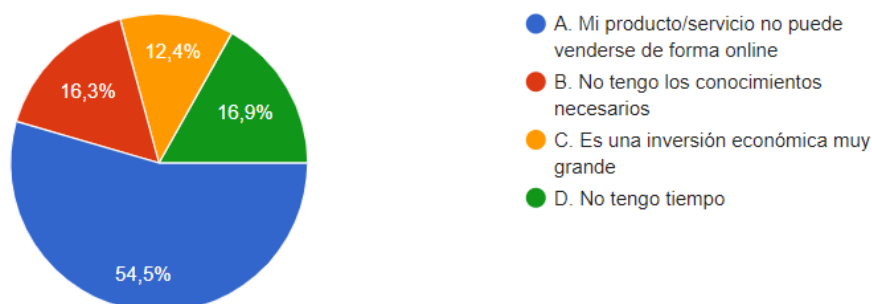
El 70,4% de los encuestados no realizan ventas online, lo que representa una gran mayoría frente al 22% que dispone de una tienda online o realiza ventas por medio de su propia página web, habilitada para este efecto, o bien dispone de un marketplace (7,6%) del total.

28. ¿Tiene tienda online/web o vende sus productos a través de algún Marketplace?

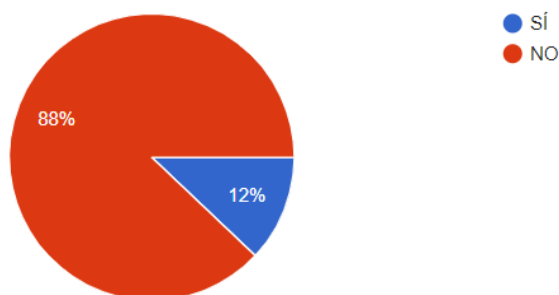


29. ¿Por qué no vende sus productos en internet?

El motivo que argumentan aquellos que no venden por internet es en un 54,5% que su producto o servicio no puede venderse de manera online, en un 16,9% no tener tiempo, un 16,3% cree no tener conocimientos y el 12,4% lo considera una inversión económica muy grande.

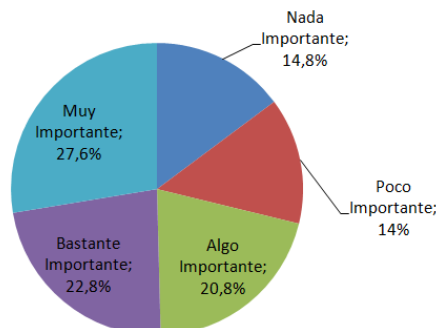


## 30. ¿Es internet su único canal de ventas?



Casi nueve de cada diez encuestados (88%), dicen que internet no es su único canal de ventas, de lo que se deduce que el comercio físico y transacciones o ventas en persona siguen siendo la manera tradicional de comercialización de productos y servicios en Asturias.

## 31. ¿Qué importancia le da Ud. a la venta online de sus productos o servicios por internet?



La importancia que le dan los encuestados a la venta online de sus productos o servicios por internet está repartida casi a partes iguales entre los que lo consideran muy importante (27,6%), bastante importante (22,8%) y algo importante (20,8%). El 14% y 14,8% lo considera, respectivamente, poco o nada importante,



# 12.

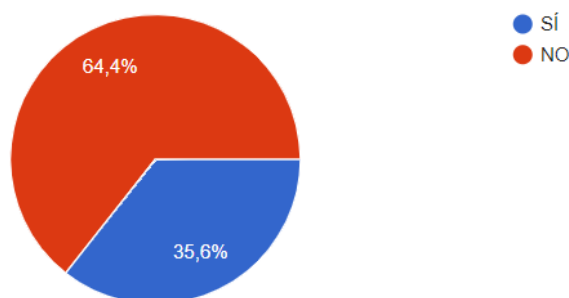
## DIGITALIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y FISCAL DEL NEGOCIO



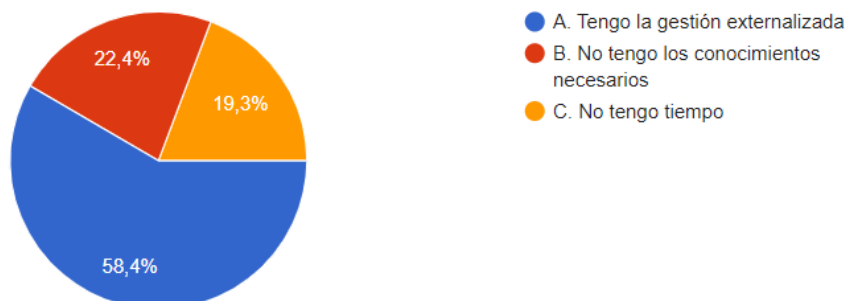
## DIGITALIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y FISCAL DEL NEGOCIO

Un 64,4% de los encuestados afirman usar herramientas o plataformas para realizar las gestiones fiscales y administrativas pertinentes para el desarrollo de su actividad o para la presentación telemática de impuestos. No obstante, hay un amplio 35,6% que no lo hace. Puede ser un dato llamativo si no fuera porque de ese total, el 58,4% tiene esa gestión externalizada. Aún así, sorprende que un 41,7% de los que no tienen sus gestiones administrativas y fiscales digitalizadas sea por falta de conocimientos (22,4%) o lo que es más alarmante, por falta de tiempo (19,3%).

32. ¿Usa actualmente alguna plataforma/herramienta para gestiones administrativas y fiscales? (Software de facturación, de contabilidad o para presentación de impuestos)



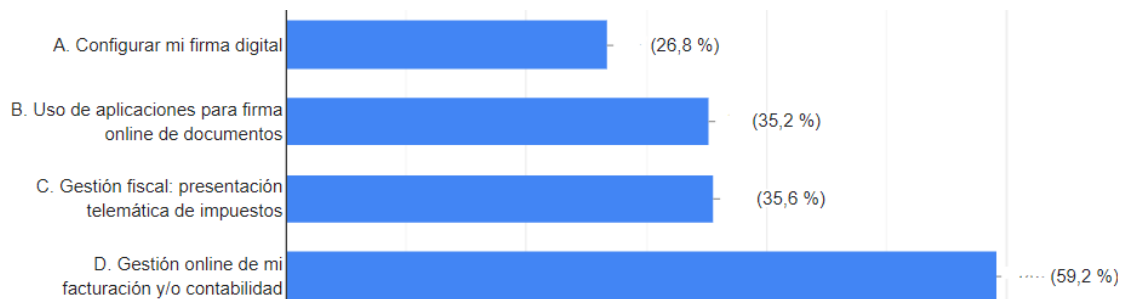
33. ¿Por qué no tiene sus gestiones administrativas/fiscales digitalizadas?



Aquellos encuestados que realizan gestiones telemáticas con las administraciones públicas destacan especialmente su interés en reforzar la gestión online y la contabilidad de su negocio (59,2%), seguido de la gestión fiscal y la presentación telemática de impuestos (35,6%).

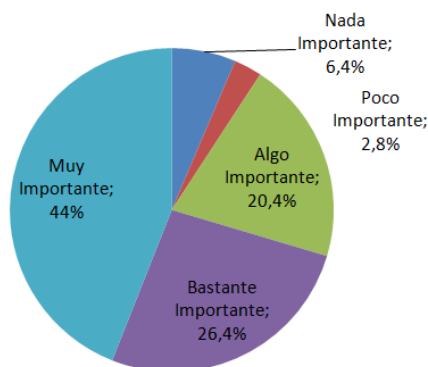


34. Con respecto a la gestión telemática con las Administraciones Públicas ¿Qué áreas necesita reforzar? Elija tantas opciones como desee



Uno de cada tres usuarios considera necesario reforzar el uso de aplicaciones para la firma digital y un 26,8% además incide en la necesidad de conocimiento en relación a la configuración de la firma digital.

35. ¿Cómo valoraría las ventajas de gestionar su fiscalidad de forma online?



Una vez más, la amplia mayoría considera muy importante o bastante importante las ventajas de gestionar su fiscalidad de manera online. Tan solo un 9,2% lo considera nada (6,4%) o poco (2,8%) importante y para un 20,4% este aspecto lo sitúa en la mitad de la escala como algo importante.



# 13.

## TENDENCIAS DIGITALES Y PROFESIONES EMERGENTES



# TENDENCIAS DIGITALES Y PROFESIONES EMERGENTES

**F**rente a los sectores tradicionales de trabajo autónomo (comercio, hostelería, construcción y transporte), las profesiones emergentes suponen nuevas oportunidades de emprendimiento en servicios ligados sobre todo al marketing digital, la tecnología, innovación e ingeniería y la creación de contenidos digitales especializados.

Pero también hay que tener en cuentas las nuevas profesiones de los departamentos de gestión, administración y ventas de las empresas y la transformación digital que se está produciendo en numerosas profesiones tradicionales, dando lugar a profesiones renovadas.

El análisis de las tendencias de empleo en el mercado de trabajo actual demuestra la aparición de nuevos perfiles en ámbitos donde es previsible una importante creación de empleo, como, por ejemplo:





En todos los sectores productivos se observa una evolución digital de los requerimientos y cualidades de cada puesto profesional. Como ejemplo más gráfico se puede citar la evolución del comerciante minorista tradicional a comerciante omnicanal que combina la comercialización de sus productos a través de su tienda física, su tienda online y las redes sociales.

Numerosos perfiles tradicionales del trabajo autónomo están evolucionando a sus nuevas versiones digitales, donde las acciones de marketing online y la prestación de servicios en remoto juegan un papel primordial que requieren planes de capacitación continua: asesoría, consultoría, servicios jurídicos, coaching, formación y educación, medicina, terapeutas, psicología, entrenamiento personal, son algunas de las profesiones que están sufriendo una profunda transformación.

Las tendencias en las empresas tienden a la robotización y la automatización de los procesos, lo que conlleva un cambio del modelo productivo y relacional. Por ello, en este nuevo paradigma conviven dos tipos de perfiles profesionales que se unen para hacer frente a los nuevos retos y dar respuesta a las necesidades de las organizaciones. Por un lado, los especialistas altamente cualificados en herramientas digitales y por otro aquellos profesionales con perfil estratégico, conocimientos de los procesos y una visión global de conjunto.

La digitalización impulsa cambios en el trabajo que inciden significativamente en la oferta y demanda de cualificaciones, debido a los cambios de perfiles de tareas y en la organización del trabajo. Las incertidumbres sobre cómo afecta positiva o negativamente en la actividad económica están ahí; si centramos el foco en el autónomo o la microempresa, parece que la transición digital cuesta más a los negocios más pequeños, y para afrontar esos cambios será necesaria formación que permita adquirir nuevas habilidades.

El Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal confecciona anualmente el Informe de prospección y detección de necesidades formativas, de acuerdo con el marco normativo que establece la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

El Informe se elabora “para atender las necesidades y prioridades de las empresas y personas trabajadoras, en un contexto que requiere mayores niveles de cualificación y responder a los requerimientos que el proceso de digitalización demanda”.

En el análisis de la situación del mercado de trabajo actual, se observan tendencias al crecimiento en algunas ramas de actividad y es el empleo cualificado el que tiene más posibilidades de incrementarse, tanto en los empleos asociados a una formación de nivel superior como en los asociados a titulaciones de formación profesional, preferentemente en la de grado superior.

En especial las que tienen relación con las tecnologías de la información, programación informática y análisis de datos. Este tipo de empleo suele ser transversal a la mayoría de las empresas y dependiendo del tamaño de esta bien se asume por ellas o se contrata como servicio externo. Continúa, por tanto, siendo significativa la oferta vinculada a las profesiones STEM. Igualmente, están



umentando las actividades profesionales científicas y técnicas, así como la consultoría y asesoría empresarial.

Según las previsiones de los expertos, la tendencia del empleo de las ocupaciones en torno a la industria digital es, claramente, al crecimiento. No hay suficientes profesionales formados para atender a las demandas del mercado laboral. Frente a una formación genérica más accesible, se buscan personas trabajadoras con una formación específica en los últimos avances tecnológicos. Aparecen ocupaciones emergentes como:



Algunos expertos opinan que la figura del programador va a transformarse. La programación estará cada vez más presente en todas las profesiones a través de sistemas automáticos o interfaces operables por cualquier trabajador con una mínima formación. La figura del programador que perviva tendrá, en consecuencia, un perfil mucho más especializado.



La tecnología emergente ha cambiado los modelos de negocio y los modelos de vida. Ya no existe un hábito de consumo que no incluya los efectos del boom digital y un importante número de negocios han innovado gracias a las nuevas oportunidades emergentes.

En una época marcada por la transformación digital, muchos emprendedores han encontrado oportunidades para crear su propia empresa usando la tecnología. El consumo de la clientela y la oferta de las microempresas o startups tienen que ser recíprocos. **Si no hay interacción, no hay beneficio.** La digitalización es necesaria y cada modelo de negocio debe adaptarse a la transformación digital y aprovechar al máximo su potencial. Cada empresa tiene que diseñar su modelo y aplicarlo a las nuevas necesidades, ofreciendo y necesitando nuevos perfiles que desarrollen estas funciones.

Las razones de que las profesiones digitales sean las más buscadas son:

- ✚ Un **mercado global**, donde las personas que dispongan de acceso a las redes compren y compartan datos e información a través de la web.
- ✚ **Desintermediación.** Porque la digitalización modifica las cadenas de valor.
- ✚ **Innovación.** El modelo tradicional ya ha quedado obsoleto. La digitalización no es el futuro, sino el presente. Estamos ante un desafío continuo a las empresas tradicionales.
- ✚ La **escasez de especialistas** en el mercado permite conseguir retribuciones más elevadas que la media y con mejor proyección de futuro.

En el caso de España, el Observatorio para el Análisis y Desarrollo Económico de Internet (ADEI) calcula que surgirán 3,2 millones de empleos ligados a la digitalización hasta 2030 y otros 600.000 con un alto componente humano poco susceptibles de ser sustituidos por máquinas.

La historia demuestra que los avances tecnológicos generan un impacto muy beneficioso tanto en la economía, en general, como en el mercado de trabajo, en particular. La creación de empleo ligada a la irrupción de nuevas tecnologías y la creciente robotización de la economía presenta cada vez mayor solidez.

Un cambio que está transformando nuestro estilo de vida y la forma en la que nos relacionamos, pero que también influye en los procesos productivos, el modo de consumir y, por tanto, la propia dinámica del mercado de trabajo. La inteligencia artificial, la robótica, la realidad virtual, la gestión y almacenamiento de datos fuera de los espacios físicos, las aplicaciones móviles, las redes sociales o el comercio online, forman ya parte de nuestro presente y su influencia es previsible que se intensifique en el futuro.



Esta transformación permitirá la aparición de actividades y profesiones que hoy no existen y, como resultado, la creación de nuevos empleos a medio y largo plazo.

El análisis de las tendencias de empleo en el mercado de trabajo actual demuestra que este cambio ya se ha traducido en la aparición de nuevos trabajos a lo largo de los últimos años: desde las numerosas especializaciones en el ámbito del marketing digital y la gestión redes sociales, hasta analista de Big Data o diseñador y desarrollador web, la gestión del Internet de las cosas, la impresión 3D, la biotecnología, los drones, la domótica, la enseñanza digital y la extensión e implantación de nuevos servicios online, entre otros, son ámbitos de previsible creación de empleo.

Profesionales y empresas tienen que adaptarse a cambios radicales que afectarán a su forma de trabajar y a las carreras que puede escoger.

Por tanto, uno de los caminos más directos y eficaces para tener éxito en la búsqueda de empleo es rastrear los nuevos puestos que impulsa la economía digital. Se trata de perfiles adaptados a los negocios y capacidades del futuro, en muchos casos, por la necesidad de reinventarse profesionalmente por los avances de la tecnología (inteligencia artificial, machine learning, robots, big data, internet de las cosas).

El desarrollo de nuevas tecnologías está ligado a la formación de **equipos multidisciplinares** de matemáticos, programadores, diseñadores, antropólogos y sociólogos que den respuesta a los problemas dinámicos que surgen y al análisis de datos e información.

En relación con estas actividades se manifiesta una falta de profesionales en los perfiles CTIM/STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) que son requeridos para desarrollar y avanzar en la transformación digital del sistema productivo. Localizar las ocupaciones que irrumpen en el mercado del trabajo de nuestro país, en qué sectores se concentra la demanda de estas nuevas profesiones y aquellas habilidades que los nuevos perfiles profesionales requieren, nos lleva, por un lado, a un análisis de perfiles digitales con una alta especialización técnica.

Por otro lado, encontramos a profesionales, que demuestran un profundo conocimiento de determinadas herramientas y plataformas digitales y las ponen al servicio de las empresas y profesionales, ayudándoles a desarrollar su estrategia de negocio.



# 14.

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO





## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

La mayoría de los autónomos y profesionales asturianos informatizados se encuentran aún en un **nivel de tecnificación medio**, y queda mucho por hacer en el camino de la innovación y la transformación digital, sobre todo en la pequeña empresa.

No obstante, no se puede generalizar dada la heterogeneidad de este proceso en los diferentes sectores y perfiles.

La rapidez y adaptación en el uso de las nuevas tecnologías se está produciendo de manera desigual debido a diversos factores, entre los que hay que destacar: el tamaño de las empresas, la edad de los autónomos, el sector o las expectativas de negocio.

Tampoco se debe obviar la ruralidad en el acceso a las nuevas tecnologías, en un lugar como Asturias que, aunque se encuentra en parámetros europeos de accesibilidad, todavía presenta áreas de mejora, sobre todo en las zonas más alejadas del área central

Se detecta una **brecha profunda**, en cuanto a la adquisición de conocimientos y manejo de las nuevas tecnologías en personas de determinada edad y siguen existiendo actividades, que con poca digitalización pueden sobrevivir, y otras que la única forma de afrontar el presente y el futuro es enganchándose al mundo digital.

Por otra parte, las consecuencias socioeconómicas de la pandemia ocasionada por la Covid-19 han obligado a los autónomos y profesionales a reaccionar y adoptar los medios tecnológicos para subsistir y mantener el negocio, si bien, en algunos casos se considera una situación transitoria y obligada, ha supuesto un significativo impulso en el proceso de digitalización.

Esta pandemia les ha empezado a abrir los ojos y ver la necesidad de utilizar medios telemáticos para poder subsistir, y la mayoría se van adaptando según ven el peligro o que consideran que no tiene otra opción.

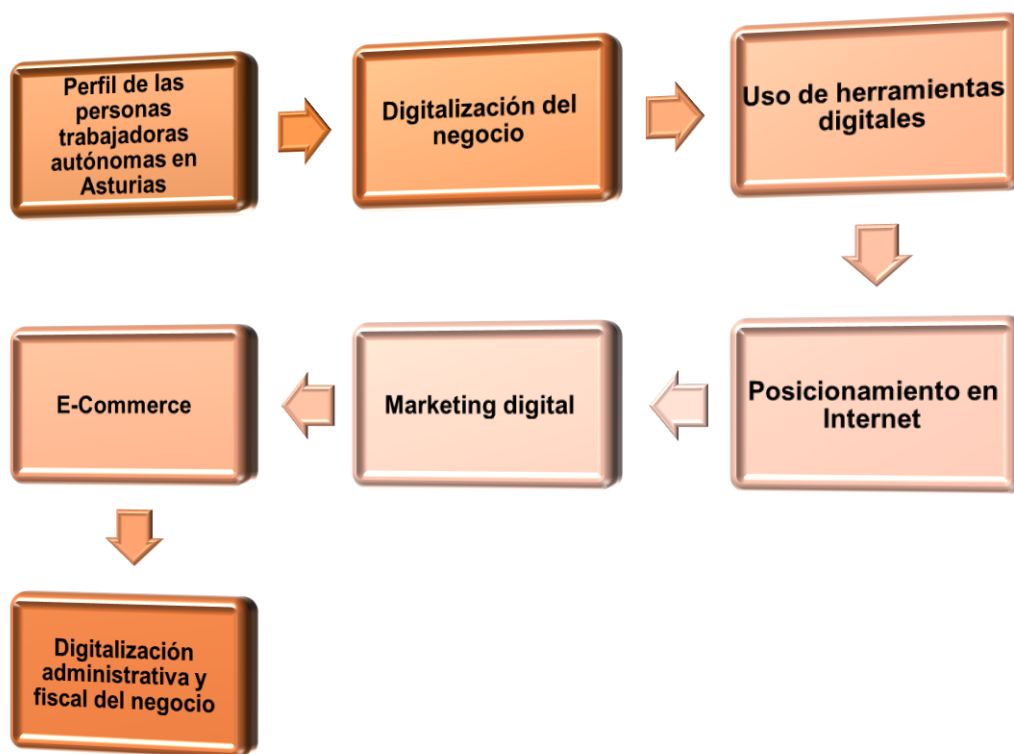
Gran parte de ellos todavía lo ve como un **gasto innecesario**, a no ser que se imponga como obligatorio o por circunstancias del momento como ha sido esta crisis sanitaria, donde todos los trámites se han tenido que hacer telemáticamente, y es por esta circunstancia, por la que se ha dado un pequeño impulso a la transformación digital en las empresas para poderse adaptar.

Hay una gran coincidencia en que el uso e implementación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), pasa por ser conscientes de sus beneficios para el negocio en cuanto a productividad y aumento de la visibilidad, pero también apuntan que es necesario realizar un esfuerzo en formación y necesitan de apoyo a través de ayudas para su modernización.

Por tanto, son dos líneas de trabajo para los servicios públicos de apoyo al trabajo autónomo: **la concienciación y la formación**, no podemos reducir la brecha digital sin ofrecer, dar e implementar formación a los autónomos, además, tienen que concienciarse de que es algo necesario y bueno para su negocio y que van a tener ayudas para poder actualizarse.

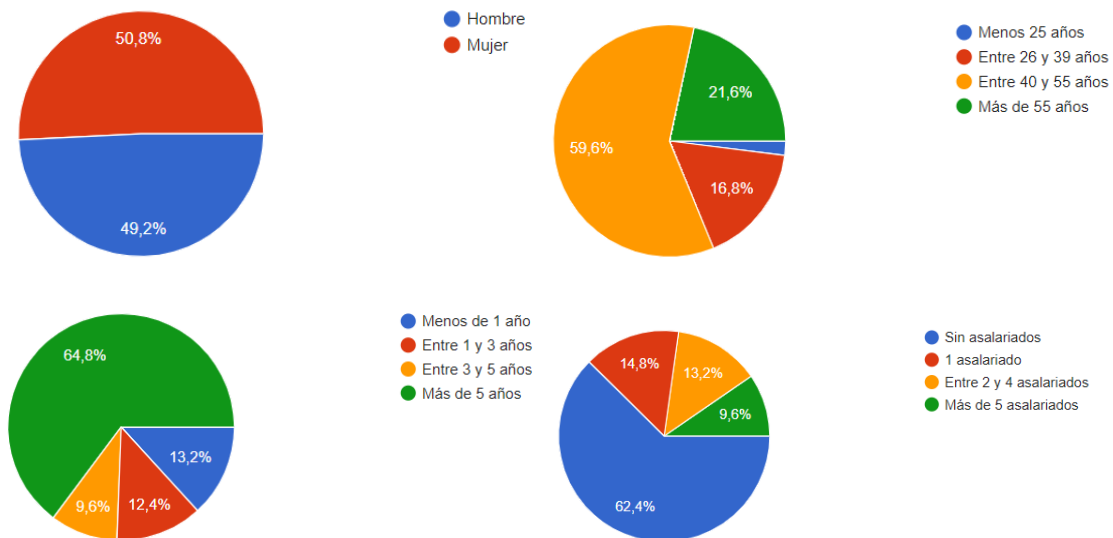
Esta concienciación, va supeditada a los costes que les supongan y los benéficos que ellos crean que puedan obtener. Saben de su importancia pero no tienen habilidades, aunque poco a poco, los autónomos de todos los sectores han conseguido implantar estas nuevas tecnologías, ya que se ha testado lo beneficiosas que son.

A continuación, se realizará un resumen de cada una de los aspectos más relevantes de acuerdo al siguiente esquema:



## PERFIL DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS AUTÓNOMAS EN ASTURIAS

Según el muestreo realizado, el perfil mayoritario del trabajador autónomo asturiano se resume en varón o mujer, de entre 40 y 55 años con una experiencia en su sector y antigüedad en el RETA de más de 5 años y sin asalariados a su cargo.



En este aspecto, de acuerdo con el objeto de la investigación, este estudio se fundamenta en base a las respuestas obtenidas **entre las 400 encuestas válidas** por ser realizadas a bares, restaurantes asesorías, abogados, instalación y mantenimiento, transporte y servicios empresariales entre otros sectores, y excluyendo del estudio a cualquier comercio o local con punto de venta directo de productos al público. Remarcar que se ha puesto un especial énfasis en la realización de encuestas en el sector primario asturiano.

## DIGITALIZACIÓN EN SU NEGOCIO

El colectivo de autónomos en Asturias **no destaca por el uso de aplicaciones** digitales en aspectos relacionados con la **comunicación con sus clientes**.

- *Se recomienda la activación de herramientas de comunicación con los clientes para mejorar el nivel de servicio, la mejora de la calidad de este y la satisfacción final de los clientes.*
- *Se propone una implementación de herramientas adaptadas a cada grupo particular, propias según el tipo de actividad del trabajador autónomo, de forma*



*que ayuden a esta comunicación en las diferentes vías que actualmente se ofrecen en el mercado para conseguir de manera óptima la mejora en este aspecto.*

- *El 61,4% de autónomos asturianos, no usan aplicaciones para pedir o gestionar citas online, por tanto, el uso de estas aplicaciones podría suponer una mejora competitiva y de ahorro de tiempo en la gestión del negocio.*

De hecho, el uso de estas aplicaciones, por parte de los clientes, son cada vez más comunes y muchas páginas web están actualmente ocupando un espacio que podría ser del propio negocio o autónomo si fuera capaz de ofrecer ese servicio dentro de su web, con el consiguiente ahorro en intermediación de terceros.

- *Por tanto, en línea con la digitalización del negocio, consideramos de utilidad que los trabajadores autónomos reciban formación en aplicaciones de gestión de pedidos a proveedores de forma online, aplicaciones de valoraciones como Tripadvisor, aplicaciones que empleen códigos QR, así como aplicaciones de reservas o pedidos.*

Indudablemente la gestión online con clientes ahorra tiempo y recursos, reduce costes de personal y facilita una rápida respuesta ante necesidades del cliente que de otra manera se solventarían destinando más tiempo, dinero y recursos y en muchos casos creando un descontento en la percepción de la atención recibida por el cliente.

## USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Casi el 85% de los autónomos asturianos encuestados reconocen que **la digitalización ha mejorado la experiencia con sus clientes/proveedores**, y de hecho, el 68,7% realiza pedidos de forma online. Aunque tan solo el 45,4% considera tener digitalizada la gestión de su negocio, dos tercios utilizan estas herramientas y la percepción promedio es bastante alta, siendo considerada en su gran mayoría como muy o bastante importante 83,2%.

En este sentido, y en relación con este apartado, identificamos que la mayoría de los encuestados considera el hardware mucho más importante que el software, siendo los ordenadores, equipos informáticos o de procesamiento con más del 62%, y tablets y terminales de punto de venta o equipos de producción con el 45,4%, los apartados mayoritarios, pero no olvidando tampoco la importancia que le otorgan a las conectividades y comunicaciones de modem o cobertura de red (43,4%) o elementos periféricos como escáneres, cámaras o impresoras (40,6%).



- *Sería recomendable fomentar esta digitalización para de esa manera mejorar la efectividad de los servicios del colectivo dentro de los altos niveles de competitividad que se están estableciendo en el mercado.*

En este caso, la mayoría de los trabajadores autónomos que tiene más digitalizada la gestión de su negocio, es el más vinculado con los servicios empresariales y con negocios considerados de pequeña envergadura y con personal a su cargo, ellos son los que más concienciados están con respecto a esta materia y que por defecto, más lo pone en práctica en su día a día.

Para cerrar el análisis de este apartado, mencionar que seis de cada diez prefieren formarse y ocuparse de desarrollar la parte online de su negocio.

- *Sería recomendable fomentar esta formación para cubrir esa necesidad solicitada de autogestión de los negocios sin necesidad de recurrir en muchos casos a sencillos pero costosos servicios que podría realizar el propio autónomo.*

## POSICIONAMIENTO EN INTERNET

Con respecto al nivel de digitalización del colectivo autónomo en Asturias, y en relación a su posicionamiento en Internet, se observa que casi la mitad de los trabajadores autónomos se encuentran trabajando en el posicionamiento de su producto/servicio en Internet, bien sea SEM (20,8%) o SEO (38,4%), pero la otra mitad 51,6% reconoce no estar haciendo nada en esta materia o simplemente que no le dedica tiempo a ello.

Aun siendo porcentajes similares y encontrarse divididos casi a partes iguales, el número de participantes que no hacen nada en esta materia es preocupante, pues en mayor o menor medida, independiente de la inversión o los medios, al menos tres cuartas partes deberían estar dentro de esta práctica para poder considerarlo como colectivo digitalizado.

- *Resulta fundamental diseñar estrategias de posicionamiento en Internet de los productos y servicios de este colectivo, hacerlas sencillas, entendibles y adaptables a las posibilidades y capacidades de cada autónomo.*

De los que no utilizan estos servicios SEM/SEO, casi una cuarta parte, consideran que el posicionamiento en internet es una pérdida de tiempo que no están dispuestos a dedicar, lo que unido a otra cuarta parte que consideran que no es necesario para su negocio nos sitúa frente a una mayoría del 53,1% que si les parece interesante pero que reconocen no tener conocimiento o dinero suficiente para ponerlo en práctica.



Aún así, el valor promedio en valoración de 1 a 5 sobre la importancia que le dan al posicionamiento de su negocio en internet es superior al 4,4.

En relación al uso de redes sociales, quizá la parte de digitalización más conocida por la utilización que de carácter particular hacen los autónomos asturianos, se aprecia una mayoría del 72% que lo utiliza enfocado en su negocio con cualquiera de las RRSS, siendo Facebook, Instagram y Whatssap las de uso más generalizado frente a otras menos usadas como twitter y youtube.

Posiblemente es debido a que los autónomos han encontrado en las RRSS una publicidad barata, de proximidad y confianza, aparte de un medio que como hemos mencionado anteriormente, domina, pues habitualmente también lo usa de manera particular.

- *Se podría mejorar la formación e información sobre este tipo de herramientas para conocer las ventajas de estas y valorar su uso en la estrategia de comunicación de cada trabajador autónomo asturiano que no las utiliza, ya que el 38% afirma no disponer de los conocimientos necesarios para optimizarlas y casi uno de cada diez no es capaz de entender los beneficios por sí mismo.*

En términos generales, casi tres de cada cuatro encuestados (71,3%) consideran muy importante o bastante importante la utilidad de las redes sociales para su negocio, siendo tan solo el 11,9% los que las consideran poco o nada importantes. Hay un 16,8% de encuestados que se sitúan en un punto intermedio y que solo les parece algo importante.

## MARKETING DIGITAL

Recordemos que del total de encuestados, un 64,4% han contratado publicidad, pero casi **un 36% no ha invertido en medios publicitarios para dar a conocer su negocio** en Internet. Aquellos que han invertido, principalmente lo han hecho en buscadores (60,8%), banners (25,5%) emailing (22,5%), performance o a inversión por resultados (17,6) y afiliación (11,8%). Muchos de los encuestados, a la vista de los porcentajes, son conocedores del mundo de la publicidad online y han invertido en varias de las opciones que se ofrecen, creando un mix de inversión vs medios disponibles. Aquellos que no han hecho publicidad de su negocio en Internet, han contestado en su mayoría que lo consideran una inversión muy grande (39,3%), su negocio no lo necesita (25,6%), o no tiene conocimientos suficientes para hacerlo (22%). Solo el 13,1% de los encuestados considera que le quitaría mucho tiempo. Este último dato es muy reseñable ya que son muy pocos los que no consideran que la inversión publicitaria en Internet, de una u otra manera, tiene un retorno, y en concreto, este grupo invertiría en publicidad si dispusiera de ese tiempo, es decir, no se muestran reacios a ello.



- *Sería necesario y recomendable, dar a conocer las ventajas que este tipo de acciones tienen en la estrategia digital de los trabajadores autónomos asturianos.*

El principal soporte de pago publicitario usado en internet es la publicidad en buscadores o enlaces patrocinados, seguido a cierta distancia de la “publicidad display” o inserción de banners en webs, teniendo en cuenta que las razones por las cuales no realizan publicidad pagada son tales como que no se dispone de la formación necesaria, el propio coste de la inversión o la falta de necesidad, sugieren por tanto que hay un general desconocimiento de los medios que existen para rentabilizar la inversión publicitaria en internet y que debido a esto, entienden que no hay necesidad de esta publicidad para su negocio o directamente se opta por contratar la publicidad más tradicional.

Independientemente de las razones, se revela una falta de formación e información (22% del total) también en este aspecto.

- *Recomendamos mejorar las acciones formativas o realizar campañas continuadas en diferentes medios, con información general al respecto.*

Cuando se les pregunta sobre la utilidad de la publicidad online en su negocio, la nota promedio de 1 a 5 es casi de 4 (hay un 60% que la consideran muy importante o bastante importante), pero aún quedan reticencias sobre la desconfianza por desconocimiento que genera en algunos soportes este tipo de publicidad.

## E-COMMERCE

El 70,4% de los encuestados no realizan ventas online, lo que representa una gran mayoría frente al 22% que dispone de una tienda online o realiza ventas por medio de su propia página web, habilitada para este efecto, o bien dispone de un marketplace (7,6%) del total.

El motivo que argumentan aquellos que no venden por internet son en un 54,5% que su producto o servicio no puede venderse de manera online, un 16,9% dice no tener tiempo, el 16,3% cree no tener conocimientos y el 12,4% lo considera una inversión económica muy grande.

En este sentido, consideramos que esto es una de las cuestiones que están **menos desarrolladas** en cuanto al uso y utilidad, aspecto que debido al incremento de las ventas online durante la pandemia y post-pandemia y al hecho de que tradicionalmente la venta online representa para muchos un importante canal de facturación directa, tiene además un potencial de crecimiento por su rápido retorno de la inversión, por tanto, se debería **incidir en campañas que fomenten el uso de**



**plataformas específicas de venta** o formación en programas de gestión de webs con pasarela de pago para aquellos negocios que por su actividad se presten a este modelo de negocio. Para aquellos que no están adaptados, convendría buscar alternativas de comercialización y nuevas vías de comercio online.

Para los casos que no venden por internet, la principal razón que aluden, se centra en la imposibilidad de vender los productos o servicios, la ausencia de formación o la elevada inversión que supondría para su economía.

Ante este hecho, es muy difícil cualquier acción que no sea la de ampliar en muchos casos el porfolio de productos que ofrecen, y de esa manera poder realizar venta online de los mismos, o la formación y concienciación general de la importancia de abrir el mercado virtual en un mundo cada vez más tecnológico y globalizado.

Casi nueve de cada diez encuestados (88%), dicen que internet no es su único canal de ventas, de lo que se deduce que **el comercio físico y transacciones o ventas en persona siguen siendo la manera tradicional de comercialización de productos y servicios en Asturias.**

Quizá por este motivo, la valoración que le otorgan a este aspecto se sitúa en una media de 3,5 puntos sobre 5.

## DIGITALIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y FISCAL

Un 64,4% de los encuestados afirman usar herramientas o plataformas para realizar las gestiones fiscales y administrativas pertinentes para el desarrollo de su actividad o para la presentación telemática de impuestos. No obstante, hay un amplio 35,6% que no lo hace. Puede ser un dato llamativo si no fuera porque de ese total, el 58,4% tiene esa gestión externalizada. Aún así, sorprende que un 41,7% de los que no tienen sus gestiones administrativas y fiscales digitalizadas sea por falta de conocimientos (22,4%) o lo que es más alarmante, por falta de tiempo (19,3%).

La inmensa mayoría de los encuestados **no emplea plataformas o herramientas para sus gestiones administrativas** lo que indica el largo camino que queda para la completa integración del colectivo en el camino de la digitalización de estas gestiones.

Se ha puesto de manifiesto en muchas ocasiones, la poca transparencia y dificultad que se percibe por parte del usuario en cualquier gestión que se realice de manera telemática frente a la administración, y trámites que deberían de ser sencillos y hacerse de manera casi instantánea, se convierten en misiones imposibles en muchos casos debido al mal desarrollo de las aplicaciones que se utilizan por parte de la administración, a requisitos específicos de los sistemas y vías de acceso que se necesitan y a una inexistencia de soportes de ayuda que resuelvan de manera sencilla este tipo de gestiones.

- *Nuestra recomendación iría principalmente dirigida a las administraciones, las cuales deberían simplificar procedimientos, dotar de soportes de ayuda al usuario y agilizar procesos para que la realización de estos fuera comprensible por cualquier usuario que dispusiera de conexión a internet.*





Aquellos encuestados que realizan gestiones telemáticas con las administraciones públicas destacan especialmente su interés en reforzar la gestión online y la contabilidad de su negocio (59,2%), seguido de la gestión fiscal y la presentación telemática de impuestos (35,6%).

Uno de cada tres usuarios considera necesario reforzar el uso de aplicaciones para la firma digital y un 26,8% además incide en la necesidad de conocimiento en relación a la configuración de la firma digital.

Una vez más, la amplia mayoría considera muy importante o bastante importante las ventajas de gestionar su fiscalidad de manera online. Tan solo un 9,2% lo considera nada (6,4%) o poco (2,8%) importante y para un 20,4% este aspecto lo sitúa en la mitad de la escala como algo importante, lo que confirma que **hay un interés evidente en mejorar y gestionar la fiscalidad de manera on-line.**

## CONCLUSIONES

- La integración de las TIC debe adaptarse al tamaño y actividad económica de las empresas, lo que requiere desarrollar, en muchos casos respuestas a medida.
- Las microempresas y autónomos necesitan soluciones tecnológicas estandarizadas en la nube, que se comercialicen como servicios bajo la modalidad de pago por uso.
- Falta capacidad financiera, la brecha se debe a la falta de acceso a la información sobre las herramientas existentes y a la falta de formación sobre los beneficios, y la aplicación y uso de la tecnología, más allá de la formación sobre herramientas concretas.
- El proceso de digitalización de las microempresas requiere tres elementos: la integración de soluciones que faciliten la gestión interna y la relación con los clientes, una adecuada presencia en Internet y el análisis de viabilidad de su canal de ventas electrónicas.
- En el nuevo modelo de trabajo autónomo, la transformación digital ha de verse como una estrategia indispensable a la par que una inversión de futuro. Para que la incorporación de los cambios permita alcanzar los objetivos y resultados esperados, la implementación de nuevos procesos digitales y la incorporación de herramientas tecnológicas deben formar parte de la estrategia global del negocio, evitando acciones aisladas.



- Las principales barreras que se encuentran las personas trabajadoras autónomas y las microempresas a la hora de poner en marcha el proceso de digitalización son, el desconocimiento del alcance completo que supone la transformación digital, la insuficiente cualificación del equipo humano, incluido el propio autónomo, y los costes de implementación.

Para paliar esas barreras es necesario impulsar programas formativos y de concienciación destinados a desarrollar las habilidades digitales necesarias para acometer los nuevos procesos.

Es necesario tener presente la ubicación del negocio de las personas autónomas de cara a afrontar un refuerzo de sus capacidades digitales.

**La digitalización rompe barreras entre lo rural y lo urbano**, pero el acceso a estas nuevas competencias a través de la formación no puede, por el momento, obviar las diferencias entre estos dos entornos.

El colectivo de quienes ejercen el trabajo por cuenta propia visibiliza en un porcentaje importante su falta de tiempo para acometer el proceso de digitalización. Se requieren acciones que puedan convivir con el desarrollo habitual de sus negocios, acciones que no interfieran en los tiempos de producción para personas que en gran medida se dedican “*full time*”, muchas veces en solitario, al desarrollo de su actividad profesional. Esta falta de tiempo debe sumarse a la distancia entre la persona autónoma y los recursos de formación y/o apoyo que puedan estar disponibles y que puedan concentrarse más en la zona central del territorio asturiano. Falta de tiempo, unido a la distancia, sitúa a los autónomos rurales en una posición de desventaja frente al reto de la digitalización que debe ser tenida en cuenta en cualquier acción que se desarrolle para revertir esta situación.



# 15.

## RECOMENDACIONES



## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones configuran un escenario de apuestas múltiples donde las entidades y organizaciones, que a través de la gestión de fondos públicos ayudan a las empresas y autónomos a formarse, tienen la oportunidad de ser impulsoras y partícipes de la detección de necesidades enfocadas a la economía digital y establecer propuestas para la formación digital y desarrollo de personas trabajadoras autónomas en Asturias.

Como consecuencia, el aprendizaje y la formación digital se presentan como una oportunidad ante la actual coyuntura.

Desde hace años la economía digital representa un 19% del PIB en España, y a raíz de la pandemia, el proceso de digitalización de la sociedad y la economía se ha acelerado notablemente y las previsiones son que este proceso siga intensificándose. Para territorios periféricos, como es Asturias, la economía digital es una oportunidad para la apertura de nuevos mercados y para el posicionamiento de los negocios asturianos en una posición de ventaja con respecto al resto del país.

Asturias es además un territorio con características muy valoradas por un determinado perfil de autónomos para poder establecer su residencia y desarrollar su actividad en un entorno más sostenible. La COVID 19 ha reforzado el llamado **neo-ruralismo**, con personas que se trasladan de entornos urbanos a rurales para obtener una calidad de vida más cercana a la naturaleza y con unos ritmos más saludables.

El refuerzo de digitalización en este aspecto debe tener una doble vertiente. Por un lado es evidente la necesidad de seguir mejorando las infraestructuras de conectividad, y por otro es imprescindible seguir formando y apostando por la digitalización de todos los negocios rurales, sobre todo para que no se generen brechas digitales entre las personas que se trasladan a zonas rurales, con actividades profesionales totalmente digitalizadas, y quienes ya están aquí.

Tener esto presente **evitará además distorsiones y conflictos** para trabajar en una mayor vertebración social del territorio.

Asturias, comparada con la media española, presenta un nivel bajo en el equipamiento digital de las empresas, sin embargo, en el caso de las micropymes de menos de 10 personas empleadas, que son la gran mayoría del tejido empresarial, es necesario mejorar las competencias digitales, como en el caso del ecommerce, que se encuentra por debajo de la media española.

Existe una importante heterogeneidad entre los profesionales y pequeñas empresas, tanto a nivel sectorial (servicios, hostelería, construcción, transporte) como a nivel generacional, con la convivencia de dos perfiles muy diferenciados.

Por un lado aquellos con más de 40 años que necesitan reforzar sus habilidades digitales básicas y sectoriales, y por otro, un perfil de autónomo joven que se incorpora al trabajo por cuenta propia, que necesitar reforzar sus habilidades empresariales, analíticas y de toma de decisiones.



La digitalización de la economía pasa por la transformación de las empresas para adoptar nuevos procesos, invertir en nuevas tecnologías y la formación de su personal en competencias digitales, aplicando las ventajas de las tecnologías a la transformación de su negocio y lograr así una cultura organizacional digital, un aumento de su productividad y una mejora de su competitividad y rentabilidad futura.

*“En el nuevo modelo de trabajo autónomo, La transformación digital ha de verse como una estrategia indispensable a la par que una inversión de futuro”*

Para que la incorporación de los cambios permita alcanzar los objetivos y resultados esperados, la implementación de nuevos procesos digitales y la incorporación de herramientas tecnológicas deben formar parte de la estrategia global del negocio, evitando acciones aisladas.

La transformación digital aporta beneficios en todas las funciones de la empresa (producción, comercialización, aprovisionamiento, gestión), contribuye a la simplificación de operaciones y procesos, al ahorro de costes, tiempos y recursos y facilita la creación de nuevos modelos de negocio o la apertura de nuevos mercados.

Permite, asimismo, poner el foco de la organización en el mercado y mejorar la comunicación, obtener información en tiempo real, anticipando y respondiendo a las necesidades de la clientela.

La transformación digital de las empresas es un proceso imparabile e inevitable si las pymes y autónomos de Asturias no quieren perder oportunidades en el mercado.

Las empresas deben saber convertir el cambio en oportunidad.

Las pymes y profesionales son cada vez más conscientes de la importancia de la transformación digital, mostrando una tendencia positiva a la misma, no obstante, cada empresa y cada autónomo asturiano tiene que conocer el alcance completo que la transformación digital implica para su actividad, y valorar las herramientas TIC que puede aplicar a sus procesos en cada elemento de su cadena de valor, para llegar en las mejores condiciones posibles a su clientela.

*“Las principales barreras a la hora de poner en marcha el proceso de digitalización son: el desconocimiento del alcance completo que supone la transformación digital, la insuficiente cualificación del equipo humano, incluido el propio autónomo, y los costes de implementación”*

Para paliar esas barreras es necesario impulsar programas formativos y de concienciación, destinados a desarrollar las habilidades digitales necesarias para



acometer los nuevos procesos, programas que como ya se ha visto deben adaptarse a las limitaciones temporales y espaciales de los autónomos asturianos.

Se debe incidir en formatos dinámicos, adaptados a sus negocios y muy especializados sobre todo para las personas de la zona rural. El coste de oportunidad de quitar tiempo a su actividad, de tener que desplazarse fuera de su negocio, debe resultar atractivo, y generar expectativas y retorno en el corto plazo, para que puedan ser de interés.

Asimismo se debe hacer un esfuerzo para acercar las acciones de formación y apoyo a la digitalización lo más posible al lugar del desarrollo de la actividad y adaptar a las necesidades del sector concreto si se pretenden obtener resultados efectivos, máxime cuando se observa una expectativa positiva generalizada a la necesidad de digitalización.

El ritmo de cambio de la economía digital es mucho mayor que el de la economía tradicional, lo que exige que las personas autónomas y las pymes interioricen la necesidad del reciclaje profesional constante y desarrollen una nueva mentalidad claramente orientada a la formación y capacitación continua, especialmente en lo que se refiere a herramientas digitales en la nube, que vienen evolucionando significativamente en ciclos de tres años.

La digitalización en el empleo obliga a las personas trabajadoras autónomas a adaptarse y prepararse a los requerimientos que este proceso demanda.

En todos los sectores productivos se observa una evolución digital de los requerimientos y cualidades de cada puesto profesional.

La digitalización es un fenómeno global e integral que afectará a todas las personas, todos los sectores y todos los negocios. **Aquellos que no logren adaptarse perderán competitividad.**

Sectores más tradicionales, con un proceso de digitalización más lento, tienen más dificultad de asimilación de esta realidad, acusando este efecto en mayor medida en la zona rural. Es necesario redoblar esfuerzos en aquellos autónomos que opinan que la digitalización no afecta a sus negocios, que no la necesitan, en tanto que esto denota una falta de conocimiento y reflexión al respecto.

Como ejemplo más gráfico se puede citar la evolución del empresario/autónomo tradicional a empresario/autónomo omnicanal, que combina la comercialización de sus productos a través de su tienda física, su tienda online y las redes sociales.

Mientras que en el estudio se ha evidenciado que un número amplio de encuestados opina que la digitalización no va con sus negocios, numerosos perfiles tradicionales del trabajo autónomo están evolucionando a sus nuevas versiones digitales, donde las acciones de marketing online y la prestación de servicios en remoto juegan un papel primordial que requieren planes de capacitación continua: asesoría, consultoría, servicios jurídicos, coaching, formación y educación, medicina, terapeutas, psicología, entrenamiento personal, son algunas de las profesiones que están sufriendo una profunda transformación.

*“Las tendencias en las empresas tienden a la robotización y la automatización de los procesos, lo que conlleva un cambio del modelo productivo y relacional.”*

Por ello, en este nuevo paradigma conviven dos tipos de perfiles profesionales que se unen para hacer frente a los nuevos retos y dar respuesta a las necesidades de las organizaciones. Por un lado, los especialistas altamente cualificados en herramientas digitales y por otro aquellos profesionales con perfil estratégico, conocimientos de los procesos y una visión global de conjunto.

La pasada, aunque aun presente en algunos sectores, crisis sanitaria, continuará abriendo nuevas brechas sociales, por eso, más que nunca, el mayor desafío al que debemos enfrentarnos es gestionar esta transición digital con éxito, sin dejar a nadie atrás.

En el escenario actual de crisis post-pandemia y en la reconstrucción a futuro de aquellos autónomos que han resistido esta durísima prueba, la digitalización y la sostenibilidad van unidas como solución y forma de trabajo a la salida de la misma.

La digitalización no solo permite a las pymes adaptarse a una dificultad como la actual, sino que puede suponer un impulso para fomentar la sostenibilidad dentro de las organizaciones y para canalizar no solo bienes, si no también servicios, a otros mercados supra-regionales.

**Asturias es un territorio exportador de talento** muy formado a otros lugares de España y del mundo, y hoy puede ofrecer oportunidades para el retorno desde la digitalización. El fomento del empleo autónomo unido a la digitalización puede ser una herramienta eficaz y flexible para lograr que muchos asturianos y asturianas que están desarrollando su profesión fuera de Asturias, puedan encontrar una vía para el ejercicio profesional.

Un uso correcto de las nuevas tecnologías puede ayudar a las empresas a potenciar el desarrollo sostenible reduciendo los desplazamientos de empleados, fomentando la flexibilidad y conciliación laboral o impulsando una gestión más sostenible de la cadena de suministro.

El auge del teletrabajo y las videoconferencias suponen una excelente oportunidad para el crecimiento del trabajo autónomo en remoto, a distancia, con las posibilidades que ello supone para los programas de desarrollo rural y emprendimiento en la España vaciada, para lo que eliminar la brecha digital en las accesibilidad a internet se vuelve un requisito previo más decisivo que nunca.

La Unión Europea, España, y en particular Asturias, presentan un considerable retraso en startups tecnológicas y de software respecto a Estados Unidos. Ello implica que un porcentaje muy alto de la tecnología que emplean las pymes y las personas trabajadoras autónomas con un alto nivel de digitalización sea estadounidense.

Sobre la mesa está el reto de reforzar el desarrollo de empresas asturianas de software con soluciones de vanguardia en la nube, que permitan reducir esta dependencia y a su vez, conseguir compañías competitivas en el mercado global.



Las pymes, autónomos y profesionales necesitan apostar por la innovación y adaptarse al mundo digital para ser competitivos en el mercado actual. La falta de preparación de las empresas en competencias digitales y los costes que supone su adquisición e implementación, es lo que no les permite dar el salto.

Es recomendable **empezar con pequeños procesos**, para ajustar objetivos y planificar una estrategia a medio y largo plazo.

Es necesario **reforzar la concienciación** y el conocimiento de las pymes y autónomos sobre el alcance completo de lo que supone la transformación digital no solo en lo que a la tecnología se refiere, sino en cuanto a la transformación de procesos, equipos y cultura organizacional, con los consiguientes beneficios en eficiencia, competitividad y rentabilidad.

Aunque la crisis motivada por la pandemia ha acelerado el proceso de digitalización de muchas pymes y autónomos, también ha puesto de manifiesto la necesidad de intensificar y optimizar los esfuerzos de todas las partes implicadas para conseguir que, en el menor tiempo posible, el conjunto del trabajo autónomo domine los conocimientos y habilidades digitales que esta década requiere.

*“La oferta formativa para profesionales y micropymes debe ser flexible, directa y de corta duración para salvar una de las principales barreras de acceso como es la falta de tiempo”*

Para ello puede articularse como una **oferta online multicanal**, en modalidad de teleformación, con itinerarios formativos de pocas horas, con horarios flexibles y módulos y acciones adaptados a las necesidades individuales.

Las personas trabajadoras autónomas dan mucha importancia a la autogestión de su actividad, por lo que cobra especial relevancia el dotar de los recursos (herramientas y conocimiento) básicos para **reforzar su perspectiva empresarial** y sus conocimientos en **materia financiera, fiscal, de comercialización y atención a la clientela**.

Es altamente recomendable que las empresas y profesionales refuercen las habilidades transversales vinculadas al cambio de paradigma y de liderazgo necesarios como son la **creatividad, la iniciativa, la adaptación al cambio, la capacidad analítica y la toma de decisiones**, y que adquieran herramientas para un desarrollo más eficiente de sus funciones.

Es necesario reforzar las competencias digitales transversales del trabajo autónomo en ámbitos como; la concienciación sobre la transformación digital, las herramientas de trabajo, productividad y almacenamiento, los compendios sobre páginas web, marketing digital, redes sociales, administración en la nube y sistemas de cobro online, gestión de proyectos en la nube, gestión de talento digital, fundamentos de emprendimiento online y startup, de análisis de datos y networking digital y presencial.



También es recomendable articular **programas de refuerzo** de las competencias digitales necesarias en sectores específicos: comercio omnicanal, comercio electrónico, hostelería y restauración, mantenimiento y reformas, transporte y logística, servicios a empresas, servicios a personas y programación y desarrollo.

*“Este es uno de los retos, reducir la brecha digital entre nativos y adaptados digitales en la medida en que la permeabilidad del aprendizaje disminuye con la edad y que generacionalmente parten de un uso muy diferente de la tecnología”*

Un elemento común que subyace de forma genérica en la totalidad del colectivo es la importancia que otorgan a la digitalización en su actividad como palanca de cambio y eje de mejora en la eficacia de la actividad que realizan.

Aún así, creemos que, la mayoría del colectivo de autónomos en Asturias, debería mejorar su nivel de digitalización hasta alcanzar un nivel adecuado para que nuestra sociedad actual les permitiera mejorar su productividad y no verse avocados a cerrar sus negocios, cuestión de especial importancia en las zonas asturianas con mayor pérdida de población.

Consideramos que los procesos de digitalización entre los miembros del colectivo han de adaptarse a cada una de las circunstancias concretas, asumiendo una estrategia que tenga presente el nivel de cada uno de los autónomos asturianos, así como sus prioridades, un posible plan de inversión y financiación, así como una planificación en la búsqueda de una digitalización más definida y adecuada.

Precisamente, este planteamiento es recogido por el Plan de digitalización de PYMES 2021-2025 propuesto por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo donde se indica que,

*“Cada organización debe desarrollar su propio proyecto y, por tanto, seguirá su propio camino (hoja de ruta) de digitalización, que dependerá de diversos factores como son el sector de actividad, el tamaño de la empresa, la madurez digital, la ubicación y su zona de influencia y actividad, la competencia potencial y los modelos de negocio objetivos, las capacidades y talento disponibles, los medios financieros, la cultura de la dirección, entre otros.*

*Se podría abordar un proyecto de transformación integral o selectiva, sin perjuicio de la existencia de equipos y herramientas relativamente estandarizadas que pueden ser incorporadas rápidamente a las empresas para disponer de un punto de partida básico de digitalización.*

*Se trata de un proceso que necesariamente conlleva cambios en la propia gobernanza de la empresa y los procesos subyacentes y que por tanto requiere una adaptación personalizada a las circunstancias y necesidades específicas”.*

En la actualidad existen en España un conjunto de estrategias, programas, iniciativas, capacidades, infraestructuras y recursos, tanto públicos como privados, orientados a impulsar la Digitalización Empresarial.

Todas estas iniciativas juegan un papel importante para movilizar recursos públicos y privados en los próximos años y contribuir al despliegue del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, así como a la ejecución de los diferentes programas europeos recogidos en el Marco Financiero Plurianual 2021-2027 y el Plan de Recuperación Next Generation EU.

Para ejecutar esta propuesta, se podrían coordinar diferentes acciones por parte de UPTA, colectivos y administraciones públicas, asumiendo las diferentes ayudas que la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales o la Entidad Pública Empresarial RED.ES tienen previsto invertir en el horizonte temporal entre 2021 y 2023. Según las diferentes informaciones publicadas en organismos públicos, el Plan de Digitalización de PYMES contempla una inversión pública con un impacto directo en forma de ayudas a la digitalización, lo que supone una importante oportunidad para el colectivo de autónomos y autónomas. Concretamente, se recomienda hacer un seguimiento de los siguientes planes:

### Programa Digital Toolkit

Programa centrado en la promoción de la implantación de un conjunto de paquetes básicos de digitalización que para el colectivo de trabajadores autónomos podría ser muy útil en la formación en:

- Comercio electrónico.
- Digitalización de las relaciones con las Administraciones Públicas.
- Digitalización de las relaciones con los clientes.
- Uso de aplicaciones de CRM
- Marketing Digital.

### Programa Acelera PYME

Este programa tiene por objeto ayudar a las PYMES en el proceso de incorporación de las TIC a sus sistemas productivos y sus cadenas de valor, y podría ser muy útil en los tres ejes que se proponen:

- Creación de una red de oficinas Acelera PYME en colaboración con las Cámaras de Comercio, Colegios Profesionales, asociaciones empresariales y centros tecnológicos para prestar servicios en el asesoramiento tecnológico. Puesta a disposición del colectivo de una plataforma dinámica de contenido de valor y herramientas de autodiagnóstico para favorecer el encuentro digital de las PYMES.
- Realización de talleres y seminarios en todo el territorio nacional sobre temáticas relacionadas con la transformación digital.



## Programa de Innovación Disruptiva para la Transformación Digital en PYMES

El objetivo de este programa es formar a jóvenes expertos en digitalización de las PYMES como agentes del cambio en los procesos de transformación digital.

### Programas Activa Industria

Estos programas tienen como objetivo la digitalización de la industria, en especial las PYMES industriales, a través de herramientas de diagnóstico online, asesoramiento especializado o consultoría.

### Programas de Turismo Digital

Estos programas tienen como objetivo la transformación digital del sector apostando por una innovación disruptiva en procesos y en el desarrollo de nuevos productos y servicios digitales. Concretamente para aquellos autónomos interesados de este importante sector económico, se podrían presentar proyectos subvencionables relacionados con:

- Proyectos relacionados con innovación tecnológica y turismo en el ámbito de la IA.
- Proyectos relacionados con innovación tecnológica y turismo en otros tipos de tecnologías habilitadoras (Internet de las cosas, 5G, big data, ciberseguridad, aplicaciones móviles, etc.) y el turismo.
- Programa ICEX eMarket Services, que tiene como misión facilitar a las empresas españolas la internacionalización a través del canal online apoyando a las mismas en todo el proceso de internacionalización a través de servicios tales como información, formación, asesoramiento y consultoría, acciones de promoción comercial y apoyo operativo en mercados online.



# 16.

## PROPUESTAS DE MEJORA Y RETOS



## PROPUESTAS DE MEJORA Y RETOS

Las personas autónomas y las micropymes asturianas necesitan interiorizar la necesidad del **reciclaje profesional constante** y desarrollar una nueva mentalidad orientada a la formación y capacitación continua.

Desarrollar y promover la **formación de competencias digitales**. Además, para adaptarse a las aptitudes que requiere el mercado, hay que impulsar **programas de formación continua sectoriales**. En este aspecto, cobra especial importancia la continuidad de los programas en el tiempo, para su mejor conocimiento por parte de los beneficiarios.

Concienciación y sensibilización: Las estrategias de las administraciones debe tener entre sus objetivos concretos el **informar y sensibilizar** a los autónomos y micropymes sobre las oportunidades y beneficios asociados a la transformación digital. Es indiscutible el impacto positivo de la concienciación a través de **campañas de comunicación** con difusión de casos de éxito y buenas prácticas de microempresas y autónomos similares.

Optimizar los recursos públicos mediante un **plan estratégico** que determine que instrumento tiene mejor encaje en relación con los objetivos que se persiguen, determinando: fines, cuantía, público objeto, servicios financiados, etc. Implantando **un sistema que evalúe el resultado**, impacto y retorno de las iniciativas que se ejecuten.

Impulsar el **emprendimiento en el ámbito digital** para que los nuevos negocios y startups aprovechen las nuevas oportunidades en los nuevos yacimientos de empleo tecnológico.