

IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LOS AUTÓNOMOS EN ECONOMÍA SOCIAL

SUBVENCIONA



PROMUEVE



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	3
2.- MARCO CONCEPTUAL	5
2.1 La Economía Social en España	5
2.1.1 Antecedentes y evolución histórica	5
2.1.2 Marco institucional y normativo	6
2.1.3 Desafíos actuales y perspectivas de sostenibilidad	9
2.2 Nivel de adopción de tecnologías digitales e inteligencia artificial en autónomos de la Economía Social en España	13
2.2.1. Datos cuantitativos sobre el uso y conocimiento de la IA	15
2.2.2. Principales barreras de adopción: económicas, formativas, culturales, tecnológicas, territoriales y de género.....	16
2.2.3 Diferencias sectoriales y territoriales en la digitalización del trabajo autónomo.....	19
3.- ANÁLISIS CUALITATIVO	23
3.1 Entrevistas a expertos y actores clave.....	23
4.- ANÁLISIS CUANTITATIVO	31
5.- CONCLUSIONES	62
GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL USO ÉTICO Y COOPERATIVO DE LA IA PARA AUTÓNOMOS EN LA ECONOMÍA SOCIAL	75
INFORME DE RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA FOMENTAR LA INCLUSIÓN DIGITAL DESDE LA ECONOMÍA SOCIAL	81
REPOSITORIO ABIERTO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ACCESIBLES PARA LA ECONOMÍA SOCIAL	90
BIBLIOGRAFÍA	104

ECONOMÍA LINGÜÍSTICA:

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

IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LOS AUTÓNOMOS EN ECONOMÍA SOCIAL

Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA), 2025
Coordinación y redacción: Equipo Técnico UPTA

1.- INTRODUCCIÓN

La transformación digital se ha consolidado como uno de los procesos más determinantes de la última década, modificando de manera profunda la organización del trabajo, las dinámicas económicas y las capacidades profesionales en prácticamente todos los sectores productivos.

Entre las tecnologías emergentes que están adquiriendo un papel central se encuentra la Inteligencia Artificial (IA), cuyo uso se extiende desde la automatización de tareas hasta el análisis avanzado de datos, la generación de contenido y la optimización de procesos. Este contexto plantea nuevos desafíos y oportunidades para el tejido profesional autónomo, un colectivo que constituye un pilar esencial de la economía española y que desempeña un papel destacado dentro de la Economía Social.

En este contexto, la inclusión digital no solo afecta a la eficiencia del trabajo autónomo, sino también a la capacidad de sostener y escalar iniciativas emprendedoras y de generar empleo de calidad en el entorno.

La Economía Social, por su orientación al trabajo digno y a la creación de empleo estable, ofrece un marco especialmente relevante para que la transformación digital impulse nuevas oportunidades profesionales, fortalezca el tejido emprendedor y aumente la resiliencia de los proyectos, especialmente en territorios y sectores con mayores dificultades de acceso a recursos.



La Economía Social, caracterizada por principios de cooperación, participación democrática y primacía de las personas sobre el capital, requiere de procesos de digitalización que sean inclusivos, accesibles y coherentes con sus valores. Sin embargo, la adopción de tecnologías avanzadas como la IA no se distribuye de manera equitativa entre todas las personas trabajadoras autónomas.

Es sabido que persisten brechas significativas ligadas al acceso a recursos tecnológicos, la capacitación digital, la edad, el territorio, la disponibilidad económica o la situación socioeducativa.

Estas brechas pueden profundizar desigualdades estructurales y limitar la sostenibilidad de los modelos de negocio vinculados a la Economía Social.

En este marco, se hace necesario generar conocimiento riguroso que permita comprender cómo están incorporando la Inteligencia Artificial las personas trabajadoras autónomas en la Economía Social, cuál es su nivel de conocimiento de estas tecnologías, cómo perciben su utilidad y qué barreras encuentran en su adopción.

El análisis es especialmente relevante, considerando que la muestra del presente estudio está compuesta mayoritariamente por autónomos en activo, lo que ofrece una base sólida para examinar la realidad actual del colectivo. Asimismo, la investigación aborda la diversidad interna del trabajo autónomo, atendiendo a factores como el sector profesional, la antigüedad en la actividad, la distribución territorial, el nivel formativo y el perfil demográfico, datos todos ellos recogidos en el análisis cuantitativo del estudio. Esta segmentación permite situar el fenómeno de la digitalización en su contexto real, identificando los distintos grados de exposición tecnológica y las necesidades diferenciales entre grupos, atendiendo a quienes desarrollan su actividad en el ámbito de la Economía Social.

El estudio se enmarca en las líneas estratégicas del Ministerio de Trabajo y Economía Social y contribuye a los objetivos establecidos en la Estrategia Española de Economía Social 2023-2027, así como a los compromisos de inclusión digital y sostenibilidad recogidos en la Agenda 2030. Su enfoque integra técnicas cualitativas y cuantitativas, una perspectiva interseccional y un análisis orientado a comprender no solo la presencia de la IA en los modelos de negocio autónomos, sino también los procesos de acceso, aprendizaje y uso cotidiano que configuran su adopción.

Este trabajo pretende ofrecer un marco descriptivo útil para situar el impacto actual de la Inteligencia Artificial en el trabajo autónomo vinculado a la Economía Social, aportando una visión amplia y estructurada del punto de partida desde el cual se están desarrollando los procesos de digitalización en este colectivo.

2.- MARCO CONCEPTUAL

2.1 La Economía Social en España

2.1.1 Antecedentes y evolución histórica

La Economía Social en España tiene raíces profundas que se remontan al siglo XIX, en paralelo al surgimiento del cooperativismo moderno en Europa. Ya en 1842 se fundó en Barcelona la primera cooperativa de producción registrada (la Compañía Fabril de Tejedores), seguida por otras cooperativas de producción y consumo en décadas posteriores. Durante las primeras décadas del siglo XX, diversas leyes fomentaron estas iniciativas (Ley de Sindicatos Agrícolas de 1906, Ley de Colonización Interior de 1907, Ley de Casas Baratas de 1911, etc.), hasta que en 1931 se aprobó la primera Ley General de Cooperativas que otorgó un marco jurídico propio a estas entidades. Sin embargo, todos estos avances se vieron frenados durante la dictadura franquista: el régimen sometió al cooperativismo a un férreo control y tutelaje, provocando un estancamiento de su desarrollo hasta un tímido resurgir en los años 60.

Con la llegada de la democracia, se revitalizó el sector de la Economía Social. La Constitución Española de 1978 reconoció expresamente la importancia de las cooperativas y ordenó a los poderes públicos fomentarlas (art. 129.2). A partir de los años 80, el concepto de "Economía Social" cobró protagonismo en las políticas públicas españolas, articulándose las primeras medidas específicas de apoyo. En esa etapa se impulsaron incentivos fiscales (por ejemplo, la Ley 20/1990 sobre régimen fiscal de cooperativas) y programas presupuestarios para el desarrollo del sector, así como políticas de empleo que permitieron a personas desempleadas capitalizar el paro en un pago único para crear cooperativas o sociedades laborales. Estas iniciativas, originadas desde el Ministerio de Trabajo, marcaron el inicio de un apoyo institucional sostenido a la Economía Social, descentralizado posteriormente a muchas Comunidades Autónomas. En 1992 se dio un paso clave en la estructuración del sector con la creación de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), organización que desde entonces representa ante los poderes públicos los intereses de cooperativas, mutualidades, sociedades laborales, asociaciones y demás entidades de la Economía Social.

Desde finales del siglo XX hasta hoy, la Economía Social española ha experimentado una importante expansión y reconocimiento institucional. Actualmente España es considerada un referente internacional en la materia. Un hito fundamental fue la promulgación de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, la primera ley de Economía Social en la Unión Europea. Esta norma supuso un punto de inflexión al reconocer jurídicamente al conjunto del sector y dotarlo de un marco común, definiendo la Economía Social como el conjunto de actividades económicas y empresariales que en el ámbito privado llevan a cabo entidades que persiguen el interés general económico o social, o ambos. La Ley 5/2011 enumeró explícitamente

los tipos de entidades que forman parte de la Economía Social española: cooperativas, mutualidades, fundaciones, asociaciones que realicen actividad económica, sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales de empleo, cofradías de pescadores, sociedades agrarias de transformación y otras entidades singulares regidas por los principios orientadores del sector. Esta definición legal consagró los principios característicos de la Economía Social: la primacía de las personas y la finalidad social sobre el capital, la gestión democrática y participativa, la reinversión de los excedentes priorizando el objeto social, la solidaridad interna y con la comunidad (fomentando el desarrollo local, la igualdad de oportunidades, la cohesión social, la inserción de colectivos vulnerables y la generación de empleo estable), así como la independencia respecto a los poderes públicos. Todo ello ha sentado las bases para el robusto desarrollo actual de un sector que, como se verá, aporta una contribución significativa al país en términos económicos y sociales.

2.1.2 Marco institucional y normativo

En las últimas décadas, España ha consolidado un marco institucional y normativo propicio para la Economía Social, reforzando tanto la legislación básica como las estrategias de promoción del sector. La propia Ley 5/2011 estableció la obligación de los poderes públicos de promover activamente la Economía Social. En cumplimiento de ello, el Gobierno puso en marcha inicialmente un Programa de fomento del sector y, tras su finalización, aprobó la primera Estrategia Española de Economía Social 2017-2020 (mediante Acuerdo de Consejo de ministros de 29 de diciembre de 2017).

España se convirtió así en el primer país de la UE en contar con una estrategia nacional integral para la Economía Social, integrada por 11 ejes y 63 medidas en su versión inicial. Esta hoja de ruta supuso una visión transversal del sector dentro de las políticas públicas, reconociendo a la Economía Social como motor de empleo y cohesión.

Tras la expiración de la estrategia pionera, en abril de 2023 el Gobierno renovó su compromiso mediante la Estrategia Española de Economía Social 2023-2027, aprobada por el Consejo de ministros el 11 de abril de 2023.

Esta nueva Estrategia actualiza y amplía la anterior, adaptándose al contexto socioeconómico postpandemia y alineándose estrechamente con las prioridades internacionales: está explícitamente vinculada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y con el Plan de Acción Europeo de la Economía Social lanzado por la Comisión Europea. La Estrategia 2023-2027 se articula en cuatro ejes prioritarios y contempla más de 130 medidas concretas.

Dichos ejes temáticos son: (1) aumentar la visibilidad de la Economía Social y su participación en los marcos institucional y normativo; (2) mejorar la competitividad del sector promoviendo la innovación, la transformación digital y la internacionalización, incluyendo la actualización de competencias de sus trabajadores; (3) impulsar el emprendimiento colectivo y el crecimiento de sectores emergentes bajo modelos de Economía Social; y (4) favorecer la sostenibilidad social y territorial, contribuyendo a la igualdad de género, al relevo generacional y a la cohesión entre distintas regiones.

Estas prioridades demuestran la voluntad de integrar la Economía Social en las grandes transformaciones económicas actuales.

Entre las acciones destacadas de la Estrategia figuran, por ejemplo, apoyar el emprendimiento colectivo en zonas rurales, promover plataformas colaborativas digitales y fomentar la integración de mujeres en situación de vulnerabilidad a través de las fórmulas de la Economía Social.

Cabe señalar que, además de la Ley 5/2011 y las estrategias nacionales, el entramado normativo español incluye leyes específicas para las distintas familias de la Economía Social y medidas de estímulo continuas. Por ejemplo, la Ley 27/1999 de Cooperativas (y las leyes autonómicas de cooperativas) actualizó la regulación de estas sociedades democráticas; la Ley 44/2015 regula las Sociedades Laborales y Participadas; y la Ley 44/2007 estableció el régimen de las empresas de inserción laboral, entre otras normas relevantes. Asimismo, en 2015 se reforzó el apoyo público mediante la Ley 31/2015, que modificó la normativa de autoempleo introduciendo medidas de fomento para el trabajo autónomo y la Economía Social. En el ámbito institucional, desde 2020 el Gobierno de España elevó el perfil político del sector al renombrar el órgano competente como Ministerio de Trabajo y Economía Social, y mantiene activo el Consejo de Fomento de la Economía Social como órgano consultivo donde participan las entidades representativas. También se han canalizado recursos importantes a través de planes de recuperación: por ejemplo, el PERTE de Economía Social y de los Cuidados, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado con fondos europeos, dirige inversiones estratégicas para digitalización, formación y crecimiento de proyectos de Economía Social.

En paralelo, el marco institucional y normativo europeo está reforzando las condiciones de adopción y uso de soluciones digitales basadas en Inteligencia Artificial (IA) mediante el Reglamento (UE) 2024/1689 (Reglamento Europeo de IA). Este enfoque se apoya en un modelo “basado en el riesgo”: no regula la tecnología en sí, sino los usos, graduando obligaciones según el nivel de riesgo asociado y definiendo responsabilidades a lo largo de la cadena de valor (por ejemplo, proveedor y responsable del despliegue). Podemos tomar como base las guías del Ministerio donde el modelo de gobernanza y el enfoque basado en riesgo vienen descritos en las mismas.

La gobernanza del Reglamento se estructura de forma multinivel, combinando supervisión europea y nacional. En cada Estado miembro se designan Autoridades Nacionales Competentes, incluyendo Autoridades de Vigilancia del Mercado (con funciones operativas de control e inspección del cumplimiento) y Autoridades Notificantes (encargadas de evaluar, designar y supervisar a los organismos de evaluación de la conformidad). Asimismo, los Organismos Notificados desempeñan un papel relevante en los procedimientos de evaluación de conformidad de determinados sistemas de IA de alto riesgo cuando se requiere intervención de un tercero.

En España, y con el objetivo de facilitar el aterrizaje práctico de estas obligaciones, especialmente en pymes, startups y tejido productivo, se ha impulsado un piloto de "sandbox regulatorio" que ha generado guías técnicas y checklists de autoevaluación. Aunque no tienen carácter vinculante, ofrecen recomendaciones prácticas alineadas con los requisitos regulatorios y resultan útiles como referencia operativa para entidades que adopten IA.



Para el ecosistema de la Economía Social y el trabajo autónomo, este marco normativo es especialmente relevante por dos motivos; porque buena parte de los usos de IA que pueden incorporarse a procesos organizativos (por ejemplo, selección y gestión de personas, formación, acceso a servicios, etc.) pueden activar obligaciones más exigentes si se encuadran como "alto riesgo", y porque incluso en usos no catalogados como alto riesgo, el enfoque de gobernanza responsable (transparencia, supervisión humana, gestión de datos y seguridad) se consolida como estándar de confianza y competitividad.

Gracias a este completo andamiaje legislativo y estratégico, la Economía Social se ha consolidado como un actor central en el modelo socioeconómico español. Según datos oficiales recientes, el sector está integrado por alrededor de 43.000 empresas y entidades, que generan casi 2,2 millones de empleos (el 12,5% del empleo total del país) y aportan en torno al 10% del PIB nacional. Esta aportación supera incluso la media europea – en la UE la Economía Social representa cerca del 8% del PIB y 13,6 millones de puestos de trabajo – lo que refleja el liderazgo de España en este ámbito. La importancia cuantitativa y cualitativa de la Economía Social ha hecho que España sea considerada un modelo a seguir, tanto por su marco normativo pionero como por sus políticas públicas de apoyo al sector.

Esta capacidad de generación de empleo e inserción sociolaboral puede amplificarse si la digitalización se orienta de forma inclusiva. En particular, el fortalecimiento de competencias digitales e implementación responsable de herramientas (incluida la IA) puede contribuir tanto a mejorar la empleabilidad dentro del sector como a crear nuevos perfiles de apoyo y acompañamiento (por ejemplo, facilitación digital, asistencia técnica, comunicación y gestión de procesos), reforzando así el impacto económico y social del ecosistema.

2.1.3 Desafíos actuales y perspectivas de sostenibilidad

Pese al notable desarrollo alcanzado, la Economía Social española encara desafíos contemporáneos de gran envergadura que requieren atención para asegurar su sostenibilidad futura. Estos retos se enmarcan en un contexto global de cambios tecnológicos, demográficos y sociales, donde debemos destacar los siguientes:

- **Desigualdad de género.** La promoción de la igualdad entre hombres y mujeres. Las entidades de Economía Social presentan hoy una alta participación femenina: aproximadamente el 48% de los contratos en empresas de Economía Social son ocupados por mujeres, y ellas ocupan cerca del 58% de los puestos directivos en este modelo empresarial. Esta presencia femenina, superior a la media de la economía convencional, refleja el compromiso del sector con la igualdad de oportunidades. CEPES incluso destaca que la Economía Social actúa como palanca de empoderamiento para mujeres emprendedoras, rurales o de colectivos vulnerables, situando a las personas en el centro de la actividad económica. No obstante, persisten desafíos como la brecha salarial de género y la segregación horizontal en ciertos ámbitos. Por ejemplo, en el medio rural la población femenina joven sigue disminuyendo en mayor proporción debido a la escasez de oportunidades, y en algunos subsectores (como las cooperativas agrarias) la proporción de socias sigue siendo minoritaria. Superar estas brechas requerirá fortalecer políticas de conciliación, liderazgo femenino y formación con perspectiva de género dentro de la Economía Social.

- **Brecha digital e innovación.** La transformación digital se ha convertido en un desafío crucial para la competitividad y la inclusión social en todos los sectores, y la Economía Social no es la excepción. Muchas cooperativas, pymes sociales y entidades del tercer sector enfrentan dificultades para adaptarse al ritmo de digitalización, ya sea por limitaciones de recursos, de formación o por las brechas de conectividad en ciertos territorios. En España, aunque se ha avanzado significativamente en infraestructura tecnológica, persisten diferencias notables entre zonas urbanas y rurales y entre generaciones en el acceso y uso de las tecnologías. Por ejemplo, solo el 32% de las personas mayores de 65 años en áreas rurales utiliza internet de forma regular, frente a un 87% en zonas urbanas. Asimismo, alrededor de un 15% de la población rural todavía carece de acceso a una conexión de banda ancha de calidad. Esta brecha digital territorial y generacional agrava la exclusión de los mayores y dificulta el desarrollo de proyectos innovadores en pueblos pequeños. Para la Economía Social, que opera mucho en el ámbito local, cerrar la brecha digital es fundamental tanto para mejorar la eficiencia interna de sus entidades como para garantizar que sus colectivos beneficiarios (personas mayores, población rural, etc.) accedan a servicios y oportunidades en igualdad de condiciones. Junto a estos colectivos, resulta pertinente incorporar también la perspectiva de la población migrante, que en muchos territorios participa activamente en el mercado de trabajo y en actividades de autoempleo, y que puede enfrentar barreras específicas de acceso digital (idioma, desconocimiento de trámites, falta de redes y brechas de confianza). Integrar apoyos adaptados (acompañamiento, alfabetización funcional y acceso a herramientas multilingües) refuerza el enfoque inclusivo del sector y amplía el alcance de los beneficios de la digitalización en clave de cohesión social.

- **Despoblación y sostenibilidad territorial.** Uno de los retos socioeconómicos más importantes de la España contemporánea es el desequilibrio territorial marcado por la despoblación rural, fenómeno que amenaza la sostenibilidad de numerosas comunidades. La llamada "España vaciada" se evidencia en cifras alarmantes: aproximadamente el 60% de los municipios españoles tiene menos de 1.000 habitantes, concentrando apenas un 3% de la población nacional pese a abarcar el 40% del territorio, y cientos de pueblos se consideran ya en riesgo de extinción demográfica por el rápido envejecimiento y la falta de relevo generacional. Áreas extensas del interior peninsular (especialmente en provincias de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, La Rioja, etc.) sufren densidades poblacionales bajísimas, comparables a las zonas más despobladas de Europa. Esta realidad conlleva graves problemas: pérdida de servicios públicos, abandono de tierras, desequilibrios económicos regionales e incluso mayor vulnerabilidad ambiental.



- **Necesidades formativas y capital humano.** Finalmente, un desafío transversal para la Economía Social española reside en las necesidades formativas y de fortalecimiento del capital humano del sector. La competitividad y resiliencia futura de estas entidades pasan por contar con profesionales y dirigentes bien preparados, capaces de gestionar modelos empresariales participativos en entornos cambiantes. Históricamente, muchas empresas de Economía Social, en especial cooperativas pequeñas, asociaciones y pymes rurales, han acusado carencias en capacitación en gestión empresarial, innovación o internacionalización. Hoy, frente a retos como la digitalización, la expansión a nuevos mercados o la necesidad de relevo generacional en los órganos de gobierno, resulta crítico invertir en formación, asesoramiento y atracción de talento hacia el sector. Estudios recientes señalan la importancia de mejorar las competencias digitales, financieras y estratégicas de los trabajadores y socios de la Economía Social para potenciar su innovación y productividad.

En conclusión, la Economía Social en España se encuentra en una etapa de madurez institucional y de clara orientación estratégica hacia la resolución de retos sociales. A través de su evolución histórica, desde los cooperativismos decimonónicos hasta el moderno entramado legal y asociativo, el sector ha demostrado ser capaz de generar riqueza de forma inclusiva y distribuirla equitativamente en la sociedad. Hoy aporta el 10% del PIB nacional y aproximadamente 2,2 millones de empleos.

Las empresas y entidades de la Economía Social, centradas en las personas y no en la maximización del lucro, están contribuyendo activamente a la reducción de las desigualdades mediante la inserción laboral de colectivos vulnerables, la igualdad de género empoderando a miles de mujeres emprendedoras y directivas, el trabajo decente y crecimiento económico inclusivo generando empleo estable incluso en épocas de crisis, o las alianzas a través de redes cooperativas y asociativas que articulan la sociedad civil.

2.2 Nivel de adopción de tecnologías digitales e inteligencia artificial en autónomos de la Economía Social en España

El grado de digitalización entre los trabajadores autónomos vinculados a la Economía Social en España sigue siendo limitado, aunque muestra una tendencia creciente impulsada por políticas públicas y la propia necesidad de modernización. En el marco de la Estrategia Nacional de Impulso del Trabajo Autónomo 2022-2027, se reconoce la digitalización como un eje prioritario para mejorar la productividad, competitividad y sostenibilidad de la actividad autónoma. Sin embargo, el nivel actual de adopción de herramientas digitales básicas (como presencia en internet, comercio electrónico o redes sociales) y de tecnologías más avanzadas (como la inteligencia artificial, big data o computación en la nube) es desigual y, en muchos casos, incipiente.



Diversas fuentes señalan que un porcentaje significativo de autónomos ya dispone de conectividad básica a internet, pero la utilización de herramientas digitales más sofisticadas es todavía baja. Por ejemplo, en Galicia, una comunidad con fuerte presencia de Economía Social, más del 80% de los autónomos cuenta con conexión fija a internet, y en torno al 70% dispone de acceso de banda ancha rápida (>100 Mbps). No obstante, solo el 21% de estos trabajadores por cuenta propia tiene una página web para su negocio y alrededor del 12% realiza ventas por comercio electrónico, mientras apenas un 9% paga publicidad en línea para promocionarse. Este patrón sugiere que la presencia comercial digital aún es incipiente en gran parte del colectivo, aunque va en aumento. De hecho, a nivel nacional aproximadamente dos tercios de las pymes españolas (incluyendo microempresas) alcanzan al menos un nivel básico de intensidad digital, un dato alineado con la media europea (60%). Sin embargo, solo una cuarta parte logra vender por Internet de forma habitual, lo que indica que la transición hacia modelos de negocio apoyados en plataformas digitales todavía tiene amplio recorrido de mejora entre los pequeños emprendimientos.

Cuando se consideran tecnologías avanzadas y la inteligencia artificial (IA), la adopción por parte de los autónomos y microempresas de la Economía Social es aún más limitada. En 2024, se estimaba que apenas un 11,4% de las empresas españolas de 10 o más empleados utilizó herramientas de IA en sus operaciones, porcentaje que, si bien en ascenso, sitúa a España ligeramente por debajo de la media europea. Dado que la incorporación de IA tiende a concentrarse en las organizaciones de mayor tamaño (casi la mitad de las grandes empresas del país ya emplean alguna forma de IA), es de suponer que en las microempresas y entre los autónomos la proporción es bastante menor. Datos regionales lo confirman: en Galicia, solo un 3,7% de los trabajadores autónomos declara utilizar inteligencia artificial, y el uso de analítica de datos o servicios en la nube ronda el 5%. En otras palabras, menos de uno de cada veinte autónomos está aprovechando actualmente las posibilidades de la IA o del big data en su negocio, lo que evidencia el carácter embrionario de estas tecnologías en el tejido de la Economía Social. Con todo, la sociedad en general muestra una creciente exposición y curiosidad por la IA: a nivel nacional, un 42% de la población adulta manifestó haber usado alguna aplicación de IA al menos una vez en 2023 (principalmente para tareas como redacción de textos o traducción). Además, predomina una percepción optimista de su impacto: el 73% de las personas cree que las tecnologías digitales emergentes, IA incluida, tendrán un efecto positivo en su ámbito laboral.

Esta actitud favorable se refleja en la demanda de formación: según el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI), un 78% de los trabajadores españoles opina que su organización debería proporcionarle más herramientas y capacitación en tecnologías digitales e IA para trabajar eficazmente con ellas.

En el caso de los autónomos, que por definición carecen de una empresa que les facilite dicho aprendizaje, esta necesidad de formación recae en iniciativas públicas o personales, subrayando la importancia de los programas de capacitación específicos para el colectivo.

2.2.1. Datos cuantitativos sobre el uso y conocimiento de la IA

Los indicadores disponibles confirman que la incorporación de la inteligencia artificial en los negocios de autónomos es todavía incipiente, pero comienzan a generarse datos que perfilan el nivel de conocimiento y uso de estas herramientas. Como se ha mencionado, menos del 5% de los trabajadores por cuenta propia están utilizando efectivamente la IA en 2023.

A nivel de empresas, incluyendo pymes mayores, alrededor del 9% de las empresas españolas utilizaban alguna tecnología de IA en 2023, y este porcentaje aumentó a 11,4% en 2024 para las de tamaño significativo. Estas cifras sugieren que, en el segmento de microempresas y autónomos (que constituye la mayoría del tejido empresarial español), el acceso real a herramientas de IA es aún muy limitado.

En cuanto al conocimiento de la IA, los datos apuntan a una brecha importante entre la curiosidad o interés y la aplicación práctica. Aunque más del 50% de la población española declara tener una visión positiva acerca del uso de robots e IA en la vida cotidiana, y como vimos la gran mayoría de trabajadores reconoce la necesidad de formarse en estas tecnologías, este interés no siempre se traduce en competencias efectivas.

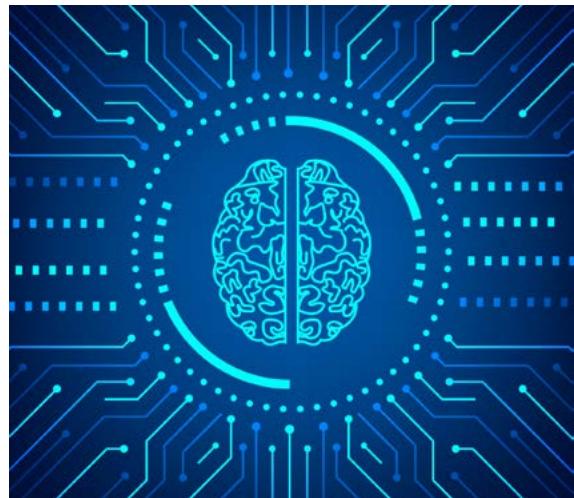
UPTA ya advirtió de que alrededor del 70% de los autónomos son prácticamente "analfabetos digitales", es decir, carecen de habilidades digitales básicas. Este dato, procedente de un estudio de 2022, evidencia que el conocimiento operativo de las nuevas tecnologías es muy escaso en el colectivo.

De hecho, la edad media elevada del trabajo autónomo (se estima que un 60% de los autónomos tiene más de 50 años) contribuye a explicar esta situación, pues son generaciones formadas profesionalmente en entornos pre-digitales y con mayores dificultades para reciclarse en competencias tecnológicas.

La falta de alfabetización digital de base implica que muchos autónomos ni siquiera conocen las posibilidades que la IA y otras tecnologías les podrían ofrecer en sus actividades, o las conocen solo superficialmente a través de los medios. Por ello, la brecha de conocimiento es uno de los principales retos: cerrar esa brecha requerirá extender la formación y la divulgación sobre herramientas de IA adaptadas a las verdades necesidades.

No obstante, cabe señalar que se están intensificando los esfuerzos formativos y de sensibilización en esta materia, a menudo con apoyo institucional.

La Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE), reporta que la participación de profesionales de la Economía Social en acciones formativas creció un 14% durante 2024, alcanzando a más de 160.000 participantes, con un uso intensivo de la modalidad de teleformación. Este incremento sugiere una mayor conciencia y disponibilidad del colectivo para adquirir conocimientos, incluida la familiarización con la IA.



En suma, aunque los datos cuantitativos actuales confirman un bajo uso efectivo de la inteligencia artificial entre los autónomos de la Economía Social, también reflejan una demanda latente de aprendizaje y una apertura gradual a adoptar estas herramientas conforme se difunda su conocimiento y utilidad práctica.

2.2.2. Principales barreras de adopción: económicas, formativas, culturales, tecnológicas, territoriales y de género

El diagnóstico de las barreras que dificultan la transformación digital de los autónomos en la Economía Social revela obstáculos multidimensionales.

En primer lugar, existen **limitaciones económicas**: la inversión en tecnología supone un coste que muchos trabajadores autónomos no pueden afrontar fácilmente. Según un Eurobarómetro de la Comisión Europea, un 37% de las pequeñas empresas españolas señala la falta de recursos financieros como una barrera principal para su digitalización. Este problema es especialmente agudo para micro emprendedores y cooperativas de pequeña escala, que disponen de márgenes estrechos para destinar a herramientas digitales o consultoría tecnológica.



En el caso de los microemprendimientos y proyectos emprendedores de Economía Social, estas barreras se traducen en una desventaja acumulativa: menor capacidad de inversión inicial, menos tiempo disponible para formación y más dependencia de herramientas gratuitas o de bajo coste. Por ello, las políticas públicas orientadas a la inclusión digital deben contemplar medidas específicas para facilitar el salto desde una digitalización básica (presencia y trámites) hacia una digitalización productiva (ventas, comunicación, automatización simple), con acompañamiento práctico y orientación a resultados. A ello se suma la **falta de formación y habilidades digitales**, identificada por el 33% de las pymes como obstáculo clave. En el trabajo autónomo, este déficit formativo es crítico: ya que un amplio porcentaje del colectivo carece de competencias digitales básicas, lo que se traduce en incapacidad para aprovechar las herramientas disponibles. Esta carencia de capacitación conduce asimismo a una resistencia cultural al cambio.

Aproximadamente 3 de cada 10 pequeñas empresas mencionan la resistencia interna a transformar procesos como freno importante. Entre autónomos de mayor edad o con prácticas de negocio muy arraigadas, puede existir cierto recelo o desconocimiento del valor añadido de digitalizar tareas tradicionales. Por ejemplo, se ha detectado que muchos profesionales independientes desconocen las vías para rentabilizar la publicidad en internet o consideran que su negocio "no necesita" presencia digital, optando por seguir confiando en métodos tradicionales. Esta percepción suele deberse, una vez más, a falta de información sobre las ventajas a medio plazo de la digitalización y a la ausencia de habilidades para implementarla correctamente.



Existen también **barreras tecnológicas** en sentido estricto, vinculadas tanto a la infraestructura como a la seguridad. Un 27% de las pymes cita las preocupaciones por la seguridad de las TIC (riesgo de ciberataques, protección de datos) como freno para digitalizarse. Muchos autónomos temen los riesgos de introducir herramientas digitales sin contar con conocimientos para gestionarlas de forma segura, lo que puede traducirse en reticencia a adoptar, por ejemplo, soluciones en la nube o de venta online.

Asimismo, un 24% señala deficiencias de infraestructura –como la **falta de conectividad** adecuada– entre los impedimentos a su digitalización. Esta última barrera entraña directamente con el factor territorial: las disparidades entre entornos urbanos y rurales. En las zonas rurales o de menor densidad poblacional (donde operan muchas cooperativas agrarias, artesanales o emprendimientos sociales de proximidad), la brecha de conectividad sigue siendo notoria.

Mientras que la cobertura de redes móviles de última generación (5G) alcanza a más del 93% de la población española, en los territorios de baja densidad apenas llega al 66%. La lentitud o inestabilidad de la conexión se traduce en dificultades prácticas para actividades tan básicas hoy como la facturación electrónica, las videoconferencias o el comercio en línea, colocando a los autónomos rurales en clara desventaja competitiva frente a sus homólogos urbanos. Este déficit estructural, sumado a la menor disponibilidad de servicios de apoyo (asesoramiento tecnológico, formación presencial, etc.) en el medio rural, configura una barrera territorial que frena la incorporación de tecnologías digitales en buena parte de la Economía Social que se desarrolla fuera de las ciudades.

Por último, pero no menos importante, está la **brecha de género** en la digitalización. Si bien las mujeres tienen una fuerte presencia en la Economía Social y el trabajo autónomo, enfrentan desafíos particulares para acceder a las tecnologías.

En términos de especialización, su participación en los sectores tecnológicos es todavía reducida: solo el 20% de los profesionales TIC en España son mujeres, reflejo de una segregación que tiene raíces educativas y culturales. Este desequilibrio se traduce en que las autónomas pueden tener menos referentes y apoyos para la adopción tecnológica, y pueden sentirse menos confiadas a la hora de emprender transformaciones digitales en sus negocios. Además, factores sociales como la mayor carga de cuidados que tradicionalmente asumen las mujeres pueden limitar el tiempo disponible para formarse en nuevas competencias. UPTA ya viene alertando de la urgencia de atraer a más mujeres hacia las tecnologías digitales y garantizar que la transformación digital sea inclusiva y equitativa, "sin dejar a nadie atrás".

En investigaciones sobre Economía Social, también se ha detectado que muchos proyectos no incorporan transversalmente la perspectiva de género en su digitalización, lo que puede implicar que las soluciones tecnológicas no tengan en cuenta las necesidades específicas de las mujeres o que estas queden subrepresentadas en los procesos de capacitación.

La consecuencia potencial es un ensanchamiento de la brecha digital de género: si no se abordan estas barreras, las trabajadoras autónomas corren el riesgo de beneficiarse menos de las oportunidades de la IA y la digitalización, profundizando desigualdades preexistentes.

Por tanto, cualquier diagnóstico de obstáculos debe contemplar medidas no solo económicas y formativas, sino también correctivos de género y territorio para lograr una digitalización verdaderamente inclusiva en la Economía Social.

2.2.3 Diferencias sectoriales y territoriales en la digitalización del trabajo autónomo

La heterogeneidad sectorial dentro de la Economía Social se refleja en distintos ritmos de adopción digital. Los niveles de digitalización de los autónomos varían según la naturaleza de su actividad: sectores orientados al comercio, servicios profesionales o turismo tienden a incorporar con mayor rapidez herramientas digitales que les permitan llegar a clientes o gestionar eficientemente sus operaciones, mientras que sectores como la agricultura, la ganadería, la pesca o los servicios personales (p. ej., cuidados, limpieza, pequeña artesanía) suelen presentar un retraso mayor en la adopción tecnológica.

Por un lado, en actividades comerciales y de servicios orientados al mercado, la presión competitiva y las oportunidades de negocio fomentan cierto grado de digitalización: muchos pequeños comercios y autónomos de servicios han comenzado a usar redes sociales (en torno al 30% lo hacen) como canal de promoción y ventas, y algunos incorporan plataformas de venta online o Marketplace para ampliar su alcance.

Durante la pandemia de COVID-19, por ejemplo, numerosos profesionales liberales, formadores y comerciantes minoristas aceleraron su presencia digital para mantener la actividad, lo que ha dejado un poso de mayor familiaridad con herramientas como videoconferencia, marketing digital o gestión de pedidos en línea.

Por otro lado, los sectores primarios y los oficios tradicionales enfrentan particularidades que dificultan su digitalización.



En primer lugar, no todos los productos o servicios se adaptan fácilmente al canal online: así, autónomos del comercio local o la hostelería señalan a menudo la “imposibilidad” de vender sus productos o servicios por Internet (piénsese en un bar, una peluquería o un pequeño taller artesanal cuyo valor se basa en la atención presencial), y mencionan este factor como la principal razón para no iniciarse en el comercio electrónico. Incluso cuando técnicamente sería viable vender en línea (por ejemplo, distribuir productos agroalimentarios o artesanales), pueden aparecer barreras de conocimiento y costo: la ausencia de formación específica para manejar tiendas virtuales o logística, y la percepción de que la inversión necesaria sería elevada en comparación con los retornos esperados. De modo parecido, muchos profesionales autónomos de ámbitos tradicionales (p. ej., fontaneros, transportistas, educadores no reglados) pueden no ver una utilidad inmediata en emplear herramientas de IA o automatización, al menos hasta que existan aplicaciones muy concretas adaptadas a sus micronegocios.

Así, la “necesidad percibida” de digitalizar varía: es alta cuando el autónomo identifica claramente cómo la tecnología puede aumentar sus ingresos o ahorrarle costes (por ejemplo, un comerciante que monta una tienda virtual y logra ventas adicionales), pero es baja cuando el nexo no está claro o el mercado al que se dirige no lo demanda.

En términos territoriales, tal como se ha apuntado, existe una brecha notable entre entornos urbanos y rurales. Las zonas urbanas, en general, ofrecen un ecosistema más favorable para la digitalización del autónomo: mejor conectividad de banda ancha y móvil, mayor proximidad a proveedores tecnológicos, a centros de formación y a redes de apoyo (como asociaciones empresariales, cámaras de comercio, incubadoras), así como una clientela más habituada a interactuar digitalmente.

Por el contrario, en la España rural –donde se ubican muchas cooperativas agrarias, explotaciones familiares y pequeños negocios de Economía Social– las condiciones de partida son más adversas.

La citada brecha de infraestructuras (con localidades aún sin acceso pleno a internet de alta velocidad) es un factor determinante. Además, la estructura económica rural está muy vinculada a actividades tradicionales y a una población de mayor edad: según datos recientes, solo alrededor del 5% de los autónomos y emprendedores rurales desarrollan actividades de perfil digital, mientras que el resto se dedica a una economía tradicional con una media de edad frecuentemente por encima de los 55-60 años. Este dato ilustra el círculo vicioso que se da en algunos territorios: la población activa envejecida y con baja cualificación digital emprende en sectores de escaso contenido tecnológico, lo que a su vez dificulta la introducción de herramientas digitales en esos negocios. Con todo, cabe destacar iniciativas orientadas a romper esta dinámica, promoviendo el emprendimiento tecnológico y la digitalización en el medio rural como vía para fijar población y mejorar la competitividad.

La recientemente elaborada Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico 2030, por ejemplo, incluye entre sus objetivos impulsar la digitalización de al menos la mitad de las empresas rurales en los próximos años, reconociendo que sin equiparar las oportunidades digitales será difícil revitalizar socioeconómicamente estos territorios. Igualmente, asociaciones de la España Vaciada y organizaciones de autónomos rurales demandan mejoras urgentes en conectividad, formación y apoyo específico, para que emprender en un pueblo no suponga partir con desventaja tecnológica respecto a la ciudad.

En síntesis, el panorama actual muestra claroscuros. Por un lado, la digitalización y la inteligencia artificial despuntan como áreas de oportunidad incluso para los trabajadores autónomos y empresas de la Economía Social, al ofrecer potenciales mejoras en eficiencia, alcance de mercado y creación de valor añadido.

Diversos informes señalan que reforzar las competencias digitales, por ejemplo, en ámbitos de IA, big data o automatización, puede traducirse en mayor competitividad e incluso supervivencia de los proyectos de Economía Social en el largo plazo. Por otro lado, las tasas de adopción efectivas siguen siendo bajas, lastradas por limitaciones económicas, brechas formativas, resistencias culturales y desigualdades territoriales y de género profundamente arraigadas. Superar estos retos requerirá una combinación de políticas públicas (inversión en infraestructuras, formación subvencionada, apoyo financiero), iniciativas del propio sector de Economía Social (cooperación entre entidades para compartir recursos tecnológicos, desarrollo de plataformas conjuntas) y un cambio generacional que incorpore mayor familiaridad con lo digital.

Solo abordando integralmente estas barreras podrá acelerarse la incorporación de herramientas digitales e inteligencia artificial entre los autónomos de la Economía Social, fomentando así un tejido productivo más innovador, inclusivo y resiliente en la España post-digital.

3.- ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1 Entrevistas a expertos y actores clave



MARCELO VÁZQUEZ ARIZA.
PRESIDENTE ONTECH INNOVATION

1. ¿Cómo valoraría la situación actual de la inteligencia artificial en España en términos de desarrollo, adopción y acceso generalizado?

Desde mi punto de vista, España se encuentra en una fase de consolidación temprana en materia de inteligencia artificial. El nivel de desarrollo tecnológico es sólido, con centros de investigación, startups y empresas tecnológicas muy competitivas, pero la adopción real en el tejido productivo aún es desigual.

Las grandes empresas y algunos sectores concretos, como la industria, la logística, el marketing digital o las finanzas, han integrado la IA con mayor rapidez. Sin embargo, en el ámbito de los autónomos y las microempresas todavía existe una brecha importante entre el potencial de la tecnología y su uso cotidiano.

En cuanto al acceso, hoy es más democrático que nunca: existen herramientas potentes, muchas de ellas en la nube y a bajo coste. El reto ya no es tanto tecnológico, sino cultural, formativo y estratégico.

2. ¿Qué tipo de usos están dando actualmente los empresarios y autónomos a las herramientas de inteligencia artificial en sus negocios?

Actualmente, los usos más extendidos son aquellos que **aportan valor inmediato y tangible**. Muchos autónomos están utilizando la IA para:

- Automatizar tareas administrativas y de gestión.
- Generar contenidos de marketing, textos comerciales o publicaciones en redes sociales.
- Analizar datos básicos de ventas, clientes o campañas.
- Mejorar la atención al cliente mediante chatbots o respuestas automatizadas.
- Optimizar procesos internos, aunque sea de forma parcial.

Aún predominan los usos reactivos y operativos, pero cada vez vemos más profesionales que empiezan a entender la IA como una herramienta estratégica, no solo como un ahorro de tiempo, sino como un motor de competitividad y diferenciación.

3. ¿Cuáles considera que son las principales barreras o resistencias que dificultan una adopción más amplia de la IA entre el colectivo autónomo?

Las barreras no son tanto tecnológicas como humanas y estructurales. Destacaría principalmente cuatro:

- Falta de conocimiento práctico: no saben por dónde empezar ni cómo aplicar la IA a su realidad concreta.
- Miedo al cambio o a la complejidad: existe la percepción de que la IA es algo complejo, caro o solo para grandes empresas.
- Escasez de tiempo: el día a día deja poco margen para explorar nuevas herramientas.
- Desconfianza en aspectos éticos, legales o de seguridad: especialmente en el uso de datos y la protección de la información.

Superar estas barreras requiere acompañamiento, ejemplos reales y formación aplicada, no discursos excesivamente técnicos.

4. ¿Qué tipo de apoyos públicos o privados considera necesarios para acelerar la integración efectiva de la IA en el tejido empresarial autónomo?

Es fundamental un enfoque coordinado entre el sector público y el privado. Desde mi experiencia, serían clave:

- Programas de formación práctica, orientados a casos reales y sectoriales.
- Ayudas económicas y bonos tecnológicos que faciliten el acceso a herramientas de IA.
- Asesoramiento personalizado, no solo subvenciones, para asegurar una implementación eficaz.
- Espacios de colaboración entre startups tecnológicas, asociaciones de autónomos y de la Economía Social y administraciones.
- Marcos regulatorios claros que generen confianza y seguridad jurídica.

La clave no es solo impulsar la adopción, sino garantizar que esta sea útil, sostenible y generadora de valor real.

5. ¿Qué papel cree que jugará la inteligencia artificial en el futuro del autoempleo y del trabajo autónomo en los próximos cinco años?

La inteligencia artificial será un factor decisivo de supervivencia y crecimiento para el trabajo autónomo. En los próximos cinco años veremos cómo la IA permite a un solo profesional hacer el trabajo que antes requería equipos completos, aumentando productividad, calidad y alcance.

Lejos de destruir el autoempleo, la IA va a empoderar al autónomo, permitiéndole centrarse en tareas de alto valor: creatividad, estrategia, relación con el cliente y toma de decisiones.

Eso sí, habrá una clara diferencia entre quienes adopten la IA de forma consciente y estratégica y quienes se queden al margen. En ese sentido, la IA no sustituirá a las personas, pero sí sustituirá a quienes no sepan trabajar con ella.





**EDUARDO HARO.
CEO NAZARIÉS INTELIGENIA**

1. ¿Cómo valoraría la situación actual de la inteligencia artificial en España en términos de desarrollo, adopción y acceso generalizado?

Creo que estamos en una etapa en la que existen dos grupos que están por delante del resto:

- Personas individuales: cada uno de nosotros ya la utiliza en el día a día para infinidad de tareas, existen aplicaciones que han roto esta barrera (ChatGPT, Gemini..., e infinidad de otras más verticalizadas).
- Gran empresa tecnológica: Las principales empresas de tecnología del mundo ya han adoptado las últimas novedades o son propietarios de estos sistemas. En España no tenemos ninguna de las realmente grande (tampoco en Europa).
- Gran empresa: No se han transformado todavía, aunque están empezando el proceso, cada sector a su ritmo, tecnología un paso por delante.
- PYME: No se han transformado todavía, seguramente en su caso se haga a través de productos que tengan la IA integrada.

2. ¿Qué tipo de usos están dando actualmente los empresarios y autónomos a las herramientas de inteligencia artificial en sus negocios?

- La mayor parte del uso es para: la redacción de informes, propuestas, ideas sobre planes, etc. También para el análisis de datos, volcado de Excel históricos a sistemas de IA para obtener conclusiones de difícil deducción a nivel personal

3. ¿Cuáles considera que son las principales barreras o resistencias que dificultan una adopción más amplia de la IA entre el colectivo autónomo?

- Desconocimiento de las herramientas existentes.
- Casos de usos concretos, una de las principales necesidades para la buena explotación de la IA es saber exactamente sobre qué proceso la quieres ejecutar. La mayoría de los autónomos no hacen la reflexión de los procesos que tiene su negocio y una vez llevados al papel, el decidir sobre cuál poder actuar.

4. ¿Qué tipo de apoyos públicos o privados considera necesarios para acelerar la integración efectiva de la IA en el tejido empresarial autónomo?

1. Formación sobre casos prácticos. Ejemplos de otros profesionales que ya han realizado algo concreto, evitar el caso de uso de una multinacional.
2. Calidad del dato. La IA vive del dato existente, si no tiene nada de información, será muy complicado poder ejecutarla.

5. ¿Qué papel cree que jugará la inteligencia artificial en el futuro del autoempleo y del trabajo autónomo en los próximos cinco años?

Mi opinión es que ya existe una diferencia muy grande entre aquellas personas que se especializan todavía más gracias a la IA, consigues ser todavía más productivo en tus procesos y por lo tanto como autónomo puedes atender a más clientes con tus mismas horas de trabajo, por lo tanto, consigues más rentabilidad.

La otra variante sería aquellas personas que consideran que "eso no va con ellos" y que a su sector no le afecta, principalmente trabajos manuales, dichos trabajos claramente no están tan afectados, pero sí que otras personas haciendo esos mismos trabajos podrán mejorar parte de sus procesos (entrega de propuestas, facturación, etc.)



**GEMA PARDO.
RESPONSABLE DE NEGOCIO**

1. ¿Qué grado de conocimiento y familiaridad diría que existe actualmente en tu entidad o sector con respecto a la inteligencia artificial?

En general, diría que el conocimiento es medio y en crecimiento. Hay bastante familiaridad con usos básicos (automatización, análisis, generación de textos), pero todavía existe desigualdad en el nivel real de adopción: algunas entidades ya lo están integrando en procesos concretos y otras lo están explorando con cautela por dudas de recursos, formación y cumplimiento.

2. ¿Está utilizando alguna herramienta de IA en su actividad? Si es así, ¿en qué áreas resulta más útil o relevante?

Sí, utilizamos herramientas de IA de forma acotada como apoyo a la gestión y control operativo. Principalmente nos resulta útil en:

- Elaboración y mejora de reportes (resúmenes, detección de tendencias y apoyo en la interpretación de resultados).
- Apoyo en el análisis de calidad mediante la revisión de grabaciones y escuchas de llamadas de distintos equipos/call centers (por ejemplo, para ayudar a identificar patrones, puntos de mejora y coherencia del discurso).
- Documentación y estandarización (borradores de guiones, comunicaciones internas y preparación de materiales).

En todo caso, lo usamos como herramienta de apoyo, con supervisión humana y cuidando especialmente privacidad, cumplimiento y calidad.

3. Desde la perspectiva de los valores de la Economía Social, ¿Qué preocupaciones o retos os plantea el uso de tecnologías basadas en IA?

Los principales retos que vemos son:

- Privacidad y protección de datos (especialmente en entornos con información sensible).
- Transparencia y explicación: entender por qué una herramienta propone algo y evitar "cajas negras".
- Sesgos y equidad: riesgo de que la IA reproduzca desigualdades o discrimine sin intención.
- Dependencia tecnológica y brecha entre entidades con más/menos recursos.
- Impacto en el empleo y roles: necesidad de acompañar la transición de forma responsable.

4. ¿Qué tipo de apoyos o acompañamientos crees que serían más útiles para facilitar una adopción ética, inclusiva y sostenible de la IA en entidades de Economía Social?

- Guías prácticas específicas para Economía Social (casos de uso, límites, buenas prácticas).
- Formación por niveles (básico a avanzado) orientada a equipos no técnicos.
- Plantillas y marcos de gestión: evaluación de riesgos, criterios de compra/uso, supervisión humana.
- Asesoramiento legal y de cumplimiento (RGPD, seguridad, proveedores).
- Espacios de pilotos seguros (sandbox) y comunidades para compartir aprendizajes entre entidades.

5. ¿Qué oportunidades ves a medio plazo para que la inteligencia artificial contribuya al fortalecimiento del modelo de Economía Social?

- Mejor eficiencia operativa (menos carga administrativa, más foco en misión).
- Mejor toma de decisiones basada en datos (priorización, planificación, medición de impacto).
- Personalización de la comunicación y mejora de la relación con comunidades y personas usuarias.
- Accesibilidad e inclusión (traducción, lectura fácil, apoyo a atención). Innovación en servicios y escalabilidad de programas sin perder calidad, siempre con supervisión humana.



**CONCEPCIÓN MARTÍN, PRESIDENTA ALCER GRANADA
JOSÉ RUPERTO GAGO, VICEPRESIDENTE ALCER GRANADA
MARÍA LUISA FERNANDEZ, TESORERA ALCER JAEN**

1. ¿Qué grado de conocimiento y familiaridad diría que existe actualmente en tu entidad o sector con respecto a la inteligencia artificial?

En ALCER se observan niveles de familiaridad claramente heterogéneos. Por un lado, una de las personas entrevistadas señala que en su ámbito la IA "se conoce bastante bien", lo que sugiere cierta exposición previa y una percepción de normalización del tema. En cambio, desde ALCER Granada el vicepresidente sitúa el conocimiento del sector en un nivel "muy bajo", lo que apunta a una brecha interna y territorial en la comprensión real de estas tecnologías. Por su parte, la Tesorera de ALCER Jaén define el nivel como "básico", ubicándose en un punto intermedio: existe noción general del concepto, pero sin profundidad suficiente como para trasladarlo con claridad a la práctica cotidiana.

2. ¿Están utilizando alguna herramienta de IA en vuestra actividad? Si es así, ¿en qué áreas resulta más útil o relevante?

También aquí se aprecia un mapa desigual de adopción. Una de las personas entrevistadas confirma que sí utilizan IA y que resulta especialmente útil en gestión, lo que indica aplicaciones enfocadas a tareas internas (organización, soporte administrativo, etc.). En ALCER Granada, pese al bajo nivel declarado de conocimiento, el vicepresidente afirma que sí se usa IA en un ámbito muy concreto: redacción de proyectos, una puerta de entrada frecuente por su utilidad inmediata para generar borradores y estructurar textos. En ALCER Jaén, la Tesorera indica que no utilizan IA, lo que confirma que en algunos nodos aún no se ha dado el salto de la noción general a la implementación, probablemente por falta de tiempo, recursos o claridad sobre el beneficio.

3. Desde la perspectiva de los valores de la Economía Social, ¿Qué preocupaciones o retos os plantea el uso de tecnologías basadas en IA?

Las preocupaciones expresadas se concentran en dos planos. Por un lado, una de las personas entrevistadas resume el reto central como la necesidad de "usos éticos de la IA", enfatizando que la adopción debe alinearse con principios de responsabilidad, transparencia y coherencia con la misión social. Por otro lado, el vicepresidente de ALCER Granada concreta un riesgo muy significativo para entidades sociales: la "falsificación de contenido", es decir, la posibilidad de que se generen textos o materiales engañosos o no verificados, con impactos reputacionales y de confianza. En ALCER Jaén, la Tesorera explica que no se han planteado el uso de la IA, y por tanto no han identificado todavía retos.

4. ¿Qué tipo de apoyos o acompañamientos cree que serían más útiles para facilitar una adopción ética, inclusiva y sostenible de la IA en entidades de Economía Social?

En esta pregunta aparece un patrón claro: cuando existe adopción o interés, se pide formación y criterios de uso; cuando no existe, se refleja falta de orientación.

Concretamente, una de las personas entrevistadas propone "formación en este aspecto y uso responsable", señalando la necesidad de aprender no solo a usar herramientas, sino a hacerlo con criterio ético. En ALCER Granada, el vicepresidente NS/NC, lo que puede interpretarse como falta de referencias claras sobre qué tipo de apoyo es más útil o por dónde empezar a estructurarlo. Desde ALCER Jaén vuelven a señalar que no se lo han planteado, lo que indica que antes incluso de hablar de apoyos avanzados, puede ser necesario un acompañamiento inicial de diagnóstico y de identificación de casos de uso sencillos y seguros.

5. ¿Qué oportunidades ve a medio plazo para que la inteligencia artificial contribuya al fortalecimiento del modelo de Economía Social?

La visión de futuro también es dispar.

Una de las personas entrevistadas identifica “nuevas perspectivas de actividad”, una formulación abierta que apunta a oportunidades de innovación, mejora de procesos y apertura de nuevas líneas de trabajo. En ALCER Granada, el vicepresidente mantiene NS/NC, lo que sugiere que, en su contexto, aún no se ha construido una narrativa de oportunidad (posiblemente por el bajo nivel de conocimiento declarado y por la adopción todavía muy puntual). La Tesorera de ALCER Jaén expresa directamente: “No sé cómo incluirla en la Economía Social”, lo cual es un hallazgo relevante: evidencia que, para algunos perfiles, el reto no es discutir la IA en abstracto, sino traducirla a beneficios concretos compatibles con valores y necesidades operativas

4.- ANÁLISIS CUANTITATIVO

- **Universo:** Autónomos españoles asociados a Infoautónomos y a UPTA.
- **Ámbito geográfico:** España.
- **Muestra obtenida:** 296 Casos válidos
- **Técnica:** Encuesta online entre la comunidad de Infoautónomos y UPTA.

El presente estudio quiere profundizar en el grado de conocimiento y asunción de la inteligencia artificial por parte del colectivo de autónomos vinculados a la Economía Social en España, y su comparativa con estudios generales de autónomos para analizar la correlación de resultados.

1. SECTOR DE ACTIVIDAD

El sector más representado es el de actividades profesionales, científicas y técnicas, con un 16,67 % de las respuestas, seguido por actividades administrativas y servicios auxiliares (13,33 %) y por educación y otros servicios, ambos con un 10 %. Aunque este patrón guarda cierta similitud con el conjunto de los autónomos, la participación está más repartida entre sectores y se observan ciertas singularidades, como una presencia proporcionalmente más alta de autónomos del ámbito educativo, y una ligera mayor representación de sectores tradicionalmente ligados a lo comunitario (como otros servicios y actividades sanitarias).

Esto sugiere que, si bien el perfil profesional predomina en ambos grupos, la Economía Social tiende a acoger también actividades con una orientación más social, educativa y de cuidados.



2. AÑOS DE ACTIVIDAD

El perfil de antigüedad refleja una trayectoria consolidada, aunque algo más equilibrada que en el conjunto de los autónomos. El 46,67 % lleva más de 10 años trabajando como autónomo, seguido por un 20 % que se sitúa entre los 5 y 10 años.

Sin embargo, en este grupo también destaca una representación algo mayor de nuevos autónomos: el 10 % lleva menos de 6 meses y otro 3,33 % entre 6 meses y un año.

En conjunto, casi un 23,3 % tiene menos de 3 años de experiencia, lo que supone una proporción ligeramente superior a la registrada en la muestra total. Esto sugiere que la Economía Social puede estar atrayendo perfiles más recientes al trabajo autónomo, posiblemente motivados por valores solidarios o por el impulso de sectores como los cuidados, la educación o el tercer sector.

Comparando con los estudios de autónomos en general, la experiencia prolongada, con más de 10 años de trayectoria es mayor en el grupo general (56,81 %) que en el colectivo de Economía Social (46,67 %).

Por otro lado, los autónomos del ámbito de la Economía Social presentan una mayor proporción de perfiles recientes: un 13,33 % lleva menos de 1 año frente al 9,64 % del conjunto de los autónomos, y un 20 % se sitúa entre 5 y 10 años frente al 15,28 % general.

Esto sugiere que, si bien la Economía Social acoge a profesionales con experiencia, también representa una puerta de entrada para nuevos autónomos, probablemente atraídos por modelos de trabajo con valores sociales, colaborativos o vinculados a sectores emergentes.

Se confirma que la Economía Social muestra un perfil ligeramente más renovado y joven en términos de antigüedad profesional.



3. EMPLEADOS A CARGO

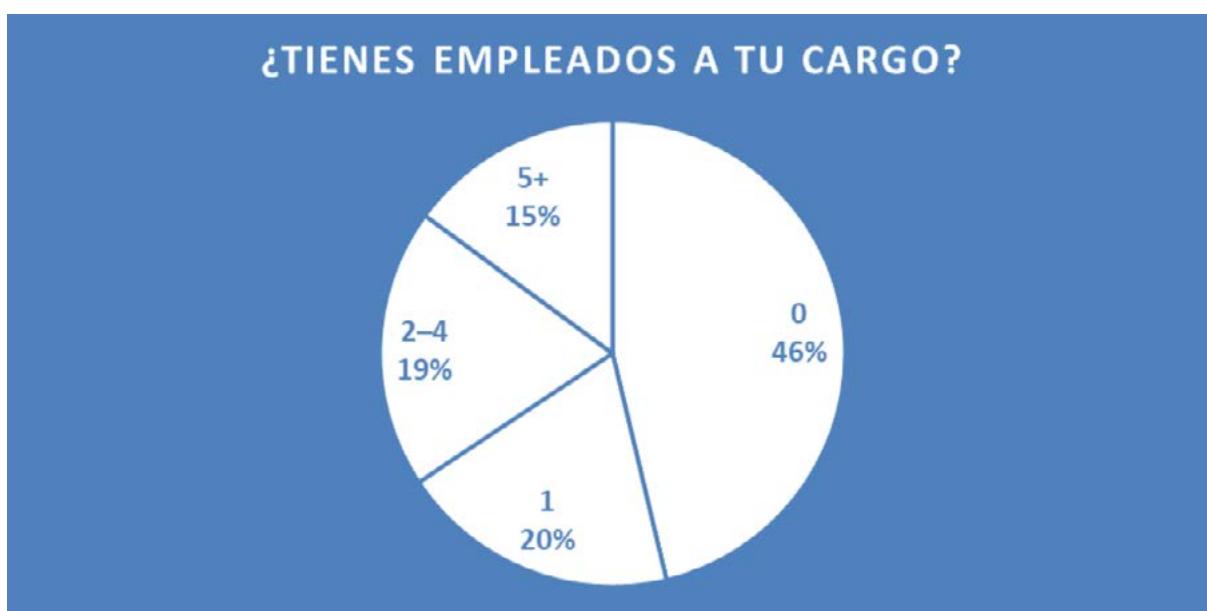
El 63,33 % declara no tener empleados a su cargo, una proporción alta, aunque sensiblemente inferior a la observada en el conjunto de los autónomos (77,82 %). Además, un 36,67 % de este grupo sí cuenta con al menos un asalariado: un 13,33 % tiene uno, otro 13,33 % entre dos y cuatro, y un 10 % cinco o más.

Esta distribución sugiere que los autónomos de la Economía Social tienden más a asumir responsabilidades de empleo y a generar estructuras productivas que trascienden el autoempleo individual.

El análisis comparativo revela diferencias claras en la estructura de empleo entre el conjunto de los autónomos y el colectivo vinculado a la Economía Social. Mientras que el 77,82 % del total de encuestados trabaja sin empleados a su cargo, esta proporción baja al 63,33 % en el caso de la Economía Social.

Paralelamente, los autónomos de este último grupo muestran una mayor propensión a generar empleo: un 36,67 % declara tener al menos un asalariado, frente al 22,18 % del total general.

Estas diferencias son especialmente notables en los tramos de mayor capacidad organizativa: el 13,33 % de los autónomos de Economía Social cuenta con entre 2 y 4 trabajadores (frente al 7,51 % general) y un 10 % tiene 5 o más (más del triple que el 3,07 % general). Esto refuerza la idea de que los autónomos del sector de Economía Social tienden más a la cooperación, la contratación y la generación de empleo, lo que puede ser indicativo de un mayor compromiso colectivo o de una lógica organizativa más estructurada. Esta tendencia puede ser estratégica a la hora de diseñar medidas de fomento del empleo desde el sector autónomo.



4. REGIÓN DONDE OPERA

La Comunidad de Madrid también concentra el mayor número de respuestas (30 %), seguida de quienes operan a nivel estatal (20 %) y de Andalucía (13,33 %). Cataluña y la Comunidad Valenciana representan cada una un 10 %. Aunque las proporciones varían, se repite el patrón de concentración en grandes núcleos urbanos y comunidades con mayor actividad económica.

La presencia del ámbito "Toda España" es ligeramente más alta en este grupo, lo que podría estar asociado a una mayor vocación territorial o red de colaboración interregional, algo habitual en proyectos de Economía Social.

El análisis comparativo territorial confirma algunas similitudes clave y también revela matices importantes. Tanto en la muestra general como en la de Economía Social, la Comunidad de Madrid es la región más representada, aunque su peso relativo es mayor entre los autónomos de Economía Social (30 % frente al 20,86 %).

También aumenta ligeramente la proporción de quienes operan en "Toda España" (20 % en Economía Social frente al 15,56 % general), lo que podría indicar una mayor tendencia a proyectarse a nivel nacional o integrarse en redes interterritoriales.



5. EDAD

Predomina una franja etaria madura, aunque con diferencias relevantes respecto al conjunto de los autónomos. El 43,33 % de los encuestados se sitúa entre los 46 y 55 años, seguido por un 36,67 % mayor de 56 años.

Sin embargo, se aprecia una mayor presencia relativa de personas jóvenes: un 16,66 % tiene menos de 36 años (frente al 7,26 % en el conjunto de los autónomos).

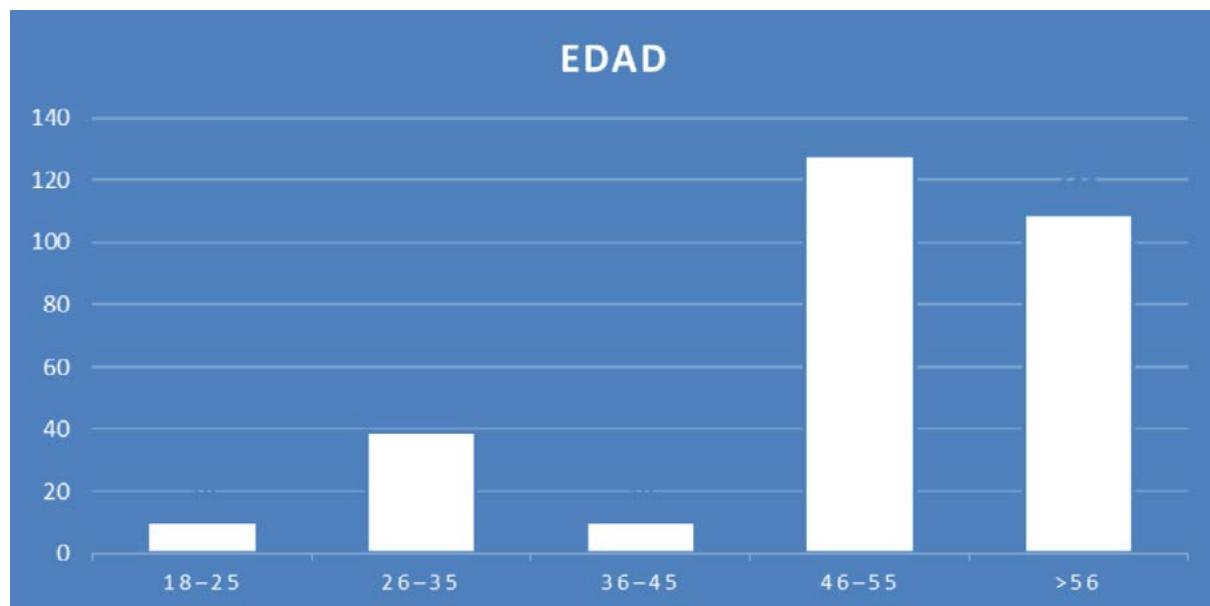
Esta diferencia sugiere que la Economía Social podría estar funcionando como una vía de entrada para emprendedores más jóvenes, quizás motivados por valores sociales, la búsqueda de modelos alternativos de trabajo o programas de apoyo específicos.

La comparación de perfiles etarios muestra diferencias significativas entre el conjunto de los autónomos y el colectivo de Economía Social.

Aunque ambos están liderados por personas mayores de 46 años, el grupo de Economía Social presenta un perfil algo más rejuvenecido. La franja de 26 a 35 años representa un 13,33 % del total en Economía Social (frente al 6,27 % general), y el tramo más joven (18 a 25 años) también duplica su proporción (3,33 % frente a 0,99 %).

En cambio, el grupo general presenta un peso notablemente superior en los mayores de 56 años (45,21 % frente a 36,67 %).

Esto sugiere que la Economía Social, aunque sigue estando compuesta principalmente por personas con experiencia, logra atraer a perfiles más jóvenes en comparación con el conjunto del trabajo autónomo. Esta diferencia podría reflejar una mayor apertura del sector a modelos más colaborativos o un atractivo particular hacia sus valores sociales por parte de generaciones más recientes.



6. GÉNERO

En el grupo de autónomos vinculados a la Economía Social, el 76,67 % son hombres y el 23,33 % mujeres. Esta distribución indica una brecha de género incluso más pronunciada que en el conjunto de los autónomos, donde la proporción femenina era del 29,37 %.

Esta diferencia sugiere que, pese a los valores inclusivos que promueve la Economía Social, el autoempleo dentro de este sector sigue replicando dinámicas de infrarrepresentación femenina.

La comparación por género confirma que la participación femenina en el trabajo autónomo es limitada tanto en el conjunto de los autónomos como en el colectivo de Economía Social.

Sin embargo, esta desigualdad es aún más marcada en la Economía Social, donde solo el 23,33 % de los encuestados son mujeres, frente al 29,37 % en el total general.

La sobrerepresentación masculina alcanza el 76,67 % en el sector social, lo que podría deberse a una menor visibilidad o participación de mujeres en iniciativas formalizadas de autoempleo dentro del ámbito social.

Esta tendencia señala la necesidad de reforzar las estrategias específicas de equidad de género en el fomento del autoempleo social, asegurando que los valores inclusivos se traduzcan también en estructuras más equilibradas en la práctica.



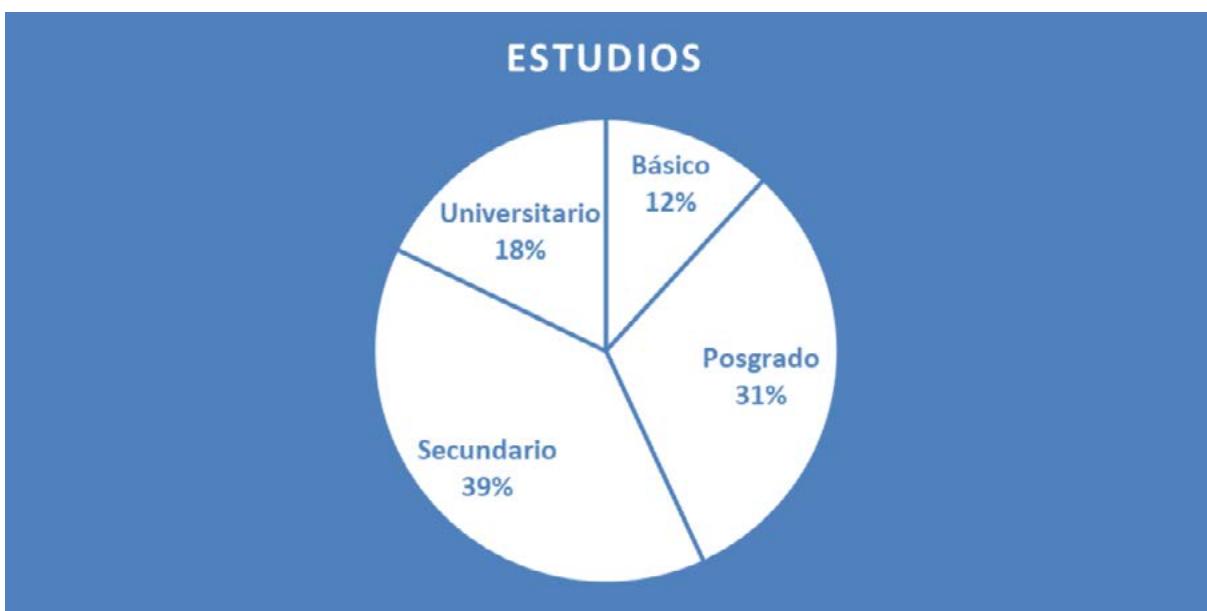
7. NIVEL DE ESTUDIOS

El nivel educativo es elevado. Un 30 % posee estudios universitarios y un 26,67 % cuenta con posgrado, lo que suma un 56,67 % con formación superior (frente al 71,28 % del total general). Además, un 33,33 % tiene estudios secundarios y un 10 % estudios básicos.

Este perfil educativo ligeramente más heterogéneo sugiere que el autoempleo en Economía Social puede atraer tanto a perfiles altamente cualificados como a personas con trayectorias formativas menos extensas, posiblemente debido a la diversidad de sectores implicados y a la accesibilidad de este modelo organizativo.

La comparativa del nivel educativo entre el conjunto de los autónomos y el grupo de Economía Social revela diferencias claras.

En el grupo general, el 71,28 % cuenta con formación superior (universitaria o de posgrado), mientras que en la Economía Social esta proporción se reduce al 56,67 %.



En cambio, el porcentaje de personas con formación secundaria (33,33 %) o básica (10 %) es mayor entre los autónomos de Economía Social que en el conjunto de los autónomos (22,11 % y 6,6 % respectivamente).

Estos datos reflejan que la Economía Social acoge una mayor diversidad formativa y, posiblemente, una mayor inclusividad de perfiles no universitarios. Esto puede estar relacionado con el tipo de actividades ejercidas (educación, servicios sociales, cuidados, etc.), o con un modelo organizativo que facilita el acceso al autoempleo a personas con distintos niveles de formación. También puede señalarse la necesidad de reforzar estrategias de capacitación digital para asegurar una transición justa e inclusiva.

8. ÁREAS USO Y MANEJO MÁS AVANZADO EN HERRAMIENTAS DIGITALES

La ofimática sigue siendo el área más desarrollada, con un 90 % de los encuestados señalándola. Le siguen la búsqueda y evaluación de información (73,3 %) y la comunicación y colaboración digital (63,3 %), todas con niveles más altos que en el grupo general, lo que sugiere una apropiación muy funcional de las herramientas digitales.

En las áreas más especializadas, el patrón vuelve a repetirse: creación de contenido digital aparece con un 40 %, muy por encima del promedio general, lo que podría relacionarse con la naturaleza creativa y comunicativa de muchas iniciativas sociales.

En cambio, resolución de problemas digitales baja al 23,3 %, y seguridad y privacidad en Internet cae a apenas un 10 %, lo que confirma una preocupación secundaria o una menor capacitación en este ámbito crítico.



Los datos muestran que los autónomos en la Economía Social dominan principalmente las herramientas digitales de uso diario y transversal (ofimática, búsqueda de información y comunicación).

Sin embargo, las competencias más técnicas, como ciberseguridad o resolución de problemas, presentan brechas notables. En el caso de la Economía Social, el peso relativo de la creatividad digital es mayor, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer esa línea con programas de apoyo específicos. Al mismo tiempo, la escasa capacitación en seguridad digital plantea un riesgo creciente que debería abordarse como prioridad transversal.

9. FRECUENCIA USO HERRAMIENTAS DIGITALES

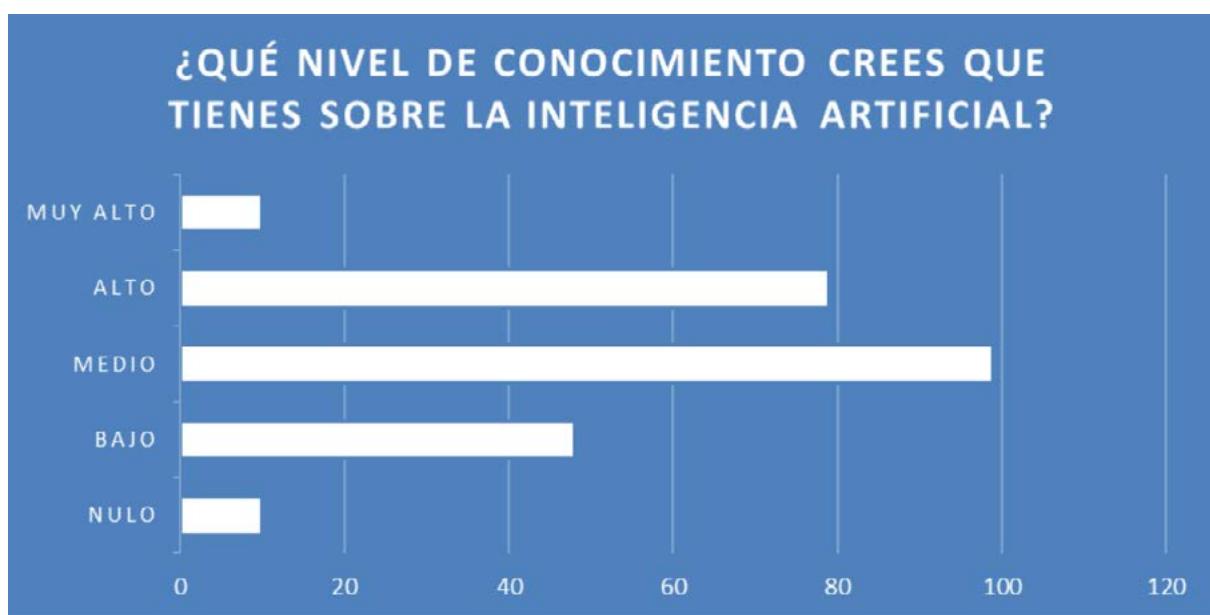
El 73,33 % de los encuestados utiliza herramientas digitales a diario, una proporción elevada, aunque algo menor que en el conjunto de los autónomos (81,85 %). También se observa un mayor peso relativo de quienes las usan de forma ocasional (16,67 % frente al 8,58 %) o semanal (6,67 % frente al 8,25 %). Además, un 3,33 % reconoce no utilizarlas nunca.



Este patrón sugiere una ligera menor intensidad de uso digital en la Economía Social, lo que podría estar relacionado con la diversidad de perfiles formativos o con la naturaleza más presencial de algunas actividades del sector.

10. CONOCIMIENTO SOBRE LA IA

Los niveles de conocimiento sobre Inteligencia Artificial se distribuyen de manera más equilibrada: un 33,33 % se sitúa en el nivel medio y otro 33,33 % en el nivel bajo. El 26,67 % afirma tener un conocimiento alto, mientras que los extremos —muy alto y nulo— apenas alcanzan un 3,33 % cada uno. Se percibe una mayor autoconfianza relativa respecto al grupo general en cuanto a conocimiento alto (26,67 % frente a 13,24 %), lo que puede relacionarse con experiencias previas o sectores concretos más expuestos a procesos digitales.

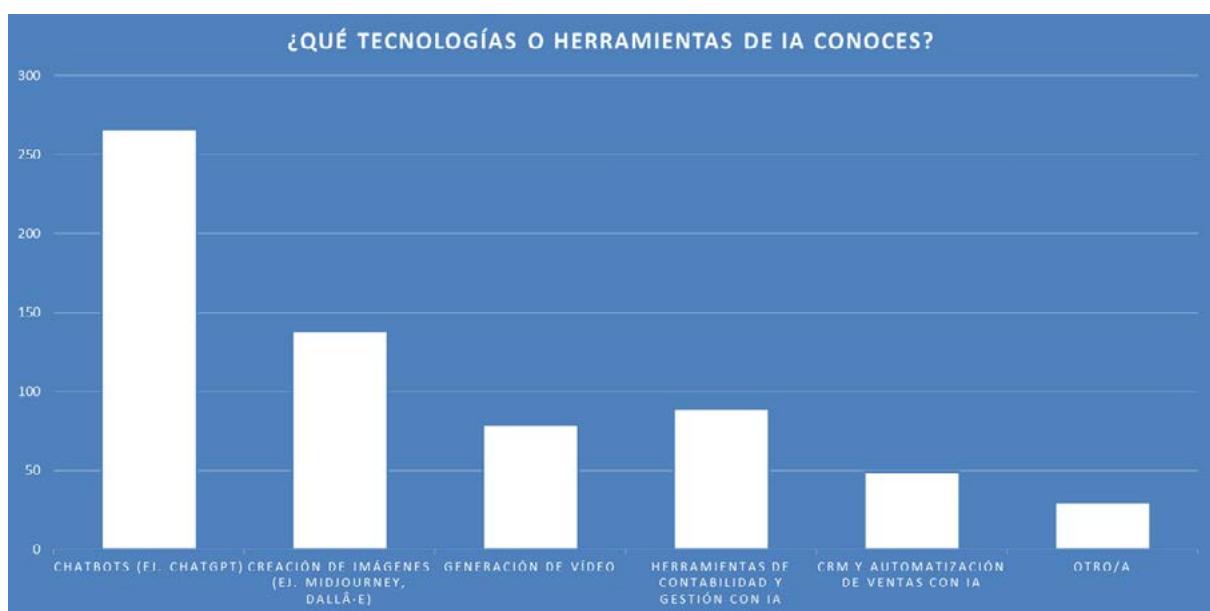


11. CONOCIMIENTO HERRAMIENTAS IA

La popularidad de los chatbots es sobresaliente: 90 % de los encuestados los identifican como una herramienta de IA que conocen. Le siguen la creación de imágenes con IA, con un 46,7 %, y la generación de vídeo, con un 26,7 %, proporciones similares a las del conjunto de los autónomos. Sin embargo, en esta muestra se observa una mayor presencia relativa del conocimiento sobre herramientas de contabilidad y gestión con IA (30 %) y un reconocimiento similar en cuanto a CRM y automatización de ventas (16,7 %). La categoría "otro/a" fue seleccionada por solo un 10 %.

En el conjunto de los autónomos de la Economía Social, los chatbots son, con diferencia, la tecnología de IA más conocida, lo que indica una puerta de entrada accesible y popular a la inteligencia artificial. Sin embargo, el conocimiento sobre aplicaciones más orientadas a procesos empresariales (como contabilidad o CRM) sigue siendo limitado, especialmente en el grupo general.

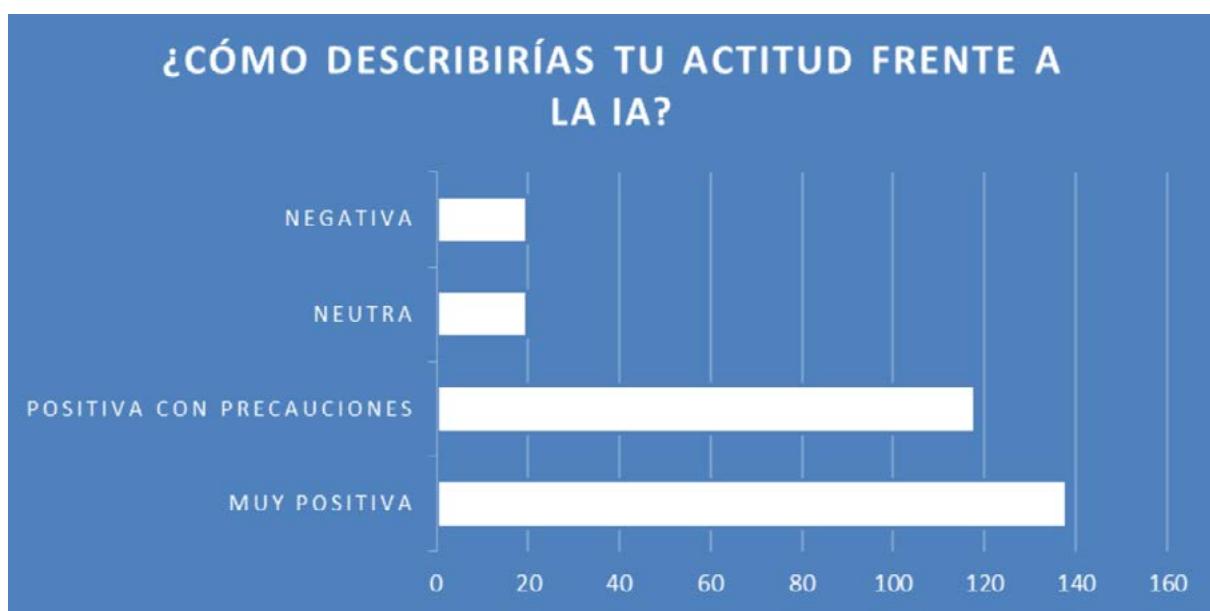
Curiosamente, los profesionales de la Economía Social parecen tener una ligera ventaja en la identificación de herramientas orientadas a la gestión, lo que podría explicarse por su experiencia en estructuras colaborativas o mayor interés en herramientas de apoyo operativo. En ambos casos, el potencial de expansión y capacitación en tecnologías más especializadas es alto y deseable.



12. ACTITUD FRENTE A LA IA

La actitud hacia la Inteligencia Artificial es ampliamente positiva, aunque con matices: los autónomos de la Economía Social presentan una mayor proporción de respuestas "muy positivas" (46,67 % frente a 33,66 %) y una menor presencia de posiciones neutras o negativas frente al conjunto de los autónomos. En cambio, en el conjunto de los autónomos predomina una actitud favorable pero más cautelosa, con un 46,53 % que manifiesta una visión positiva con precauciones (frente al 40 % en Economía Social).

Este patrón sugiere que, aunque ambos grupos comparten entusiasmo por las oportunidades que representa la IA, los autónomos de la Economía Social tienden a verla con un enfoque más esperanzador y transformador, posiblemente alineado con valores de innovación social y mejora colectiva. Esto refuerza el potencial del sector como agente dinamizador en la adopción ética e inclusiva de estas tecnologías.



13. DONDE SE ADQUIRIÓ EL CONOCIMIENTO SOBRE IA

Los canales de aprendizaje están distribuidos de forma similar, aunque con matices que merecen atención.

La experiencia directa en el negocio lidera, con un 40 %, lo que refuerza la idea de que incluso en entornos con menor acceso a formación formal, el uso experimental y auto aprendido de herramientas de IA es muy habitual.

Le siguen los cursos o formaciones y los medios de comunicación/redes sociales, ambos con un 43,3 %, lo que representa un peso relativo mayor que en el conjunto de los autónomos. Esto puede reflejar una mayor sensibilidad en este colectivo por mantenerse actualizado o aprovechar recursos educativos.



Solo un 26,7 % afirma no haberse formado, lo que puede interpretarse como una mayor conciencia sobre la necesidad de capacitarse antes de incorporar nuevas tecnologías.

El aprendizaje a través de colegas u otros autónomos representa un 6,7 %, reforzando que el acompañamiento horizontal sigue siendo marginal, pero existente.

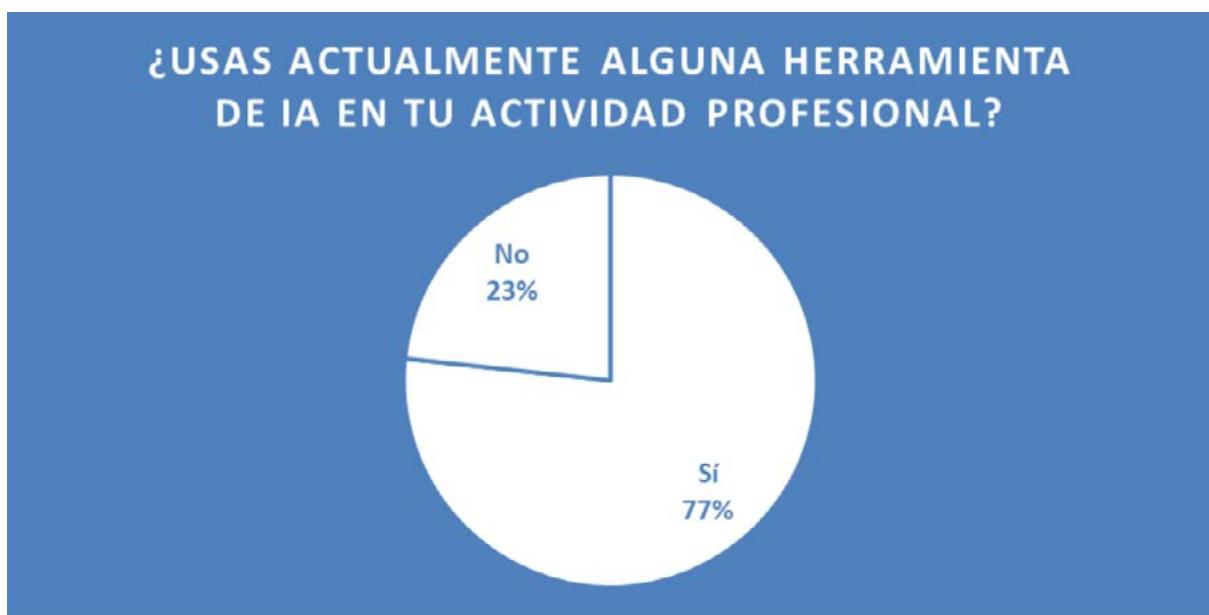
Ambos colectivos coinciden en que la experiencia práctica es la principal vía de aprendizaje, pero los autónomos de la Economía Social muestran una mayor participación en formaciones estructuradas e informales, y una menor proporción de personas sin formación. Este dato es relevante, ya que rompe el mito de que la Economía Social está más rezagada digitalmente.

14. USO ACTUAL DE LA IA

El 76,67 % de los autónomos de la Economía Social declara utilizar actualmente alguna herramienta de Inteligencia Artificial en su actividad profesional. Solo un 23,33 % no hace uso de estas tecnologías. Esta diferencia refuerza el perfil proactivo y abierto a la innovación digital observado en otras respuestas del grupo, a pesar de ciertas limitaciones formativas o estructurales.

La comparación final refleja una mayor adopción de herramientas de Inteligencia Artificial entre los autónomos vinculados a la Economía Social: el 76,67 % afirma utilizarlas actualmente, frente al 61,72 % en el conjunto de los autónomos. Esta diferencia es coherente con la actitud más positiva hacia la IA observada en este colectivo, así como con su mayor predisposición a formarse a través de canales formales e informativos.

A pesar de contar con menor experiencia directa como vía principal de aprendizaje, los autónomos de la Economía Social demuestran una integración activa de la IA en sus actividades, lo que refuerza su papel potencial como catalizadores de una transición tecnológica ética e inclusiva.



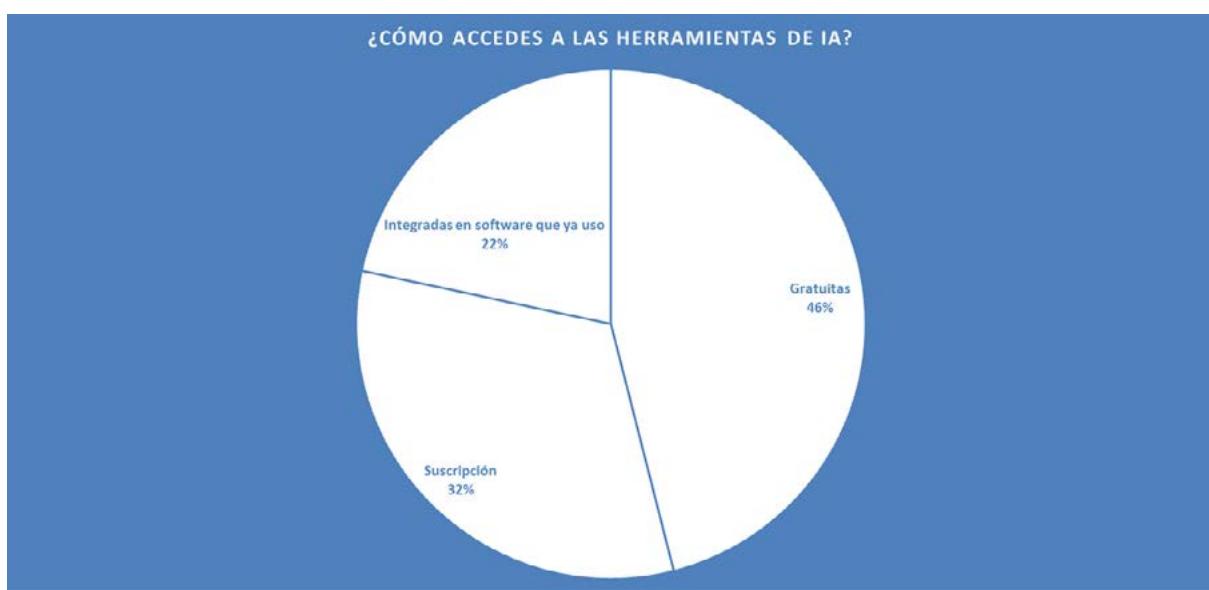
15. MODO DE ACCESO A LA IA

En el colectivo de Economía Social, el patrón de acceso a herramientas de IA es similar al del conjunto de los autónomos: el 45,95 % accede a través de plataformas gratuitas abiertas, el 32,43 % mediante suscripción individual y el 21,62 % las utiliza integradas en software que ya emplea.

Estos datos refuerzan la idea de una preferencia generalizada por soluciones de bajo coste o abiertas, especialmente en contextos con recursos más limitados. La comparación muestra que tanto en el colectivo general como en el de Economía Social la vía de acceso más habitual a las herramientas de IA es a través de plataformas gratuitas y abiertas (42,14 % y 45,95 %, respectivamente).

Las suscripciones individuales mantienen proporciones muy similares (32,78 % vs. 32,43 %), mientras que el uso de IA integrada en software ya existente es algo menor en Economía Social (21,62 % frente a 25,08 %).

Esto indica una convergencia en las formas de acceso, marcada por la preferencia por herramientas accesibles y de bajo coste, aunque también puede reflejar limitaciones para la integración plena de soluciones avanzadas en los entornos digitales existentes.

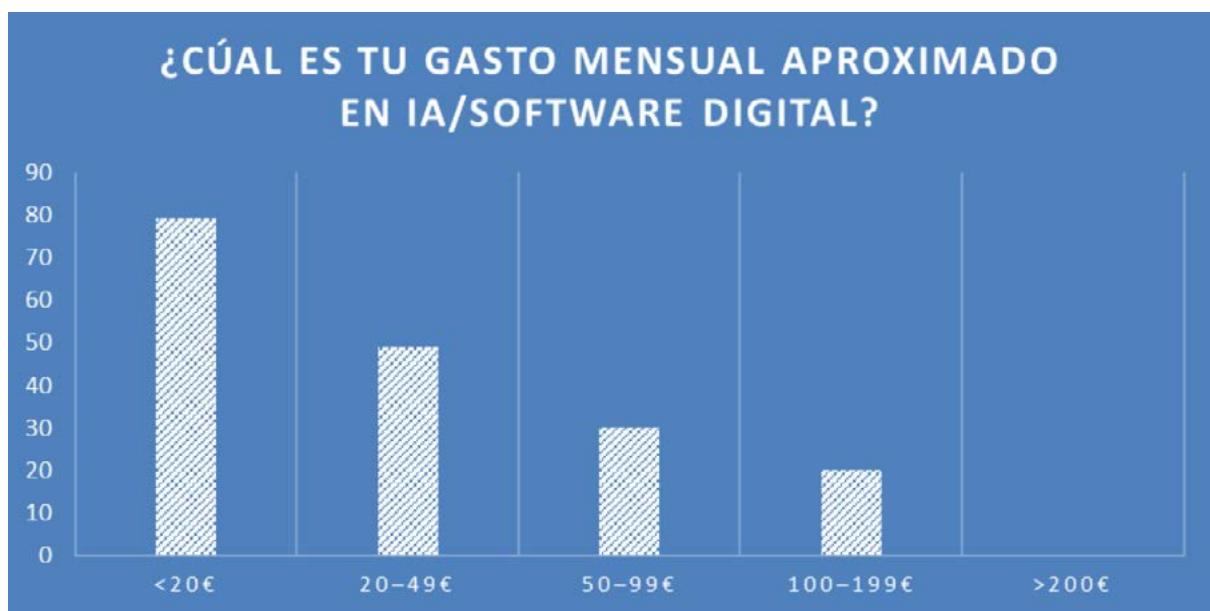


16. GASTO MENSUAL IA

El 44,44 % gasta menos de 20 € al mes en IA o software digital, mientras que un 27,78 % invierte entre 20 y 49 €. Solo el 11,11 % supera los 100 €, y ningún encuestado declara gastar más de 200 €. Este perfil es todavía más conservador que el del conjunto de los autónomos, con una concentración clara en los rangos bajos de inversión, lo que podría reflejar restricciones presupuestarias o una estrategia prudente en la adopción de herramientas tecnológicas.

La comparativa de gasto mensual en herramientas de IA y software digital evidencia una pauta más conservadora en el colectivo de Economía Social: el 72,22 % de sus miembros se concentra en los dos rangos más bajos de inversión (<20 € y 20-49 €), frente al 63,24 % en el conjunto de los autónomos. Además, ninguno de ellos declara un gasto superior a 200 €, en contraste con un 2,44 % del grupo general.

Esta distribución sugiere un mayor control presupuestario en la Economía Social, posiblemente motivado por la naturaleza colectiva, sin ánimo de lucro o de utilidad social de muchas de estas entidades. Al mismo tiempo, refleja la importancia de garantizar acceso a soluciones asequibles y sostenibles para fomentar la digitalización inclusiva.



17. ÁREAS DE APLICACIÓN IA

La búsqueda de información e investigación también es el ámbito más frecuente, con un 60 %. Esto refuerza la idea de que en la Economía Social la IA se usa como soporte de conocimiento y análisis, más que como sustituto de procesos operativos. A continuación, un 46,7 % aplica IA en marketing y publicidad, un dato significativamente superior al promedio, lo que podría reflejar una creciente necesidad de visibilidad y profesionalización comunicativa en este sector.

La creatividad ocupa el tercer lugar con un 36,7 %, mientras que la gestión administrativa y contabilidad aparece en el 20 %, cifras que siguen mostrando un uso extendido, aunque menos prioritario. La atención al cliente es mencionada por un 20 %, casi el doble que, en el grupo general, lo cual podría relacionarse con dinámicas más horizontales y orientadas al servicio en este tipo de proyectos.

Ambos colectivos coinciden en utilizar la IA sobre todo como herramienta de consulta, búsqueda y generación de contenido, pero la Economía Social destaca por un mayor peso en marketing, atención al cliente y creatividad, lo que sugiere una visión más integral e innovadora de la relación con el público. En cambio, el grupo general muestra un uso más equilibrado, con mayor énfasis en automatización operativa.

Este reparto refleja una orientación diferencial: mientras los autónomos tradicionales aplican la IA principalmente a la eficiencia, los de la Economía Social la aprovechan para potenciar impacto, comunicación y presencia social. Esta diferencia plantea la oportunidad de diseñar formaciones y recursos adaptados: más enfocados a procesos internos y productividad para unos, y más centrados en narrativa, diseño y experiencia de usuario para otros.



18. FRECUENCIA DE USO IA

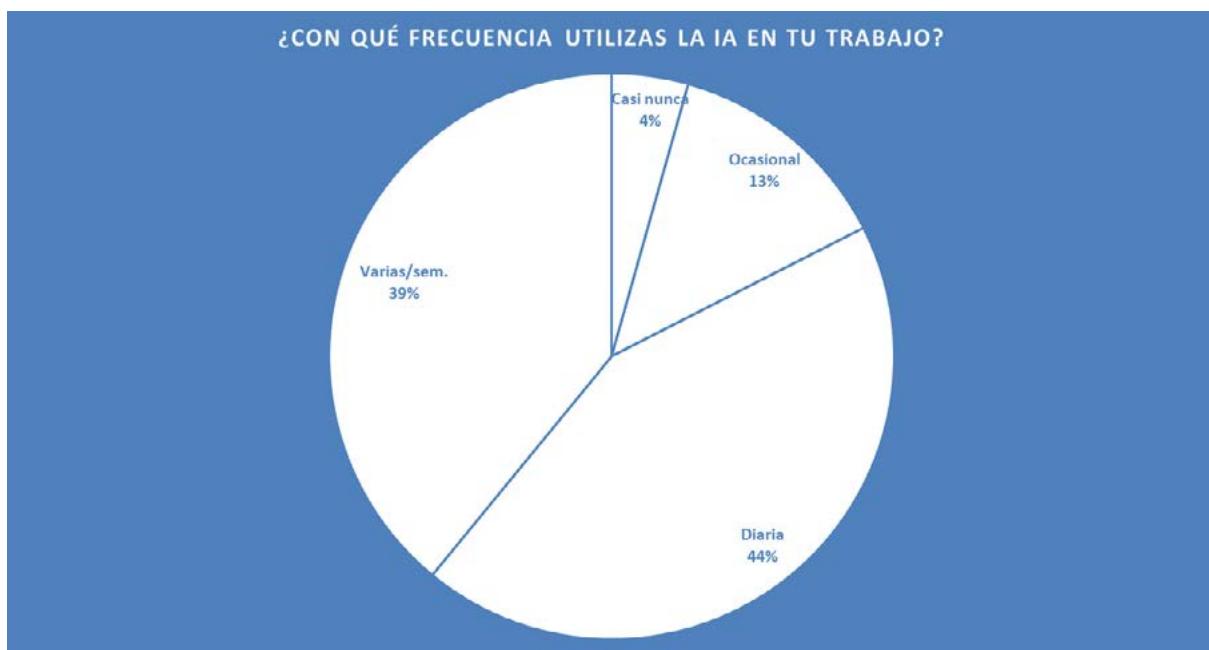
El uso diario de la IA se sitúa en un 43,48 %, y un 39,13 % la utiliza varias veces por semana. Aunque este colectivo también muestra una fuerte integración, los porcentajes son algo menores en uso intensivo respecto al total de autónomos. Además, el uso ocasional (13,04 %) y el casi nulo (4,35 %) son ligeramente más frecuentes.

Aunque ambos grupos muestran un uso frecuente, los autónomos en general utilizan la IA diariamente en mayor proporción (55,61 %) que los vinculados a la Economía Social (43,48 %). Este último colectivo también concentra algo más de respuestas en las categorías ocasional y casi nunca, lo que sugiere un margen de adopción más incipiente o condicionado por barreras específicas.

Cuando se observa la situación en el colectivo de autónomos vinculados a la Economía Social, también se aprecia una adopción significativa, aunque con diferencias que matizan el entusiasmo. El 43,5 % de este grupo utiliza la IA a diario, mientras que un 39,1 % lo hace varias veces por semana.

En conjunto, más del 82 % de los autónomos de la Economía Social la emplea con frecuencia alta, pero en una proporción inferior al grupo general. En cuanto al uso ocasional, sube al 13 %, y el uso casi nulo alcanza el 4,3 %, lo que revela una ligera mayor presencia de barreras o ritmos más prudentes en la integración tecnológica.

Estos matices son importantes. Aunque la frecuencia de uso sigue siendo mayoritaria, los datos sugieren que en la Economía Social la adopción no solo está algo más contenida, sino que probablemente responde a una lógica diferente: menos basada en la eficiencia y más en la utilidad situada. Es decir, la IA no se incorpora por moda ni por presión competitiva, sino cuando realmente aporta valor a la misión del proyecto o mejora de forma concreta el impacto del trabajo.



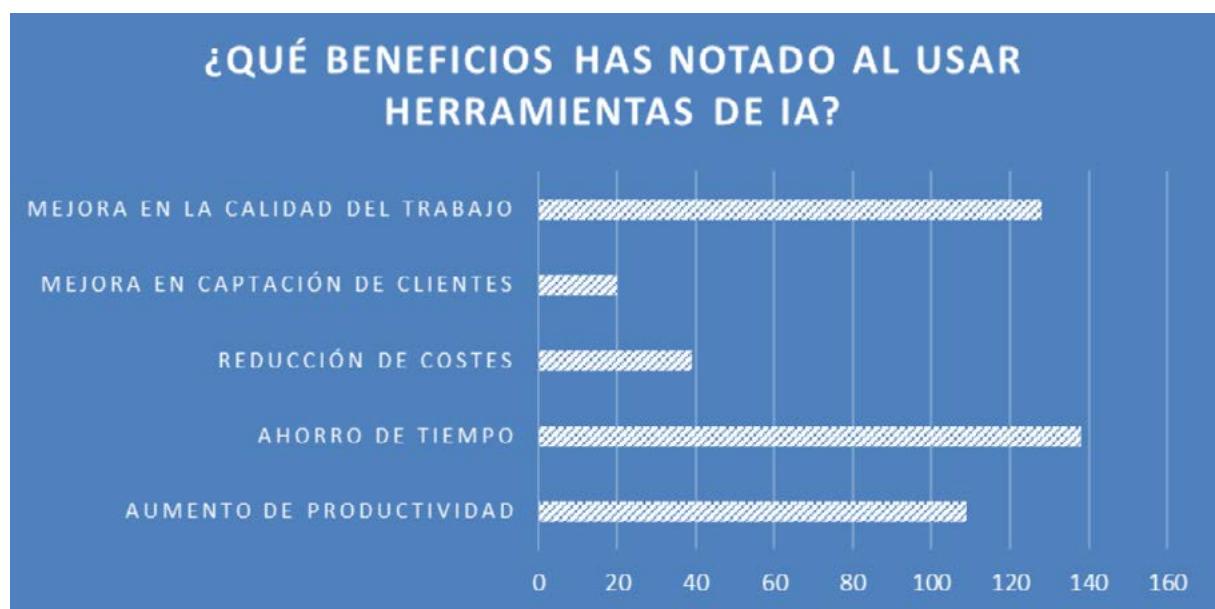
19. BENEFICIOS USO IA

El ahorro de tiempo es el más mencionado también aquí, con un 46,7 %, seguido muy de cerca por la mejora en la calidad del trabajo (43,3 %) y el aumento de la productividad (36,7 %). Estos datos reflejan un uso orientado no solo a la eficiencia, sino también a la mejora del impacto del trabajo en términos de resultados y valor.

La reducción de costes es señalada por el 13,3 %, y la mejora en la captación de clientes por el 6,7 %. Un dato especialmente relevante es que ninguna persona en este grupo afirma no haber obtenido beneficios, lo cual refuerza la percepción de que la adopción de la IA ha sido útil, bien enfocada y ajustada a las necesidades del colectivo.

Comparando con los estudios generales sobre autónomos, coinciden en identificar el ahorro de tiempo como el beneficio más evidente del uso de la IA, seguido por mejoras en productividad y calidad del trabajo. Sin embargo, en la Economía Social, los porcentajes son más equilibrados y ligeramente más elevados en las variables cualitativas, como la mejora de la calidad, lo que sugiere una valoración más amplia del impacto de la tecnología.

Esto podría explicarse por la orientación más ética, participativa y centrada en el valor del trabajo que caracteriza a este sector. Mientras que el colectivo general pone más énfasis en el rendimiento operativo, la Economía Social parece valorar el impacto transformador de la IA en los procesos y resultados.



20. BARRERAS USO IA

La falta de tiempo para aprender encabeza la lista con un 40 %, una proporción sensiblemente mayor que en el conjunto de los autónomos. Le siguen la falta de formación y el precio elevado, ambas con un 30 %. Esto revela que, aunque el sector está predisposto a innovar, la carga operativa, la falta de recursos y las necesidades formativas específicas limitan su avance.

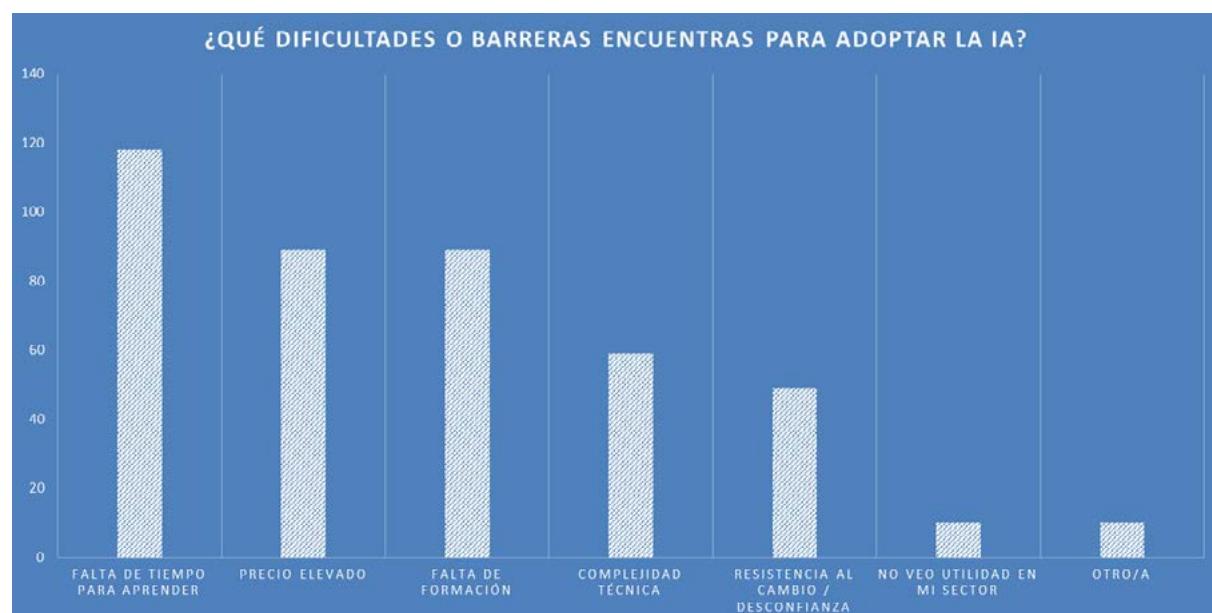
La complejidad técnica aparece en un 20 %, cifra casi el doble que en el conjunto de los autónomos en general, lo que puede sugerir un menor acceso a apoyo técnico o barreras tecnológicas más profundas.

La resistencia al cambio es mencionada por el 16,7 %, también algo por encima del promedio, mientras que tanto el "no veo utilidad" como "otro/a" se sitúan en un 3,3 %, cifras muy bajas pero presentes.

Ambos grupos coinciden en señalar como principales frenos la falta de tiempo, formación y coste, pero en la Economía Social estas barreras son más intensas, especialmente la de tiempo, lo que probablemente esté relacionado con estructuras más pequeñas, mayor diversidad de funciones o menor disponibilidad de recursos.

En este colectivo también se percibe una mayor sensibilidad hacia la complejidad técnica, lo que podría hacer recomendable un mayor acompañamiento técnico o uso de soluciones simplificadas.

A pesar de estas barreras, la gran mayoría reconoce el valor potencial de la IA, lo que constituye una base favorable para el diseño de políticas de capacitación, acceso económico y soporte técnico.

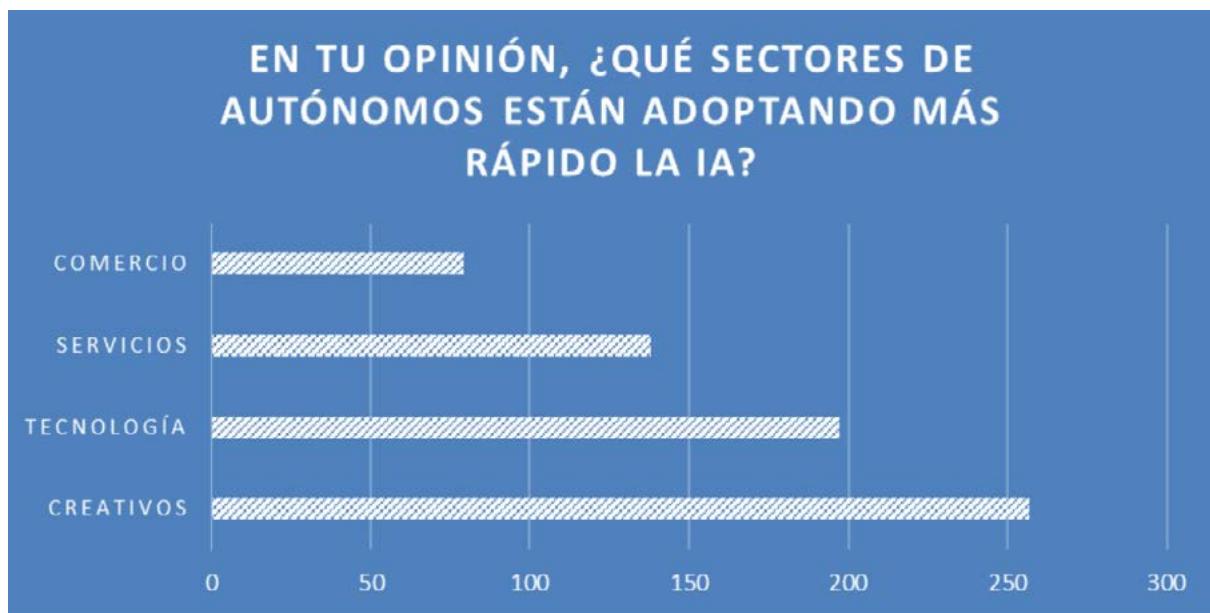


21. SECTORES DE ACTIVIDAD CON MAYOR USO DE IA

Los sectores creativos lideran, con un 86,7 % de las menciones. Esto podría reflejar el uso de la IA no solo como herramienta productiva, sino también como medio de expresión, visibilidad y comunicación para iniciativas con propósito social.

El sector tecnológico aparece en segundo lugar con un 66,7 %, y los servicios profesionales reúnen un 46,7 %, mostrando una percepción sólida de adopción en actividades formativas, educativas o legales.

El comercio y las ventas se mantiene más bajo, con un 26,7 %, mientras que la categoría "otro/a" alcanza el 10 %, algo más elevada que en el grupo general, lo que podría indicar una mayor diversidad de actividades o experiencias concretas dentro del ecosistema de la Economía Social.



22. APOYO NECESARIO USO IA

La formación práctica y sencilla es la principal necesidad, con un 76,7 % del total. Les siguen el acceso a herramientas más económicas (53,3 %) y los casos de uso reales en el sector (50 %), que de nuevo evidencian una visión pragmática. El asesoramiento personalizado es importante para el 36,7 %, lo que podría reflejar una mayor demanda de acompañamiento directo en este colectivo.

En conjunto, los datos muestran un alto grado de coincidencia con el total de autónomos: el aprendizaje práctico, los ejemplos reales y la accesibilidad económica son los pilares de la demanda. No obstante, la Economía Social pone más énfasis en el acompañamiento personalizado, lo que podría apuntar a estructuras de menor tamaño, más horizontales o menos tecnificadas. Esta lectura sugiere que los programas de impulso de la IA entre autónomos deberían tener un enfoque muy didáctico y sectorial, ofreciendo herramientas sencillas, económicas y adaptadas, con acompañamiento técnico allí donde sea necesario.

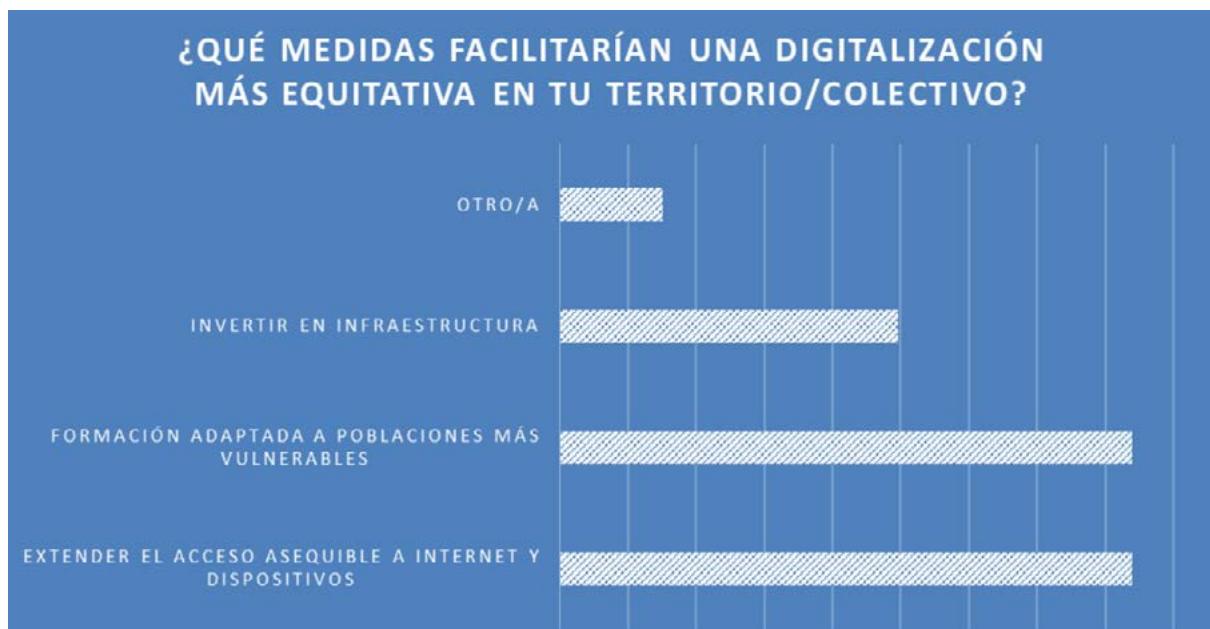


23. MEDIDAS FACILITADORAS

La formación adaptada a colectivos vulnerables como el acceso asequible a internet y dispositivos son señalados por el 56,7 % de los encuestados, consolidándose como los pilares principales de una digitalización inclusiva.

La inversión en infraestructura es elegida por un 33,3 %, lo que supone un peso relativo mayor que en el conjunto de los autónomos, quizá reflejando carencias más acusadas en ciertos entornos territoriales o colectivos. La opción "otro/a" apenas representa el 10 %, lo que refuerza la validez de las medidas propuestas como principales facilitadores de la equidad digital.

Este consenso generalizado entre ambos grupos revela un diagnóstico claro: la digitalización equitativa no se logrará solo con tecnología, sino con políticas de inclusión centradas en las personas. La formación práctica y accesible, junto con la conectividad garantizada, aparecen como demandas clave que podrían orientar estrategias públicas o del tercer sector para cerrar brechas digitales estructurales.



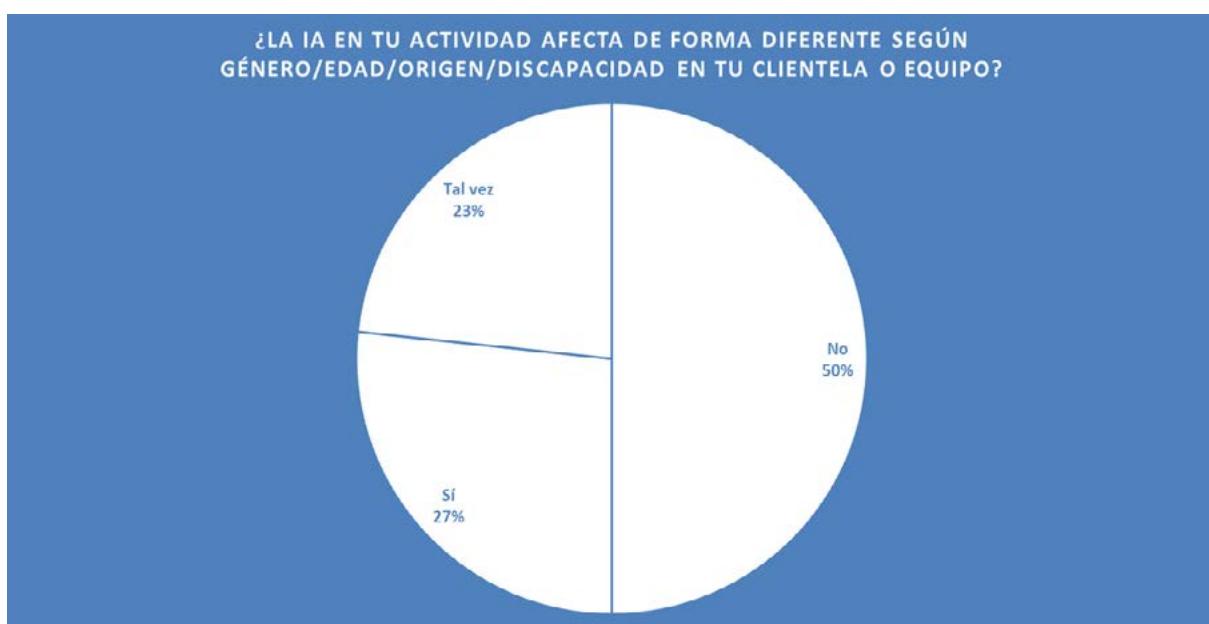
24. AFECCIÓN DE LA IA EN FUNCIÓN DE COLECTIVOS SOCIALES

Solo un 50 % considera que no hay diferencias (frente al 48,2 % del total), mientras que un significativo 26,7 % afirma que sí existen efectos diferenciados, y un 23,3 % se mantiene en el "tal vez".

En otras palabras, casi la mitad de este colectivo (exactamente un 50 %) reconoce abiertamente o se plantea que la IA podría tener implicaciones distintas según factores de diversidad social.

Este patrón sugiere que quienes operan en el ámbito de la Economía Social, por su mayor cercanía a colectivos vulnerables o su foco en la equidad, están más atentos a los posibles sesgos o efectos no neutros de la tecnología.

Esto refuerza la idea de que este colectivo no solo ve la IA como una herramienta técnica, sino también como un fenómeno social que puede influir en relaciones laborales, modelos de atención o acceso a servicios.



25. INTERÉS EN COMPARTIR BUENAS PRÁCTICAS

Siendo 1 poco interés y 5 mucho interés, la mitad de los encuestados (50 %) manifiestan el nivel más alto de interés (5) en compartir buenas prácticas, y un 3,3 % adicional lo valora con un 4. Aunque esta última cifra es significativamente menor que en el grupo general, el equilibrio global sigue siendo muy positivo.

El valor 3, que puede reflejar neutralidad o prudencia, es escogido por un 33,3 %, mientras que únicamente un 3,3 % elige el valor 2 y un 10 % el valor 1.

En conjunto, el 13,3 % muestra desinterés, una proporción muy similar al conjunto global, aunque aquí con un perfil más polarizado: más personas se sitúan en los extremos de la escala.

Este patrón refuerza la idea de que la Economía Social mantiene su vocación cooperativa también en la transformación digital: la mitad de los encuestados está muy dispuesta a compartir lo aprendido, y una tercera parte permanece abierta a hacerlo.

Las barreras, en este caso, parecen estar más vinculadas a la experiencia acumulada que a la voluntad. Se muestra una alta predisposición a compartir aprendizajes sobre IA, lo que constituye un capital social clave para diseñar redes de formación entre pares, comunidades de práctica y espacios abiertos de innovación. Fomentar este tipo de intercambios no solo aceleraría la adopción tecnológica, sino que fortalecería el tejido autónomo en clave de cooperación, especialmente valioso en sectores como la Economía Social.



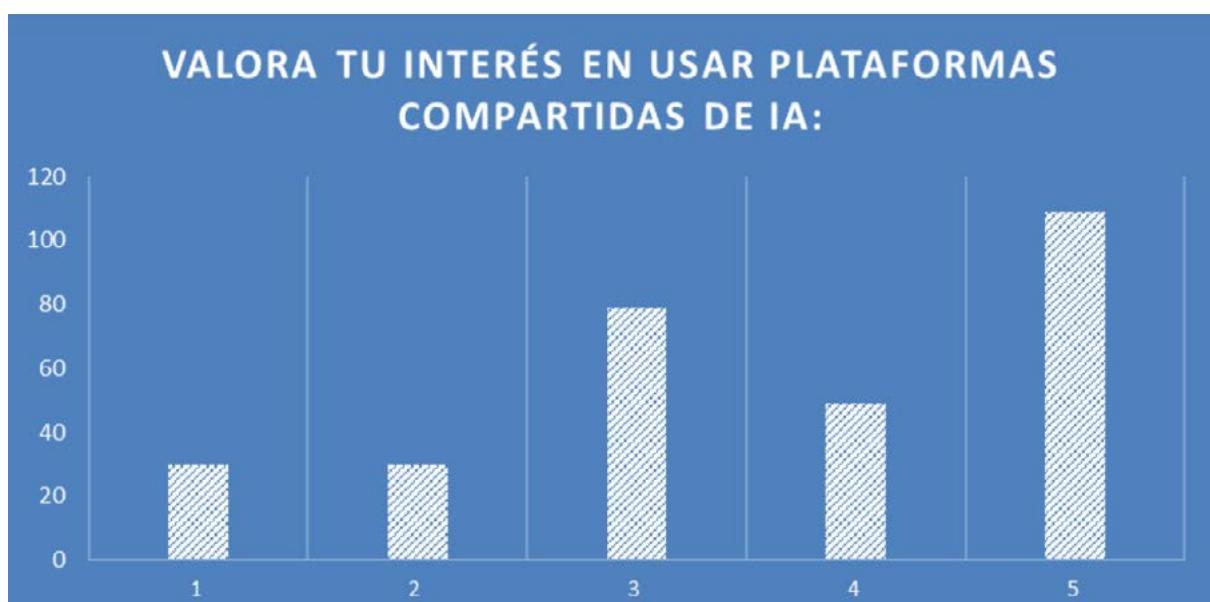
26. INTERÉS EN COMPARTIR HERRAMIENTAS

Siendo 1 poco interés y 5 mucho interés. El 36,7 % puntúa con un 5 y el 16,7 % con un 4, totalizando un 53,4 % de alta receptividad.

Por otro lado, un 26,7 % se posiciona en el punto medio (valor 3), lo que podría interpretarse como cautela o necesidad de conocer más detalles sobre las plataformas en cuestión. En cuanto al desinterés, un 10 % puntúa con un 1 y un 10 % con un 2, es decir, un 20 % mantiene una posición distante o poco favorable, en línea con el grupo general.

Este perfil indica una mayor prudencia relativa dentro de la Economía Social frente al uso compartido de plataformas de IA. A pesar de ello, la mayoría se muestra receptiva, lo que abre oportunidades para diseñar herramientas colectivas adaptadas al sector, siempre que se acompañen de garantías éticas, transparencia y personalización.

El resultado muestra que el 53 % de los autónomos de la Economía Social están interesados en utilizar plataformas compartidas de IA. Esto confirma un entorno propicio para impulsar soluciones colaborativas basadas en software común, infraestructura compartida o modelos cooperativos de desarrollo y mantenimiento tecnológico.



27. INTERÉS EN COMPARTIR LICENCIAS

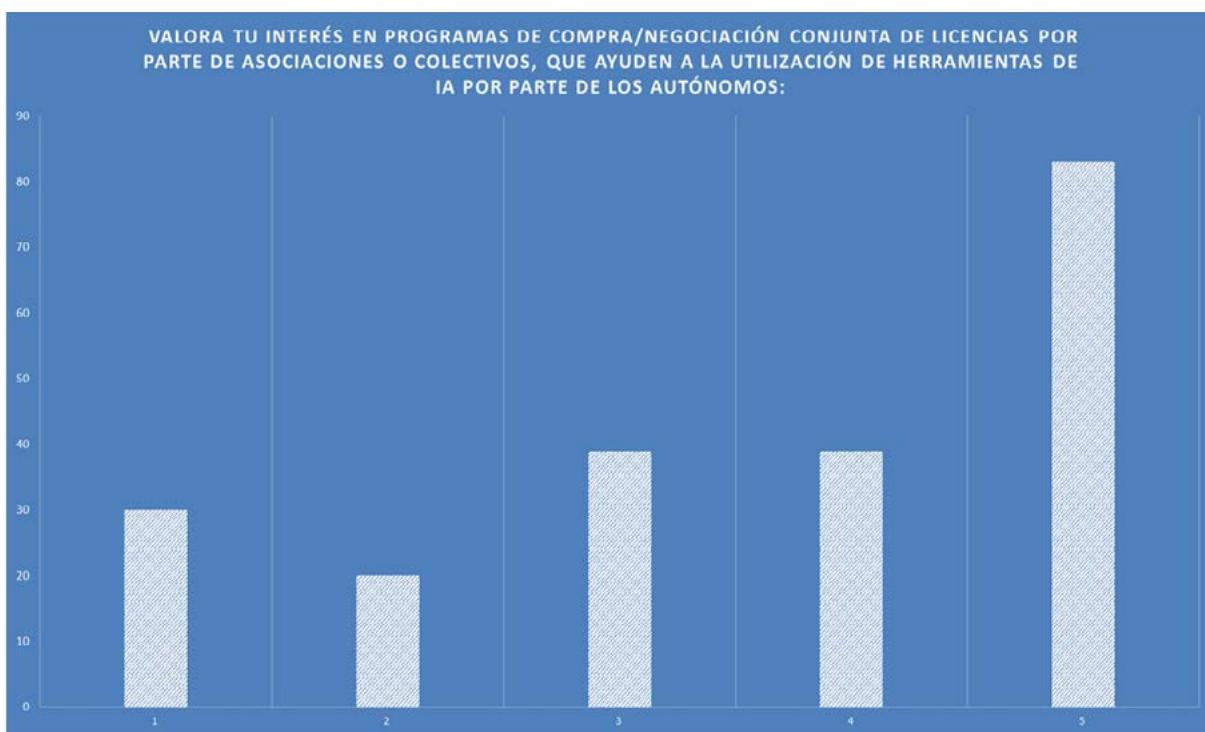
Siendo 1 poco interés y 5 mucho interés, la Economía Social muestra un entusiasmo aún más alto en el total de los autónomos por esta vía de acceso. Un 56,7 % otorga la máxima puntuación (5) y un 13,3 % valora con un 4, lo que suma un 70 % de personas altamente interesadas.

Solo un 13,3 % se ubica en la posición intermedia (3), mientras que las valoraciones más bajas (1 y 2) son marginales: un 10 % y un 6,7 %, respectivamente.

Este perfil evidencia que, dentro del universo de la Economía Social, la lógica de la compra conjunta, el cooperativismo digital o las plataformas comunes resuena de forma natural con sus principios organizativos. Es decir, hay una afinidad estructural entre las soluciones colectivas y el modelo de funcionamiento de estas entidades.

Los resultados demuestran que, en la Economía Social, la opción de articular mecanismos colectivos para adquirir licencias o herramientas de IA es bien recibida.

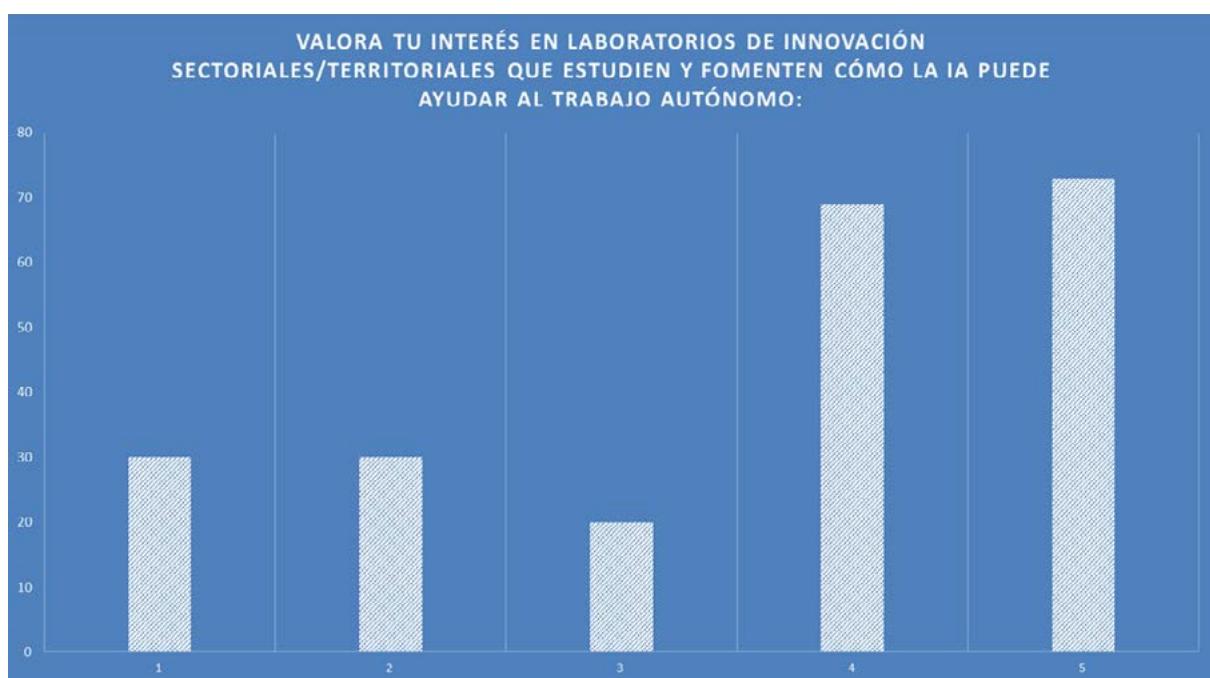
Los datos también respaldan el desarrollo de programas federativos, acuerdos sectoriales o consorcios tecnológicos, especialmente entre aquellos colectivos más pequeños o con menos capacidad económica. Este tipo de iniciativas no solo permiten acceder a la tecnología en mejores condiciones, sino que también fomentan la cooperación, reducen la fragmentación digital y refuerzan el tejido asociativo en el ecosistema autónomo.



28. INTERÉS EN LABORATORIOS DE INNOVACIÓN

Siendo 1 poco interés y 5 mucho interés. El apoyo es notable: el 50 % valora con un 5 y un 23,3 % adicional lo hace con un 4. Esto eleva el respaldo total al 73,3 %, situándolo por encima del promedio general de los autónomos. Solo un 6,7 % se ubica en el punto intermedio, y las valoraciones más bajas (1 y 2) suman un 20 %, distribuidos entre 10 % en cada uno.

Este perfil sugiere que el colectivo de Economía Social no solo es receptivo a la idea de espacios colaborativos, sino que probablemente los visualiza como compatibles con sus dinámicas comunitarias y de co-creación. En otras palabras, estos "laboratorios de IA" no serían solo instrumentos técnicos, sino también espacios de aprendizaje colectivo, empoderamiento y transformación compartida.



29. INTERÉS EN FORMACIÓN

Un 60 % se muestra directamente interesado, y un 26,7 % responde "tal vez". Solo un 13,3 % descarta esta posibilidad. Esto indica que no solo perciben la IA como una herramienta útil, sino que desean activamente adquirir capacidades para integrarla en su actividad. Esta actitud entraña con los valores de mejora continua, participación y aprendizaje colectivo que suelen caracterizar al sector de la Economía Social.

Amplio margen de aceptación y demanda de formación en IA por parte de los autónomos, en especial si está contextualizada para su realidad. El interés no solo es cuantitativamente alto, sino cualitativamente significativo: es razonable suponer que muchas de estas personas ya intuyen posibles usos, pero carecen de herramientas prácticas para avanzar. Por tanto, el desarrollo de programas de formación específicos, adaptados a perfiles no técnicos y sectorizados, se presenta como una política con altísima receptividad potencial y retorno rápido.



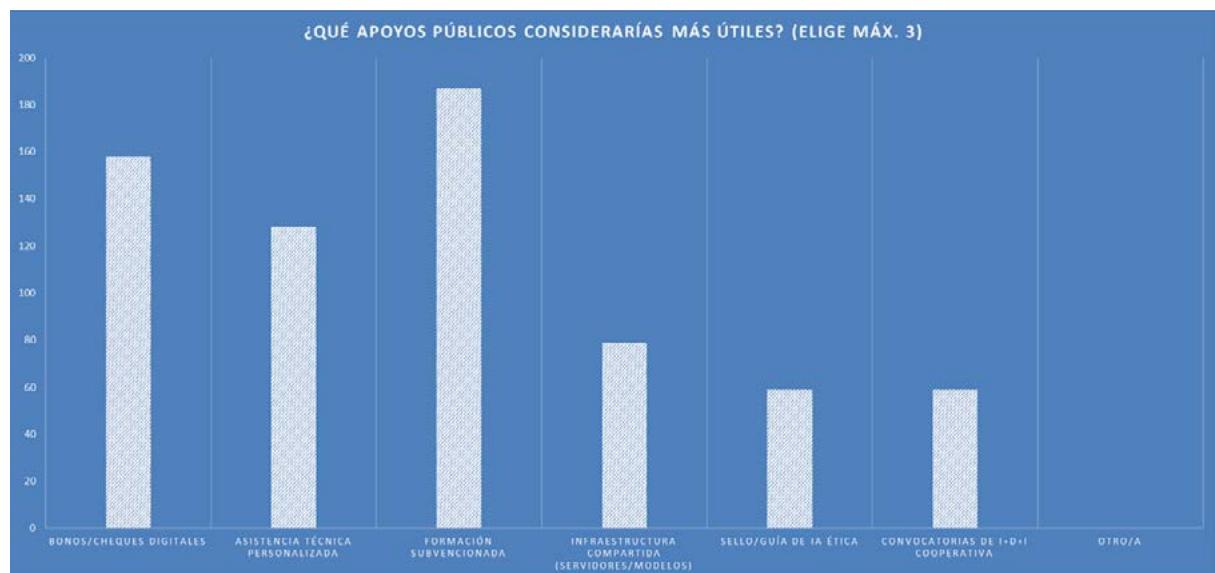
30. APOYOS PÚBLICOS NECESARIOS

La formación subvencionada lidera claramente con un 63,33 %, seguida por bonos digitales (53,33 %) y asistencia técnica personalizada (43,33 %). Este equilibrio muestra una combinación entre necesidad económica y deseo de apoyo técnico contextualizado, coherente con un colectivo acostumbrado a buscar recursos que impulsen su sostenibilidad.

En menor medida, se mencionan la infraestructura compartida (26,67 %) y el sello ético de IA y las convocatorias cooperativas de I+D+i, ambas con 20 % de apoyo.

Aquí es importante resaltar que, aunque minoritarias, estas dos últimas opciones duplican en proporción su popularidad respecto al grupo general, lo que confirma un mayor interés por los principios éticos y la cooperación como ejes de la innovación.

Tanto los autónomos en general como los de la Economía Social coinciden en que la formación subvencionada es el apoyo público más útil, seguida de cerca por asistencia técnica y bonificaciones económicas. Sin embargo, los de Economía Social dan mayor peso relativo a las herramientas éticas, la infraestructura colectiva y la I+D+i cooperativa, lo que refleja valores más alineados con la colaboración, sostenibilidad e innovación compartida.



5.- CONCLUSIONES

Las conclusiones se basan en el cruce de evidencias cualitativas y cuantitativas y ponen el foco en lo que ya está ocurriendo en el trabajo autónomo en la Economía Social: una adopción creciente, pero desigual, de la IA. Cabe destacar tanto las oportunidades de productividad e impacto como las condiciones necesarias para que la transformación sea inclusiva, ética y sostenible.

1. La inteligencia artificial se incorpora en la Economía Social desde una lógica progresiva, situada y orientada a la utilidad real

El análisis global del estudio confirma que la adopción de la inteligencia artificial en el trabajo autónomo vinculado a la Economía Social se encuentra todavía en una fase temprana, pero presenta rasgos claramente diferenciales respecto al conjunto general del colectivo autónomo. Aunque no puede hablarse aún de una integración estructural de la IA en los modelos de negocio, sí se constata una mayor tasa de uso, una actitud más favorable y una predisposición más abierta a la experimentación tecnológica.

Este fenómeno resulta especialmente relevante si se considera que los proyectos de Economía Social suelen operar con menores márgenes económicos, estructuras organizativas reducidas y una alta carga operativa. Lejos de constituir un obstáculo, estas limitaciones parecen haber favorecido una adopción selectiva y pragmática de la IA, centrada en aquellas aplicaciones que ofrecen un retorno inmediato en términos de ahorro de tiempo, mejora de la calidad del trabajo o refuerzo del impacto social.

En este sentido, la Economía Social no adopta la IA por imitación ni por presión competitiva, sino desde una lógica de utilidad situada, en la que la tecnología se incorpora cuando se percibe como coherente con la misión del proyecto y capaz de aportar valor real a la actividad cotidiana.

Además de estos beneficios directos, el estudio sugiere una oportunidad estratégica: si la adopción se acompaña de formación aplicada y apoyo técnico, la digitalización puede impulsar la sostenibilidad de proyectos emprendedores, abrir nuevas líneas de actividad (servicios digitales, comunicación, comercio electrónico de proximidad) y generar oportunidades de empleo vinculadas a perfiles de apoyo (facilitadores/as digitales, asistencia técnica, gestión de herramientas y seguridad), especialmente dentro de redes y estructuras cooperativas.

En términos prácticos, esto implica que la IA se está utilizando como un acelerador de tareas clave (redacción, búsqueda, comunicación), pero su consolidación dependerá de convertir el uso puntual en rutinas estables: definición de procesos, mínimos de seguridad, y una cultura de mejora continua que evite la dependencia acrítica de las herramientas.

2. La percepción positiva de la IA refleja una alineación entre innovación tecnológica y valores sociales

Uno de los hallazgos más consistentes del estudio es la actitud mayoritariamente positiva hacia la inteligencia artificial por parte de los autónomos de la Economía Social. Esta valoración favorable no se limita a una expectativa de mejora económica, sino que se inscribe en una visión más amplia del papel de la tecnología como instrumento de apoyo al trabajo humano. A diferencia de otros ámbitos donde la IA se asocia a procesos de sustitución laboral, control o deshumanización, en la Economía Social predomina una lectura que concibe la IA como una herramienta capaz de liberar tiempo, reducir tareas repetitivas y permitir una mayor dedicación a actividades relacionales, creativas y estratégicas.

Esta percepción está profundamente conectada con los principios del sector: primacía de las personas, cooperación, participación y orientación al bien común.

El estudio pone de manifiesto que esta coherencia entre valores y tecnología constituye un activo intangible de gran relevancia, ya que facilita una adopción más reflexiva, ética y sostenible de la inteligencia artificial. Esta predisposición es una ventaja competitiva del sector: facilita el aprendizaje, reduce la resistencia al cambio y abre la puerta a modelos cooperativos de adopción (formación entre pares, compras conjuntas, bancos de casos).

El reto es mantener una expectativa realista y orientada a resultados, para que el entusiasmo se traduzca en impacto medible y confianza social.

3. El uso actual de la IA es mayoritariamente instrumental y revela una fase inicial de madurez tecnológica

Pese a la elevada proporción de usuarios de herramientas de IA, el análisis detallado de las áreas de aplicación evidencia que su uso se concentra principalmente en funciones instrumentales y de apoyo. Las aplicaciones más habituales se sitúan en la búsqueda y síntesis de información, la redacción de textos, la generación de contenidos creativos, el marketing digital y ciertas tareas administrativas básicas.

Este patrón de uso indica que la Economía Social se encuentra aún en una fase de apropiación temprana, en la que la IA se percibe como una herramienta complementaria y no como un elemento transformador de los modelos de negocio. El uso estratégico de la IA, orientado a la toma de decisiones, la planificación avanzada, la optimización integral de procesos o el análisis predictivo, sigue siendo limitado.

No obstante, esta situación no debe interpretarse como una carencia, sino como una etapa natural en los procesos de innovación tecnológica, especialmente en contextos de microemprendimiento. El reto futuro reside en facilitar el tránsito desde un uso puntual hacia una integración más estratégica, sin perder la coherencia con los valores del sector.

Para avanzar hacia aplicaciones más transformadoras (automatización, analítica, planificación), resulta clave mejorar la calidad del dato y la interoperabilidad de herramientas (facturación, CRM, hojas de cálculo). Sin una base de información ordenada y segura, la IA tiende a quedarse en la superficie: texto e ideas, pero no decisiones ni procesos.

4. Las barreras a la adopción son estructurales y organizativas, no culturales ni ideológicas

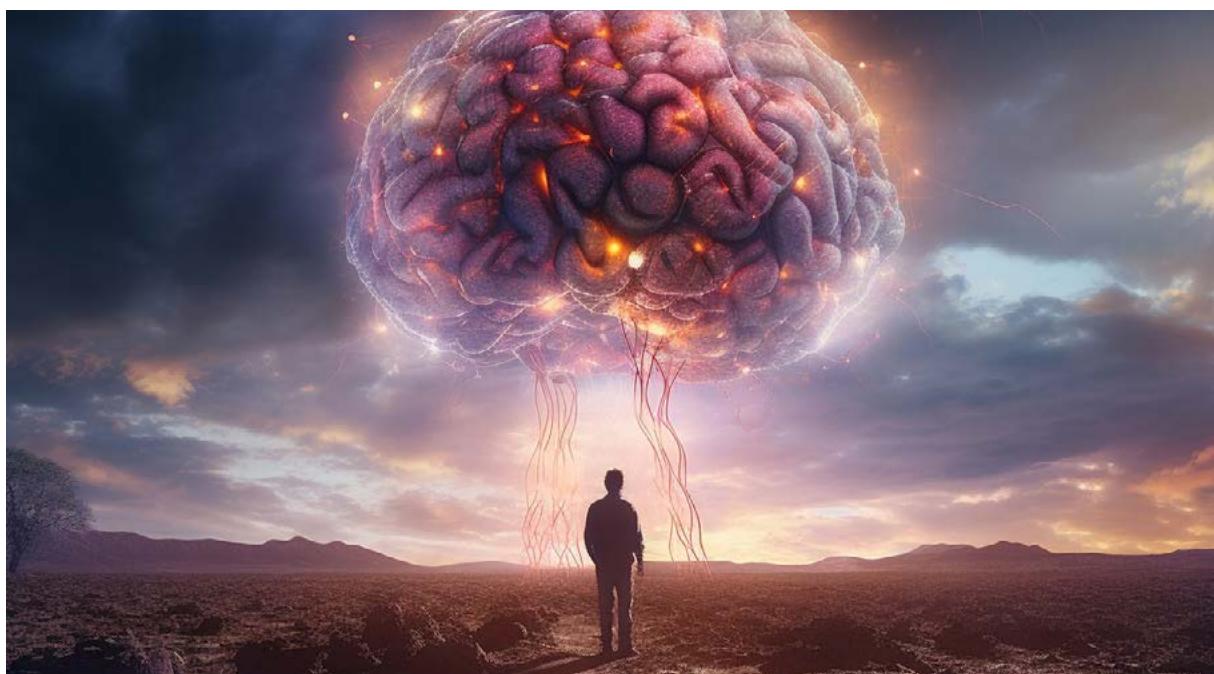
Uno de los resultados más relevantes del estudio es la identificación de las verdaderas barreras que limitan una adopción más profunda de la IA.

Lejos de una resistencia cultural o un rechazo ideológico, los principales obstáculos señalados son la falta de tiempo, la insuficiencia de formación práctica y las limitaciones económicas.

Estas barreras reflejan las condiciones estructurales del trabajo autónomo: jornadas extensas, multiplicidad de funciones, ausencia de departamentos especializados y escaso margen para la experimentación tecnológica. En este contexto, la IA no se rechaza, sino que no siempre puede priorizarse, pese a reconocerse su potencial.

Este hallazgo tiene implicaciones directas para el diseño de políticas públicas y programas de apoyo: la clave no reside en la sensibilización abstracta, sino en ofrecer soluciones formativas breves, aplicadas y directamente transferibles a la práctica profesional, acompañadas de soporte técnico accesible.

De ahí la importancia de políticas y servicios de proximidad: asistencia técnica breve y contextualizada, mentoría por sectores, y recursos que liberen tiempo (formatos micro, acompañamiento en implantación). La formación solo funciona cuando se conecta con el día a día y resuelve un problema concreto del negocio.



5. El bajo nivel de inversión no implica desinterés, sino una adopción prudente y responsable

El análisis del gasto mensual en herramientas de IA muestra una clara concentración en los tramos más bajos de inversión. La mayoría de los autónomos de la Economía Social utilizan plataformas gratuitas o de bajo coste, y muy pocos realizan inversiones elevadas en software o servicios avanzados.

Este comportamiento no debe interpretarse como falta de compromiso con la digitalización, sino como una estrategia de adopción responsable, coherente con modelos de negocio orientados a la sostenibilidad, el control del gasto y el impacto social. En muchos casos, la prudencia financiera forma parte del ADN del sector.

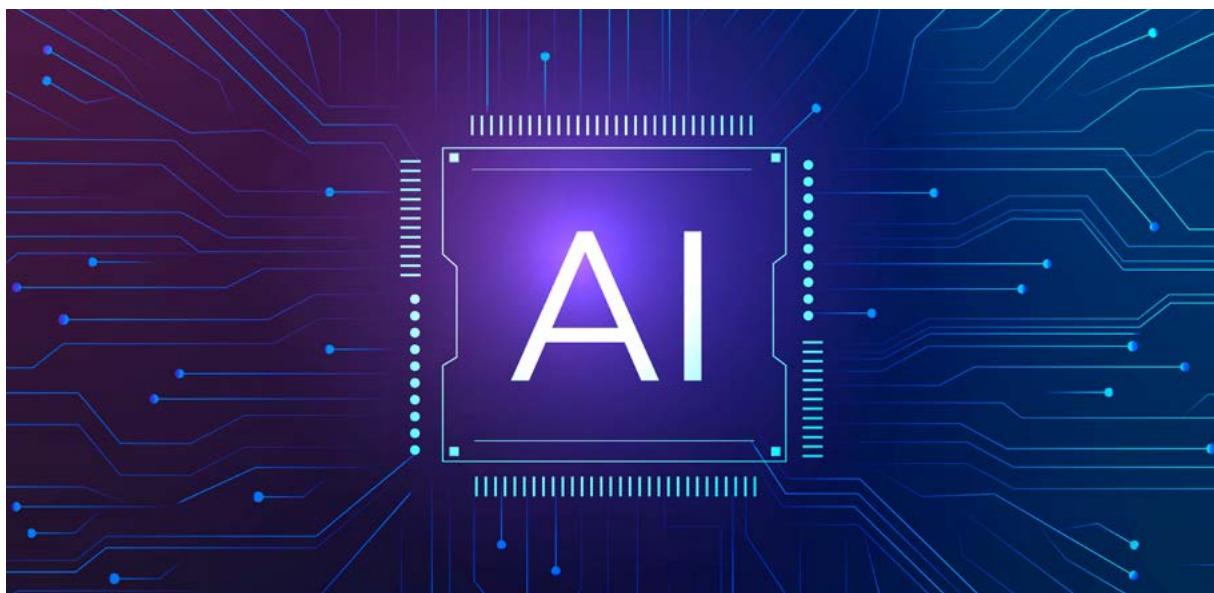
Sin embargo, esta realidad también pone de relieve el riesgo de que la IA se convierta en un factor de desigualdad, si las herramientas más avanzadas quedan reservadas únicamente a quienes pueden asumir mayores costes. De ahí la importancia de promover soluciones abiertas, cooperativas o subvencionadas.

Esta pauta refuerza la conveniencia de mecanismos colectivos y de bajo coste: licencias compartidas en redes, catálogos de herramientas validadas, y apoyo público que reduzca el riesgo de inversión inicial. En paralelo, conviene prevenir la dependencia de plataformas gratuitas en procesos críticos y planificar alternativas sostenibles.

6. La orientación del uso de la IA refuerza la dimensión relacional y comunicativa de la Economía Social

El estudio revela una diferencia cualitativa significativa en la forma en que la Economía Social utiliza la IA. Frente a un enfoque más centrado en la automatización operativa del conjunto general de autónomos, en este sector destaca el uso de la IA en marketing, comunicación, creatividad y atención al cliente.

Esta orientación responde a la importancia que tienen la visibilidad, la narrativa y la relación con la comunidad en los proyectos de Economía Social. La IA se emplea como herramienta para amplificar el mensaje, mejorar la comunicación y fortalecer el vínculo con las personas usuarias, socias o beneficiarias.



Este hallazgo subraya que la IA no es neutra en su aplicación, sino que se adapta a las prioridades y valores del contexto en el que se inserta.

Este enfoque ofrece una oportunidad diferencial: profesionalizar la comunicación sin perder autenticidad. Para ello, conviene combinar IA con criterios editoriales propios (tono, valores, límites), verificación de mensajes y participación de la comunidad cuando se trate de contenidos sensibles o de impacto social.

7. La brecha de género exige una digitalización con enfoque de igualdad y liderazgo femenino

Aunque la Economía Social se asocia a valores inclusivos, la muestra evidencia una infrarrepresentación femenina (23,33% de mujeres frente al 29,37% en el conjunto de autónomos). Esta desigualdad no es solo estadística: puede traducirse en menor acceso a formación tecnológica, menos redes de apoyo y más dificultades para dedicar tiempo a la experimentación, especialmente cuando se suman cargas de cuidados y menor presencia de referentes en ámbitos TIC.

Por ello, la adopción de IA debe incorporar medidas específicas: itinerarios con horarios compatibles con la conciliación, mentorías y comunidades de práctica con referentes femeninos, y programas que impulsen el liderazgo digital en proyectos de Economía Social.

Además, conviene revisar contenidos y decisiones asistidas por IA para evitar sesgos de género (lenguaje, ejemplos, perfiles), reforzando así la coherencia del sector con la igualdad de oportunidades.

8. El territorio sigue marcando el acceso: conectividad y soporte local como condición de adopción

Las brechas territoriales aparecen como un condicionante directo de la digitalización: en zonas de baja densidad confluyen conectividad insuficiente, menor acceso a servicios de apoyo y perfiles con más dificultades de formación. El propio diagnóstico del estudio refuerza esta idea al señalar diferencias en cobertura 5G entre áreas urbanas y rurales (93% frente a 66%), lo que impacta en tareas ya básicas como videollamadas, facturación electrónica o comercio digital.

Cerrar esta brecha requiere combinar infraestructura y acompañamiento: puntos de apoyo digital de proximidad, unidades móviles de asistencia, alianzas con redes de Economía Social e itinerarios formativos ligados a necesidades reales (trámites, gestión, comunicación). Sin estas condiciones materiales, la IA corre el riesgo de convertirse en una oportunidad solo para entornos urbanos, debilitando la cohesión territorial.



9. La edad y el relevo generacional condicionan la adopción: alfabetización funcional e itinerarios por etapas

La brecha generacional sigue presente: la muestra se concentra en franjas de mayor edad (46-55 y mayores de 56), lo que suele correlacionar con menor alfabetización digital de base y más prudencia ante herramientas nuevas. Aun así, el estudio también detecta una presencia juvenil superior a la media del colectivo general, lo que abre una oportunidad de aprendizaje intergeneracional dentro del sector.

Para que la IA sea realmente inclusiva, conviene priorizar programas de alfabetización digital funcional (trámites, seguridad, comunicación, facturación) y acompañamiento práctico orientado a resultados, evitando enfoques excesivamente técnicos.

Al mismo tiempo, favorecer el relevo generacional y la mentoría entre perfiles jóvenes y senior puede acelerar la adopción sin romper la identidad del proyecto. Si no se actúa, la IA puede reproducir desigualdades preexistentes por edad y limitar la sostenibilidad futura de los modelos de negocio.



10. El aprendizaje autodidacta evidencia iniciativa, pero también riesgos de uso limitado o ineficiente

La principal vía de aprendizaje sobre IA identificada en el estudio es la experiencia directa, seguida de cursos y contenidos digitales. Esta autoexploración demuestra una actitud activa y curiosa, pero también conlleva riesgos: uso superficial de las herramientas, desconocimiento de buenas prácticas o dificultades para integrar la IA de forma estratégica.

El escaso peso del acompañamiento profesional y del aprendizaje entre iguales indica una oportunidad desaprovechada para fortalecer comunidades de práctica, redes colaborativas y espacios de mentoría dentro del sector.

Por ello, se recomienda impulsar comunidades de práctica: espacios donde compartir prompts, plantillas, casos reales y aprendizajes, incluyendo sesiones breves de resolución de dudas. Este tipo de soporte horizontal reduce errores, acelera la adopción y refuerza la cohesión del ecosistema de Economía Social.



11. Los beneficios percibidos son claros, generalizados y refuerzan la legitimidad de la IA

Uno de los resultados más contundentes del estudio es que los autónomos de la Economía Social declaran haber obtenido beneficios del uso de la IA. El ahorro de tiempo, la mejora de la calidad del trabajo y el aumento de la productividad son los más recurrentes. Además, se aprecia una valoración equilibrada entre beneficios cuantitativos y cualitativos, lo que refuerza la idea de que la IA se percibe como una herramienta al servicio del trabajo bien hecho, no solo de la rentabilidad.

El siguiente paso es sistematizar esa percepción en indicadores simples (tiempo ahorrado, calidad, satisfacción, alcance) y en una revisión periódica de riesgos (sesgos, privacidad, reputación).

Medir ayuda a decidir cuándo ampliar, ajustar o descartar un caso de uso.

12. La Economía Social reúne condiciones óptimas para liderar un modelo ético de adopción de la IA

En conjunto, los resultados del estudio permiten afirmar que la Economía Social dispone de condiciones especialmente favorables para liderar una adopción ética, inclusiva y sostenible de la inteligencia artificial.

Su cultura participativa, su orientación a valores y su actitud positiva hacia la tecnología constituyen una base sólida. No obstante, este potencial solo podrá materializarse si se acompaña de políticas públicas coherentes, formación aplicada, apoyo económico y marcos éticos claros.



La IA no es un fin en sí mismo, sino una herramienta que, bien integrada, puede contribuir decisivamente a fortalecer modelos económicos más justos, resilientes y centrados en las personas.

En definitiva, el liderazgo del sector pasará por combinar innovación y gobernanza: transparencia, control humano, cooperación y evaluación.

Con apoyo institucional y alianzas con proveedores y redes sociales, la Economía Social puede convertirse en referente de una IA útil, responsable y centrada en las personas.

13. Adopción responsable y cumplimiento normativo como factor habilitante

La consolidación del Reglamento Europeo de IA introduce un marco de obligaciones que condicionarán la adopción de herramientas de IA en el tejido productivo. Para los autónomos y entidades de la Economía Social, esto no debe entenderse únicamente como una carga, sino como un elemento habilitante: incorporar prácticas de cumplimiento y gobernanza (aunque sean "mínimas" y proporcionales) reduce riesgos, incrementa la confianza de clientes y administraciones, y mejora la sostenibilidad de las soluciones en el tiempo.

En la práctica, la referencia operativa puede apoyarse en las guías y checklists desarrolladas en el marco del piloto español de sandbox regulatorio. Estas guías no son vinculantes, pero ofrecen una hoja de ruta clara para ordenar internamente el uso de IA: identificación del rol en la cadena de valor (proveedor vs. responsable del despliegue), verificación del nivel de riesgo del sistema, definición de responsabilidades internas, y evidencias básicas de control (transparencia hacia usuarios, supervisión humana, y criterios de seguridad y calidad).

Cuando el uso de IA se encuadre en categorías de "alto riesgo", el cumplimiento exige estructurar medidas concretas: gestión de riesgos a lo largo del ciclo de vida, gobernanza y calidad de los datos, documentación técnica y trazabilidad, conservación de registros generados automáticamente, ciberseguridad/robustez, y mecanismos de vigilancia postcomercialización. Además, deben contemplarse procedimientos de notificación de incidentes graves, con coordinación con el proveedor y contacto con la Autoridad de Vigilancia del Mercado, incluyendo plazos estrictos en función del tipo de incidente.

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL USO ÉTICO Y COOPERATIVO DE LA IA PARA AUTÓNOMOS EN LA ECONOMÍA SOCIAL

A continuación, y en base al estudio, proponemos una guía de buenas prácticas para el uso ético y cooperativo de la IA para autónomos en la Economía Social:

1. La IA como herramienta al servicio de las personas y del bien común

La incorporación de la Inteligencia Artificial en el trabajo autónomo dentro de la Economía Social debe partir de una premisa fundamental: la tecnología no es un fin en sí mismo, sino un medio al servicio de las personas y de la comunidad. En este modelo económico, caracterizado por la primacía del valor social frente al lucro, la IA debe concebirse como una herramienta de apoyo que contribuya a mejorar la calidad del trabajo, reforzar la sostenibilidad de los proyectos y ampliar su impacto positivo en el entorno.

Esto implica rechazar visiones tecnocráticas o deterministas que presentan la IA como una solución automática a los problemas estructurales del trabajo autónomo. Por el contrario, su adopción debe ser consciente, crítica y alineada con la misión social de cada iniciativa. Utilizada de este modo, la IA puede liberar tiempo de tareas repetitivas, facilitar el acceso a información relevante y permitir que las personas autónomas se concentren en aquellas dimensiones del trabajo que requieren criterio humano, empatía, creatividad y responsabilidad social. En definitiva, la IA debe reforzar el protagonismo de las personas, no diluirlo.

En la práctica, conviene empezar por casos de uso de bajo riesgo y alta utilidad (p. ej., borradores de texto, esquemas, traducciones no sensibles) y establecer un criterio mínimo: objetivo claro, datos adecuados y revisión final humana. Así se evita la adopción por moda y se construye un uso acumulativo que realmente libere tiempo para la misión social.

2. La IA como herramienta al servicio de las personas y del bien común

Uno de los principios éticos esenciales en el uso de la IA en la Economía Social es la centralidad de la persona. Esto significa que las decisiones relevantes, económicas, organizativas, profesionales o sociales, deben seguir siendo responsabilidad de las personas, incluso cuando se utilicen sistemas de apoyo basados en inteligencia artificial. La IA puede ofrecer recomendaciones, generar análisis o proponer alternativas, pero nunca debe sustituir el juicio profesional ni el criterio ético del trabajador o trabajadora autónoma.

Este principio resulta especialmente importante en actividades vinculadas a la educación, los cuidados, la intervención social o los servicios a personas, donde el componente humano es insustituible. Mantener el control humano implica revisar, validar y contextualizar siempre los resultados generados por la IA, evitando automatismos acríticos. Asimismo, supone reconocer los límites de estas tecnologías y asumir que no todas las decisiones pueden ni deben ser delegadas en sistemas algorítmicos.

En la Economía Social, el uso responsable de la IA pasa necesariamente por reforzar la autonomía profesional y no por erosionarla.

Una medida sencilla es definir un “punto de control humano” en cada proceso: qué decisiones no se automatizan, quién valida el resultado y cómo se registra la revisión. En actividades con personas usuarias (cuidados, intervención social, educación), este control protege la calidad, la dignidad y la responsabilidad profesional.

3. Transparencia, explicabilidad (IA explicable) y comunicación responsable

La transparencia constituye un pilar fundamental para un uso ético de la inteligencia artificial. Las personas autónomas deben comprender, al menos de forma básica, cómo funcionan las herramientas que utilizan, qué tipo de resultados generan y cuáles son sus principales limitaciones. Esta comprensión es imprescindible para evitar usos indebidos, errores no detectados o una dependencia excesiva de sistemas cuyo funcionamiento resulta opaco. Además, la transparencia debe extenderse hacia el exterior: cuando la IA interviene en procesos como la generación de contenidos, la atención automatizada o el análisis de información, es recomendable comunicarlo de forma clara a clientes, usuarios o personas beneficiarias.

Esta práctica fortalece la confianza y refuerza la coherencia ética del proyecto. En el ámbito de la Economía Social, donde la legitimidad se construye en gran medida sobre la confianza y la participación, la opacidad tecnológica puede convertirse en un riesgo reputacional y social. Por ello, explicar el uso de la IA de manera accesible y honesta es una buena práctica esencial.

Para cuidar la confianza, es recomendable acordar reglas internas de comunicación: cuándo se informa de que se ha usado IA, cómo se explica en lenguaje claro y qué límites se declaran (p. ej., “borrador generado con apoyo de IA y revisado por el equipo”). La transparencia no debilita el proyecto: refuerza su coherencia ética.

4. Responsabilidad profesional y rendición de cuentas

El uso de la inteligencia artificial no exime en ningún caso de la responsabilidad profesional, legal o ética de la persona autónoma. Aunque las herramientas de IA puedan generar textos, análisis o recomendaciones, la responsabilidad última sobre su utilización y sus consecuencias recae siempre en quien las emplea. Este principio de rendición de cuentas resulta especialmente relevante en la Economía Social, donde las actividades suelen tener impacto directo sobre personas, colectivos o comunidades.

Delegar decisiones críticas en sistemas automatizados sin supervisión humana puede generar errores, injusticias o daños difíciles de revertir. Por ello, es imprescindible asumir que la IA actúa como un asistente y no como un agente autónomo. La revisión sistemática de los resultados, la corrección de errores y la evaluación de los efectos reales del uso de la IA forman parte de las buenas prácticas profesionales. La responsabilidad implica también saber cuándo no utilizar la IA, reconociendo que existen ámbitos en los que su aplicación no es adecuada o aporta más riesgos que beneficios.

Una buena práctica adicional es conservar trazabilidad: versiones, fuentes consultadas y decisiones finales. Esto facilita la rendición de cuentas, mejora la calidad del trabajo y reduce riesgos legales o reputacionales cuando la IA interviene en contenidos públicos o en procesos sensibles.

5. Equidad, inclusión y no discriminación en el uso de la IA

La Economía Social tiene como uno de sus ejes centrales la promoción de la equidad y la inclusión. En este contexto, el uso de la inteligencia artificial debe contribuir a reducir brechas sociales y digitales, no a ampliarlas. Sin embargo, la IA no es neutral: puede reproducir sesgos existentes en los datos, en los modelos o en los usos que se hacen de ella. Por ello, las personas autónomas deben ser especialmente cuidadosas al utilizar herramientas de IA en contextos que afecten a colectivos vulnerables, evitando prácticas discriminatorias por razón de género, edad, origen, nivel educativo o situación territorial.

Asimismo, es fundamental garantizar que la adopción de la IA no excluya a quienes tienen menores competencias digitales o menos recursos económicos. La elección de herramientas accesibles, el diseño de procesos comprensibles y la adaptación a distintos perfiles son elementos clave para una digitalización inclusiva. En la Economía Social, la equidad no es un valor añadido, sino una condición indispensable.

En este marco, es recomendable incorporar una atención específica a la población migrante y a contextos interculturales: evitar sesgos lingüísticos o culturales en contenidos generados por IA, revisar mensajes automatizados para que no produzcan exclusión, y priorizar herramientas y materiales en formatos accesibles (lectura fácil y multilingües cuando sea necesario). Esta orientación refuerza la coherencia del uso de la IA con los principios de no discriminación y de igualdad de acceso.

Pueden ser relevantes, Itinerarios de inclusión digital funcional orientados a trámites, acceso a servicios, herramientas de empleo y autoempleo, con apoyo de mediación comunitaria y materiales multilingües. Esta medida puede articularse a través de entidades de Economía Social con capilaridad territorial, reforzando tanto la inclusión como la participación económica y social.

Antes de aplicar IA en decisiones o mensajes que afecten a colectivos vulnerables, conviene realizar una revisión de sesgos: comprobar lenguaje, ejemplos, supuestos implícitos y accesibilidad (lectura fácil, multilingüe cuando proceda).

La inclusión digital se consigue cuando la herramienta se adapta a las personas, no al revés.

6. Protección de datos, privacidad y seguridad de la información

El respeto a la privacidad y la protección de los datos personales constituye una obligación legal y ética ineludible en el uso de la inteligencia artificial. Muchas herramientas de IA funcionan mediante plataformas en la nube y pueden almacenar o procesar la información introducida por los usuarios.

Por ello, es esencial que las personas autónomas conozcan y respeten la normativa vigente en materia de protección de datos, especialmente el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

En la práctica, esto implica evitar la introducción de datos personales identificables en herramientas abiertas, extremar la precaución cuando se trabaja con información sensible y revisar las políticas de privacidad de los proveedores tecnológicos. En el ámbito de la Economía Social, donde se trabaja frecuentemente con colectivos vulnerables, este principio adquiere una importancia aún mayor. La confianza de las personas usuarias y beneficiarias depende en gran medida de la garantía de que su información será tratada con respeto, confidencialidad y responsabilidad.

Como regla operativa: no introducir datos personales sensibles ni información identificable innecesaria en herramientas externas. Cuando sea preciso, anonimizar (nombres, direcciones, datos de salud), revisar la configuración de privacidad y documentar el criterio de uso conforme al RGPD.

La seguridad no es un extra: es parte del trabajo digno y del cuidado a terceros.

7. Uso consciente, proporcionado y orientado a necesidades reales

Una buena práctica esencial consiste en utilizar la IA de forma consciente y finalista, es decir, vinculada a necesidades reales del proyecto y no a modas tecnológicas o presiones externas. No todas las tareas ni todos los procesos se benefician por igual del uso de la inteligencia artificial. Antes de adoptar una herramienta, es recomendable reflexionar sobre qué problema se quiere resolver, qué valor añadido se espera obtener y qué implicaciones tiene su uso.

En el trabajo autónomo, donde los recursos son limitados, esta reflexión resulta especialmente importante para evitar inversiones innecesarias o usos poco eficientes. La IA puede ser muy útil para automatizar tareas repetitivas, apoyar la comunicación o facilitar el acceso a información, pero su uso indiscriminado puede generar dependencia tecnológica o sobrecarga cognitiva.

En la Economía Social, la tecnología debe estar al servicio del proyecto, no condicionar su sentido ni su orientación.

Conviene evaluar periódicamente si la IA está aportando valor: qué tarea mejora, cuánto tiempo ahorra y qué riesgos introduce. Si el coste cognitivo o el riesgo supera el beneficio, lo responsable es simplificar, cambiar de herramienta o no usar IA en ese proceso.

8. Cooperación, aprendizaje compartido y uso colectivo de la tecnología

La cooperación es uno de los rasgos distintivos de la Economía Social y debe trasladarse también al ámbito de la digitalización y la inteligencia artificial. Frente a modelos individuales y competitivos de adopción tecnológica, el sector ofrece una oportunidad única para promover el aprendizaje compartido, el intercambio de experiencias y el uso colectivo de recursos digitales. Las asociaciones, federaciones y redes de autónomos pueden desempeñar un papel clave facilitando espacios de formación conjunta, compartiendo casos de uso reales y promoviendo acuerdos para el acceso colectivo a herramientas de IA.

Esta lógica cooperativa no solo reduce costes, sino que también mejora la calidad del aprendizaje y refuerza la capacidad del sector para influir en el desarrollo de tecnologías alineadas con sus valores. La IA puede convertirse así en un elemento de fortalecimiento del tejido social y profesional, en lugar de un factor de aislamiento.

Trasladar el cooperativismo al ámbito digital implica compartir plantillas, prompts y casos reales, y explorar compras conjuntas o licencias colectivas cuando sea viable. Además de reducir costes, esto crea estándares comunes y evita que cada persona aprenda "a solas" y repita los mismos errores.

9. Hacia un modelo de adopción ética, sostenible y coherente con la Economía Social

El uso ético y cooperativo de la inteligencia artificial en la Economía Social no es únicamente una cuestión técnica, sino un desafío profundamente humano y organizativo. La IA ofrece oportunidades reales para mejorar la sostenibilidad, la eficiencia y el impacto de los proyectos de trabajo autónomo, pero solo si se integra de forma coherente con los principios del sector.

Esta guía propone un marco de buenas prácticas que permite avanzar hacia un modelo de digitalización responsable, donde la innovación tecnológica no implique renunciar a la centralidad de las personas, la equidad ni el compromiso social.

La Economía Social tiene la oportunidad de demostrar que es posible utilizar la IA de otra manera: no como un instrumento de sustitución o control, sino como una herramienta al servicio del trabajo digno, la cooperación y el bien común.

Para consolidar estas buenas prácticas, es útil establecer un protocolo interno sencillo: qué herramientas se usan, para qué tareas, con qué límites y con qué revisión. Revisarlo cada cierto tiempo (p. ej., trimestralmente) permite ajustar el modelo a la evolución tecnológica sin perder el enfoque social.

INFORME DE RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA FOMENTAR LA INCLUSIÓN DIGITAL DESDE LA ECONOMÍA SOCIAL

A continuación, se presentan ocho líneas estratégicas con recomendaciones concretas, justificadas por los hallazgos del estudio. Cada línea incluye medidas, instrumentos y consideraciones de implementación.

1. GARANTIZAR CONDICIONES MATERIALES DE INCLUSIÓN: CONECTIVIDAD, DISPOSITIVOS Y SOPORTE DE PROXIMIDAD

Conectividad mínima garantizada para la economía social de proximidad

- **Se propone:** priorizar (o sobre ponderar) proyectos y territorios con alta presencia de Economía Social en el despliegue efectivo de conectividad (banda ancha/5G) y en planes de mejora de calidad del servicio.
- **Por qué:** el estudio evidencia brechas fuertes en territorios de baja densidad (93% vs 66% en 5G) y barreras operativas derivadas de conexiones lentas o inestables.
- **Cómo:**
 - Mapear entidades y autónomos de Economía Social en zonas con déficit de conectividad.
 - Programas con objetivos verificables de cobertura/estabilidad para usos productivos (videollamadas, facturación electrónica, comercio).
 - Convenios con CC.AA. y ayuntamientos para ventanillas de incidencias y mediación con operadores.

Kit de inclusión digital, con enfoque social (dispositivos + accesibilidad + mantenimiento)

- **Se propone:** ayudas directas para dispositivos y equipamiento (incluyendo accesibilidad: lectores, periféricos, software de apoyo), acompañadas de mantenimiento básico.
- **Por qué:** entre “medidas facilitadoras”, el acceso asequible a internet y dispositivos y la formación adaptada a colectivos vulnerables aparecen como pilares (56,7%).

- **Cómo:** combinar subvención/bono con:
 - Catálogo de soluciones accesibles.
 - Microservicios de configuración inicial.
 - Formación breve de arranque (2-4 horas) ligada al dispositivo y al uso real.

Unidades móviles y “puntos de apoyo digital” en territorios rurales

- **Se propone:** servicios itinerantes (o puntos fijos en centros) para soporte digital práctico, en coordinación con redes de Economía Social.
- **Por qué:** en lo rural confluyen déficit de conectividad, edad elevada y menor disponibilidad de servicios de apoyo.
- **Cómo:** convenios con federaciones/cooperativas para alojar puntos de apoyo y con FUNDAE/servicios regionales para acreditación formativa.

2. FORMACIÓN PRÁCTICA, BREVE Y CONTEXTUALIZADA (DEL “CURSO GENÉRICO” AL ITINERARIO ÚTIL)

Itinerarios formativos modulares por niveles y por sector

- **Se propone:** sustituir la oferta genérica por itinerarios modulados (básico-intermedio-aplicado) con ejemplos por sector y por tipo de actividad (cuidados, comercio local, educación, agro, servicios profesionales).
- **Por qué:** el estudio insiste en que la clave no es sensibilización abstracta, sino formación breve y transferible, con soporte técnico. Además, entrevistas refuerzan la necesidad de “casos prácticos” y ejemplos de otros autónomos, evitando modelos irreales de grandes empresas.
- **Cómo:**
 - Módulos de 2-6 horas, orientados a tareas reales (facturación, marketing ético, atención, redacción de proyectos, análisis básico de datos).
 - Evaluación por “entregables”: un flujo automatizado, una plantilla de comunicación accesible, un protocolo RGPD, etc.



Formación con perspectiva de tiempo (microaprendizaje y aprendizaje en el puesto)

- **Se propone:** formatos diseñados para resolver el principal freno: falta de tiempo (40%).
- **Cómo:**
 - Microcápsulas (15-20 min) + tutoría breve semanal.
 - Aprendizaje guiado “aplicado a tu caso” (cada participante sale con algo implementado).
 - Horarios compatibles con cuidados; modalidad híbrida (teleformación + sesiones presenciales puntuales).

Programa “formador/a de proximidad” dentro de redes de Economía Social

- **Se propone:** capacitar a personas referentes (en asociaciones, cooperativas, federaciones) como mentores/as digitales.
- **Por qué:** el estudio detecta peso bajo del aprendizaje entre iguales y acompañamiento profesional, pese a que hay afinidad con espacios colaborativos.
- **Cómo:** formación de formadores + incentivos por tutorías realizadas + repositorio común de materiales.

3. ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO PERSONALIZADO: DE LA INTENCIÓN A LA IMPLEMENTACIÓN REAL

Servicio de asistencia técnica "de última milla"

- **Se propone:** asistencia técnica personalizada (presencial/online) para implementar soluciones digitales concretas.
- **Por qué:** el colectivo demanda asistencia técnica (43,33%) y en entrevistas se enfatiza asesoramiento legal/técnico, marcos de gestión y supervisión.
- **Cómo:**
 - Bolsa de horas subvencionadas (por tramos).
 - Priorización por brecha (ruralidad, edad, recursos, mujeres).
 - Especialidades: ciberseguridad, RGPD, automatización simple, herramientas de comunicación accesible.

Plantillas y marcos de gestión, como productos públicos reutilizables

- **Se propone:** kits de implementación listos para usar: evaluación de riesgos, criterios de compra/uso, supervisión humana, checklists RGPD, protocolos de transparencia.
- **Por qué:** se demandan explícitamente plantillas, marcos de gestión y seguridad jurídica.
- **Cómo:** publicar en abierto (licencias reutilizables) y enseñar su uso en los itinerarios formativos.

4. ACCESO ECONÓMICO Y REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES: BONOS, COMPRAS CONJUNTAS Y SOLUCIONES ABIERTAS

Bonos digitales "con condición de inclusión" (no solo compra de software)

- **Se propone:** bonos no solo para licencias, sino para cierre de brechas: herramientas + acompañamiento + formación + accesibilidad.
- **Por qué:** el estudio muestra adopción prudente y mayoritaria de herramientas gratuitas/bajo coste, con riesgo de desigualdad si lo avanzado queda para quienes pueden pagar.

- **Cómo:**

- Bono escalonado según situación (territorio, ingresos, edad, brecha).
- Canjeable por paquetes integrales (herramienta + soporte + formación).

Impulso a compras conjuntas, consorcios y licencias federativas

- **Se propone:** programas para que asociaciones/federaciones negocien licencias colectivas y servicios compartidos.
- **Por qué:** el estudio identifica afinidad estructural con soluciones colectivas y receptividad a mecanismos de compra conjunta.
- **Cómo:** convocatorias para consorcios tecnológicos de Economía Social, con financiación para coordinación y evaluación.

Repositorio Abierto de Herramientas Tecnológicas Accesibles (institucionalizar y mantener)

- **Se propone:** convertir el repositorio inicial del estudio en un servicio vivo: catálogo, comparativas, guías de uso, criterios éticos y de privacidad, y alternativas open source.
- **Por qué:** el estudio ya aporta un repositorio clasificado por categorías, con pros/contras y niveles.
- **Cómo:**
 - Gobernanza compartida (administración + redes sectoriales).
 - Actualización periódica y fichas adaptadas por perfil (básico/intermedio).
 - Sello de "herramienta recomendada" según criterios de accesibilidad, coste, privacidad.

5. INNOVACIÓN INCLUSIVA Y COOPERATIVA: LABORATORIOS, SANDBOXES Y ESPACIOS DE APRENDIZAJE COMPARTIDO

Laboratorios de inclusión digital e IA en clave de Economía Social

- **Se propone:** espacios (físicos o híbridos) donde probar herramientas con casos reales, acompañamiento y enfoque ético; incluyen "pilotos seguros" (sandbox) para entidades.
- **Por qué:** existe apoyo notable a laboratorios de innovación (73,3% con valoraciones 4-5) y se interpretan como espacios de aprendizaje colectivo y empoderamiento.
- **Cómo:**
 - Nodos territoriales (rurales y urbanos) conectados.
 - Convocatorias de microproyectos con evaluación rápida.
 - Bancos de "casos de uso" replicables y adaptables.

Intermediación entre startups, administraciones y redes sociales

- **Se propone:** programas de colaboración para desarrollar soluciones ajustadas a micronegocios y a necesidades sociales (accesibilidad, lectura fácil, traducción, atención).
- **Por qué:** en entrevistas se recoge necesidad de colaboración entre startups tecnológicas, asociaciones y administraciones, y la importancia de utilidad y valor real.

6. GOBERNANZA ÉTICA Y CONFIANZA: SELLO, TRANSPARENCIA, PRIVACIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

Protocolos de transparencia y comunicación responsable

- **Se propone:** guías obligatorias/condicionantes en proyectos financiados: informar de usos de IA en atención, contenidos y decisiones relevantes.
- **Por qué:** la guía enfatiza transparencia para evitar riesgos reputacionales en un sector basado en confianza.

Refuerzo de RGPD y ciberseguridad "aplicada" para entidades pequeñas

- **Se propone:** módulos prácticos + herramientas recomendadas (gestores de contraseñas, cifrado, etc.) y soporte para cumplimiento.
- **Por qué:** preocupaciones por seguridad (ciberataques/protección de datos) aparecen como freno y como reto central (privacidad, cumplimiento).



7. INCLUSIÓN DIGITAL CON ENFOQUE DE GÉNERO, EDAD Y TERRITORIO (MEDIDAS ESPECÍFICAS)

Itinerarios específicos para mujeres con enfoque de conciliación y liderazgo digital

- **Se propone:** programas con horarios adaptados, apoyo a cuidados (cuando proceda), referentes y mentoría, y formación orientada a liderazgo de procesos de digitalización.
- **Por qué:** el estudio recoge barreras de género: menor presencia en TIC, menor disponibilidad de tiempo por cuidados y riesgo de no incorporar enfoque de género en digitalización.

Programa “mayores activos” y alfabetización digital funcional

- **Se propone:** itinerarios de alfabetización digital para mayores vinculados al trabajo autónomo y a entidades, priorizando usos funcionales: trámites, facturación, comunicación, seguridad.
- **Por qué:** se constata brecha generacional y necesidad de reforzar base de habilidades digitales; además, el sector opera con colectivos mayores en entornos rurales.



Rural digital social: apoyo intensivo en territorios de baja densidad

- **Se propone:** paquetes integrales (conectividad + soporte + formación + comunidad de práctica) en comarcas con alta presencia de Economía Social.
- **Por qué:** el diagnóstico territorial del estudio muestra condiciones adversas en España rural y demanda de conectividad, formación y apoyo específico.

8. EVALUACIÓN, DATOS Y MEJORA CONTINUA: MEDIR INCLUSIÓN DIGITAL CON INDICADORES DE IMPACTO

Sistema común de indicadores y evaluación (con enfoque de brecha)

- **Se propone:** un marco de indicadores sencillo pero robusto, que mida no solo "actividad formativa", sino cierre efectivo de brechas e implantación real.
- **Por qué:** el estudio muestra que los beneficios existen cuando se implementa y que la brecha se expresa en acceso, tiempo, formación y coste; por tanto, hay que medir resultados prácticos.

Indicadores sugeridos (mínimos):

- Acceso: % participantes con conectividad suficiente y dispositivo operativo (antes/después).
- Capacidades: % que completa módulos y demuestra un entregable aplicable.
- Implementación: % que incorpora al menos 1 proceso digital/IA con supervisión humana (a 3 y 6 meses).
- Equidad: resultados desagregados por género, edad, territorio, nivel formativo.
- Confianza y ética: % que adopta protocolo RGPD/seguridad y prácticas de transparencia.

Banco de casos de uso "replicables" y biblioteca de buenas prácticas

- **Se propone:** capturar y publicar (en abierto cuando sea posible) casos reales (qué problema, qué herramienta, qué impacto, qué riesgos y cómo se mitigaron).
- **Por qué:** el estudio evidencia interés por compartir buenas prácticas y demanda de casos reales del sector.

REPOSITORIO ABIERTO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ACCESIBLES PARA LA ECONOMÍA SOCIAL

Este repositorio inicial clasifica herramientas tecnológicas en cinco grandes categorías, con cinco herramientas por categoría. Cada una incluye una ficha con descripción, usos en Economía Social, nivel técnico, coste, enlace de acceso y sus principales pros y contras.

1. Inteligencia Artificial y Automatización



ChatGPT (IA Generativa)

- **Usos:** Redacción de contenidos, automatización de respuestas frecuentes.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito / pago avanzado
- **Enlace:** <https://chat.openai.com/>
- **Pros:** Fácil de usar, ahorra tiempo, multilingüe.
- **Contras:** Riesgo de errores si no se supervisa, requiere conexión permanente.

Claude (Anthropic)

- **Usos:** Chat conversacional y asistencia profesional.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito / pago
- **Enlace:** <https://claude.ai>
- **Pros:** Respuestas seguras y contextuales.
- **Contras:** Solo disponible en inglés.



Copilot (GitHub/Microsoft)

- **Usos:** Asistencia de programación con IA.
- **Nivel:** Intermedio - Avanzado
- **Coste:** Pago / gratuito para estudiantes
- **Enlace:** <https://github.com/features/copilot>
- **Pros:** Productividad para desarrolladores.
- **Contras:** Necesita conocimientos de programación.



Gemini (Google)

- **Usos:** Asistente IA integrado con Google Workspace.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito / pago
- **Enlace:** <https://gemini.google.com>
- **Pros:** Integración con productos Google.
- **Contras:** Requiere cuenta Google.



Perplexity AI

- **Usos:** Búsqueda con IA, con fuentes.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito / Pro
- **Enlace:** <https://www.perplexity.ai>
- **Pros:** Rápido, cita fuentes.
- **Contras:** Limitado para tareas creativas.



n8n (Automatización de flujos)

- **Usos:** Automatización de tareas administrativas.
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Gratuito si autoalojado
- **Enlace:** <https://n8n.io>
- **Pros:** Altamente personalizable, sin coste recurrente.
- **Contras:** Requiere instalación y mantenimiento técnico.



Zapier

- **Usos:** Conecta aplicaciones y automatiza procesos sin código.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Freemium / Pago
- **Enlace:** <https://zapier.com>
- **Pros:** Fácil de configurar, interfaz intuitiva.
- **Contras:** Limitaciones en la versión gratuita.



Hugging Face

Hugging Face Spaces

- **Usos:** Ejecutar modelos IA de código abierto (traducción, análisis, etc.)
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://huggingface.co/spaces>
- **Pros:** Gran comunidad, acceso a IA de última generación.
- **Contras:** Requiere conocimientos técnicos para personalizar.



Tactiq

- **Usos:** Transcripción automática de reuniones (Google Meet, Zoom).
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://tactiq.io>
- **Pros:** Fácil integración, mejora documentación.
- **Contras:** Versiones gratuitas limitadas.

Notion AI

- **Usos:** Redacción, resúmenes, organización documental.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Incluido en planes de Notion / pago
- **Enlace:** <https://notion.so>
- **Pros:** Integrado en entorno de trabajo.
- **Contras:** IA disponible solo en planes premium.

2. Colaboración y Gestión Organizativa



Microsoft 365

- **Usos:** Productividad y colaboración.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Pago (con descuento ONG)
- **Enlace:** <https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365>
- **Pros:** Amplia adopción, herramientas conocidas.
- **Contras:** Modelo de suscripción.

Google Workspace



Google Workspace

- **Usos:** Colaboración en línea.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito / pago
- **Enlace:** <https://workspace.google.com>
- **Pros:** Integración completa.
- **Contras:** Requiere conexión y gestión en nube externa.



Nextcloud

Nextcloud

- **Usos:** Nube privada para colaboración y almacenamiento.
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Gratuito (autoalojado)
- **Enlace:** <https://nextcloud.com>
- **Pros:** Seguridad, control total de datos.
- **Contras:** Requiere servidor y soporte técnico.



OnlyOffice Docs

- **Usos:** Edición colaborativa de documentos.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Gratuito (versión comunitaria)
- **Enlace:** <https://www.onlyoffice.com>
- **Pros:** Compatible con MS Office, edición colaborativa.
- **Contras:** Interfaz menos conocida.



Notion

- **Usos:** Bases de datos, tareas, wikis.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://notion.so>
- **Pros:** Versátil, visual.
- **Contras:** Parte de la interfaz en inglés.



Asana

- **Usos:** Gestión de proyectos.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium / pago
- **Enlace:** <https://asana.com>
- **Pros:** Buena visibilidad de tareas.
- **Contras:** Límites en versión gratuita.



Trello

- **Usos:** Gestión de proyectos y tareas visuales.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://trello.com>
- **Pros:** Muy visual e intuitivo.
- **Contras:** Funcionalidades avanzadas solo en versión paga.



Etherpad

- **Usos:** Coedición de texto en tiempo real.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito (autoalojado)
- **Enlace:** <https://etherpad.org>
- **Pros:** Muy ligero, sin registro.
- **Contras:** Funcionalidades básicas, diseño simple.



Loomio

- **Usos:** Toma de decisiones colaborativa en línea.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://www.loomio.org>
- **Pros:** Fomenta democracia interna.
- **Contras:** Puede requerir guía inicial para participantes.



Coda

- **Usos:** Documentos interactivos, seguimiento.
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://coda.io>
- **Pros:** Potente, flexible.
- **Contras:** Requiere curva de aprendizaje.

3. Comunicación y Marketing Digital



Mastodon

- **Usos:** Microblogging descentralizado y ético.
- **Nivel:** Básico / Intermedio
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://joinmastodon.org>
- **Pros:** Soberanía digital, sin publicidad.
- **Contras:** Menor número de usuarios que redes tradicionales.



Thunderbird

- **Usos:** Cliente de correo electrónico y gestión de calendarios.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.thunderbird.net>
- **Pros:** Versátil, extensible, seguro.
- **Contras:** Puede requerir configuración manual.



Mailchimp

- **Usos:** Boletines electrónicos, campañas de email.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Freemium / Pago
- **Enlace:** <https://mailchimp.com>
- **Pros:** Plantillas listas, fácil seguimiento.



Canva

- **Usos:** Diseño gráfico accesible para redes y materiales.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://canva.com>
- **Pros:** Muy intuitivo, biblioteca extensa.



Jitsi Meet

- **Usos:** Videollamadas y reuniones virtuales seguras.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://meet.jit.si>
- **Pros:** Sin necesidad de registro, cifrado.
- **Contras:** Calidad de audio variable según conexión.



WhatsApp Business

- **Usos:** Comunicación directa con clientes o miembros.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.whatsapp.com/business/>
- **Pros:** Ampliamente utilizado.
- **Contras:** Limitado para gestión múltiple.



Buffer

- **Usos:** Gestión de redes sociales.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium / pago
- **Enlace:** <https://buffer.com>
- **Pros:** Planificación sencilla.
- **Contras:** Funciones avanzadas de pago.

Hootsuite

- **Usos:** Supervisión y programación de redes.
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Freemium / pago
- **Enlace:** <https://hootsuite.com>
- **Pros:** Multicuenta, informes.
- **Contras:** Elevado coste en planes pro.



Loom

- **Usos:** Grabación de vídeos explicativos.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://loom.com>
- **Pros:** Muy útil para tutoriales.
- **Contras:** Límite de minutos en versión gratuita.

Vimeo

- **Usos:** Comunicación directa con clientes o miembros.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.whatsapp.com/business/>
- **Pros:** Ampliamente utilizado.
- **Contras:** Limitado para gestión múltiple.

4. Accesibilidad e Inclusión



NVDA

- **Usos:** Lector de pantalla para Windows.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://nvda.es>
- **Pros:** Gratuito, potente, compatible.
- **Contras:** Solo para Windows, voz robótica.



GHotit Real Writer

- **Usos:** Corrector de texto para dislexia y TDAH.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Pago / demo gratuita
- **Enlace:** <https://www.ghotit.com>
- **Pros:** Alto nivel de asistencia para dislexia.
- **Contras:** Coste elevado.



Color Oracle

- **Usos:** Simulación de daltonismo para diseño inclusivo.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://colororacle.org>
- **Pros:** Muy útil para diseño inclusivo.
- **Contras:** Funcionalidad muy específica.



Accessi.org

- **Usos:** Evaluación de accesibilidad web.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://accessi.org>
- **Pros:** Análisis automático de sitios.
- **Contras:** Algunas funciones requieren pago.



Read&Write

- **Usos:** Apoyo en lectura y escritura (subrayado, dictado, lectura en voz alta).
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Pago / prueba gratuita
- **Enlace:** <https://www.texthelp.com>
- **Pros:** Gran variedad de ayudas.
- **Contras:** Licencia de pago.



Be My Eyes

- **Usos:** Asistencia visual para personas ciegas mediante voluntarios.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.bemyeyes.com>
- **Pros:** Solidario, inmediato.
- **Contras:** Necesita conexión móvil estable.



Voice Dream Reader

- **Usos:** Lectura de textos para personas con discapacidad visual o dislexia.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Pago
- **Enlace:** <https://www.voicedream.com>
- **Pros:** Lectura de calidad, versátil.
- **Contras:** Solo disponible en móviles.



Wave Web Accessibility Tool

- **Usos:** Evaluación técnica de accesibilidad web.
- **Nivel:** Intermedio
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://wave.webaim.org>
- **Pros:** Muy detallado.
- **Contras:** Puede requerir conocimientos técnicos.



Microsoft Immersive Reader

- **Usos:** Herramientas de lectura para personas con dificultades.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito (dentro de Office)
- **Enlace:** <https://www.microsoft.com/en-us/education/products/learning-tools>
- **Pros:** Integrado en Word, Teams, etc.
- **Contras:** Depende de ecosistema Microsoft.



Silta

- **Usos:** Traducción de sitios web a lectura fácil.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.silta.ai>
- **Pros:** Aumenta accesibilidad cognitiva.
- **Contras:** Aún en desarrollo.

5. Seguridad y Privacidad Digital



Flickea

- **Usos:** Compartir información de forma segura.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito-Premium
- **Enlace:** <https://www.flickea.com>
- **Pros:** Muy sencillo de utilizar.
- **Contras:** Tienes que guardar tu información dentro de la app.



ProtonMail

- **Usos:** Correo electrónico cifrado.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://proton.me>
- **Pros:** Muy seguro, sin rastreadores.
- **Contras:** Capacidad limitada en versión gratuita.



Signal

- **Usos:** Mensajería cifrada para comunicaciones internas.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://signal.org>
- **Pros:** Muy seguro, código abierto.
- **Contras:** Menor adopción que WhatsApp.



Tor Browser

- **Usos:** Navegación anónima y segura.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.torproject.org>
- **Pros:** Privacidad total, evita censura.
- **Contras:** Velocidad reducida.



Bitwarden

- **Usos:** Gestor de contraseñas en la nube, código abierto.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Freemium
- **Enlace:** <https://bitwarden.com>
- **Pros:** Multiplataforma, cifrado fuerte.
- **Contras:** Algunas funciones premium.



Firefox

- **Usos:** Navegador centrado en privacidad.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.mozilla.org/firefox>
- **Pros:** Configurable, seguro.
- **Contras:** Algunas webs lo optimizan menos.



Tails OS

- **Usos:** Sistema operativo seguro y anónimo.
- **Nivel:** Avanzado
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://tails.boum.org>
- **Pros:** Seguridad extrema, portátil.
- **Contras:** Requiere conocimientos técnicos.



VeraCrypt

- **Usos:** Cifrado de discos y archivos.
- **Nivel:** Intermedio - Avanzado
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://www.veracrypt.fr>
- **Pros:** Alta seguridad.
- **Contras:** Requiere curva de aprendizaje.



Mullvad VPN

- **Usos:** Navegación segura mediante VPN.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Pago mensual fijo
- **Enlace:** <https://mullvad.net>
- **Pros:** Transparente, sin rastreo.
- **Contras:** No gratuito.



KeePass

- **Usos:** Gestión segura de contraseñas.
- **Nivel:** Básico - Intermedio
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://keepass.info>
- **Pros:** Cifrado robusto, portátil.
- **Contras:** Interfaz anticuada.



uBlock Origin

- **Usos:** Bloqueo de rastreadores y anuncios.
- **Nivel:** Básico
- **Coste:** Gratuito
- **Enlace:** <https://ublockorigin.com>
- **Pros:** Muy eficaz, ligero.
- **Contras:** Requiere añadirlo al navegador manualmente.

Este repositorio está en expansión y podrá ser mantenido y enriquecido colaborativamente por la comunidad de la Economía Social.

BIBLIOGRAFÍA

- <https://aesia.digital.gob.es/es/guias>
- http://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_Ext2018_16_Bretos_et_al.pdf
- https://www.mites.gob.es/ficheros/ministerio/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/NoticiasDoc/NoticiasPortada/ES_politicas_publicas_2007.pdf
- <https://www.cepes.es/historia>
- <https://www.cepes.es/files/publicaciones/117.pdf>
- <https://www.cepes.es/econ-social-que-es>
- <https://www.mites.gob.es/EconomiaSocial/es/iniciativas-financiacion/estrategias-espanolas/index.html>
- <https://www.inclusion.gob.es/w/la-estrategia-espanola-de-economia-social-2017-2020-aprobada-hoy-cuenta-con-65-medidas-para-impulsar-al-sector>
- https://www.fevecta.coop/index.asp?ra_id=7&no_id=4538
- <https://www.mites.gob.es/EconomiaSocial/es/sobre-economia-social/es-espana/index.html>
- https://www.cepes.es/nota-prensa/783_economia-social-muestra-compromiso-igualdad-genero-traves-cifras-empleabilidad
- <https://fademur.es/fademur/dia-mayores-brecha-digital-cursos/>
- <https://upta.es/wp-content/uploads/2021/02/espana-despoblacion-rural.pdf>
- Estrategia Española de Economía Social 2023–2027 Aprobada por el Consejo de ministros y publicada en el BOE.
- Artículo “Las políticas de impulso del Gobierno de España y la Estrategia Española de Economía Social 2023-2027” – SEPE / Cuadernos del Mercado de Trabajo
- Informe “Evolución y tendencias de la Economía Social” – FUNDAE (2022)
- Portal oficial de Economía Social – Ministerio de Trabajo y Economía Social
- Memoria Socioeconómica y Laboral de España 2023 – Consejo Económico y Social (CES)
- “¿Qué aporta la Economía Social a la Digitalización (y viceversa)?”. Blog de Emprendimiento Colectivo

- Observatorio Español de la Economía Social y del Trabajo Autónomo. "La IA y el trabajo en el futuro".
- El Barómetro de Adopción de la IA en las PYMEs españolas (Edición 2024). [indesia.org](http://www.indesia.org)
- "Indicadores de uso de inteligencia artificial en España 2024". ONTSI
- El Plan de Digitalización de Pymes 2021–2025. Portal del Ministerio de Economía.
- "El trabajo autónomo como solución para la despoblación". UPTA
- <https://www.mites.gob.es/trabajoautonomo/es/Conocenos/endita/digitalizacion-y-modernizacion/index.html>
- <https://www.osimga.gal/es/informes/la-sociedad-de-la-informacion-en-losas-autonomosas-en-galicia-edicion-2024>
- https://www.coit.es/sites/default/files/bei_digitalisation_of_spanish_smes_es.pdf
- <https://digital.gob.es/comunicacion/notas-prensa/secretaria-digitalizacion-e-inteligencia-artificial/2025/04/2025-04-30>
- <http://espanadigital.gob.es/indicadores/esp%C3%A1a-digital>
- <https://uptamurcia.es/https-uptamurcia-es-wp-content-uploads-2022-04-nota-de-prensa-upta-220409-docx/>
- <https://www.fundae.es/publicaciones/Publicaciones/cuadernos-de-trabajo>
- https://upta.es/wp-content/uploads/2021/11/Estudio-Digitalizacion-Autonomos-Murcia_Octubre2021_V27-10.pdf
- <https://upta.es/wp-content/uploads/2022/02/EstudioMadurezDigital-VERSION-UPTA.pdf>
- <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/emprendedores/espaina-vaciada-une-nuevo-desafio-quieren-crear-30-mas-negocios-mundo-rural/20251117175154046575.html>
- http://www.inloft.cat/ricardespelt/wp-content/uploads/2023/05/2022_CIRIEC.pdf
- https://www.cepes.es/nota-prensa/653_cepes-presenta-estudios-innovadores-transformacion-digital-formacion-acercamiento-jovenes-mercado-la



IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LOS AUTÓNOMOS EN ECONOMÍA SOCIAL

SUBVENCIONA



VICEPRESIDENCIA
SEGUNDA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL

PROMUEVE

