

Informe sobre la digitalización de la pyme en España

Canon

grenke

SAMSUNG

Together we can
vodafone
business

Editorial



3

Digitalización de las pymes: el reto pendiente de la economía española

Tribuna de opinión ADigital



4

Digitalización de las pymes: una prioridad para el crecimiento económico europeo

Tribuna de opinión AENOR



6

Pymes ante el reto de la transformación: sostenibilidad y digitalización como ejes de competitividad

Tribuna de opinión AMETIC



8

Digitalizar a las pymes: el reto de convertir lo excepcional en rutina

Tribuna de opinión COIT



11

Digitalizar para sobrevivir: lo que hemos aprendido acompañando a cientos de pymes desde la Oficina Acelera pyme del COIT

Informe



14

La digitalización de la pyme en España

Canon



29

"Lo que las pymes necesitan es la tecnología adecuada para adaptarla a cada uno de los usuarios de su empresa"

Grenke



30

"El renting no es una financiación, es una herramienta que tiene el mismo efecto"

Samsung



31

"La pyme ve que digitalizarse ya no es una opción, sino una necesidad"

Vodafone Empresas



32

"La pyme española es la mejor pyme de Europa"

Digitalización de las pymes: el reto pendiente de la economía española

Las pequeñas y medianas empresas son mucho más que un pilar económico: son el auténtico motor de la economía española. Representan más del 99 % del tejido empresarial del país y, de ellas, un 95 % son microempresas con menos de diez empleados. Esta característica no solo define el perfil empresarial español, sino que también condiciona profundamente la forma en que estas empresas acceden a la tecnología y emprenden su transformación digital.

A pesar de los avances registrados en los últimos años, la situación sigue siendo preocupante: el 71 % de las pymes españolas aún se sitúa en niveles muy bajos o bajos de digitalización, según datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). Esta realidad contrasta con el panorama en países líderes como Finlandia o Dinamarca, donde más del 85 % de

las pymes ya ha alcanzado un nivel básico o superior de adopción tecnológica. La brecha digital no solo frena la competitividad de nuestras empresas, sino que las expone a una creciente desventaja en un mercado global cada vez más exigente y digitalizado.

Los datos revelan que, aunque herramientas como la computación en la nube o los sistemas ERP empiezan a consolidarse, tecnologías emergentes como la inteligencia artificial o el *big data* siguen sin despegar en el ámbito de las pymes. La mejora del acceso a internet de alta velocidad (con un 82 % de empresas ya conectadas por fibra óptica o 5G) es, sin duda, un paso en la dirección correcta, pero no suficiente por sí solo.

Preocupa especialmente el retroceso en la inversión destinada a la digitalización: en 2024

representó apenas un 12,6 % del presupuesto total de las pymes. ¿Cómo se puede avanzar sin recursos suficientes? La falta de financiación, la escasez de personal cualificado y las dudas sobre la rentabilidad de las inversiones digitales son barreras que siguen pesando demasiado. Aun así, hay señales de cambio: un 28 % de las pymes ya vende a través de canales online y un 40 % ofrece formación digital a sus empleados, impulsadas en gran parte por la aceleración digital que trajo consigo la pandemia.

El diagnóstico es claro: si España quiere competir en igualdad de condiciones en la economía digital necesita una estrategia decidida, con políticas públicas más eficaces y un ecosistema que apoye a las pymes con recursos, formación y confianza. La digitalización no es una opción, es una cuestión de supervivencia y de futuro.

Digitalización de las pymes: una prioridad para el crecimiento económico europeo

La transformación digital de la economía es una realidad consolidada. Tecnologías como la inteligencia artificial, el análisis de datos o la computación en la nube forman ya parte del día a día de muchas empresas. En 2024, la economía digital representó el 26 % del PIB español —equivalente a 414.000 millones de euros—, según el informe de Economía Digital en España elaborado por Adigital y Boston Consulting Group. Este avance se explica en buena medida por la adopción progresiva de soluciones tecnológicas por parte de las pymes, que constituyen el 99 % del tejido empresarial del país.



César Tello, director general de Adigital

Aunque con ritmos desiguales, el salto es evidente: más del 50 % utiliza sistemas ERP, un 25 % ha incorporado herramientas CRM y cerca del 30 % opera ya en la nube. También aumenta el uso de soluciones de automatización, ciberseguridad y analítica. Y aunque la inteligencia artificial sigue siendo un desafío, ya ha comenzado a implantarse: el 9 % de las pequeñas y el 21 % de las medianas la han adoptado.

España parte con una base sólida: lidera en conectividad en la UE (94 % de hogares con acceso a redes de alta velocidad), cuenta con 143 centros de datos, y ha movilizado más de 2.100 millones de euros en políticas públicas para acelerar la digitalización. Iniciativas como el Kit Digital, el Plan de Digitalización de las Pymes y el Fondo Next Tech han facilitado el acceso a tecnología y recursos para empresas de todos los tamaños. Desde la UE, la Estrategia para el Mercado Único y el reciente paquete legislativo Ómnibus IV refuerzan este impulso median-

te medidas para reducir trabas burocráticas, armonizar normativas, digitalizar trámites y eliminar barreras al crecimiento de las pymes. La Comisión Europea estima que estas iniciativas podrían generar un ahorro anual de 400 millones de euros en costes administrativos y una reducción del 35 % en cargas regulatorias antes de 2029.

Pero los desafíos siguen presentes. Apoyar el crecimiento de las pymes españolas a través de la digitalización, la formación y el desarrollo de políticas orientadas a garantizar su acceso al mercado único europeo debe ser una prioridad de la agenda económica.

En esta línea, la Carta Abierta de las pymes que venden online, presentada por Adigital ante la Comisión de Economía del Congreso de los Diputados, subraya la urgencia de avanzar en este sentido. Entre las propuestas se incluyen: dar continuidad a programas como el Kit Digital; facilitar el acceso a financiación mediante ayu-

“Las pymes son el motor
de nuestra economía,
de la innovación local
y el empleo”

das directas; desarrollar un marco regulatorio europeo armonizado, que tenga en cuenta la realidad y recursos limitados de las pymes; fomentar programas de formación continua en competencias digitales; e impulsar incentivos para atraer y retener talento cualificado en el ecosistema pyme.

Las pymes son el motor de nuestra economía, de la innovación local y el empleo. Su digitalización es una condición necesaria para garantizar su competitividad en el nuevo contexto global. Apostar por ellas es apostar por un modelo económico más resiliente, inclusivo y sostenible.

Pymes ante el reto de la transformación: sostenibilidad y digitalización como ejes de competitividad

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) representan el 99,8 % del tejido empresarial en España y generan el 66 % del empleo, lo que las convierte en pilares fundamentales de la economía, la innovación y la cohesión territorial. De las casi 2,93 millones de empresas activas en el país, más de 2,9 millones son pymes, y 1,6 millones de ellas cuentan con empleados. No obstante, su tamaño reducido y recursos limitados las hacen especialmente vulnerables ante los grandes retos actuales: la sostenibilidad y la digitalización.

La sostenibilidad ha dejado de ser una opción para convertirse en una exigencia tanto regulatoria como del mercado. Consumidores,



Eduardo Cicuéndez Polo

“La digitalización se ha consolidado como
un factor clave para la resiliencia y
el crecimiento empresarial”

inversores y cadenas de suministro demandan mayor transparencia y compromiso ambiental. Sin embargo, solo el 14 % de las pymes mide su huella de carbono y menos del 10 % ha implementado planes de reducción de emisiones. Esta falta de acción representa un riesgo, pero también una oportunidad para aquellas empresas que se anticipen, ya que podrán diferenciarse, acceder a financiación verde y mejorar su posicionamiento competitivo.

En paralelo, la digitalización se ha consolidado como un factor clave para la resiliencia y el crecimiento empresarial. Aunque el 61 % de las pymes españolas ha alcanzado un nivel



básico de digitalización —superando la media europea del 58 %—, solo el 34 % utiliza herra-

mientas avanzadas como ERP o CRM, y apenas un 11 % ha incorporado inteligencia artificial o análisis de datos. La digitalización no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite explorar nuevos modelos de negocio, canales de venta y una mayor capacidad de adaptación ante crisis.

Para apoyar a las pymes en estos procesos, AENOR ha lanzado el [Canal Pymes](#), una plataforma que ofrece herramientas como calculadoras de huella de carbono y de digitalización, acceso a *webinars*, *podcasts*, espacios de *networking* y promociones entre clientes. Además, AENOR proporciona servicios de certificación, formación y consultoría, fortaleciendo así la competitividad de las pymes tanto a nivel nacional como internacional. Su labor es clave para construir un ecosistema empresarial más sostenible, digital y resiliente, adaptado a las necesidades reales de las pequeñas y medianas empresas.

Digitalizar las PYMES: el reto de convertir lo excepcional en rutina

Si hace escasos años la digitalización era un añadido para destacar, actualmente es una necesidad para el progreso empresarial, una necesidad para mantenerse. Y es que, actualmente, las compañías —pequeñas, medianas y grandes— necesitan operar en un entorno digitalizado si quieren crecer, adaptarse y competir. En este sentido, es urgente ir más allá de ofrecer subvenciones para que la digitalización sea una realidad en el día a día de las pequeñas y medianas empresas. Hace falta acompañamiento, visión a largo plazo y decisiones valientes.

España ha avanzado considerablemente en la creación de entornos digitales para las empresas, poniendo el foco en las pymes. Programas como el Kit Digital, apoyados por los fondos europeos, han permitido a miles de pequeñas compañías dar sus primeros pasos en la transformación digital. El objetivo es ambicioso: implantar herramientas básicas como páginas web, sistemas de gestión de clientes, presencia en redes sociales o facturación electrónica. Avances

que, en muchos casos, han supuesto un antes y un después en su forma de operar, pero que también se han quedado en ocasiones en la parte de comunicación y marketing, sin haber resultado en una transformación integral de la forma de trabajar exprimiendo las posibilidades tecnológicas. Han sido avances necesarios, pero no suficientemente transformadores.

Es momento de ir más allá. Lo cierto es que, cuando profundizamos en el estado de digitalización



Pilar Roch, directora general de AMETIC

de las pequeñas y medianas empresas, la realidad nos muestra que continúan existiendo brechas importantes. Muchas operan con márgenes ajustados, en entornos rurales o con estructuras familiares que, aunque resilientes, tienen menos capacidad de absorber cambios tecnológicos, ya sea por falta de recursos como por la falta de adaptabilidad del modelo de negocio.

Aquí es donde conviene poner el foco. Porque, siendo honestos, digitalizar una gran empresa es complejo, pero digitalizar una pequeña lo es más, pues no tienen los mismos recursos para invertir en procesos que no tengan un resultado inmediato. No hablamos solo de infraestructuras o herramientas, sino de cultura empresarial, lo más difícil de transformar. De perder el miedo y entender que la tecnología es una forma de mejorar, de abrir mercados, de trabajar mejor.

Una y otra vez, los datos lo confirman: las pymes que invierten en tecnología no solo aumentan su eficiencia, sino que ganan en competitividad

y resiliencia adaptándose a una realidad que de otra forma les dejaría fuera en el medio plazo. Por eso, desde AMETIC, creemos que la digitalización de nuestras pequeñas empresas dejó de ser una opción hace tiempo. Es, de hecho, una necesidad estructural para el país.

Pero para que esa transformación llegue a todos, hacen falta medidas contundentes. El primero, en formación. La digitalización no es solo tecnológica, también es humana. En este sentido, no podemos exigir a una empresa que adopte nuevas soluciones si su plantilla no ha recibido antes las claves para comprenderlas, aplicarlas y mantenerlas. Por eso, urge intensificar los programas de capacitación digital para

personas autónomas, directivos de pymes y sus trabajadores.

El segundo cambio tiene que ver con el acceso a la tecnología avanzada. La IA, el análisis de datos, el comercio electrónico de nueva generación o los servicios en la nube no deben quedar reservados a las grandes compañías. La democratización de estas herramientas debe ser una prioridad, y eso implica fomentar la provisión de servicios digitales adaptados, asegurar que las ayudas públicas lleguen a las empresas más pequeñas y dispersas y, al hilo con el primer punto, que estas herramientas se utilicen y se mantengan correctamente. En este sentido fomentar la colaboración entre grandes empresas y pymes

“La digitalización no es solo tecnológica,
también es humana”



en los diversos sectores, haciendo a las primeras tractoras y proveedoras de servicios tecnológicos a demanda para las más pequeñas, es una alternativa eficaz y provechosa para todos. Y, por último, necesitamos continuidad. La transformación digital no se resuelve con una convocatoria de ayudas cada cierto tiempo. Necesita-

mos políticas públicas que entiendan que esto no va de proyectos puntuales, sino de procesos constantes y un ecosistema empresarial con una visión a largo plazo. Si queremos una economía innovadora, lo primero es facilitar que nuestras empresas puedan innovar con certeza, sin depender de la burocracia.

Las pymes son el 99 % del tejido empresarial español. Representan millones de puestos de trabajo, sostienen el territorio, y dan forma y solidez a nuestra economía. Sin pymes adaptadas al contexto actual, la verdadera digitalización en España nunca será una realidad. Así de simple. Pero si lo hacemos bien, si combinamos recursos bien gestionados con una colaboración real entre organismos públicos y privados, estaremos dando un salto no solo tecnológico, sino a un modelo productivo más eficiente y próspero. Es el momento de actuar con ambición. No para convertir a todas las pymes en empresas digitales, sino para que pongan la tecnología al servicio de su modelo de negocio, de sus empleados y de sus mercados. Solo así podrán ser más fuertes y competitivas. El objetivo es claro: convertir la digitalización en una rutina. Y lograrlo es una responsabilidad compartida.

Digitalizar para sobrevivir: lo que hemos aprendido acompañando a cientos de pymes desde la Oficina Acelera pyme del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación

No hay dos pymes iguales, pero todas comparten algo: el reto de adaptarse a un entorno cada vez más digital sin perder el foco en su negocio. Desde hace algunos años, en las Oficinas Acelera pyme Andalucía y Madrid del COIT hemos trabajado codo con codo con pequeñas y medianas empresas, comercios y autónomos que buscan mejorar su competitividad mediante la tecnología. Y si algo hemos aprendido en este tiempo es que la digitalización no va de herramientas: va de personas que necesitan ayuda para decidir, actuar y avanzar.

Las Oficinas Acelera pyme son espacios de asesoramiento gratuitos impulsados por Red.es para acompañar a las pymes y autónomos en su transformación digital, ayudándoles a identificar sus necesidades, conocer las soluciones tecnológicas más adecuadas y acceder a ayudas públicas como el Kit Digital. En el caso del COIT, además, estas oficinas están

gestionadas por ingenieros de telecomunicación, profesionales con una visión técnica, estratégica y transversal de la digitalización. Esta combinación nos permite no solo identificar soluciones, sino también acompañar con criterio a cada empresa, ayudándole a construir una hoja de ruta adaptada y sostenible. España es un país de pymes. Representan más



Noelia Miranda
Responsable de la Oficina Acelera pyme Madrid
del Colegio Oficial de Ingenieros de
Telecomunicación (COIT)

del 99 % de nuestro tejido empresarial, generan casi el 70 % del empleo y son clave para el desarrollo económico. Pero la digitalización aún es una asignatura pendiente para muchas de ellas. La falta de tiempo, de recursos y de conocimientos especializados las aleja de oportunidades tan importantes como automatizar procesos, llegar a nuevos clientes, tomar mejores decisiones con datos o vender online. Pese a los avances, la brecha digital sigue siendo muy real. A menudo no se trata de una resistencia al cambio, sino de una falta de acompañamiento. Muchas pymes sienten que “la digitalización” es algo grande, complejo o reservado a empresas con grandes presupuestos. Por eso, la primera tarea es acercar la tecnología a su lenguaje y a su escala. Nuestra labor consiste precisamente en eso: acompañarles para que no tengan que recorrer solas este camino. Les ayudamos a identificar qué necesitan (y qué no), a encontrar solucio-

nes adaptadas a su tamaño, a entender mejor las ayudas públicas disponibles -como el Kit Digital-, y a plantear una hoja de ruta realista y viable. La transformación digital no tiene por qué ser un salto al vacío. Puede ser una sucesión de pequeños pasos, siempre que estén bien guiados.

En este año hemos escuchado a cientos de empresarios que comparten preocupaciones comunes. La mayoría no sabe por dónde empezar. Algunos han hecho ya alguna inversión tecnológica, pero sin una estrategia clara. Otros han contratado servicios que no se ajustan a sus necesidades. Hay quien piensa que tener presencia en redes sociales equivale a digita-

lizarse. Y también quien, por falta de recursos humanos, acaba postergando cualquier intento de cambio.

Frente a esta realidad, queremos compartir algunas claves que pueden ayudar a avanzar:

1. No todo es digitalizable a la vez. Es mejor priorizar, empezar por lo que más impacto puede tener en tu negocio (por ejemplo, una buena gestión de clientes o automatizar la facturación) y crecer desde ahí.
2. Formación, incluso la básica, marca la diferencia. Enseñar a usar herramientas de productividad o a mejorar la ciberseguridad interna es una inversión que se nota desde el primer día.

“ La transformación digital no tiene por
qué ser un salto al vacío”

3. Las ayudas existen, pero hay que saber activarlas bien. El programa Kit Digital ha sido un revulsivo, pero su aprovechamiento real depende de tener claro en qué invertir y cómo hacerlo. Desde nuestra Oficina, guiamos a las pymes en el proceso de solicitud y en la elección de soluciones que realmente les aporten valor.

4. El papel de los asesores es clave.

Muchas veces, lo que necesita una pyme no es una solución mágica, sino alguien que le ayude a entender sus opciones y tomar buenas decisiones.

5. No hace falta estar solo. Existen recursos públicos, como las Oficinas Acelera pyme en todo el país, pensadas precisamente para apoyar sin coste a las empresas en su proceso de transformación.



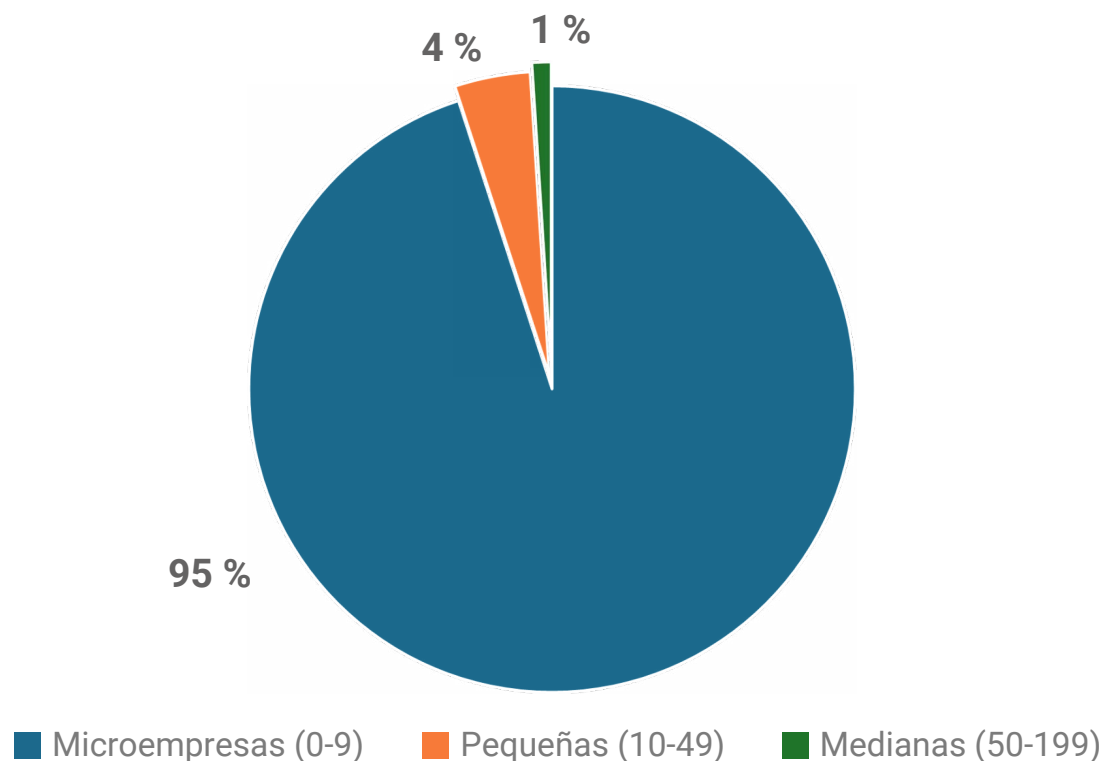
Desde el COIT, como colegio profesional de los ingenieros de telecomunicación, tenemos una vocación clara: poner nuestro conocimiento al servicio del país. Y eso incluye no solo a las grandes infraestructuras o a la Administración pública, sino también a los pequeños negocios que forman el corazón de nuestra economía. Nuestra Oficina Acelera pyme en Madrid es una expresión tangible de ese compromiso.

A menudo decimos que lo que no se digitaliza, desaparece. Pero también debemos decir que ninguna pyme debe desaparecer por no saber cómo digitalizarse. Necesitan menos tecnicismos y más escucha. Menos presión por “estar en la ola” y más apoyo para construir desde lo que ya son. Por eso, des-

de aquí lanzamos una invitación a todas las pymes: aprovechad los recursos que existen, preguntad, dejad que os acompañemos. La transformación digital no va solo de cambiar herramientas, va de ganar tiempo, eficiencia, confianza y oportunidades.

El futuro es digital. Pero no lo será sin nuestras pymes. Acompañarlas en este viaje no es solo una tarea técnica, es mucho más.

Distribución de las pymes por tamaños de empresas (2023)

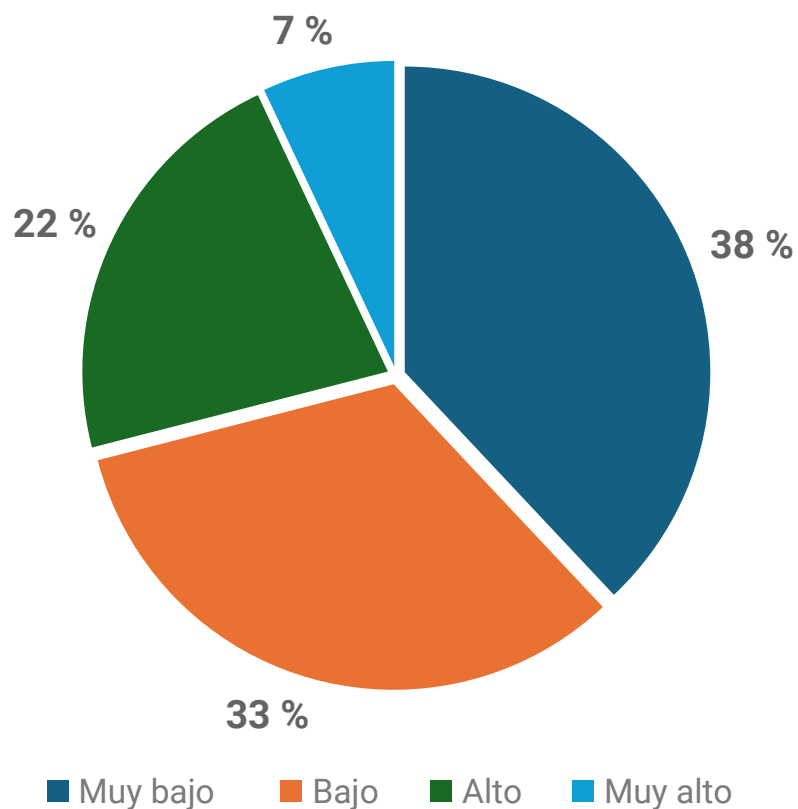


La gran mayoría de las empresas en España son microempresas con menos de 10 empleados, representando un 95 %. Las pequeñas empresas constituyen un 4 %, mientras que las medianas solo un 1 %. Esto refleja la estructura empresarial española, con predominancia de negocios de tamaño muy reducido.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) – Directorio Central de Empresas (DIRCE)

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Nivel de intensidad digital (2023)

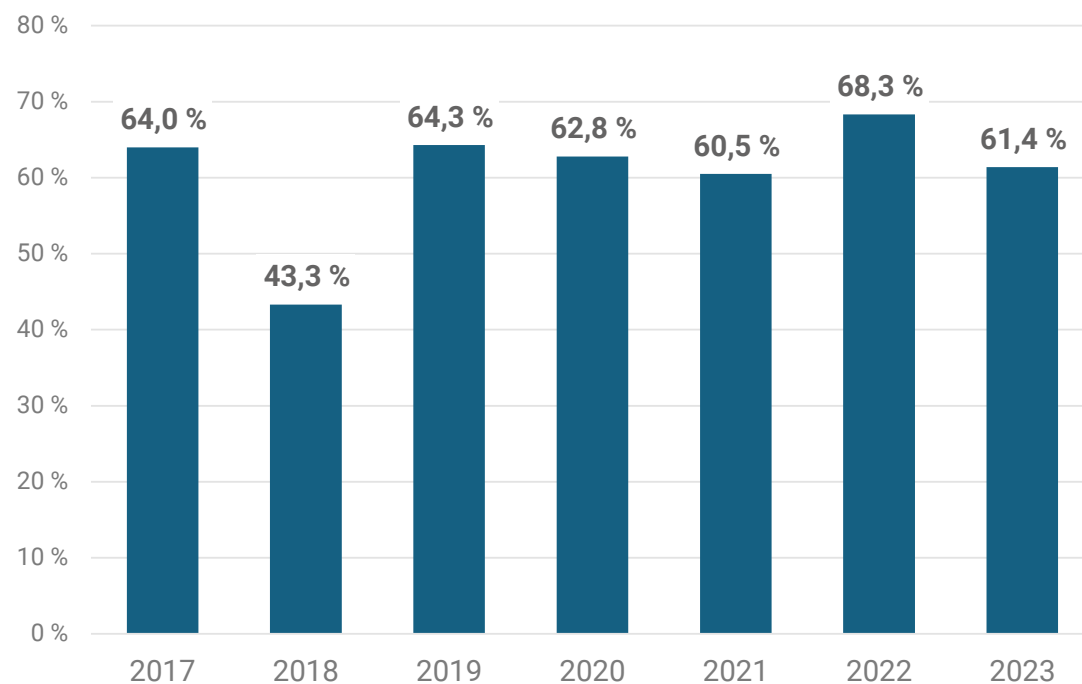


El nivel de digitalización de las pymes españolas está concentrado mayoritariamente en niveles muy bajo y bajo (71%), mientras que solo el 29 % alcanza un nivel alto o muy alto de intensidad digital. Esto indica que una gran parte de las pymes aún tienen un amplio margen para avanzar en la adopción tecnológica.

Fuente: ONTSI – Informes de Digitalización de la PYME

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Evolución nivel digital en empresas (2017–2023)

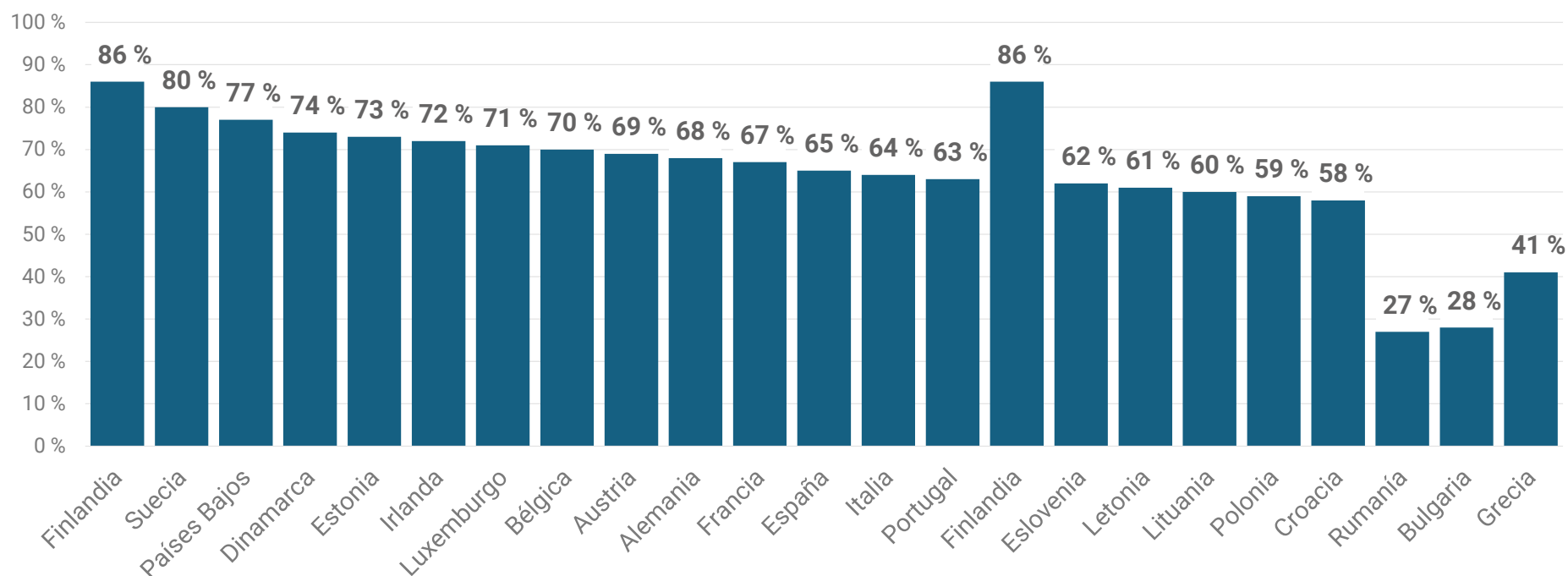


El porcentaje de empresas con al menos un nivel básico de digitalización ha fluctuado en los últimos años, alcanzando un pico en 2022 con un 68 %, y estabilizándose en torno al 61 % 2023.

Fuente: ONTSI a partir de Eurostat

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Comparativa UE: pymes con intensidad digital básica (2024)



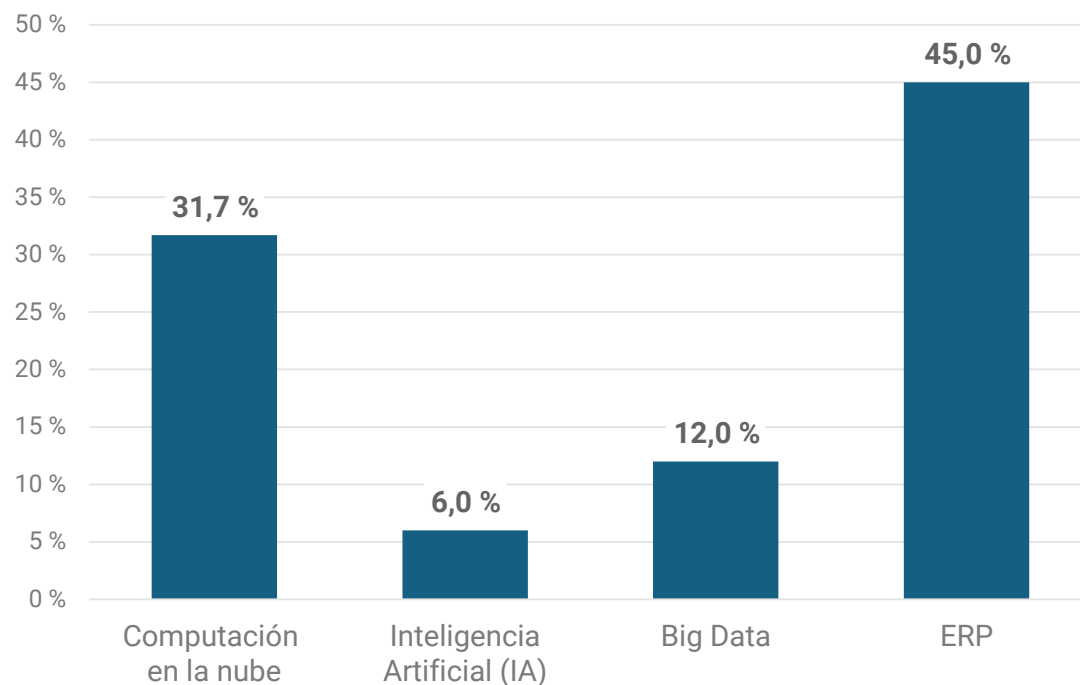
En comparación con otros países europeos, España se sitúa en un nivel intermedio bajo, con el 65 % de pymes alcanzando al menos un nivel básico de digitalización, frente al 86 % en Finlandia o el 74 % en Dinamarca.

Fuente: Eurostat – Digital Economy and Society Index (DESI)

[MÁS INFORMACIÓN](#)



Uso de tecnologías digitales en pymes españolas (2023)



La computación en la nube es la tecnología más extendida entre las pymes españolas, seguida del uso de sistemas ERP. Tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial o el análisis de *big data* todavía están poco implementadas.

Fuente: Red.es – Informe sobre la Digitalización de las Pymes Español

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Uso de las TIC en empresas de 10 o más empleados

Indicador	Trimestre I 2024	Trimestre I 2023
Personal que usa ordenadores con fines empresariales	68,4 %	66,2 %
Personal que usa ordenadores conectados a internet con fines empresariales	63,3 %	61,2 %
Empresas que emplearon especialistas en TIC	15,7 %	16,4 %
Empresas con conexión a Internet	99,1 %	99,0 %
• Tienen sitio/página web	81,8 %	78,5 %
• Usan medios sociales	64,7 %	63,6 %
• Llevan a cabo reuniones remotas	58,9 %	—
• Pagan por anunciarse en internet	27,1 %	28,3 %
• Usan métodos de publicidad dirigida	24,1 %	25,1 %

En el primer trimestre de 2024, la mayoría de las empresas de 10 o más empleados en España mostraron una alta adopción de tecnologías digitales, destacando el uso de ordenadores, internet y redes sociales. Además, aumenta la presencia web y el trabajo remoto, aunque disminuye ligeramente la inversión en publicidad *online*.

Fuente: INE – Encuesta sobre el uso de TIC en empresas, Trimestre I de 2024

 **MÁS INFORMACIÓN** 

Uso de las TIC por comunidades y ciudades autónomas 2024.

Q1 2024

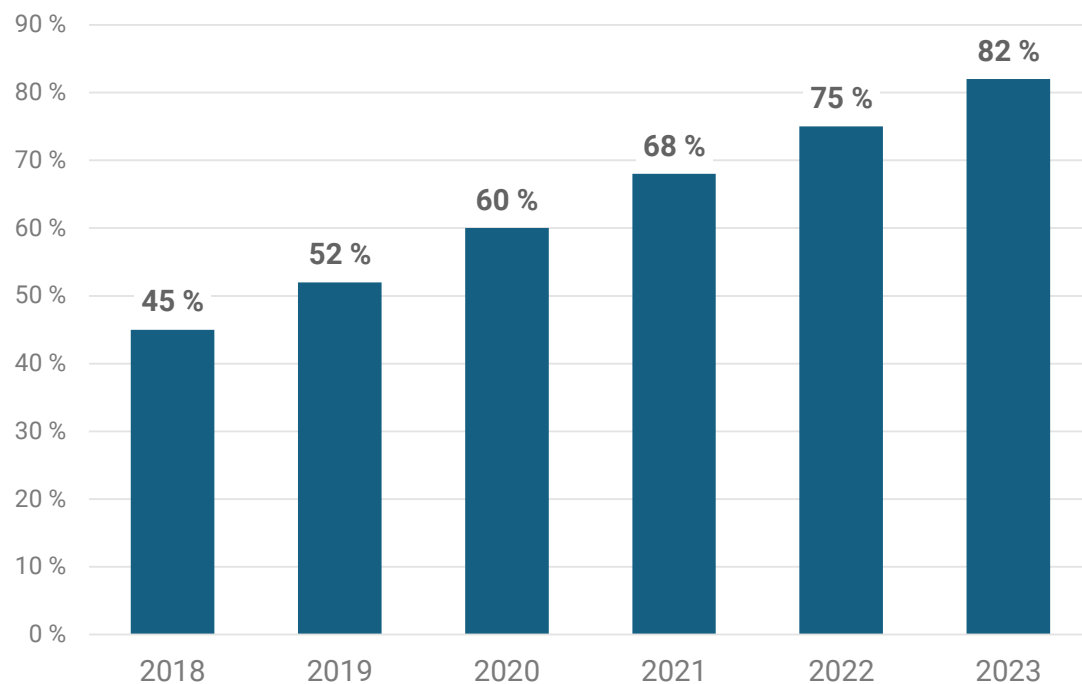
	Web	Medios Sociales	Servicios en la nube	IA	Analítica de datos	Acceso Remoto	Teletrabajo	Seguridad
TOTAL	81,8	64,7	37,7	12,4	31,4	88,6	37,5	91,3
Andalucía	77,0	64,0	32,2	9,7	29,7	87,0	29,9	89,0
Aragón	84,5	61,3	35,6	10,6	31,7	87,1	35,5	93,9
Asturias, Principado de	85,6	63,3	28,6	11,5	26,2	86,5	26,9	88,8
Balears, Illes	82,3	69,2	31,2	10,2	28,7	88,4	28,1	88,5
Canarias	74,1	60,2	31,8	6,0	22,1	81,1	25,6	87,2
Cantabria	84,7	63,8	32,0	8,2	27,0	85,4	29,8	94,0
Castilla y León	87,7	63,1	28,5	8,1	24,4	87,1	27,7	91,4
Castilla-La Mancha	75,9	54,9	23,5	7,6	21,2	83,9	24,1	88,3
Cataluña	88,0	71,2	48,9	15,3	36,2	91,8	47,8	95,8
Comunitat Valenciana	81,0	65,9	36,3	12,6	34,9	89,0	30,7	91,9
Extremadura	68,2	55,3	20,2	9,5	17,3	84,7	21,2	79,0
Galicia	81,4	58,6	31,5	10,4	27,4	87,5	34,1	90,6
Madrid, Comunidad de	81,6	66,6	46,8	17,8	36,6	90,5	52,3	90,3
Murcia, Región de	76,7	61,7	29,8	8,4	26,9	84,0	29,4	88,3
Navarra, Comunidad Foral de	85,9	55,6	28,1	9,8	27,6	88,7	33,1	93,3
País Vasco	83,6	59,8	35,6	12,7	31,2	91,8	38,6	93,4
Rioja, La	79,5	56,0	20,6	7,8	21,1	86,2	24,8	88,1
Ceuta	66,0	61,7	44,0	6,2	33,5	96,2	28,8	86,8
Melilla	61,5	35,3	11,1	1,5	13,9	86,5	22,0	83,3

Las empresas de 10 o más empleados cuyas sedes sociales están ubicadas en Cataluña, Comunidad de Madrid y País Vasco presentan las mayores intensidades en el uso de las TIC en el primer trimestre de 2024. Por su parte, las empresas de Extremadura, Castilla-La Mancha y de la ciudad autónoma de Melilla tienen los menores porcentajes.

Fuente: INE – Encuesta sobre el uso de TIC en empresas, Trimestre I de 2024



Evolución del acceso a internet de alta velocidad en pymes

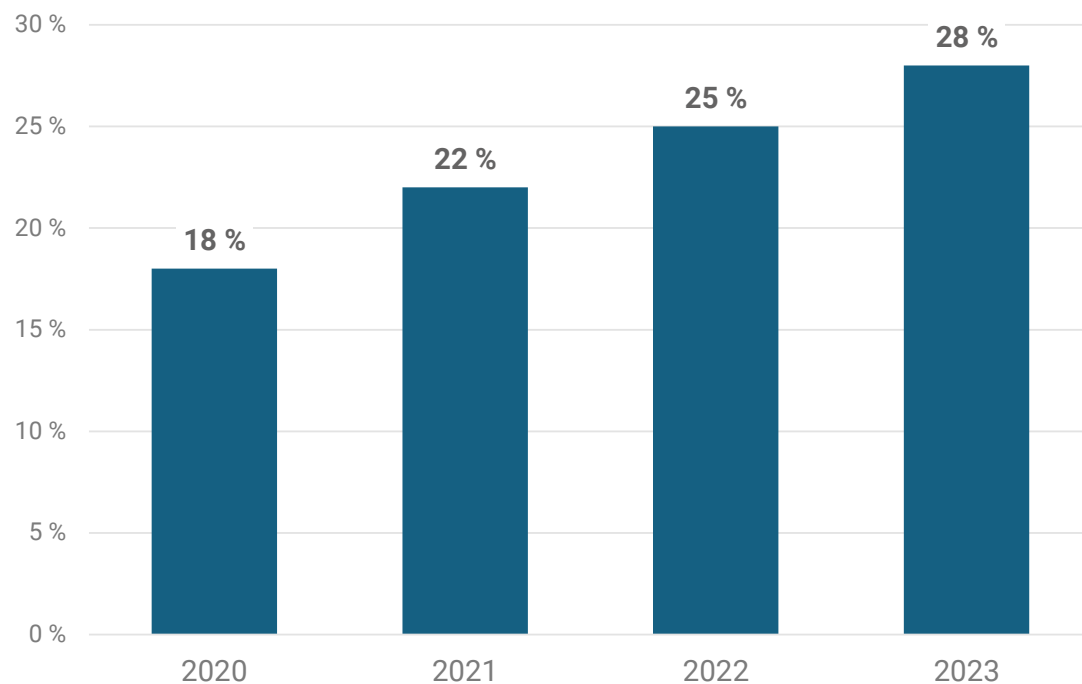


La penetración de conexiones de alta velocidad en las pymes españolas ha aumentado significativamente, llegando a un 82 % en 2023, lo que facilita la adopción de servicios digitales avanzados y mejora la eficiencia operativa.

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Estimación basada en la tendencia general del mercado y en la adopción de tecnologías de alta velocidad por parte de las empresas.

 **MÁS INFORMACIÓN** 

Acceso al comercio electrónico

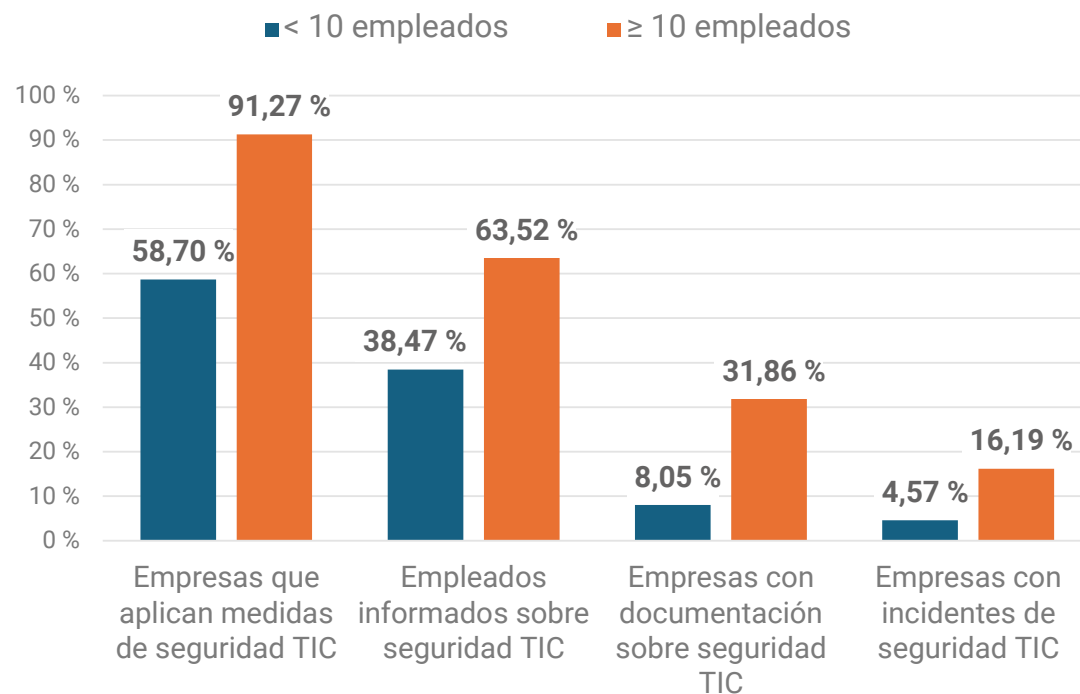


El porcentaje de pymes españolas que venden por internet ha ido aumentando progresivamente en los últimos años, alcanzando un 28 % en 2023.

Fuente: INE – Encuesta sobre el uso de TIC y Comercio Electrónico en Empresas

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Ciberseguridad en las empresas según tamaño (Trimestre I 2024)



Las empresas de 10 o más empleados muestran una adopción mucho mayor de medidas de ciberseguridad en comparación con las de menor tamaño. Además, también registran más incidentes, lo que refleja una mayor exposición, pero también una mejor capacidad de detección.

Fuente: INE – Encuesta sobre el uso de TIC en empresas, Trimestre I de 2024

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Formación en TIC en pymes españolas (2023)

Categoría	Subcategoría	% Participación	Horas Medias de Formación
Género	Hombre	51,4 %	18,8
	Mujer	48,6 %	17,6
Edad	16 a 25 años	5,7 %	21,4
	26 a 35 años	23,4 %	20,2
	36 a 45 años	29,5 %	18,5
	46 a 55 años	31,6 %	16,8
	Mayores de 55	9,8 %	15,5
Total	-	100,0 %	18,2

Los hombres participan ligeramente más en acciones formativas y registran más horas medias de formación que las mujeres. Por edad, los más jóvenes reciben más formación, mientras que la participación aumenta con la edad hasta los 55 años, pero con una reducción progresiva en las horas formativas.

Fuente: Fundae

 **MÁS INFORMACIÓN**

Especialistas TIC por sectores de actividad – Trimestre I 2024

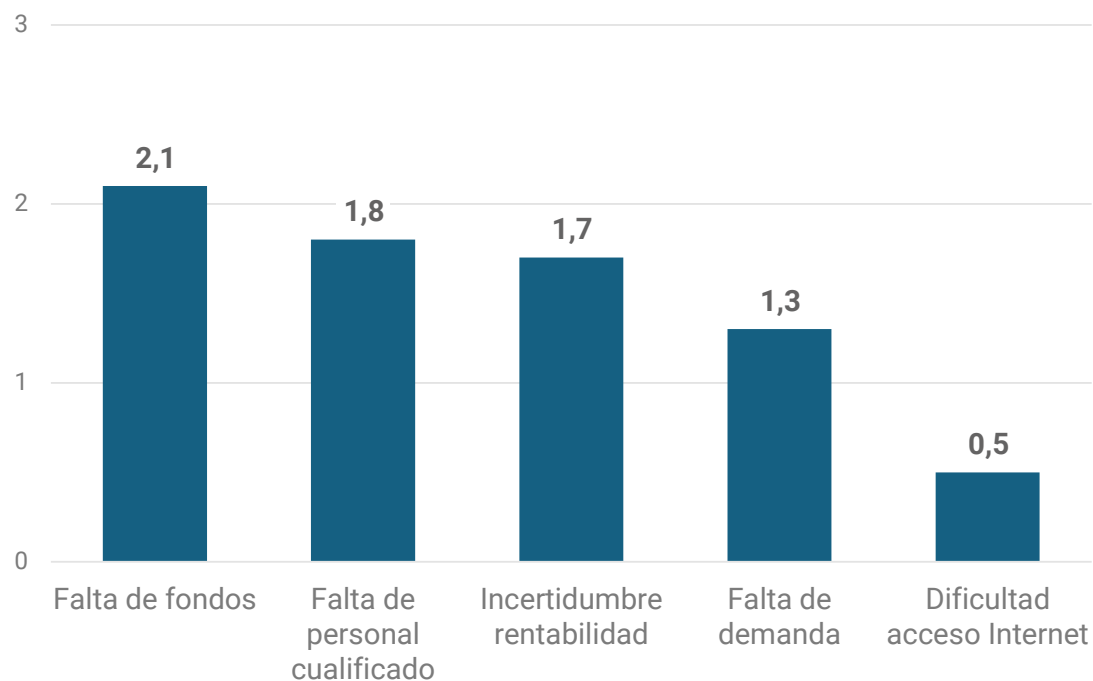
Indicador	Total	Industria	Construcción	Servicios
Empresas con especialistas TIC	15,7 %	14,2 %	4,5 %	19,4 %
Empresas con mujeres especialistas TIC	6,6 %	4,1 %	0,7 %	9,3 %
Empresas con < 50 % de mujeres especialistas TIC	5,4 %	3,2 %	0,5 %	7,8 %
Empresas con ≥ 50 % de mujeres especialistas TIC	1,1 %	0,9 %	0,2 %	1,5 %

El sector servicios concentra el mayor porcentaje de empresas con especialistas TIC, destacando también en presencia femenina dentro de estos perfiles. En cambio, la construcción presenta los niveles más bajos tanto en incorporación de especialistas TIC como en participación de mujeres en estos puestos.

Fuente: INE – Encuesta sobre el uso de TIC en empresas, Trimestre I de 2024

 **MÁS INFORMACIÓN**

Principales barreras a la digitalización de las pymes



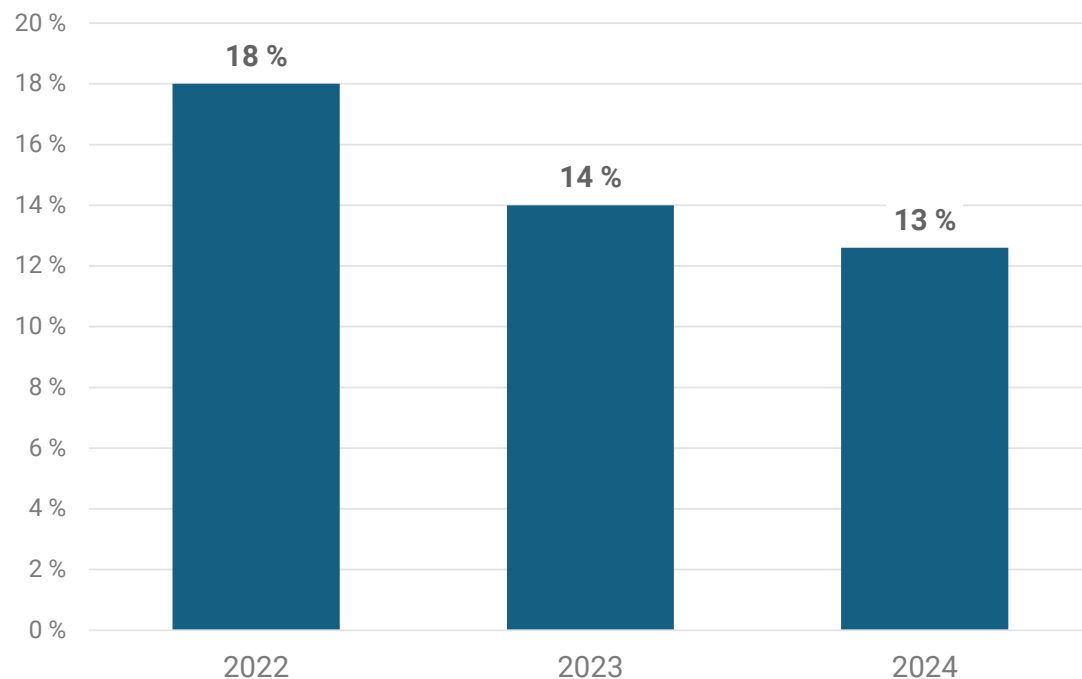
Las barreras más importantes para la digitalización de las pymes españolas son la falta de financiación, la escasez de personal cualificado y la incertidumbre sobre la rentabilidad de la inversión digital.

Fuente: Red.es – Informe sobre la Digitalización de las Pymes Españolas

[i MÁS INFORMACIÓN](#)



Presupuesto destinado a transformación digital

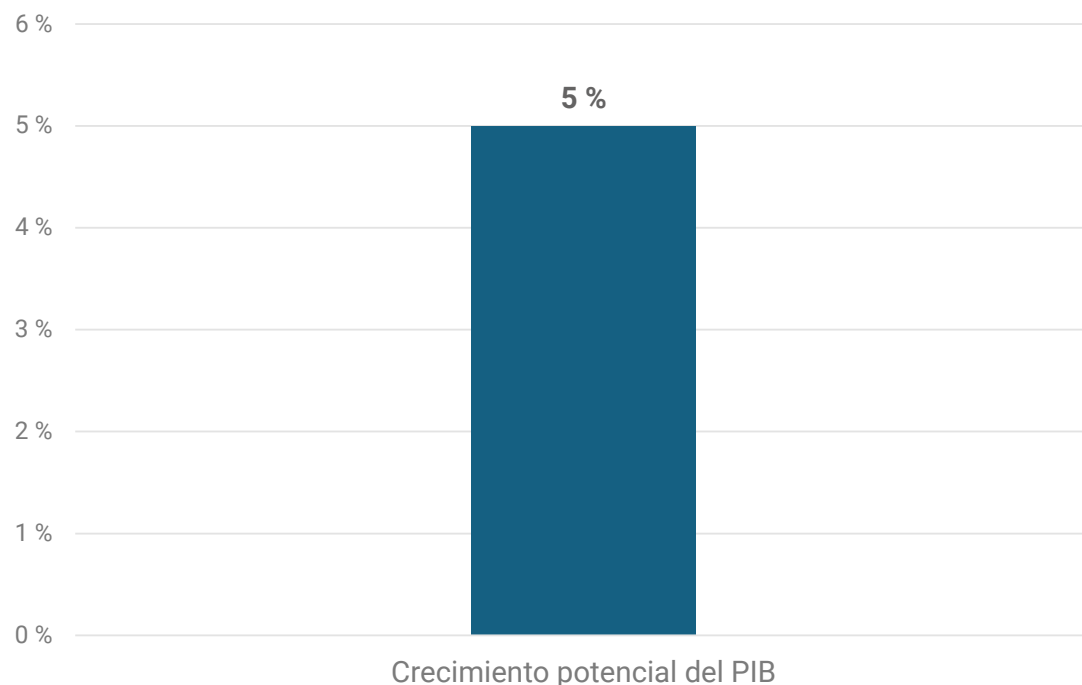


La inversión en digitalización por parte de las pymes muestra una tendencia descendente en los últimos años.

Fuente: Informe Hiscox de pymes y autónomos en España

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

Crecimiento potencial del PIB por digitalización de pymes en España



La digitalización de las pequeñas y medianas empresas en España es un proceso clave que podría impulsar un crecimiento de hasta un 5 % del PIB nacional. Este impacto refleja el enorme potencial económico que tiene la adopción tecnológica en el tejido empresarial español, especialmente en pymes.

Fuente: Jornada "La Digitalización de la Pyme ¿Por dónde empezar?" (Orange y CEPYME)

[i MÁS INFORMACIÓN](#)

“Lo que las pymes necesitan es la tecnología adecuada para adaptarla a cada uno de los usuarios de su empresa”

Canon refuerza su compromiso con la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas a través de soluciones como Therefore, una herramienta de gestión documental “ultraflexible” que se adapta al tamaño y necesidades de cada cliente. “El principal escollo es cómo dar ese primer paso”, explica Nagore Azkue, responsable de desarrollo de negocio en Canon, quien destaca la falta de recursos técnicos como una barrera habitual en las pymes.

La compañía apuesta por una digitalización segura y eficiente, eliminando tareas repetitivas y reduciendo errores. “No se trata solo de entregar una herramienta, sino de acompañar, formar y resolver dudas”, afirma Azkue. Además de mejorar la productividad, Canon promueve prácticas sostenibles gracias al ahorro de papel, la movilidad digital y su estrategia medioambiental a largo plazo. “Todo esto reduce el impacto en la huella de carbono”, señala Azkue, quien subraya que el objetivo es ofrecer tecnología simple, intuitiva y accesible para que las pymes se centren en lo esencial: hacer crecer su negocio.



Nagore Azkue, responsable de Desarrollo de Negocio en Canon

“El renting no es una financiación, es una herramienta que tiene el mismo efecto”

Grenke impulsa la digitalización de las pequeñas y medianas empresas a través del *renting* tecnológico, una fórmula flexible que permite acceder a equipamiento y soluciones digitales sin necesidad de realizar grandes inversiones. “Muchas pymes piensan que están digitalizadas solo por mandar facturas en PDF, pero la realidad es mucho más compleja”, afirma Marco Frühauf, vicepresidente de ventas en Iberia y LATAM de grenke, quien subraya que la falta de formación y talento especializado es una barrera habitual. En un entorno donde predominan las micropymes y los autónomos, el *renting* se convierte en una herramienta más que óptima para afrontar los nuevos retos normativos y tecnológicos.

La compañía apuesta por un modelo que no solo facilita el acceso a tecnología, sino que también incluye servicios como mantenimiento, instalación o asesoramiento personalizado. “Nosotros no solo ofrecemos el renting; acompañamos al cliente y le ayudamos a elegir la mejor opción”. Esta propuesta permite a las pymes adaptarse de forma ágil, reducir costes operativos y mantenerse actualizadas sin comprometer su liquidez.



“La pyme ve que digitalizarse ya no es una opción, sino una necesidad”

Samsung impulsa la digitalización de las pequeñas y medianas empresas con un ecosistema de soluciones móviles y de seguridad diseñadas para ser accesibles y fáciles de implementar. “La pyme ve que ya no es una opción, que es una necesidad digitalizarse”, afirma Anna Coll, B2B channel sales manager de Samsung, quien identifica barreras habituales como la falta de recursos, formación y el miedo al cambio. “Aún hay pymes que dicen: ‘esto es para las grandes empresas, a mí no me va a pasar’”, señala con relación a los riesgos de no invertir en tecnología.

La compañía apuesta por una visión completa que combina innovación, movilidad, formación y sostenibilidad. “No pueden únicamente invertir en digitalización sin invertir en seguridad”, advierte Coll,

que destaca el papel de Samsung Knox como solución sencilla y efectiva para proteger los dispositivos sin necesidad de un departamento de TI. Además, insiste en que la automatización de procesos y el acceso remoto a la información son clave para mejorar la productividad. “Queremos seguir acompañando a la pyme en todo este proceso”.



“La pyme española es la mejor pyme de Europa”

Con más de dos décadas de experiencia, Vodafone Business acompaña a las pequeñas y medianas empresas españolas en su transformación digital mediante un canal especializado. “Nuestro objetivo sigue siendo la satisfacción de las pymes”, afirma Carlos Ortiz, director de ventas SME en Vodafone Business. Entre sus prioridades, destaca la ciberseguridad como eje fundamental. “Queremos que las pymes entiendan la ciberseguridad no como un gasto, sino como una inversión”, añade Roberto Lara, director del área en Vodafone Business.

Aunque la mayoría reconoce la importancia de digitalizarse, muchas aún no destinan recursos específicos. Ortiz advierte que la falta de financiación, personal cualificado o claridad sobre qué herramientas utilizar siguen siendo frenos comunes. “Seguimos pensando en una pyme tradicional, circunscrita a un ámbito local, y no es así”, asegura. Vodafone apuesta por un enfoque flexible, con soluciones de pago por uso, inteligencia artificial aplicada a procesos de negocio y herramientas para mejorar la productividad. “La diferencia no está en el tamaño, sino en la ambición”, resume Ortiz.



ENTREVISTA

Carlos Ortiz, director de ventas SME en Vodafone Business y
Roberto Lara, director del área de ciberseguridad en Vodafone Business