



LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

La situación actual, económica y social, que estamos atravesando derivada de la crisis por el virus Covid19, hará que miles de personas trabajadoras autónomas se vean obligadas a cerrar sus negocios definitivamente después del periodo transitorio que estamos sufriendo, y si no es así, se verán abocadas a cambiar profundamente la forma de desarrollarlos.

Los consumidores han modificado sus hábitos de consumo, sus preferencias a la hora de comprar, también la forma de comunicarse, de entender la vida y esta tendencia parece que va a ser aún mayor por la incertidumbre que crea la amenaza de nuevas crisis climáticas o sanitarias que pudieran surgir. Hay al menos cuatro grandes consecuencias, de este largo confinamiento, que ya podemos destacar:



Los consumidores apuestan masivamente por el comercio on-line, lo que significa que han aprendido su uso y valorado positivamente la experiencia. El transporte ha diagnosticado los problemas del reparto de última milla y ha aprobado esta asignatura con una relativa solvencia. Las autoridades habrán entendido que seguir promocionando el transporte privado tradicional ya no sólo es un problema ambiental, sino que dificulta la eficacia de las virtudes que nos puede aportar el desarrollo tecnológico en el acceso digital a los bienes y servicios



El comercio tradicional y la hostelería que se recupere después de esta crisis ya no podrá hacerlo sin acudir a soluciones digitales, ello debe significar mayores inversiones en la búsqueda de soluciones, tanto desde el punto de vista de los inversores institucionales, como a través de esfuerzos colectivos que deban hacer los autónomos y Micropymes para solucionar problemas individuales de cada unidad productiva



El teletrabajo se ha acabado imponiendo, en aquellos sectores de actividad donde su desarrollo es posible, aunque sea por necesidad, a la extendida cultura presencialista de nuestras empresas, pero también se han detectado los déficits existentes todavía en nuestros sistemas de comunicaciones y las trabas para el acceso a la información, especialmente en las zonas territoriales más necesitadas, que coinciden con las de la España vaciada, que en este ámbito podemos considerar desconectada. Las herramientas con las que cuentan nuestros trabajadores y la mayoría de los empresarios no son las más adecuadas, los programas de atención al público y valoración de resultados están claramente obsoletos y por supuesto la legislación actual no permite un teletrabajo adecuado, protegido, pero al mismo tiempo suficientemente flexible.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA



Por otra parte, la sociedad está dando mucho más valor a las actividades profesionales relacionadas con la asistencia a las personas, que inevitablemente se tienen que realizar de manera presencial. Hasta ahora habíamos infravalorado este sector, considerándolo secundario, cuando realmente se ha comprobado que es esencial. En este sentido, habrá que invertir para dignificar estas profesiones, tanto en el orden económico, como formativo. En este espacio nacerán importantes nichos de trabajo que podrán realizarse de forma independiente o por cuenta propia.

3

Hemos redescubierto que la producción industrial de bienes y medios de producción tiene un valor imprescindible, incluso para nuestras vidas. La globalización, entendida como descolocación, no era ninguna panacea. Redescubrimos el valor de lo local para dar respuestas a nuestras necesidades inmediatas. Lo local no es incompatible con lo global, sino un complemento necesario. En el ámbito local los autónomos tienen un protagonismo incontestable si saben aprovechar las oportunidades.



Pero todos estos objetivos no llegaremos a conseguirlos **sin formación adecuada**. El reciclaje de nuestros trabajadores, la actualización de nuestros empresarios y sobre todo la modernización de nuestro amplio tejido de trabajadores autónomos no será posible sin una transformación en profundidad del modelo de formación profesional y tecnológica, no atendiendo sólo a aspectos relacionados con la gestión o la financiación, sino en cuanto a los programas y cualificación del profesorado.

Tanto la formación como la inversión serán necesarias para superar la brecha digital que sufren aquellos que tienen que protagonizar el cambio y la transformación digital.

Un reciente informe de la UGT en base a los datos del INE sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación de los Hogares del año 2019 revela que todavía hay tres millones de personas y un millón y medio de viviendas que no disponen de Internet. Además, otro dato muy significativo es que más de la mitad de la población española solo acredita competencias digitales básicas (54%), y considera que es un lastre inasumible en términos de cohesión social y empleabilidad.

Este informe del INE nos indica que un 30% de las personas trabajadoras autónomas durante los últimos doce meses no realizaron tareas relacionadas con la informática y en ese mismo periodo un 28% no hicieron uso de internet.

Desde UPTA hemos preparado una batería de propuestas para el trabajo por cuenta propia, que servirán como guion de las acciones que desde las distintas administraciones se deberán poner en marcha en las próximas semanas.

Hay que establecer líneas específicas de ayudas para la adaptación tecnológica de las empresas, para los/las autónomos/as y para sus trabajadores/as, enfocadas todas ellas a una reconversión del

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

modelo productivo y una efectiva reindustrialización, así como a favorecer la generalización de los nuevos sistemas de teletrabajo, de acuerdo con los nuevos formatos tecnológicos. Además, se deben impulsar plataformas de comercio on-Line, evitando situaciones de monopolio en la propiedad de estas que afectarían a la libertad de comercio y distribución.



LAS SOLUCIONES PASAN POR AFRONTAR GRANDES RETOS:

- 1º Digitalización del comercio de proximidad.
- 2º Regulación del Teletrabajo.
- 3º Estructuración sectorial de la economía digital.

La transformación de nuestros negocios es el antídoto para paliar la situación, de nada servirá volver a la normalidad si antes no hemos tomado decisiones trascendentales a la hora de gestionar la actividad económica que desarrollamos.

Reserva de hoteles, billetes de avión, entradas para espectáculos, moda, libros... Hoy en día se puede comprar todo por internet y los usuarios se han ido sumando a esta tendencia debido a la facilidad, comodidad y seguridad del proceso a través de un dispositivo móvil o un ordenador.

En UPTA queremos poner en marcha proyectos de innovación digital, y apostar por elaborar plataformas de marketing digital. De los millones de trabajadores/as autónomos/as que ofrecen bienes o servicios, muchos/as profesionales están llevando sus iniciativas al mundo digital ya que tiene una gran ventaja diferencial: todas las acciones que se implementan son mucho más medibles y, cuando podemos medir, podemos mejorar.

Para definir esta transformación, debemos analizar en profundidad cómo puede ayudar la tecnología y la digitalización a los trabajadores autónomos:

✓ SUPERACIÓN DE LA BRECHA TECNOLÓGICA EL PRIMER PASO PARA LA DIGITALIZACIÓN

No se pueden dar pasos hacia la digitalización plena de los pequeños negocios sin antes romper las barreras para una digitalización básica. Saltarse este paso es como si se hubiera intentado hacer la primera revolución industrial sin haber inventado antes la rueda.

Antes de avanzar en los procesos de digitalización más complejos, como son los de la venta on-line o incluso la digitalización de servicios que hoy se ofrecen con carácter presencial, deberemos superar

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

cuestiones básicas de comunicación y gestión en nuestros negocios; si no es así, no estaremos preparados para las siguientes etapas. La alfabetización informática es primordial para avanzar en la transformación de los procesos comerciales y de gestión empresarial.

En este sentido, la venta de productos o servicios on-line, como objeto final de la digitalización no podremos hacerla si no tenemos previamente digitalizados aspectos relacionados con la gestión de nuestro pequeño negocio, como son la facturación o la gestión fiscal.

5

¿CÓMO ROMPER LA BRECHA TECNOLÓGICA PARA COMUNICARNOS CON NUESTROS CLIENTES?

El primer objetivo será aproximar el uso diario de los dispositivos móviles y las aplicaciones de comunicación básicas, para que los pequeños negocios se acostumbren a ellas y puedan establecer una relación más directa con sus clientes, la mayoría de los cuales ya utilizan estas herramientas. Los pasos deberían ser:

- a) Proporcionar a los/las autónomos/as el acceso a dispositivos móviles, tabletas y ordenadores mediante líneas de financiación especiales y ayudas para su adquisición, compensando el acceso a estos dispositivos en el ámbito profesional en aquellos entornos rurales donde menos uso se hace de los mismos mediante el aumento de las ayudas.
- b) En entornos rurales, facilitar el acceso a las redes de comunicación, así como fortalecer el uso de redes 4G y 5G en su momento de expansión a todo el colectivo de personas trabajadoras autónomas.
- c) Incrementar, en las personas trabajadoras autónomas con pequeños comercios o que ofrecen servicios, el uso de redes sociales para comunicarse con sus clientes, principalmente trabajar la creación de grupos de clientes, en estas redes, que sean capaces de gestionar los propios autónomos/as.

Mejorar el uso de estos canales de comunicación es el principio de cualquier proceso de digitalización. Un proceso sencillo y que puede ser muy útil ante el nuevo escenario que se presenta en la nueva normalidad que viviremos. Desglosamos el proceso:

1. Captación de datos para Redes Sociales.

El teléfono móvil está lo suficientemente extendido, como para poder acceder con facilidad a una lista de los teléfonos de los clientes. Deberán tomarse algunas medidas preventivas desde el punto de vista de la seguridad y la privacidad, aunque para ello existen diferentes aplicaciones que garantizan ambos principios.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

2. Definición de las Redes Sociales, en función del perfil de edad de los clientes.

Posiblemente para muchos autónomos/as con una edad avanzada, en el sector del comercio, hostelería u otros servicios de cercanía, el teléfono móvil será una vía eficaz para comunicarse con los clientes. Así, se podrá hacer un seguimiento de las necesidades particulares de estos colectivos y en momentos valle de trabajo, hacerles llamadas telefónicas no intrusivas, para preguntarles si tienen alguna necesidad.

Las aplicaciones como WhatsApp  o Facebook  pueden ser herramientas útiles con las que realizar una acción de comunicación determinada. La creación de grupos de WhatsApp es la que está más extendida, pero podría ser también Telegram  que sólo el administrador (Comercio o Autónomo/a), pueda enviar mensajes es un buen comienzo y fácil de gestionar.

Imaginemos, que un pequeño comerciante de hostelería observa que su establecimiento los martes tiene menos concurrencia, el lunes podrá mandar un WhatsApp a esa lista de clientes, diciéndoles, por ejemplo, que ese martes les ofrece una tapa especial con una consumición. Es un canal directo y muy efectivo para pequeños comercios donde podrán comunicarse por grupo hasta con 256 clientes, dado que ese es el número máximo de usuarios en un grupo. A partir de ese número de clientes, podrán empezar a segmentar en otros grupos para llegar a más personas, por ejemplo: por segmentos de edad, permitiendo ofrecer servicios a domicilio en el grupo de mayores, o por tipología de clientes, asiduos, esporádicos, etc.

Otra red social, es Instagram , que crece a diario. El inconveniente es que es una red mucho más visual y requiere de otras habilidades para poder gestionar los contenidos.

Para comercios, un poco más grandes u otros tipos de servicios que necesiten también una mayor creación de contenidos, Facebook, puede cumplir esa misma función que hace Whatsapp, el problema es que es más difícil de gestionar y requiere tal vez de un esfuerzo mayor para hacerse visible a los clientes.

La clave, como en la mayoría de los procesos de digitalización, está en la formación que el uso de todas estas herramientas requiere. Por tanto, los planes formativos deberán estar pensados para estos fines. No obstante, cada día es más habitual que el conocimiento necesario para esta digitalización de la comunicación se realice por asesores externos que ofrecen el servicio por un bajo coste.

¿CÓMO ROMPER LA BRECHA TECNOLÓGICA DESTINADA A LA GESTIÓN DEL NEGOCIO?

Desde la emisión de facturas, el archivo de justificantes recibidos y notas de gastos, etc., las obligaciones tributarias requieren por parte del autónomo/a un sobre esfuerzo diario para poder llevar una mínima, pero necesaria gestión contable y administrativa del negocio.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

La complejidad de la materia fiscal lleva al autónomo/a a contratar los servicios de un/a asesor/a o gestor/a, que le facilite este trabajo. Pero hay una parte de dicha gestión de la que el/la autónomo/a aún no ha llegado a desligarse. El emitir, recibir y guardar facturas manualmente, para mandarlas a su gestor/a habitual es una labor cotidiana y si no se utilizan las herramientas adecuadas, puede consumir gran parte de su jornada.

Hoy en día, existen en el mercado además de asesorías on-line, numerosas herramientas para hacer facturas de forma sencilla, como aquellas que fotografían y archivan las facturas en la nube, o las que ayudan a llevar un control diario y sencillo de las notas de gatos, etc., además, son económicas y de fácil acceso. Entonces, ¿qué es lo que les disuade en su uso?, principalmente es una barrera psicológica, pensar que no serán capaces de aprender a usarlas, por eso en este campo la formación es clave.

Así, para superar esta barrera psicológica y minimizar la brecha digital que, la misma, supone para el colectivo del trabajo autónomo y las microempresas, la formación se configura como imprescindible, acompañada de acciones de sensibilización e información que permitan poner en conocimiento del colectivo las ventajas que ofrecen el uso de estas herramientas en la gestión de sus negocios, lo que les va a permitir, a su vez, una gestión eficiente del tiempo, mejorando su productividad y procurando la corresponsabilidad social y familiar.



Digitalización de procesos y los servicios enfocados a la venta (e-commerce)

Una vez que hayamos mejorado las capacidades de comunicación y de gestión, la alfabetización informática de los/las autónomos/as, rompiendo la brecha que tienen en sus pequeños comercios o aquellos servicios que ofrecen, ya pueden pasar a una segunda etapa de digitalización.

Son miles los/las trabajadores/as autónomos/as que ya ofrecen así sus servicios. Muchos/as profesionales de este sector están llevando sus iniciativas al plano virtual y al mundo digital en sus procesos de venta. Estos tienen grandes ventajas:

- a) No existen barreras de localización para la venta, podemos crecer en clientes.
- b) No influyen horarios de apertura o como ha sido el caso del COVID19.
- c) Todas las acciones que se implementan son mucho más medibles y cuando podemos medir, podemos mejorar.

Dependiendo del volumen por el tamaño, tipo de negocio, así como las posibilidades de migración del negocio de un plano físico al plano virtual, serán las distintas soluciones que se podrán aplicar.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

No hay negocio que su proceso de venta no pueda ser digitalizado. Aun cuando el mismo termine en una acción en el plano físico, el cómo venderlo, se podrá digitalizar.

✚ Principales problemas para hacer llegar el comercio electrónico a los pequeños negocios.

8

1. Tamaño de la oferta

Por mucho que queramos especializar nuestra actividad en el tamaño de la oferta, el catálogo de un pequeño comercio o los servicios que puede ofrecer un/a autónomo/a, tal vez nunca llegue a ser lo suficientemente amplia y atractiva como para competir en un entorno digital donde la incorporación de productos en grandes e-commerce es una tónica.

2. Comunicación de la oferta

La dificultad de encontrar clientes para un e-commerce, se basa principalmente en cómo hacer llegar la propuesta de oferta a los clientes. En un contexto en el que la proximidad tradicional que podrían ofrecer los autónomos en sus servicios o venta de productos se rompe, es uno de los valores del e-commerce, será más complicado hacer una oferta diferencial.

3. Falta de capacidades de creación y mantenimiento de tiendas on-line

Aun cuando es factible gracias a los avances digitales, que un/a pequeño/a comerciante o un/a autónomo/a pueda tener su página web y que, en esta, esté integrada un comercio on-line, su construcción y actualización no es un proceso fácil para la mayoría de ellos/as. Es evidente que hoy en día el conocimiento sobre posicionamiento SEO y SEM, técnicas para aumentar nuestra presencia en internet y buscadores, complica aún más que nuestra web o comercio no pase inadvertido.

4. Dificultades en gestión de la logística en el caso de productos

Un problema evidente, es cómo gestionar la logística de estos pequeños comercios on-line, en particular esa gestión de la última milla, en la que las grandes plataformas de venta on-line tienen establecidos unos grandes flujos logísticos que le permiten una gestión de ésta optimizada en costes y en calidad de servicios. Este punto va en contra de los/las autónomos/as, pues difícilmente sus negocios on-line pueden tener esa misma calidad de servicio y asunción de costes.

➤ **Cómo superar estas dificultades.**

El pequeño comercio y los/las autónomos/as, no pueden enfrentarse a los procesos de digitalización con garantía de éxito si lo hacen en solitario. Sólo algunos de ellos, por un negocio diferencial en su oferta, por tener un número de clientes muy elevado o por tener realizados los procesos de digitalización básicos, podrán montar con éxito sus comercios on-line.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

Entonces, ¿qué solución tienen?; principalmente la unión de intereses de un sector de actividad o de varios sectores de actividad o de colectivos que puedan compartir plataformas de comercio electrónico, sea cual sea el motivo causante de esta unión.



Creación de proyectos conjuntos de e-commerce por localización.

Estos proyectos están basados en dos posibles causas para su construcción.

a) Localización de proximidad.

Es la conversión del modelo clásico de comercio de proximidad a una web asociativa, que acoja a aquellos comercios o servicios de barrio, pueblo o comarca, que puedan unirse para la creación de un proyecto dirigido a un colectivo con una localización geográfica determinada.

b) Localización productiva.

En este caso el factor determinante no es donde están los/las clientes/as localizados. Es dónde tienen la producción los/las autónomos/as, siendo especialmente interesante para colectivos que puedan estar englobados en sectores como: la agricultura, la ganadería o de transformación alimentaria. También pueden existir este tipo de soluciones para productores de artesanía, confección, etc.

En ambos casos su posibilidad de éxito se basa en aprovechar una comunicación y logística compartida para el proyecto, lo que facilita la penetración en ese segmento al que se dirigen ambos tipos de proyectos. Por otro lado, se hace crecer la oferta, algo que es fundamental en los proyectos de e-commerce.



Creación de proyectos conjuntos de e-commerce por gremios.

En este caso la propuesta se basa en crear de forma conjunta plataformas de e-commerce que puedan tener el denominador común gremial. El mayor ejemplo en este caso es el de pequeños/as autónomos/as que se dediquen a la venta ambulante, pudiendo generar espacios de compra on-line que incrementen su capacidad de venta dada su propia deslocalización.

Son muchos los gremios que comparten clientela; se podrían proponer cambios en este sentido que favorezcan su expansión comercial.



Digitalización aplicada al teletrabajo y servicios digitales remotos.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

Este es un gran reto para el sector de servicios profesionales a personas y empresas dentro del colectivo del trabajo autónomo.

El verdadero reto, se basa en atender a una profunda digitalización de los servicios de estos profesionales: abogados/as, asesores/as, gestores/as administrativos/as, diseñadores/as, consultores/as, etc., en un doble sentido, tanto respecto de los profesionales para que no puedan depender de realizar su trabajo de forma presencial como respecto de sus clientes entre los que hay que generar el hábito necesario y fomentar el uso de los canales digitales para su relación con ellos.

10

También, dentro de estas actividades profesionales realizadas por autónomos/as se encuentran aquellos/as con empleados/as a su cargo, que en muchos casos pueden implantar el teletrabajo.

Enfrentarse a este proceso precisa de una formación concreta en herramientas que puedan ayudar tanto al autónomo/a como a sus clientes/as, de forma fácil, a compartir espacios de trabajo digitales. El asesoramiento y las consultas on-line, son determinantes en este sector, de forma especial, así como los gestores documentales y todas aquellas herramientas que faciliten esa labor de forma digital.

En este sentido, hay dos claves importantes, saber a qué nicho de mercado dirigimos nuestros servicios, ver si son perfiles acostumbrados al uso de estas herramientas, y como usar sencillas herramientas que puedan ir acostumbrado a los/las clientes a su uso, o a los/as propios/as empleados/as del autónomo/a.



➤ ¿Qué herramientas digitales son fundamentales?

1. Comunicación on-line (audio y vídeo conferencia).
2. Gestión de documentos digitales.
3. Organizadores y gestores de tareas.
4. Firma digital y certificaciones de documentos.

A continuación, se explica la funcionalidad y cuáles son las herramientas más utilizadas en este sentido.

1. Comunicación on-line (audio y videoconferencia).

La funcionalidad de estas herramientas es, principalmente, establecer comunicación uno/a a uno/a o grupales por medio de llamada o videoconferencia. Los principales beneficios de estas herramientas consisten en complementar lo que aplicaciones de video llamadas sencillas ya realizan, con la posibilidad de compartir documentos o la propia pantalla entre los/las distintos usuarios/as.

Por esta capacidad de compartir documentos y pantallas, facilita la explicación a clientes/as o equipos de trabajo, de aquellas cuestiones que resulten más interesantes para los/las interlocutores.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

En el ámbito del asesoramiento y la consultoría, se podría poner muchos ejemplos. La asistencia telemática en múltiples actividades, la explicación de servicios, el ámbito de la creación de contenidos periodísticos o literarios, todo lo relativo a formación, etc.; en multitud de campos de actividad estos sistemas están reemplazando la atención persona a persona de forma presencial por una atención telemática.

Son muchas las herramientas que se están popularizando, entre ellas deberíamos destacar las que son más integradoras de estas facilidades para compartir información con los usuarios: ZOOM, Microsoft TEAMS, MEET, vienen a complementar la oferta de aplicaciones que han ido evolucionando de la simple videollamada a estas aplicaciones más colaborativas, como puede ser el conocido SKYPE.

11

2. Gestión de Documentos Digitales

Las posibilidades que hoy ofrece el almacenamiento de documentación en “La Nube”, son amplias y la mayoría de las veces a costes reducidos o inexistentes para pequeños negocios. A las plataformas más conocidas como Drive, Dropbox u Onedrive, hay que sumar infinidad de servicios de correo o mensajería instantánea que están también ofreciendo estas capacidades de almacenamiento documental.



Conocer cómo gestionar revisiones de estas versiones, cómo establecer criterios de orden documental, son conceptos básicos para que estas aplicaciones tengan una utilidad en nuestra gestión de la información y documentación necesaria para su archivo. Al final, es básico que la información que gestionamos, y más si nos dedicamos a tareas administrativas que ofrecemos a terceros como servicio, esté tanto en entornos seguros que contemplan la posibilidad de copias de refuerzo (backup), que impidan su pérdida.

En estos procesos de gestión el poder dar acceso restringido a documentos, compartirlos con terceros de forma segura, limitar si son de lectura o editables, etc., ofrecen la necesaria versatilidad para poder hacer nuestros trabajos administrativos de forma correcta con nuestros/as clientes/as.

3. Organización y gestores de tareas

Este apartado digital, es fundamental en equipos que trabajan de forma remota, así como para planificar el tiempo y tareas en virtud de las necesidades de cada negocio. Siempre los pequeños negocios y autónomos/as tienen una sobre carga de trabajo, que debe ser organizada de la forma más efectiva. Estas herramientas son una ayuda básica para sacar mayor rendimiento al tiempo, gracias a la organización, fundamental en un segmento de población, los/las autónomos/as, que dedican pocas horas a la conciliación familiar y a su propio tiempo personal.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

Hay herramientas muy fáciles de uso como Whiteboard de Microsoft  más parecido a las libretas de toda la vida que utilizaban los/las autónomos/as para apuntar sus tareas y hacer un seguimiento de las mismas que gracias a otras capacidades digitales permiten compartir esa información. Si queremos seguir avanzando en este sentido de la organización y colaboración, siempre existen soluciones como Planner o Trello,  vs  más complejas en su uso pero que facilitan métodos de organización tanto individuales como colectivos.

12

En el desarrollo de la gestión de tareas y calendarios no debemos de olvidarnos del más utilizado hoy en día, OUTLOOK,  fácil de manejar y al que normalmente no obtenemos de forma profesional todas sus posibilidades. El complementar la gestión de citas y agenda, con tareas pendientes hace de esta extendida herramienta un buen primer paso para el control de las tareas de forma ágil.

Tanto en el entorno de las App como de las aplicaciones para ordenadores y tabletas, podemos encontrar otras aplicaciones como TO-DO de Microsoft, que además integran otras herramientas como en el caso de las aplicaciones de Outlook o Planeer configurando así uno de los mejores gestores de tareas personales.

También en el entorno de las App una de las más extendidas es TODOIST,  que para comenzar en la gestión de tareas es sencilla de usar.

4. Firma digital y certificaciones de documentos.

Por último, hemos podido observar la importante dependencia que aún tenemos de lo físico en la gestión de contratos, facturas, certificaciones... esta parte de burocracia necesaria en todos los negocios deberemos de prestarle la atención necesaria a la hora de digitalizarnos.

El poder firmar documentos digitales, con una clara vigencia legal, es una base importante ante cualquier actividad que realicemos. La imposición del cumplimiento normativo ante la administración o terceros hace necesario tener capacidades de firma o la certificación digital de documentos. Poco a poco deberemos implantar estos servicios.

La formación elemento clave de la digitalización del entorno de los autónomos.

Para poder acometer por parte del colectivo de autónomos/as este proceso de digitalización, el proceso deberá empezar en la formación de éstos para el uso de las herramientas, si bien es cierto que todavía tanto las comunicaciones como los dispositivos y herramientas necesarias son para muchos/as un obstáculo. Y aunque estas barreras se van rompiendo, sin dar el paso necesario de la formación no se obtendrán resultados.

¿CÓMO DISEÑAR LA FORMACIÓN EN DIGITALIZACIÓN DEL COLECTIVO DE AUTÓNOMOS?

1º. Formación segmentada.

La oferta formativa en este campo debería estar segmentada en función de las necesidades de los distintos perfiles de productos que venden, o de los servicios que prestan los/las autónomos/as en particular a los segmentos que tienen estructura de clientes/as similares, negocios equiparables en cuanto a desarrollo de los pasos a seguir y en cuanto a la equiparación en necesidades por ubicación geográfica y ámbito territorial de desarrollo de la actividad.

Siendo así, lo primero es diferenciar en esas necesidades si estamos hablando de actividades en el ámbito rural o de baja densidad de población, o en lugares donde la densidad poblacional como en las ciudades es mayor.

Lo segundo, sería observar la tipología de los negocios, haciendo bloques bien definidos. Comercio, servicios profesionales a personas, servicios profesionales a empresas, etc., no precisan las mismas herramientas digitales; por tanto, hay que hacer una oferta formativa en cada uno de estos segmentos.

Por último, combinando los dos elementos de localización y segmento de actividad, se definirá un grupo determinado de clientela a la que se dirige, siendo este el valor principal donde segmentar esta oferta formativa.

2º. Formato píldoras, adaptadas a las necesidades del autónomo y digitales.

Lo indiscutible es que la falta de tiempo para la formación, debido a que siempre están centrados en sus negocios, sumado a que la formación no está dentro de sus hábitos, pues si bien la formación empresarial está más asentada sobre los/las trabajadores/as por cuenta ajena, en el caso de los/as autónomos/as no existen flujos de desarrollo profesional formativo muy específicos ni extendidos, salvo aquellas formaciones en etapas iniciales sobre materias profesionales, siendo la formación en habilidades o el reciclaje profesional, algo poco desarrollado en el colectivo.

Para poder aproximar bajo las premisas anteriores la formación a los/las autónomos/as se precisan por tanto dos vías de acción. La primera dotar de máxima sencillez a los contenidos formativos, siendo necesario por tanto pequeñas unidades formativas, formato píldoras, que puedan fácilmente convertirse en mini itinerarios para conseguir un aprendizaje.

En segundo término, el formato de la formación no cabe duda de que cada día es más necesario para la digitalización el acostumbrarse al uso de los elementos digitales. La usabilidad de aplicaciones personales o formativas en dispositivos móviles, tabletas, etc., harán más fácil el propio aprendizaje. Por tanto, esta formación no debería en ningún caso salir del propio entorno digital.

LOS AUTÓNOMOS Y LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

Partiendo de este diagnóstico, es necesario que la administración ponga en marcha ayudas destinadas a minimizar la brecha digital del colectivo del trabajo autónomo, mediante la colaboración público-privada:

1. Ayudas para la adquisición de PCs, portátiles.
2. Ayudas para la adquisición de sistemas de videoconferencias.
3. Ayudas para la adquisición de software ofimático, elementos de seguridad informática y de protección de datos personales.
4. Ayudas para adquisición de Software específicos necesarios para el desempeño de la actividad.
5. Ayudas para contratación de Servicios cloud (alojamiento en la nube, tipo Google Drive).
7. Ayudas a la implantación de herramientas organizativas y de planificación
8. Ayudas para formación y adquisición de competencias de Gestores de productos y servicios digitales
9. Ayudas para acciones de formación (píldoras formativas e informativas), implantación, asesoramiento y tutorización.
10. Ayudas para el asesoramiento basada en design thinking que permita a los autónomos hacer una renovación de su negocio.
11. Ayudas para la implantación del comercio electrónico, marketing digital, redes sociales previa formación que familiarice a los autónomos con dichas herramientas tecnológicas, acompañada de asistencia técnica y asesoramiento.