

# INFORME DE LA ENCUESTA SOBRE:

---

## internacionalización del trabajo autónomo



**UATAE**  
Autónomos  
con derechos

# INTRODUCCIÓN

## 1.1. Objetivo del estudio

El presente informe tiene como finalidad analizar los resultados obtenidos en la encuesta sobre la internacionalización del trabajo autónomo en España, con el propósito de identificar las principales barreras, oportunidades y necesidades que enfrenta este colectivo en su proceso de expansión hacia mercados internacionales. Esta investigación busca proporcionar una base empírica para la formulación de políticas y estrategias que faciliten la internacionalización de los autónomos, asegurando su acceso a herramientas adecuadas y su integración en el comercio global en condiciones equitativas.

## 1.2. Justificación y relevancia del análisis

La internacionalización se ha consolidado como una estrategia clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad del tejido productivo, permitiendo a los autónomos diversificar su mercado y reducir su dependencia del contexto económico nacional. Sin embargo, este proceso sigue siendo un desafío significativo debido a obstáculos estructurales, normativos y financieros que limitan su acceso a los mercados exteriores.

A pesar del creciente interés por parte de las instituciones públicas en fomentar la internacionalización, los programas y herramientas disponibles han estado mayoritariamente orientados a empresas de mayor tamaño, dejando en un segundo plano la realidad del trabajo autónomo. Ante esta situación, resulta imprescindible contar con datos concretos y representativos que permitan comprender las necesidades específicas de este colectivo y diseñar intervenciones más efectivas.

Con este fin, la encuesta realizada entre el 8 de abril y el 30 de junio permitió recopilar información tanto de manera abierta como a través de la base de datos de la organización, garantizando la inclusión de una muestra diversa y representativa del colectivo autónomo en España. Los resultados obtenidos ofrecen una visión detallada de su situación actual, sus expectativas y las dificultades a las que se enfrentan en su proceso de internacionalización, proporcionando evidencia empírica que sustenta las recomendaciones y propuestas formuladas en el informe principal.

## **METODOLOGÍA**

Para comprender en profundidad las barreras y oportunidades que enfrentan las personas trabajadoras autónomas en su proceso de internacionalización, se ha diseñado una metodología que combina un enfoque cuantitativo y cualitativo. Este estudio se basa en una encuesta dirigida a una muestra representativa del colectivo, permitiendo analizar tanto las dificultades estructurales como las experiencias individuales que determinan su acceso a los mercados internacionales.

A continuación, se detallan los aspectos metodológicos clave del estudio, incluyendo el diseño del cuestionario, las características de la muestra, el proceso de recogida de datos y las técnicas empleadas para su análisis. Estos elementos garantizan un marco riguroso que permite extraer conclusiones fundamentadas sobre la realidad del colectivo autónomo en el contexto del comercio exterior.

### **2.1. Diseño del estudio**

El presente análisis se ha desarrollado a partir de un estudio cuantitativo y cualitativo basado en una encuesta dirigida a personas trabajadoras autónomas en España. El diseño de la encuesta se centró en obtener datos representativos sobre el grado de internacionalización del colectivo, las barreras que enfrentan, las oportunidades identificadas y el nivel de conocimiento sobre herramientas y programas de apoyo existentes.

Para garantizar una visión integral del fenómeno, se diseñaron preguntas cerradas de opción múltiple, escalas de valoración tipo Likert y preguntas abiertas que permitieran recoger opiniones cualitativas sobre las principales dificultades y estrategias percibidas por los autónomos en su proceso de internacionalización.

### **2.2. Población y muestra**

La población objetivo del estudio estuvo conformada por personas trabajadoras autónomas en España, con y sin experiencia en internacionalización, pertenecientes a distintos sectores de actividad. La muestra se obtuvo mediante un muestreo mixto que combinó:

- **Encuesta abierta**, difundida a través de canales digitales, redes sociales y asociaciones sectoriales, lo que permitió la participación de autónomos interesados en la temática.
- **Encuesta dirigida**, enviada a una base de datos de la organización con el fin de garantizar una representación equitativa de perfiles con distintos niveles de experiencia en internacionalización.

En total, se recogieron **1.250 respuestas válidas**, distribuidas de la siguiente manera:

- **53,2%** hombres, **45,7%** mujeres y **1,1%** otras identidades de género.
- **61,4%** sin experiencia en internacionalización y **38,6%** con algún grado de actividad en mercados exteriores.
- Representación de sectores clave:
  - **Servicios profesionales y consultoría:** 28,5%
  - **Comercio y distribución:** 21,3%
  - **Tecnología y desarrollo digital:** 17,9%
  - **Industria y manufactura:** 13,7%
  - **Agroalimentario y producción primaria:** 11,6%
  - **Otros sectores:** 7,0%

La selección de la muestra permitió captar tanto a autónomos que ya han explorado mercados internacionales como a aquellos que aún no han iniciado el proceso, lo que aporta un análisis comparativo sobre las barreras percibidas y las oportunidades disponibles.

## 2.3. Recogida y análisis de datos

La encuesta se administró en formato online entre el 8 de abril y el 30 de junio de 2024. Se emplearon plataformas digitales para su difusión, asegurando un acceso amplio y equitativo a la muestra objetivo.

Para el análisis de los resultados se combinaron técnicas estadísticas descriptivas y análisis cualitativo:

- **Análisis cuantitativo.** se aplicaron medidas de tendencia central (media, mediana y moda) y análisis de frecuencias para identificar patrones en las respuestas.
- **Análisis cualitativo.** las respuestas abiertas se categorizaron utilizando técnicas de análisis de contenido, permitiendo extraer las principales preocupaciones y propuestas expresadas por los autónomos.
- **Segmentación de resultados.** se realizó una comparación entre autónomos con y sin experiencia en internacionalización, así como entre sectores de actividad, para identificar diferencias en barreras y oportunidades percibidas.

La metodología empleada garantiza que los resultados obtenidos sean representativos y permitan una interpretación rigurosa de la situación actual del colectivo autónomo en relación con su acceso a mercados internacionales.

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los resultados obtenidos a través de la encuesta permiten comprender las principales dificultades, percepciones y oportunidades que el colectivo autónomo enfrenta en su proceso de internacionalización. La encuesta ha permitido recopilar información relevante sobre el grado de conocimiento del colectivo en materia de comercio exterior, las barreras estructurales que limitan su acceso a los mercados internacionales y las condiciones que facilitarían su expansión en este ámbito.

A continuación, se presentan los hallazgos más relevantes organizados en función de los ejes temáticos del estudio.

### 3.1. Percepción sobre la internacionalización

Los datos reflejan un alto interés del colectivo autónomo por la internacionalización, aunque condicionado por la existencia de importantes barreras estructurales. Al preguntar sobre su disposición a expandir su actividad fuera de España:

- Un **61%** manifestó un alto interés en internacionalizar su negocio, considerándolo una oportunidad de crecimiento.
- Un **27%** expresó un interés moderado, condicionado a la eliminación de barreras como la falta de financiación o el exceso de burocracia.
- Un **12%** afirmó no estar interesado en la internacionalización, argumentando razones como la complejidad administrativa, la falta de apoyo institucional o el desconocimiento de mercados exteriores.

Entre las principales motivaciones identificadas para la internacionalización destacan:

- **Diversificación de ingresos y reducción de la dependencia del mercado nacional (42%).**
- **Acceso a nuevos mercados con mayor demanda de su actividad (38%).**
- **Mejora de la estabilidad económica ante la incertidumbre del mercado interno (20%).**

Estos datos indican que, aunque existe una disposición favorable a la internacionalización, la ausencia de herramientas adecuadas impide que una parte significativa del colectivo pueda dar el paso hacia mercados exteriores.

### **3.2. Barreras identificadas para la internacionalización**

Las respuestas de las personas encuestadas confirman la persistencia de múltiples barreras que dificultan la internacionalización del trabajo autónomo. Entre los principales obstáculos señalados destacan:

- Falta de información y asesoramiento especializado (74%).
- Dificultades en el acceso a financiación y microcréditos (68%).
- Complejidad fiscal y regulatoria en operaciones internacionales (64%).
- Escaso apoyo institucional y programas adaptados a autónomos (59%).
- Limitaciones en la digitalización y uso de plataformas globales (53%).

Uno de los aspectos más relevantes de la encuesta es que un 81% de las personas autónomas encuestadas afirmó no conocer los programas de apoyo existentes para la internacionalización de pequeñas actividades económicas. Además, un 67% considera que las políticas actuales están diseñadas para empresas más grandes y no se ajustan a su realidad económica ni operativa.

Estos resultados refuerzan la necesidad de un mayor acompañamiento institucional y la implementación de medidas específicas para facilitar el acceso del colectivo autónomo a los mercados internacionales.

### **3.3. Oportunidades y estrategias para mejorar el acceso a mercados internacionales**

A pesar de las dificultades mencionadas, las personas autónomas encuestadas identificaron varias estrategias y condiciones que facilitarían su proceso de internacionalización:

- **Mayor acceso a formación en comercio exterior y digitalización (72%).**
- **Simplificación de trámites administrativos y reducción de cargas burocráticas (68%).**
- **Creación de redes de contacto y plataformas de apoyo al trabajo autónomo (65%).**
- **Mayor acceso a financiación con condiciones flexibles y sin avales excesivos (59%).**
- **Incentivos fiscales para la internacionalización de pequeñas actividades económicas (55%).**

Asimismo, un 79% de los encuestados considera que la digitalización es el mecanismo más accesible para expandir su actividad a mercados internacionales, pero un 62% afirma no contar con los conocimientos o herramientas necesarias para aprovechar el comercio digital de manera efectiva.

Estos datos sugieren que, con el apoyo adecuado, el colectivo autónomo podría mejorar significativamente su capacidad para competir en mercados internacionales.

## HALLAZGOS CLAVE DE LA ENCUESTA

A partir del análisis de los datos obtenidos en la encuesta, se han identificado una serie de hallazgos fundamentales que permiten comprender con mayor profundidad la realidad del colectivo autónomo en su proceso de internacionalización. Estos hallazgos refuerzan las conclusiones del estudio documental y confirman la existencia de barreras estructurales, pero también oportunidades estratégicas para facilitar la expansión del trabajo autónomo en mercados internacionales.

### 4.1. Falta de conocimiento y acceso a recursos para la internacionalización

Un 81% de las personas autónomas encuestadas indicó que desconoce los programas públicos de apoyo a la internacionalización. Este dato evidencia que los recursos existentes no están llegando de manera efectiva al colectivo, ya sea por una falta de difusión o porque los programas no están adaptados a su realidad operativa.

Además, un **74%** de los encuestados manifestó que la falta de asesoramiento especializado es una barrera importante para su internacionalización. La ausencia de servicios accesibles que orienten sobre normativas, oportunidades de mercado y estrategias de exportación impide que muchos autónomos puedan dar el salto al comercio exterior con seguridad y conocimiento suficiente.

### 4.2. Barreras administrativas y fiscales como freno al crecimiento internacional

Las dificultades burocráticas y fiscales fueron señaladas como uno de los principales obstáculos por un 64% de las personas encuestadas. Entre las problemáticas más mencionadas destacan:

- **Complejidad en la gestión del IVA en operaciones internacionales**, especialmente en la venta de servicios digitales.
- **Desconocimiento sobre obligaciones fiscales en mercados exteriores**, lo que genera incertidumbre y frena la expansión.

- **Exceso de trámites administrativos y costes asociados a la exportación,** lo que dificulta la competitividad de los autónomos frente a empresas con más recursos.

Estos resultados evidencian la necesidad de una reforma en la gestión fiscal del comercio internacional para el trabajo autónomo, así como la urgencia de programas de asesoramiento accesibles y eficientes.

### **4.3. Dificultades en el acceso a financiación para la internacionalización**

El 68% de las personas encuestadas afirmó haber encontrado obstáculos para acceder a financiación destinada a la internacionalización. Entre los problemas más señalados destacan:

- **Exigencia de avales elevados o garantías difíciles de cumplir.**
- **Falta de líneas de microcréditos específicas para pequeños proyectos de exportación.**
- **Burocracia excesiva en el acceso a fondos europeos y estatales.**

Además, un **59%** considera que las subvenciones disponibles están diseñadas para empresas con mayor capacidad financiera y no se adaptan a la realidad económica del trabajo autónomo.

### **4.4. Falta de integración del colectivo autónomo en estrategias de digitalización para el comercio exterior**

Si bien la digitalización se presenta como una de las vías más accesibles para la internacionalización del trabajo autónomo, un 62% de las personas encuestadas manifestó no contar con los conocimientos o herramientas necesarias para aprovechar el comercio digital de manera efectiva.

Las principales dificultades mencionadas fueron:

- **Falta de formación específica sobre comercio digital e internacionalización.**
- **Escasez de incentivos fiscales y ayudas para la digitalización del trabajo autónomo.**
- **Dificultad para posicionar sus productos o servicios en plataformas globales.**

A pesar de ello, un **79%** de los encuestados considera que la digitalización es la vía más viable para expandirse a mercados internacionales, lo que refuerza la necesidad de impulsar programas específicos de formación y apoyo tecnológico para autónomos.

#### **4.5. Falta de redes de apoyo y oportunidades de networking internacional**

La ausencia de redes de contactos y plataformas de apoyo específicas para el trabajo autónomo en el comercio internacional fue señalada por un **65%** de las personas encuestadas como un obstáculo importante.

Entre las principales dificultades mencionadas destacan:

- **Dificultad para establecer contactos con clientes y socios en el extranjero.**
- **Escaso acceso a ferias y eventos internacionales debido a los costes y requisitos de participación.**
- **Falta de espacios de networking dirigidos a autónomos en el ámbito del comercio exterior.**

Estos resultados refuerzan la necesidad de promover iniciativas que faciliten la conexión del colectivo autónomo con mercados internacionales mediante redes de apoyo institucional y profesional.

[www.uatae.org](http://www.uatae.org)