

ESTUDIO

Informe sobre madurez digital y la adopción de IA en las empresas europeas

Analizamos cómo las empresas europeas utilizan las herramientas digitales, refuerzan su presencia online y se adaptan al rápido avance de la IA.

Marcas Participantes:

active 24

catalyst2

combell

dominios.pt

GURU
CLOUD HOSTING

HOSTINGIRELAND.ie

hostingpalvelu

LCN

LETSHOST

Loopia

() names.co.uk

() nominalia

raidboxes
WordPress Hosting

() register365

SimplyBook.me

Simply.com

() simply
HOSTING & SERVERS

SUPERHOSTING.BG

trans ip

ukdedicated

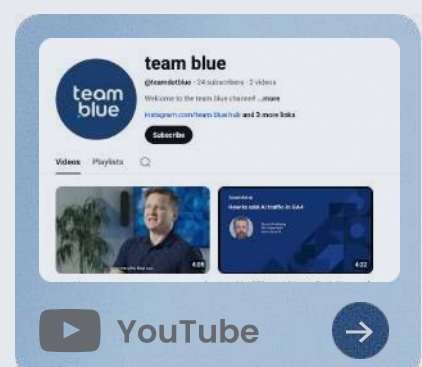
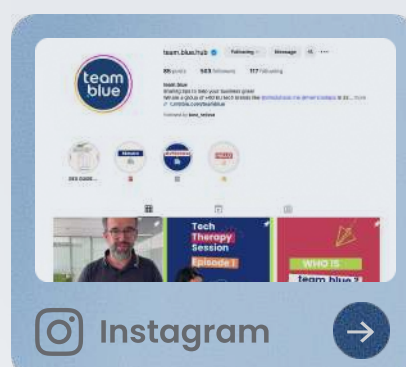
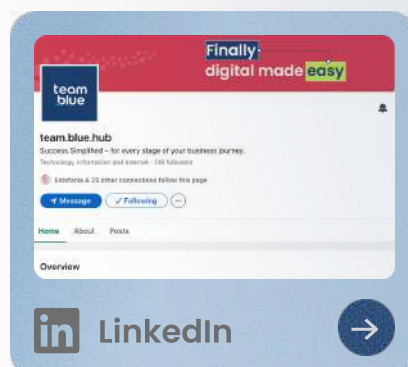
webempresa

webnode

Sobre team.blue

En **team.blue**, reconocemos que las empresas europeas están navegando en un mundo digital que cambia rápidamente, donde la confianza, la seguridad y la claridad son tan importantes como la innovación. Como facilitador digital líder, **team.blue** y nuestras más de **60 marcas en Europa** empoderan a las empresas para crecer con soluciones robustas, fiables y seguras. Estamos comprometidos a ser el socio de confianza que hace que el éxito empresarial sea más sencillo para nuestros **3,5 millones de clientes**, desde emprendedores individuales hasta grandes corporaciones.

Conecta con nosotros en:



Resumen Ejecutivo

Dirigir un negocio en la actualidad implica convivir con una realidad de cambio constante, nuevas oportunidades y un grado de incertidumbre creciente. En toda Europa, el ecosistema empresarial opera en un entorno digital que no deja de evolucionar. A diario, surgen nuevas herramientas, formas de llegar a los clientes y expectativas sobre la gestión del trabajo. Además, la Inteligencia Artificial ya está influyendo de forma clara en las decisiones y operaciones del día a día.

Para entender cómo las empresas están afrontando esta adaptación, **team.blue** y **23 de nuestras marcas** han encuestado a más de **8.200** personas en **Europa**. Hemos hablado con fundadores, propietarios, directivos, managers y equipos en distintas etapas de crecimiento. Sus respuestas revelan que la mayoría reconoce el potencial de las herramientas digitales, pero también se enfrenta a importantes barreras prácticas a la hora de aprovecharlas al máximo.

Lo que hemos aprendido a partir de las respuestas de más de 8.200 empresas europeas:

La mayoría de las empresas ya han adoptado lo básico

- **Sitios web, redes sociales y herramientas en la nube** se utilizan de forma generalizada.
- Estas herramientas ayudan a las empresas a mantener su **visibilidad, reforzar su credibilidad** y **estar conectadas** con sus clientes.

«Nuestro sitio web genera confianza, aunque la mayoría de los clientes llegan a través de recomendaciones».





Las empresas quieren avanzar, pero se encuentran con límites

- Muchos propietarios se hacen las mismas preguntas: por dónde **empezar**, qué **herramientas** son realmente importantes y cómo encontrar **tiempo** para implementarlas.
- A pesar de que el nivel de **confianza** es similar, la **adopción** varía drásticamente entre las empresas.
- El progreso está condicionado por la **disponibilidad de tiempo, recursos y claridad**, más que por una falta de interés.

«Quiero hacer más online, pero no sé qué priorizar».

La IA avanza, pero de forma irregular

- Casi **1** de cada **5** empresas ya utiliza la **IA** de forma habitual.
- Un **36%** la usa de vez en cuando o está **experimentando** con ella.
- Un **25%** no tiene planes de incorporarla, especialmente en negocios pequeños o con muchos años de actividad.
- La IA se valora sobre todo para tareas de **creación de contenido, administración y aprendizaje**.
- Las empresas más grandes muestran más confianza, pero también actúan con precaución. Se centran en la **seguridad**, la **precisión** y el **impacto** antes de adoptar nuevas tecnologías.
- La **necesidad** de orientación, **claridad** y **sencillez** es constante en todos los grupos.

«La IA nos ayuda a ser más eficientes, aunque aún estamos aprendiendo a sacarle partido».



Qué significa esto para el futuro digital de Europa

Las empresas europeas demandan pasos claros, herramientas sencillas y un soporte fiable. El desafío no reside en la falta de información o de productos, sino en la necesidad de recibir ayuda práctica para transformar las herramientas digitales en resultados tangibles.

team.blue se posiciona firmemente para cubrir esta necesidad. Como proveedor europeo de referencia, contamos con las soluciones, el conocimiento y el ecosistema necesarios para acompañar a las empresas a su propio ritmo. Simplificando las decisiones digitales, ofreciendo soluciones de IA claras y proporcionando apoyo práctico, podemos convertir el potencial digital en progreso real para millones de pymes.

Índice

Este informe ofrece una visión completa del recorrido digital de las pymes europeas, desde su presencia online y uso de herramientas, hasta sus retos, comportamientos y la percepción actual de la IA.

Comprender la adopción de IA

06

Conclusiones ejecutivas

Datos Demográficos

07

Países representados

Tamaño de las empresas

Roles de toma de decisiones

Años en funcionamiento

Presencia Digital

11

Propiedad y gestión del sitio web

Proceso de creación y mantenimiento web

Contribución del sitio web a la captación de nuevos negocios

Cómo ayuda el sitio web

Uso de Herramientas Digitales

17

Herramientas utilizadas por las pymes

Confianza en la selección y aprovechamiento

Ahorro de tiempo

Frecuencia de actualización y mantenimiento

Barreras y Seguridad Tecnológica

22

Nivel de seguridad tecnológica percibido

Barreras a innovación y adopción de IA

Adopción de la IA

25

Niveles actuales de uso de IA

Confianza y preocupaciones sobre la IA

Impacto de la IA en el trabajo diario

Casos de uso más valiosos

Por edad y tamaño

Agentes de IA y automatización

Comprender la adopción de IA en empresas europeas

Conclusiones ejecutivas

Las empresas europeas están lidiando con un cambio digital acelerado y el auge de la IA, lo que crea tanto oportunidades interesantes como incertidumbre.

01 La brecha en el uso de herramientas básicas y avanzadas

La mayoría de las empresas utilizan sitios web, redes sociales y soluciones en la nube, pero la adopción de herramientas más avanzadas, como CRM, analítica o sistemas de reservas, sigue siendo baja.

02 La antigüedad del negocio influye más que la confianza tecnológica

El nivel de confianza tecnológica es similar en la mayoría de las empresas, pero las más antiguas tienden a ser más prudentes y mantienen procesos ya consolidados.

03 La adopción de IA crece, aunque con diferencias claras entre segmentos

Muchas empresas ya están experimentando con la IA, pero una gran parte sigue dudando por falta de claridad o por preocupaciones relacionadas con la seguridad y la precisión.

04 Las empresas quieren claridad y simplicidad por encima de todo

Las empresas buscan ejemplos reales, orientación comprensible y herramientas que aporten valor sin añadir complejidad.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Países representados

Con más de 8.200 respuestas en 32 países, este estudio ofrece una visión única de la madurez digital europea.

8221

respuestas

32

países europeos

23

marcas de team.blue

16

idiomas



Este informe ha recopilado respuestas de clientes de **23 marcas** de team.blue, las cuales cuentan con una sólida presencia en toda Europa.

Recibimos más de **8.200** respuestas válidas de empresas procedentes de un total de **71 países**, con participantes que respondieron en **16 idiomas** diferentes.

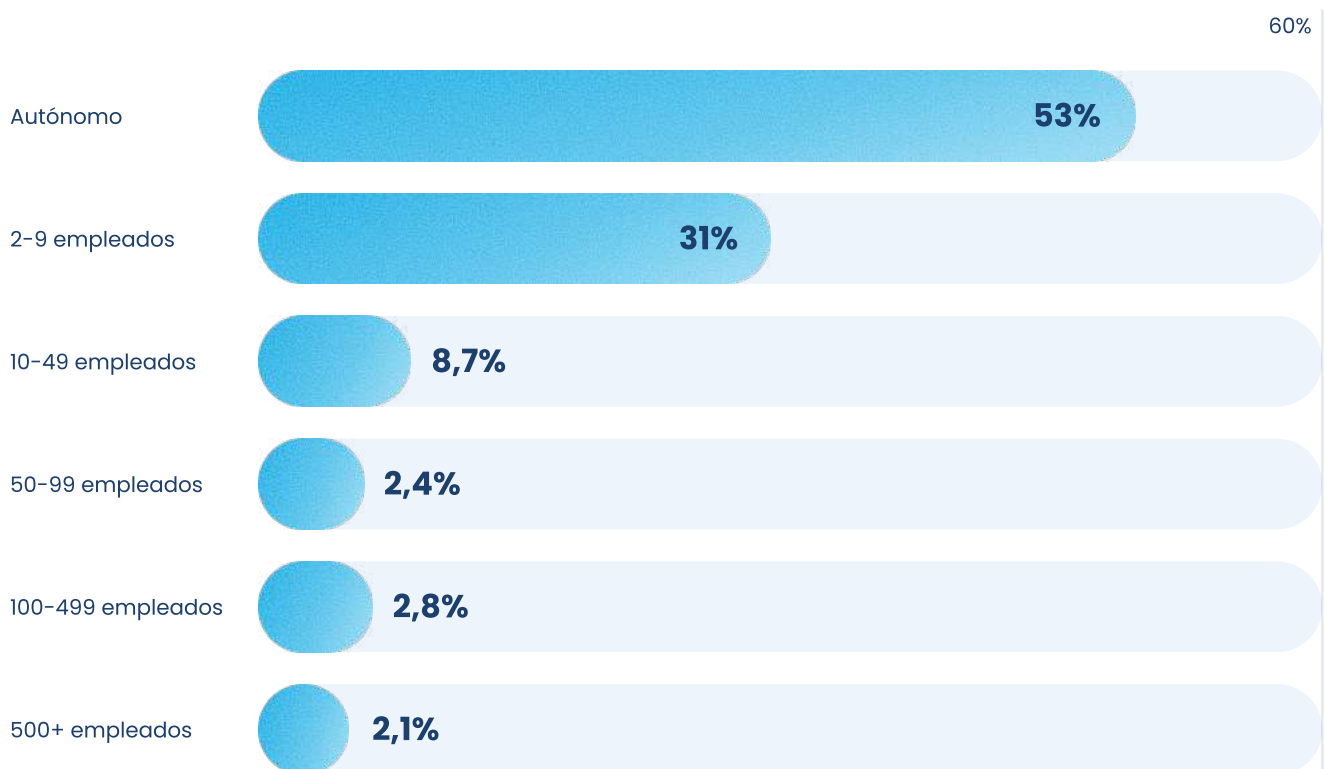
A pesar de esta diversidad, aparecen patrones claros y consistentes en el comportamiento digital.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Tamaño de la empresa

La mayoría de los encuestados son pequeñas empresas o microempresas, un dato que demuestra que la adopción digital varía drásticamente con el tamaño.

¿Cuántos empleados tiene tu empresa?



La mayoría de las respuestas provienen de negocios pequeños, independientes o gestionados directamente por su fundador. Cerca del **53%** son autónomos o negocios unipersonales y un **31%** trabaja con equipos de entre 2 y 9 personas. También contamos con la participación de empresas medianas y grandes, incluidas organizaciones con equipos de 50 y hasta más de 500 empleados.

Esto nos permite comparar cómo cambia la adopción digital según el tamaño del negocio.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Roles de toma de decisiones

¿Cuál es tu puesto de trabajo?



Este informe recoge las opiniones de quienes toman las decisiones clave dentro de la empresa. Los **fundadores, propietarios, directivos y managers** compartieron cómo entienden las herramientas digitales, cuáles son sus prioridades y qué retos afrontan. Aunque gran parte de los negocios son pequeños o independientes, hemos hablado directamente con quienes marcan la estrategia y el día a día, lo que da más solidez a las conclusiones.

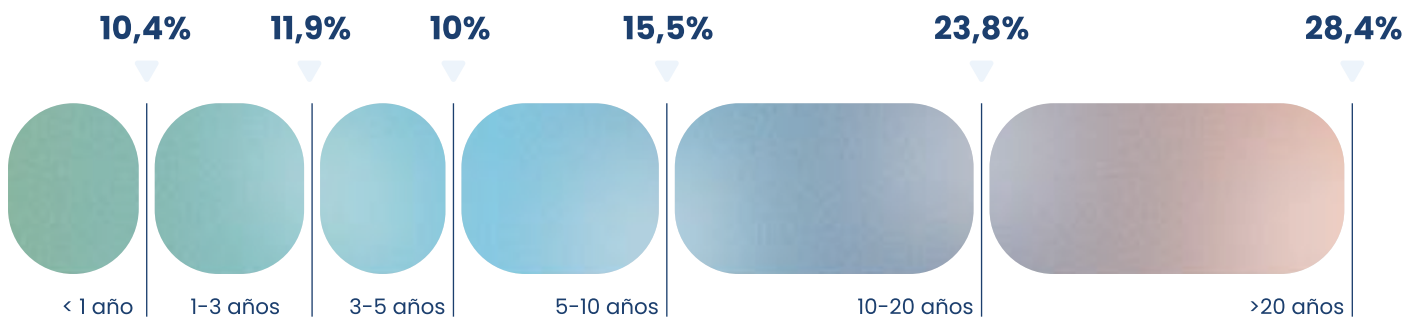
Escuchar directamente a este grupo le da un peso real a los hallazgos. Demuestra que la adopción digital no es un proyecto secundario ni algo opcional, sino un tema que está sobre las mesas de quienes tienen la mayor responsabilidad. Sus opiniones nos ayudan a entender no solo lo que las empresas están haciendo hoy, sino también lo que necesitan para avanzar con confianza.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Años de actividad

Más de la mitad de las empresas encuestadas llevan operando más de una década, lo que ha generado una preferencia por una evolución digital gradual en lugar de una reinvención completa.

¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?



Más de la mitad de los negocios encuestados llevan operando más de 10 años. Son empresas consolidadas, con estructuras de trabajo definidas y procesos ya establecidos. Muchas están buscando sus próximos pasos, mientras que otras siguen centradas en las herramientas y métodos que conocen bien y que les funcionan.

Su experiencia y conocimiento moldean la forma en que abordan el cambio digital, y observamos que muchos optan por la evolución en lugar de la reinvención.

PRESENCIA DIGITAL

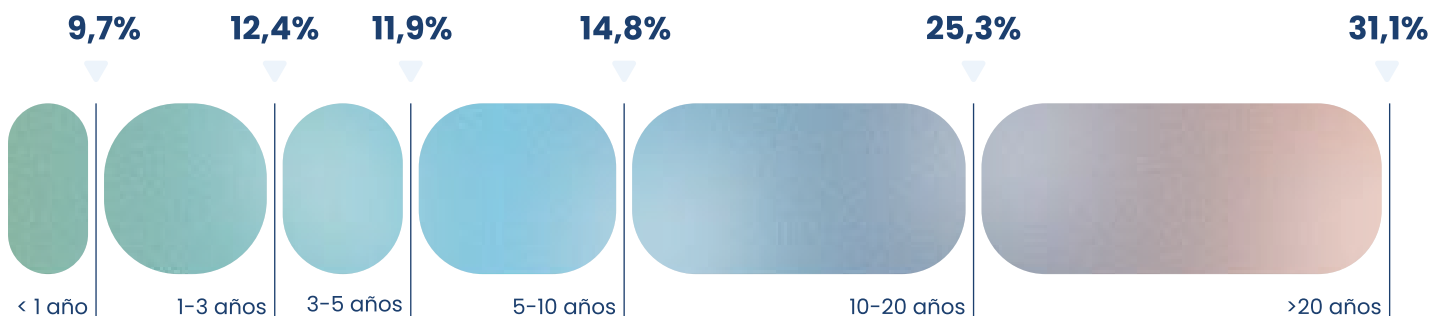
Sitio Web

Aunque la mayoría de las empresas tienen un sitio web, una minoría notable depende por completo de las plataformas sociales como su principal presencia digital.

¿Su empresa tiene un sitio web?



Desglose de “Sin sitio web” (*No, sin planes de tener uno*) según los años de operación



La gran mayoría de los encuestados en este estudio (más del 84%) ya cuenta con un sitio web. Sin embargo, la forma en que estas empresas lo crean, lo utilizan y lo mantienen presenta una gran disparidad. Un dato que merece nuestra atención es el de los casi 500 encuestados que no tienen sitio web ni planes de crearlo a corto plazo.

Más de la mitad de este grupo son negocios pequeños con una trayectoria de más de 10 años, muchos de ellos operando incluso desde hace más de dos décadas. Suelen ser usuarios muy activos en redes sociales y de servicios en la nube. Representan un segmento minoritario, pero estable, que ha optado por las redes sociales como su principal espacio digital.

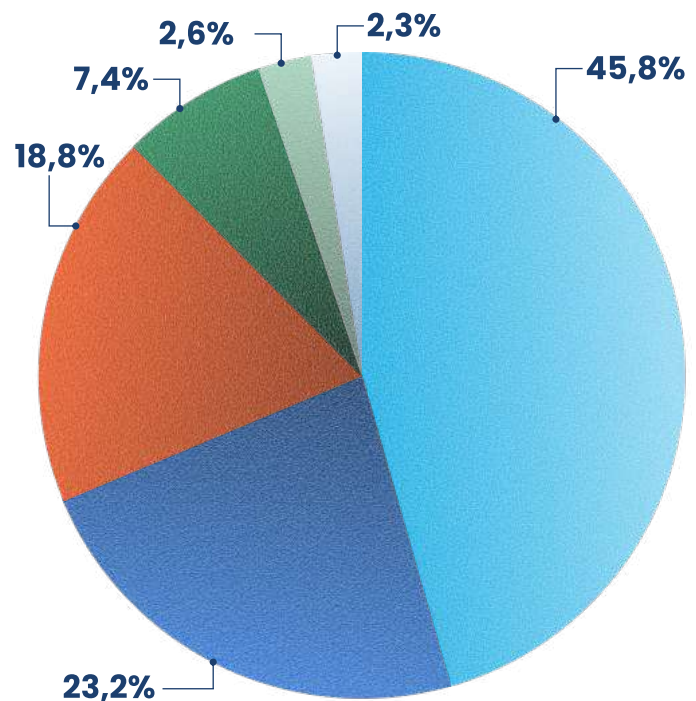
PRESENCIA DIGITAL

Cómo se crean y se mantienen los sitios

Muchas empresas crean y gestionan sus sitios web por sí mismas, pero el tiempo y la complejidad suelen limitar las mejoras.

¿Quién creó y quién mantiene su sitio web?

- Creado internamente y gestionado por la empresa (lo diseñaste y lo mantienes tú mismo)
- Creado por un desarrollador o agencia externa, gestionado internamente (ellos lo construyeron, pero tú mantienes el contenido y las actualizaciones)
- Creado con un constructor de sitios web DIY (lo construiste y lo mantienes en la plataforma del constructor)
- Creado y gestionado completamente por un desarrollador o agencia externa (todo está externalizado, incluidas las actualizaciones y el hosting)
- No lo sé
- Otro



Hemos detectado una clara tendencia hacia la autogestión, más del 60% de los participantes con presencia web lo han creado y lo mantienen de forma autónoma, a menudo utilizando servicios de hosting tradicional o herramientas de construcción web (site builders).

Esto refleja una marcada preferencia por el control directo, la independencia y el mantenimiento de costes ajustados, aspectos clave para las pymes y negocios gestionados por sus propietarios.

Sin embargo, muchos encuestados reconocen que actualizar el sitio web les resulta complicado o consume demasiado tiempo, lo que provoca que estas tareas queden a menudo relegadas. El mensaje es claro, el sitio web es importante, pero no siempre es fácil dedicarle la atención necesaria.

PRESENCIA DIGITAL

Cómo se crean y se mantienen los sitios

Varios encuestados mencionaron que los sitios web pueden resultar laboriosos o complicados de actualizar, y que mejorar su funcionamiento a menudo se queda relegado en la lista de tareas. Los sitios web se consideran necesarios, pero no siempre son fáciles de gestionar.

“

Lo creó un desarrollador externo, pero ahora nadie lo mantiene.

“

Solo tenemos una página inicial. Quiero un sitio completo, pero no tengo tiempo ni conocimientos.

“

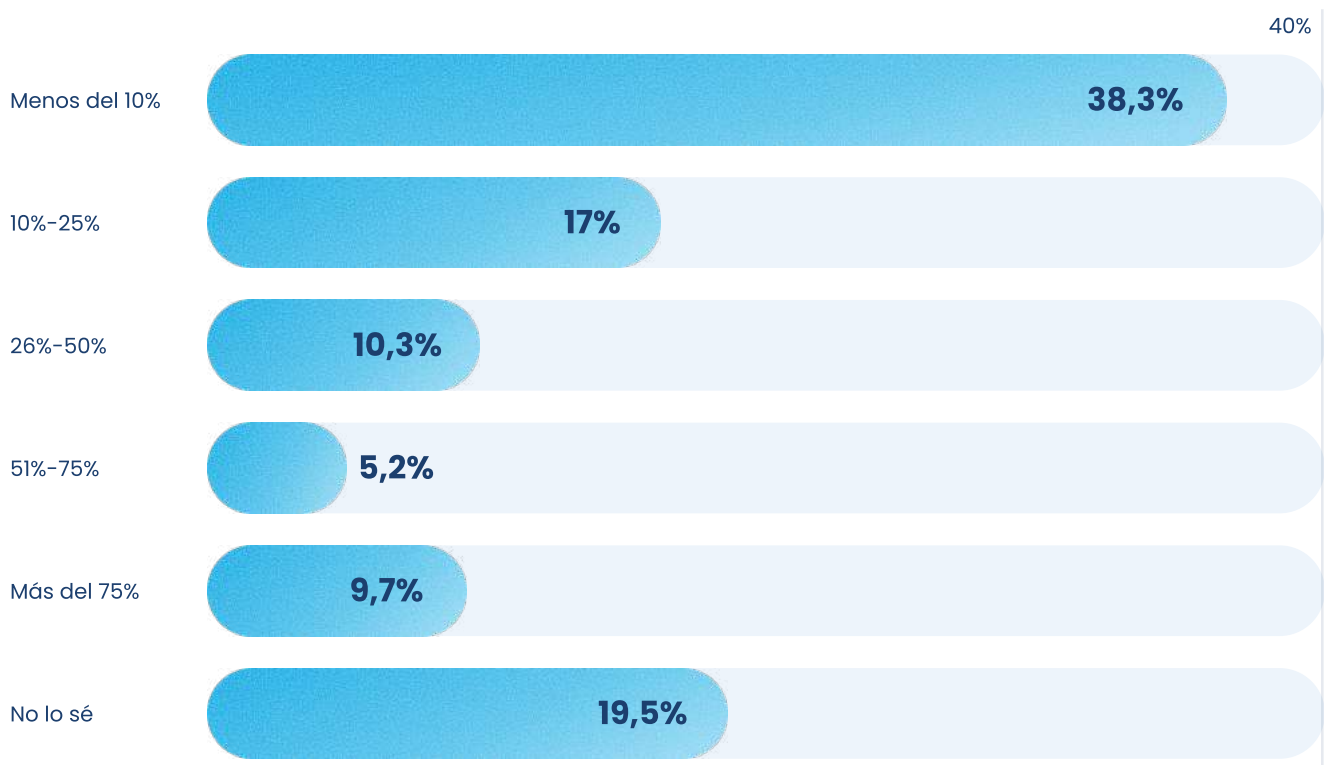
Lo creamos nosotros, pero no lo actualizamos porque no sabemos cómo hacerlo.

PRESENCIA DIGITAL

Contribución a la captación de nuevos negocios

Para muchos, los sitios web funcionan más como señales de credibilidad que como generadores de ingresos, especialmente fuera de los sectores digital-first.

¿Qué porcentaje de nuevos negocios contribuye a generar su sitio web?



¿Cuántos de sus nuevos clientes llegan a través de su sitio web?

Para muchos participantes, el sitio web no es el principal generador de nuevos clientes. De hecho, más del **40%** afirma que su web aporta menos del **10%** de sus nuevos clientes, y más de la mitad no sabe con precisión cuánto contribuye. En muchos casos, el sitio web funciona más como una tarjeta de presentación digital que como un canal de venta directa.

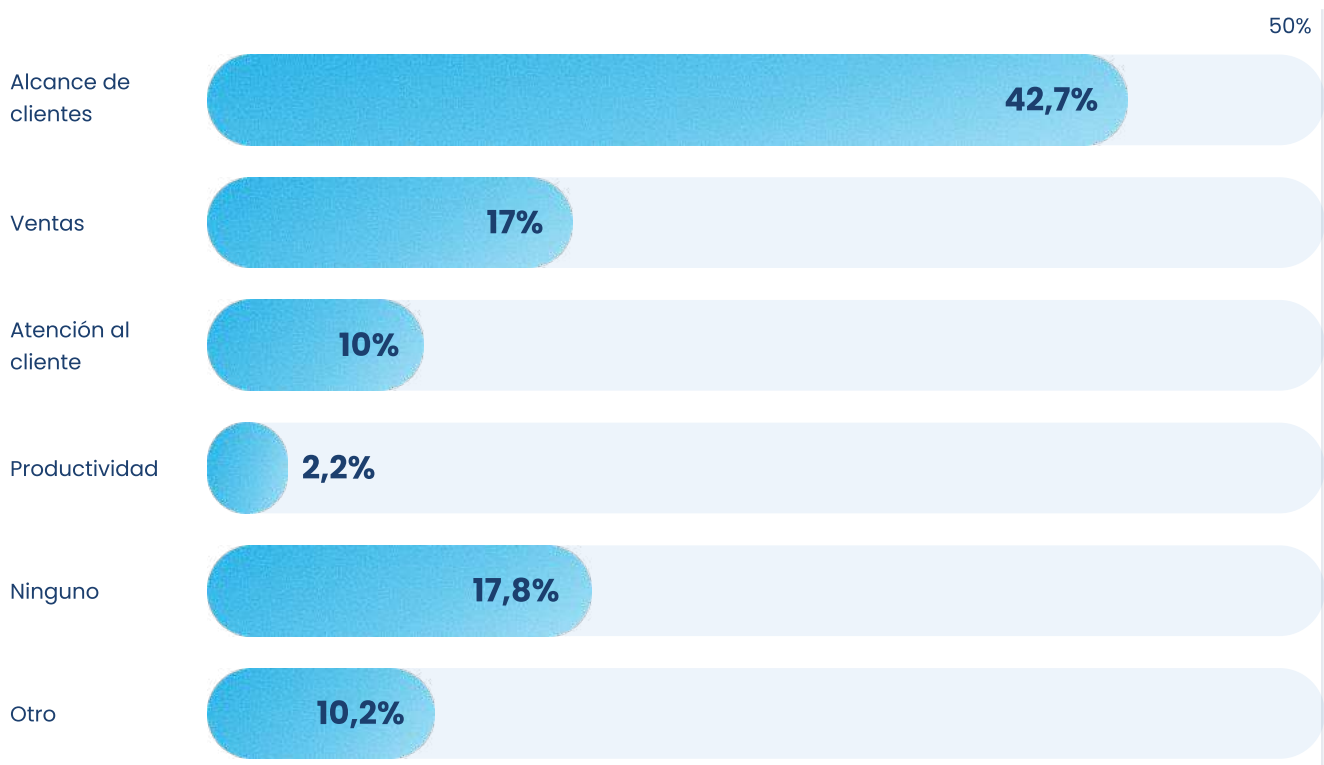
Asimismo, las empresas para las que el sitio web genera entre el **26%** y el **75%** (o más) de nuevos clientes suelen pertenecer a industrias donde el cliente espera investigar, comparar o comprar online. En concreto, hablamos de tecnología, comercio electrónico, servicios digitales o consultoría, donde la plataforma web es un elemento central en las ventas y operaciones.

PRESENCIA DIGITAL

¿En qué ayuda el sitio web?

Los sitios web funcionan como potentes generadores de confianza y activos de marketing, incluso cuando no generan directamente nuevos clientes.

¿Cuál de los siguientes aspectos ha ayudado más a mejorar su sitio web?



¿En qué le ayuda más su sitio web?

Los encuestados coinciden en que el sitio web les ayuda, sobre todo, a llegar a nuevos clientes. En muchos casos, ofrece credibilidad, claridad y una presencia profesional, incluso cuando no genera ventas directas. A la vez, muchos señalan que les falta tiempo, conocimientos o recursos para optimizarlo o medir bien su rendimiento.

En general, los datos sugieren que, para muchas de las empresas encuestadas, el valor de un sitio web tiene menos que ver con lo que puede hacer y más con lo que confirma: que son legítimas, visibles y confiables.

PRESENCIA DIGITAL

¿En qué ayuda el sitio web?

El marketing desempeña un papel central en la forma en que muchos encuestados utilizan sus sitios web. Incluso cuando un sitio no genera directamente nuevos negocios, ayuda a aumentar el alcance, fortalecer la confianza y reforzar la credibilidad. Para muchos, el sitio web funciona primero como un activo de marketing más que como un motor de ventas. Apoya el crecimiento mediante el boca a boca, señala legitimidad y ofrece a los clientes potenciales una idea más clara de quiénes son y qué ofrecen.

Para muchos, el sitio web es el apretón de manos antes de la conversación, no la conversación en sí.

“

Los clientes comprueban si tenemos sitio web y eso genera confianza.

“

Algunos clientes lo usan para informarse, aunque la mayoría llega por recomendación.

“

Es una prueba de profesionalidad. No obtengo clientes directamente desde la web, pero es importante tenerla.

“

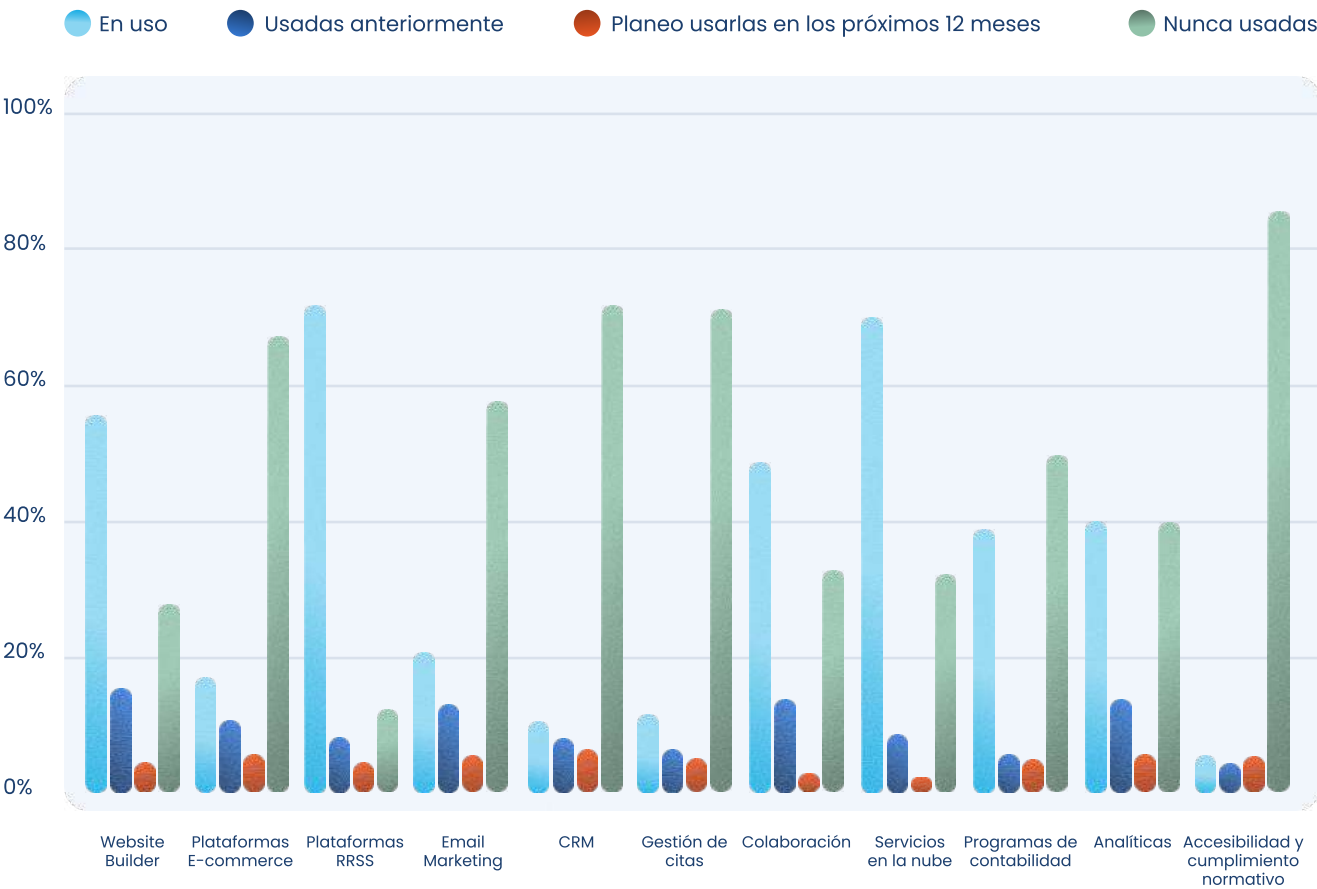
En nuestro sector, los clientes no llegan por la web. Nuestro producto está en Spotify, etc.

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Resumen

Las empresas adoptan herramientas digitales básicas como redes sociales y almacenamiento, pero su adopción disminuye drásticamente para soluciones más avanzadas o especializadas.

Resumen de herramientas digitales



Las respuestas revelan un patrón claro en el uso diario de las herramientas digitales, donde la mayoría de las empresas se siente cómoda utilizando lo esencial. Las redes sociales son la herramienta más utilizada: alrededor del 74 % las emplea para ganar visibilidad, comunicarse y promocionar su actividad. Muy cerca están los **servicios en la nube** (73 %), lo que indica que muchas empresas ya confían en soluciones digitales para almacenar y compartir información. Beyond these essentials, however, many businesses keep their digital toolkit fairly simple.

Más de la mitad de nuestros encuestados utilizan activamente constructores de sitios web, y una proporción similar usa herramientas de colaboración.

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Resumen

Las herramientas más avanzadas son mucho menos habituales. Cerca del 85 % de las empresas no utiliza soluciones de accesibilidad y los CRM y los sistemas de reservas tampoco están muy extendidos: alrededor del 75 % no los usa. Las razones más frecuentes son la falta de conocimientos, de tiempo o de claridad sobre en qué casos estas herramientas aportan un valor real.

Como se puede ver, las herramientas de marketing tienen un papel importante en este uso cotidiano. Las redes sociales destacan, pero muchas empresas también han probado constructores web y plataformas de email marketing, aunque no siempre las mantienen a largo plazo. Esto sugiere que las pymes consideran importante el marketing, pero se encuentran con barreras relacionadas con la complejidad o el tiempo que requieren estas soluciones.

Conclusiones principales :

- Las empresas grandes muestran una mayor propensión a utilizar herramientas enfocadas en la colaboración interna y la gestión de clientes.
- Las empresas más jóvenes (con hasta 3 años de antigüedad) se muestran más dispuestas a probar nuevas herramientas. Esto se refleja en un porcentaje más alto en la opción "planeo utilizarla" en las encuestas.
- Los constructores web, las herramientas de analítica y las plataformas de email marketing presentan altos niveles en la categoría "utilizado anteriormente". Este dato sugiere que, si bien muchas empresas las prueban, no siempre se consigue una adopción permanente a largo plazo.

Taken together, these patterns highlight an important theme. Small businesses are confident using marketing tools that offer quick visibility or simple, everyday value, but adoption drops sharply when tools require deeper setup, ongoing maintenance, or more technical expertise. **This points to a clear opportunity for simpler, more guided marketing solutions that help businesses move beyond basic visibility towards more consistent and measurable impact.**

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Nivel de confianza

La confianza para elegir herramientas digitales aumenta con el tamaño de la empresa, mientras que los autónomos sienten con mayor intensidad la carga de las curvas de aprendizaje.

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan seguro te sientes al elegir las herramientas digitales adecuadas para tu empresa?



La autoevaluación media de las empresas sobre su confianza en la elección y el uso de herramientas digitales se sitúa en 6 sobre 10, un dato que indica un margen de mejora.



Autónomo



10+ empleados



500+ empleados



El nivel de confianza está directamente relacionado con el tamaño de la empresa. Por ejemplo, los autónomos y las microempresas se sitúan por debajo de la media. Las empresas con más de 10 empleados alcanzan un promedio más alto, de 7 sobre 10, y finalmente, las compañías con más de 500 empleados llegan a la puntuación máxima, con un promedio de 8 sobre 10.

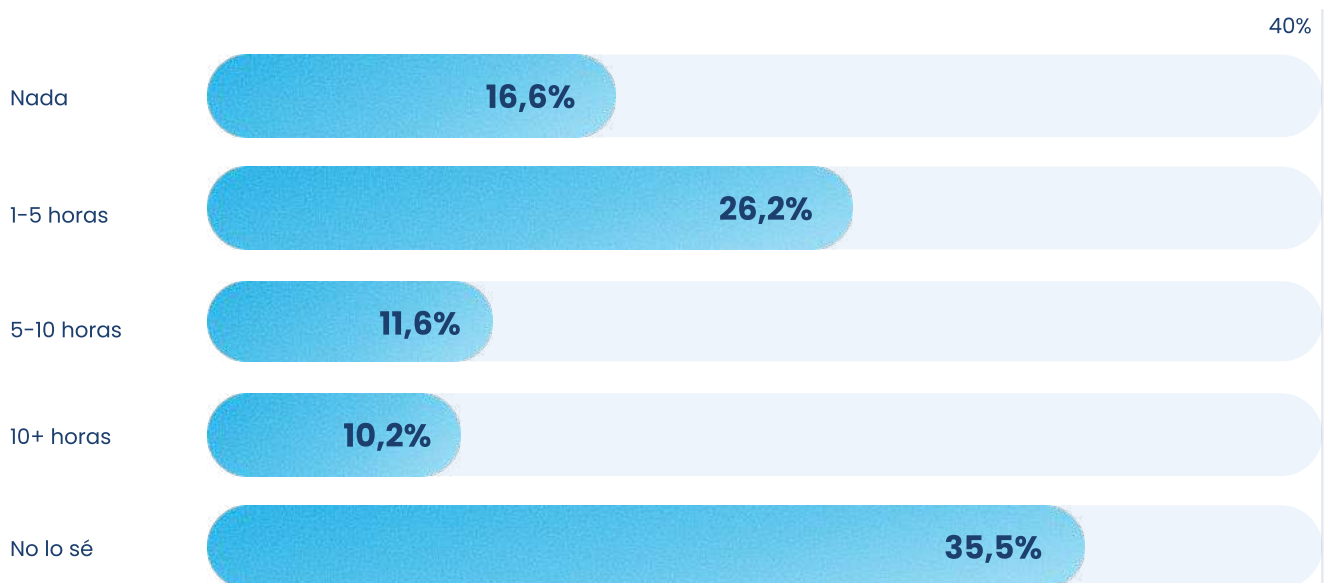
Esta correlación muestra que en empresas grandes la adopción digital se reparte entre varios roles, mientras que en negocios unipersonales depende de una sola persona, haciendo del tiempo y el conocimiento factores clave.

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Tiempo ahorrado

Muchas empresas no pueden medir el impacto de las herramientas digitales, y los autónomos a menudo sienten que no ahorran tiempo en absoluto.

¿Cuánto tiempo te ahorran a la semana las herramientas digitales?



Aunque la adopción de herramientas digitales es alta, la medición de su impacto y del tiempo ahorrado no siempre es clara. Aproximadamente un 35 % de las empresas no puede cuantificar este ahorro, cifra que supera el 43 % en organizaciones grandes, donde las mejoras se reparten entre varios equipos y son más difíciles de rastrear.

En los autónomos, el impacto se percibe de forma más directa: casi uno de cada cinco afirma que las herramientas digitales no les ahorran tiempo en absoluto. Esto indica que, en negocios muy pequeños, las herramientas pueden añadir complejidad en lugar de simplificar, especialmente cuando la instalación, el aprendizaje o la creación de contenido recae en una sola persona.

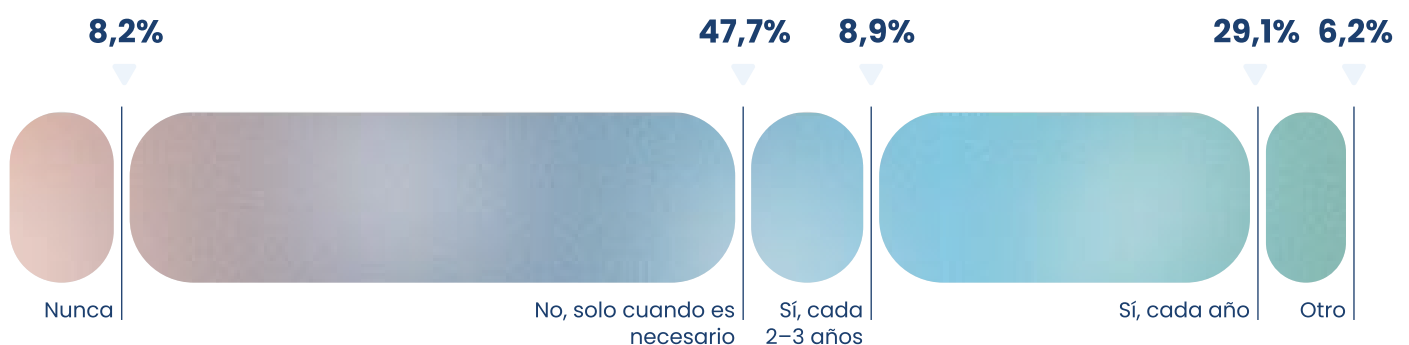
El patrón es claro: las empresas pequeñas reaccionan cuando es necesario, mientras que las grandes planifican y mantienen sus herramientas de manera sistemática.

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Mantenimiento

Las herramientas digitales se mantienen mayormente de manera reactiva, mientras que las empresas más grandes adoptan enfoques más sistemáticos y proactivos.

¿Revisas o actualizas tus herramientas digitales de manera regular?



Mantenimiento y medición de las herramientas digitales

En cuanto al mantenimiento, la mayoría de las empresas actúa de manera reactiva: casi la mitad de los encuestados solo actualiza sus herramientas cuando es estrictamente necesario. Esta tendencia es especialmente común en autónomos y microempresas, donde el 50 % actualiza únicamente cuando es indispensable y un 9 % reconoce no actualizar nunca sus herramientas.

Por el contrario, las grandes compañías muestran procesos más estructurados. El 57 % de las empresas con más de 100 empleados actualiza sus herramientas con frecuencia (cada dos o tres años, o incluso con mayor regularidad), apoyándose en sistemas automatizados o equipos dedicados.

Los comentarios reflejan prácticas muy diversas en el mantenimiento de las herramientas digitales:

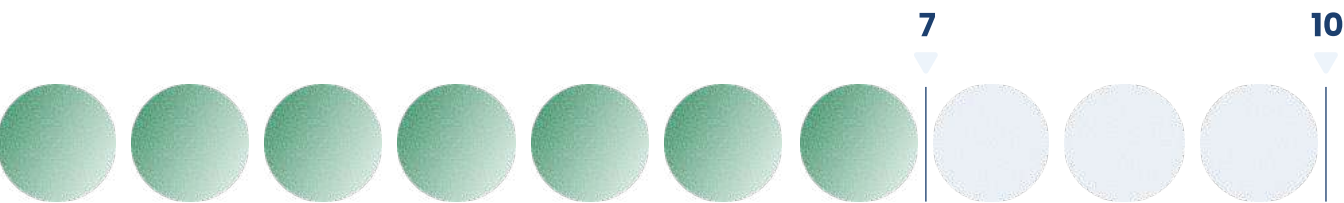
- **Mantenimiento continuo:** "Diario", "Cada semana", "Revisando constantemente"
- **Actualizaciones ocasionales por necesidad:** "Cuando algo cambia", "Cuando deja de funcionar", "Cuando escucho sobre algo mejor"
- **Mantenimiento delegado:** "Alguien más se encarga", "Mi proveedor"
- **Incertidumbre o saturación:** "No sé qué es esto", "Me falta experiencia"

BARRERAS PARA ADOPTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS

Confianza tecnológica

La confianza tecnológica se mantiene estable según la antigüedad de la empresa, pero depende mucho del tamaño: los autónomos se sienten menos seguros.

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan tecnológicamente capacitado te sientes?



En una escala del 1 al 10, la confianza promedio de las empresas encuestadas es de 7. Las organizaciones más grandes se califican con un 8, mientras que los autónomos se sitúan en 6, reflejando también lo que ocurre al elegir nuevas herramientas.



Autónomos



10+ empleados



500+ empleados



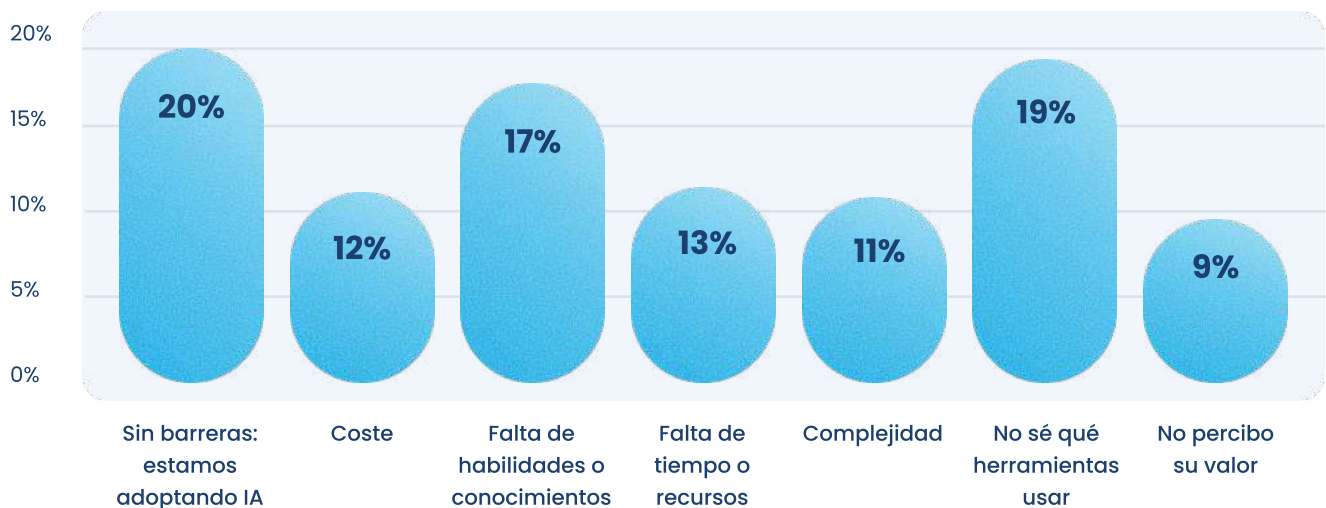
Curiosamente, la antigüedad de la empresa apenas influye: tanto las emergentes (1–3 años), como las en evolución (3–10 años) o las consolidadas (más de 10 años) muestran un promedio similar de 7.

BARRERAS PARA ADOPTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS

Desafíos

Las pymes están abiertas a nuevas tecnologías, pero se ven frenadas por la confusión, la falta de habilidades y la escasez de tiempo.

¿Cuál es el mayor desafío que impide a su empresa adoptar IA u otras tecnologías innovadoras? (Selecciona hasta 3 opciones)



Al preguntar sobre las barreras para adoptar IA u otras tecnologías, un 20 % de los encuestados afirmó no tener ninguna. El resto señaló tres obstáculos principales:

- Falta de claridad estratégica: 19 % no sabe qué herramientas usar.
- Falta de conocimientos: 17 % siente que no tiene el know-how para implementarlas.
- Falta de recursos: 13 % no dispone de tiempo o medios suficientes.

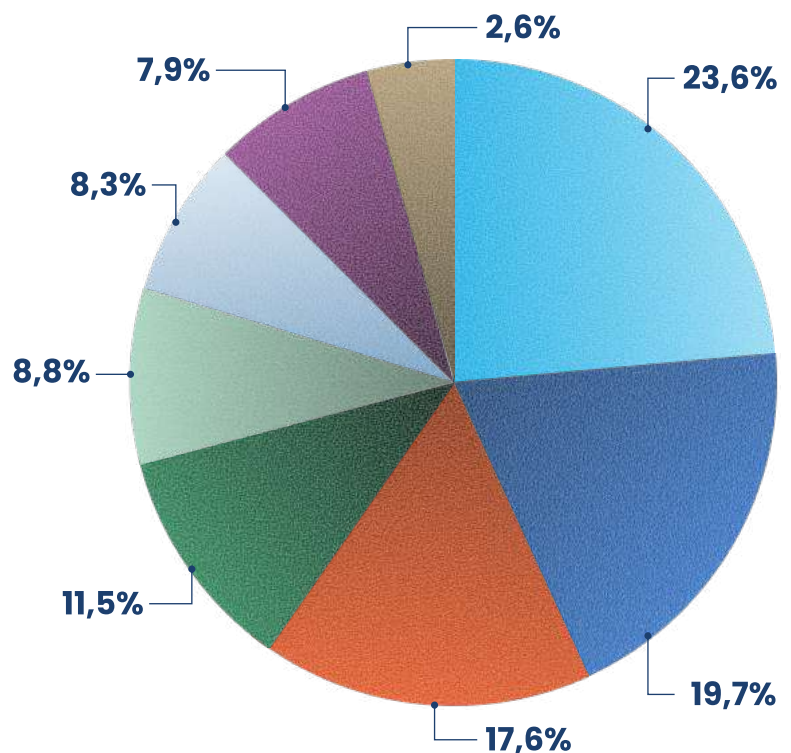
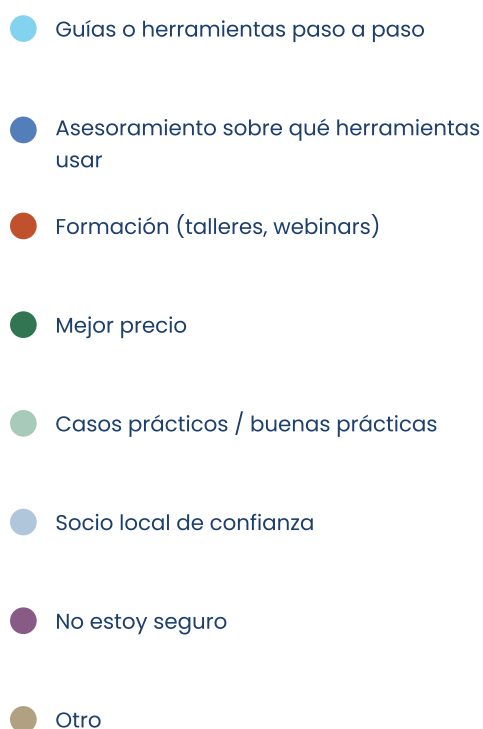
Esta distribución confirma que muchas empresas sí tienen la intención de avanzar, pero necesitan más orientación práctica para dar el primer paso. Existe también un grupo minoritario que no percibe un valor claro en estas herramientas. De este subgrupo, el 59 % son empresas con más de 10 años de actividad, lo que puede indicar que su solidez y trayectoria los lleva a no sentir una necesidad urgente de modificar sus procesos actuales.

BARRERAS PARA ADOPTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS

Apoyo necesario

Las empresas buscan orientación práctica y cercana: ayuda paso a paso, ejemplos reales y consejos claros sobre qué herramientas elegir.

¿Qué tipo de apoyo te sería más útil?



Muchos consideran que el entorno digital es confuso, saturado y cambiante. Por eso, al buscar ayuda con herramientas digitales y nuevas tecnologías, quieren apoyo que sea práctico, humano y confiable.

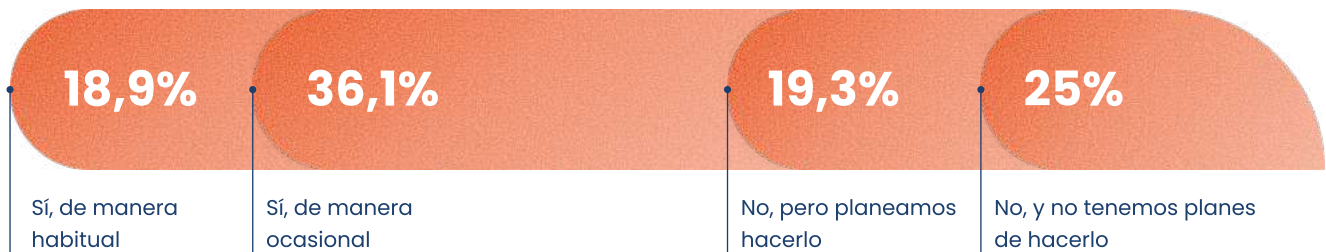
Casi la mitad de los encuestados valora especialmente guías paso a paso, formación práctica o casos reales que muestren cómo funcionan las herramientas. Otro 19 % busca asesoramiento sobre qué herramientas elegir, señalando que la falta de claridad y la fatiga por la toma de decisiones son barreras clave.

ADOPCIÓN DE LA IA

Niveles de uso

La adopción de IA está en marcha, pero de forma desigual, siendo el marketing la vía más común y accesible para empezar.

¿Ha comenzado tu empresa a usar herramientas de IA?



La adopción de la inteligencia artificial ya está en marcha, aunque de forma desigual entre empresas.

Casi 1 de cada 5 negocios utiliza IA de manera habitual, y otro 36 % la emplea de forma ocasional o está probando diferentes herramientas. Este grupo suele incluir empresas más jóvenes o con una orientación más digital.

El marketing se ha convertido en uno de los puntos de entrada más claros para la adopción de IA. Los encuestados señalaron que tareas como crear contenido para la web, redactar textos promocionales o generar publicaciones en redes sociales son áreas donde la IA ya resulta útil y de bajo riesgo. Al ser tareas frecuentes y de alto esfuerzo para muchas pequeñas empresas, el marketing se convierte en un terreno natural para probar la IA sin comprometer la precisión, el cumplimiento ni la imagen de marca. Esto refleja una tendencia general: el marketing suele ser la primera área donde las empresas notan los beneficios del apoyo digital.

Por otro lado, un cuarto de los encuestados no tiene planes de usar IA. Se trata sobre todo de empresas más antiguas, pequeñas y consolidadas, donde los procesos ya están establecidos y no sienten la necesidad urgente de cambiar.

ADOPCIÓN DE LA IA

Confianza y privacidad

La confianza, la fiabilidad y la privacidad de los datos son preocupaciones clave, y condicionan tanto la hesitación como el escepticismo frente a la IA.

Confianza y preocupaciones sobre la IA

Aunque la adopción de IA está en aumento, la confianza y la privacidad de los datos siguen siendo grandes preocupaciones. Más del 88 % de las empresas encuestadas manifestaron inquietud sobre la fiabilidad y la privacidad al usar herramientas de IA, y casi la mitad confía menos en la IA que en soluciones dirigidas por personas.

Los comentarios reflejan esta desconfianza: algunos describen la IA como “poco fiable”, “invasiva” o “una burbuja que ya está estallando”, mientras que otros destacan riesgos sobre privacidad, uso indebido de datos o falta de transparencia de los proveedores. Muchos propietarios de pequeñas empresas valoran las habilidades humanas y las relaciones personales, sintiendo que la IA entra en conflicto con lo que hace significativo su trabajo.

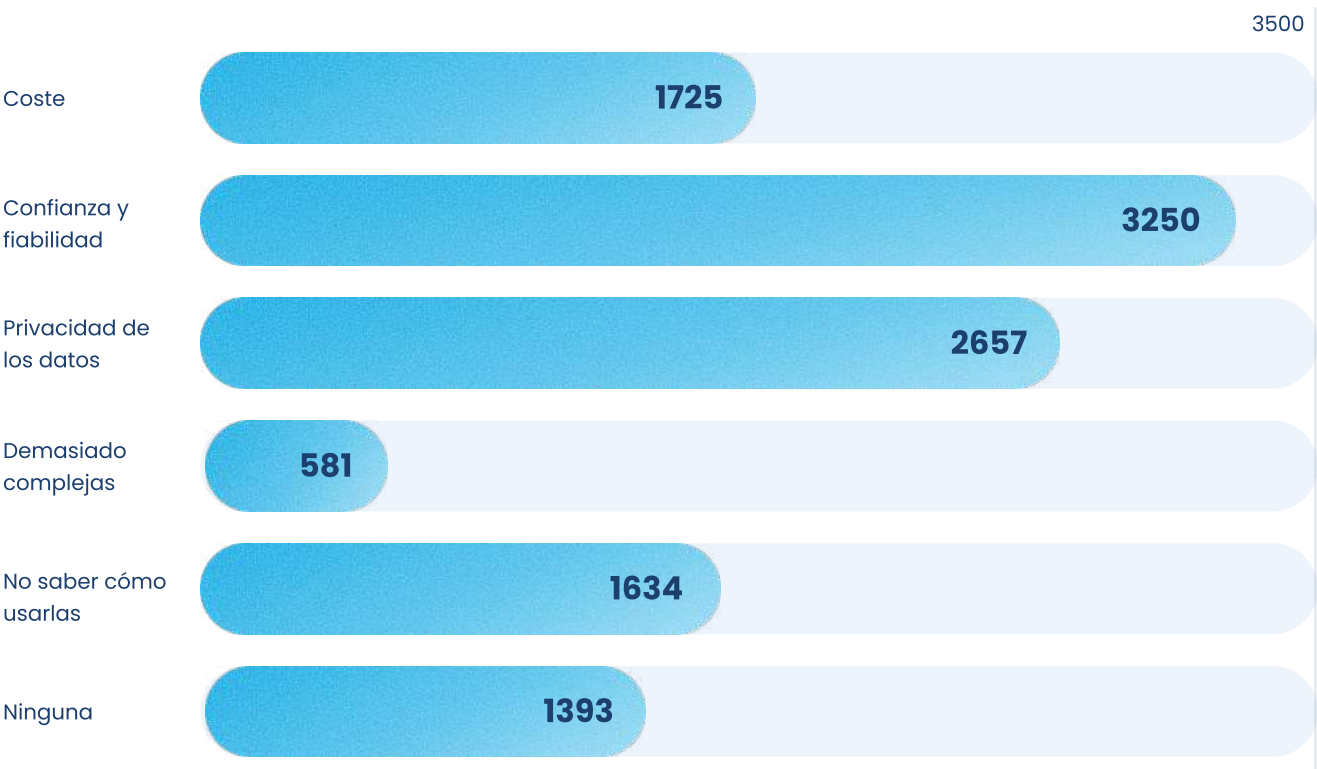
Aun así, no todas las empresas comparten esta percepción: alrededor del 20 % no tiene preocupaciones sobre la IA y casi un tercio confía en ella tanto como en los humanos. Algunos muestran curiosidad y optimismo cauteloso, señalando que la IA es útil para planificar y que la usarían si se garantiza un uso ético y seguro.

ADOPCIÓN DE LA IA

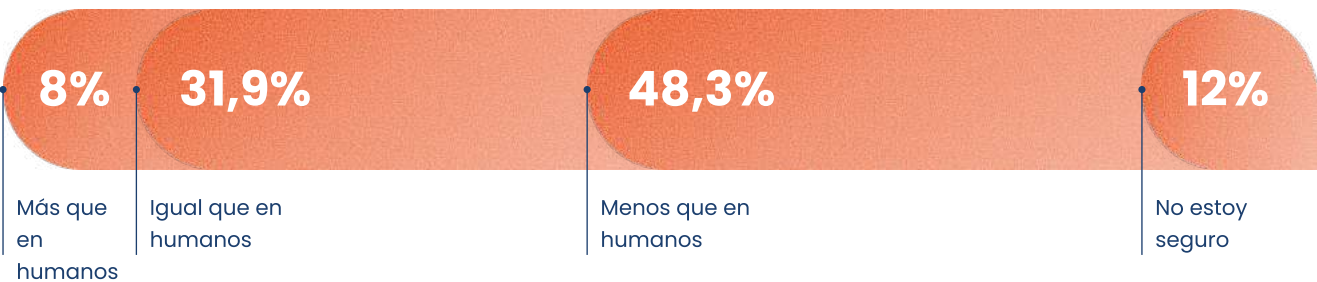
La confianza en la IA es un factor clave

La mayoría de las empresas confía menos en la IA que en soluciones gestionadas por personas, mostrando un fuerte apego a la habilidad y al trabajo humano.

Principales preocupaciones sobre las herramientas de IA (seleccione hasta 3)



¿Cuánta confianza tienes en la IA comparada con soluciones dirigidas por personas?

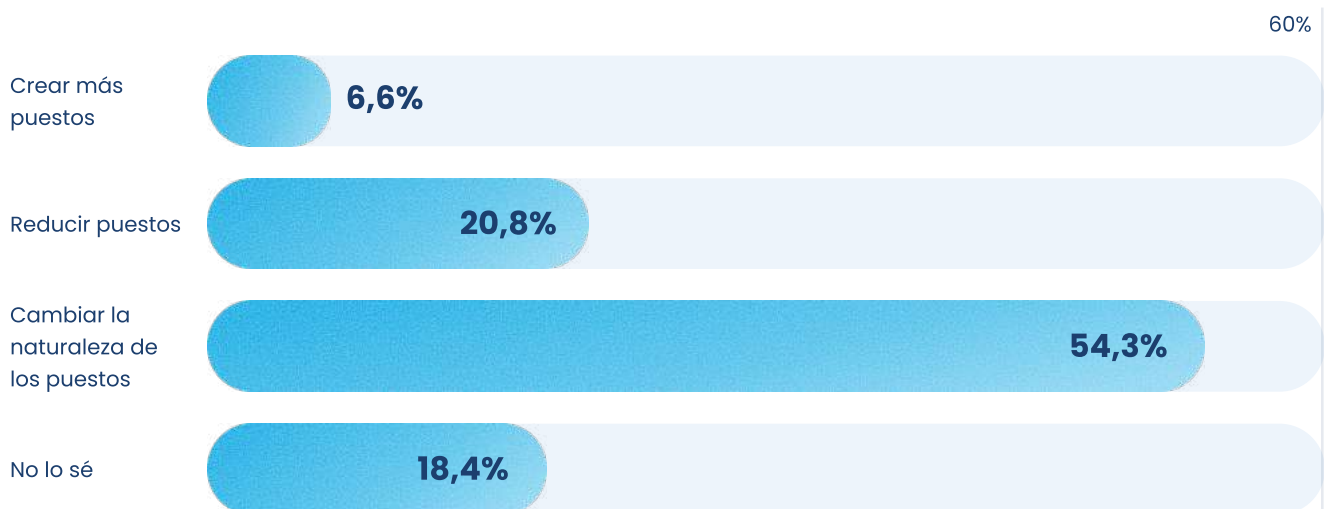


ADOPCIÓN DE LA IA

Impacto en puestos de trabajo

Más de la mitad cree que la IA transformará los puestos de trabajo en lugar de eliminarlos, reflejando un optimismo cauteloso.

¿Crees que la IA en su empresa creará más puestos, reducirá puestos o cambiará la naturaleza de los trabajos?



Más del 54 % opina que la IA cambiará la naturaleza de los trabajos, en lugar de reemplazarlos completamente. Aproximadamente 1 de cada 5 espera que reduzca puestos, y un 18 % no está seguro, reflejando la incertidumbre sobre el papel de la IA.

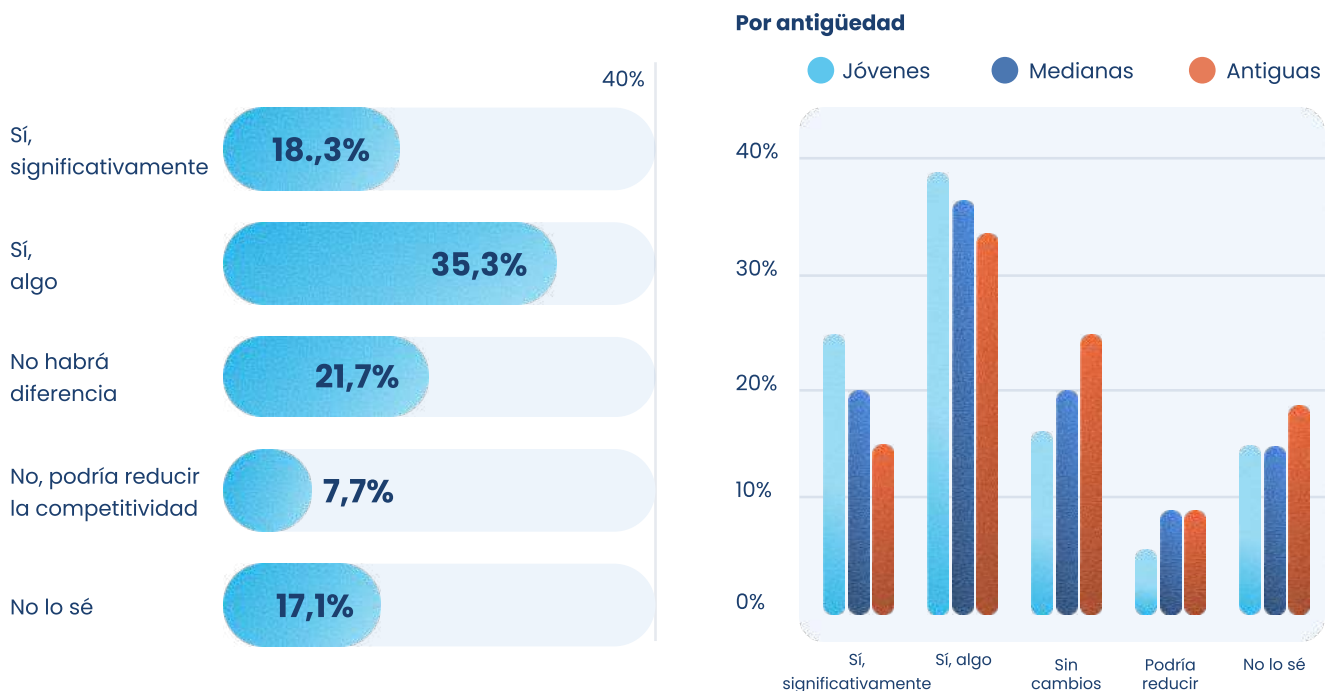
Este patrón se mantiene independiente de la antigüedad o tamaño de la empresa: la mayoría coincide en que la IA será más transformadora que disruptiva.

ADOPCIÓN DE LA IA

Competitividad

Muchos creen que la IA aumentará la competitividad, especialmente las empresas jóvenes y más orientadas a lo digital.

¿Crees que la IA hará tu empresa más competitiva en los próximos 2 años?



El 53% de las empresas opina que la IA les hará más competitivas, con mayor optimismo entre las empresas emergentes y digitales.

Alrededor del 21% cree que no tendrá impacto, principalmente empresas más antiguas y consolidadas que confían en métodos humanos tradicionales.

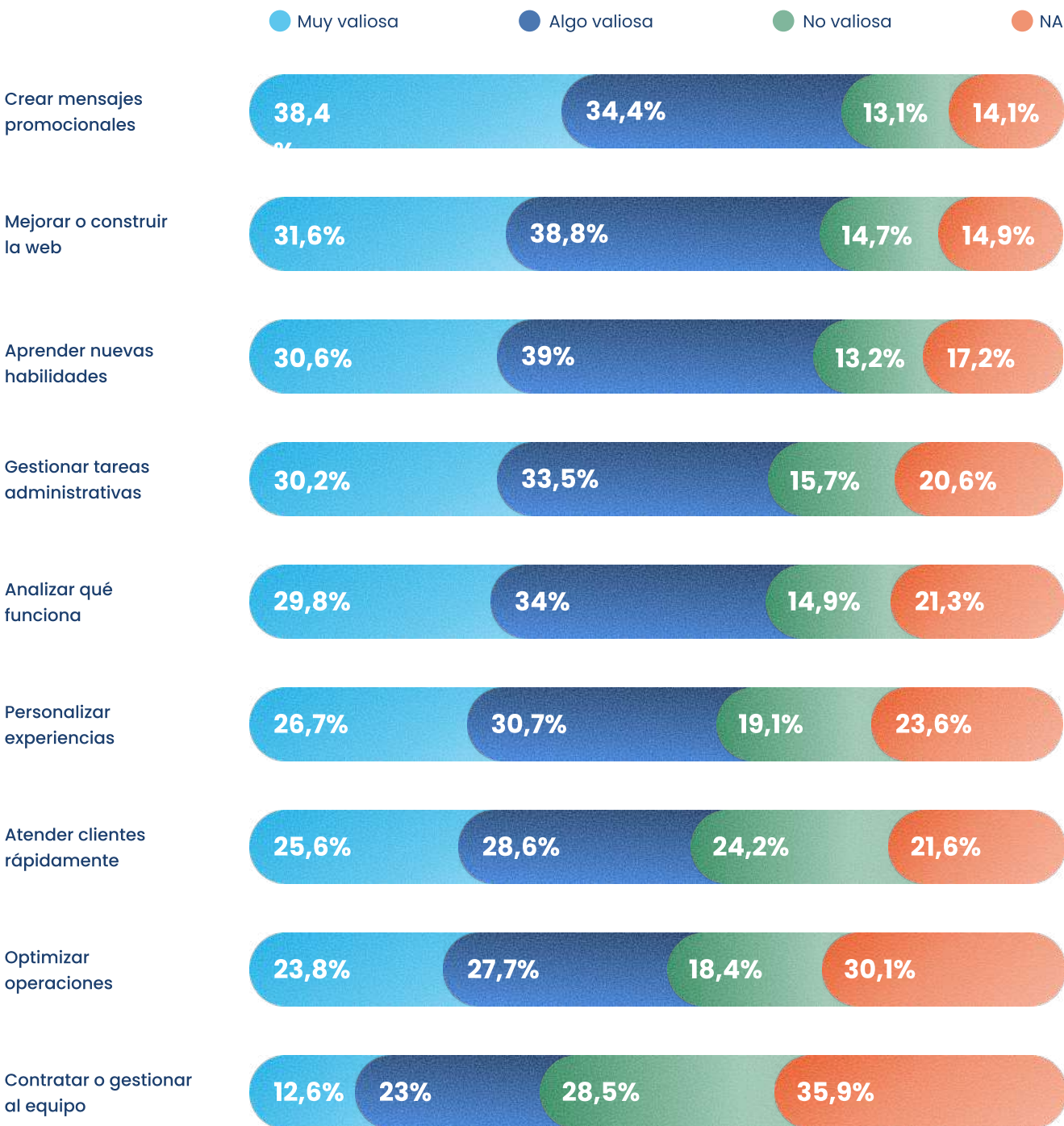
El 17% no está seguro, reflejando la confusión sobre la fiabilidad de la IA o cómo integrarla en sus procesos actuales.

ADOPCIÓN DE LA IA

Dónde aporta más valor la IA

La IA se percibe como más útil en tareas creativas y de aprendizaje, mientras que las funciones relacionadas con personas siguen siendo gestionadas por humanos.

¿Qué tan valiosa sería la IA para tu empresa en cada una de estas áreas?



ADOPCIÓN DE LA IA

Dónde aporta más valor la IA

Cuando se preguntó sobre el valor de la IA en distintos usos empresariales, la mayoría coincidió en que su mayor potencial está en tareas creativas y de aprendizaje, más que en atención al cliente u operaciones, probablemente porque estas áreas resultan más accesibles y “menos arriesgadas” para aplicar IA.

Lo que dijeron las empresas:

- Usan IA para crear mensajes **promocionales, desarrollar o mejorar su web y generar contenido de marketing** con gran eficacia: “La IA reduce significativamente el tiempo dedicado a escribir contenido.”
- La IA también apoya el **aprendizaje y la formación**: “Me ayuda a encontrar inspiración y aprender más rápido, como tener una mano extra en la parte creativa.”
- **Autónomos y pequeñas empresas** (menos de 10 empleados) emplean IA para **aligerar la carga de tareas repetitivas y estructuradas**: “La IA se encarga de tareas repetitivas y aburridas.”

En cambio, la contratación y la gestión de personal fueron las áreas menos valoradas para la IA. Los encuestados mostraron poca confianza en usarla para redactar ofertas de empleo, filtrar CVs o incorporar personal, sugiriendo que no quieren delegar decisiones “humanas” a la tecnología: “La IA no entiende a las personas ni el encaje, y eso es demasiado importante para arriesgarlo.”

ADOPCIÓN DE LA IA

Por edad y tamaño

Las empresas más pequeñas y jóvenes lideran el uso de la IA en más áreas, gracias a su agilidad y necesidades inmediatas.

¿Ha empezado tu empresa a usar herramientas de IA (por ejemplo, constructores de sitios web, herramientas de contenido, chatbots)?

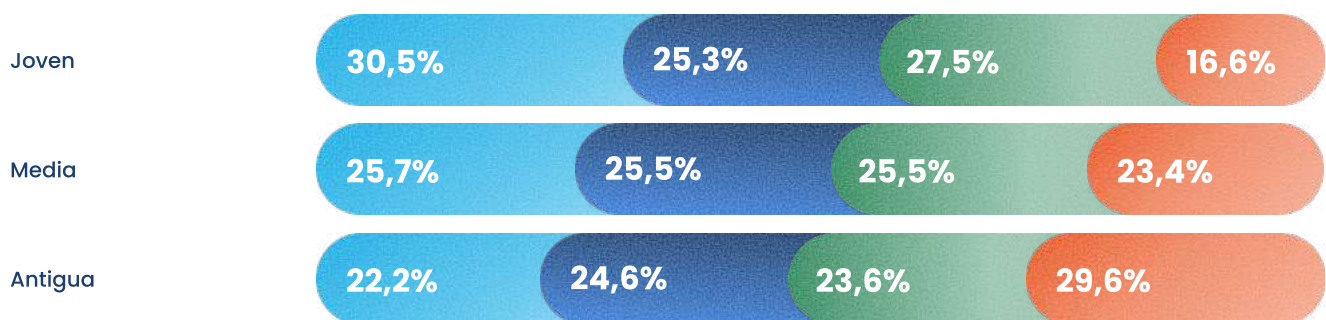
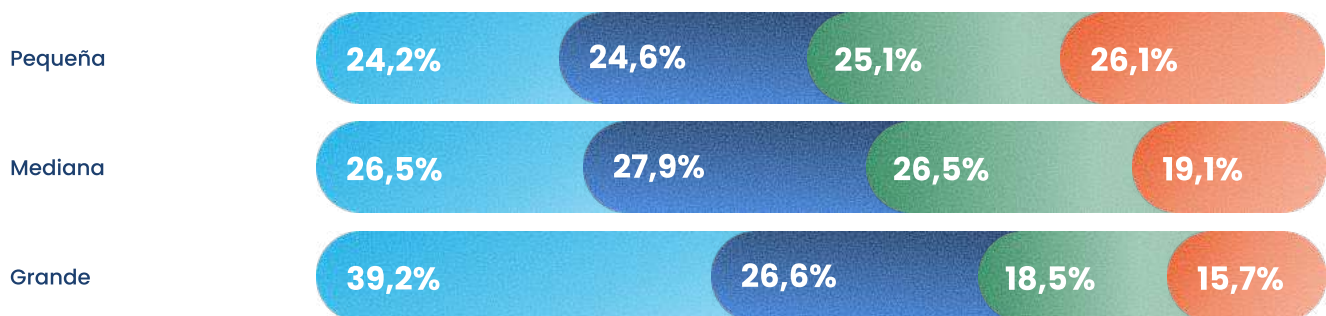
Edad de la empresa

● Sí, mucho

● Sí, poco

● No, pero planeamos

● No, y no planeamos

**Tamaño de la empresa**

La edad y el tamaño de la empresa influyen en el uso de la IA. Curiosamente, las organizaciones más grandes no lideran en la adopción de más casos de uso. Las empresas más pequeñas (2–49 empleados) reportaron un mayor número promedio de aplicaciones de IA valiosas que las grandes empresas (500+ empleados), posiblemente por su mayor disposición a experimentar o la necesidad inmediata de ganar eficiencia de forma económica.

La edad también marca la diferencia: las empresas jóvenes tienden a valorar la IA como muy o algo útil en todas las categorías, mientras que las empresas más antiguas (20+ años) muestran un escepticismo más constante.

ADOPCIÓN DE LA IA

Agentes de IA

El conocimiento sobre los agentes de IA es bajo, pero el interés está creciendo, sobre todo en empresas grandes.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el estado actual de tu organización respecto al uso de agentes de IA?



Cerramos nuestra encuesta preguntando sobre los agentes de IA. Un agente de IA es un programa que puede actuar de forma autónoma para completar tareas, aprendiendo de los datos, siguiendo objetivos y tomando decisiones sin intervención humana constante. Los encuestados indicaron que tanto la adopción como el conocimiento sobre estos agentes es todavía limitado.

Casi un 30 % de las empresas señaló que no tiene planes de usar agentes de IA, y otro 22,5 % admitió no saber lo suficiente para decidir sobre su implementación. Sin embargo, casi una cuarta parte ya los está usando o probando, y otro 23 % considera adoptarlos en el futuro cercano. Observamos que las organizaciones más grandes tienden a estar en este último grupo, mientras que las más pequeñas todavía se encuentran en fase de aprendizaje.

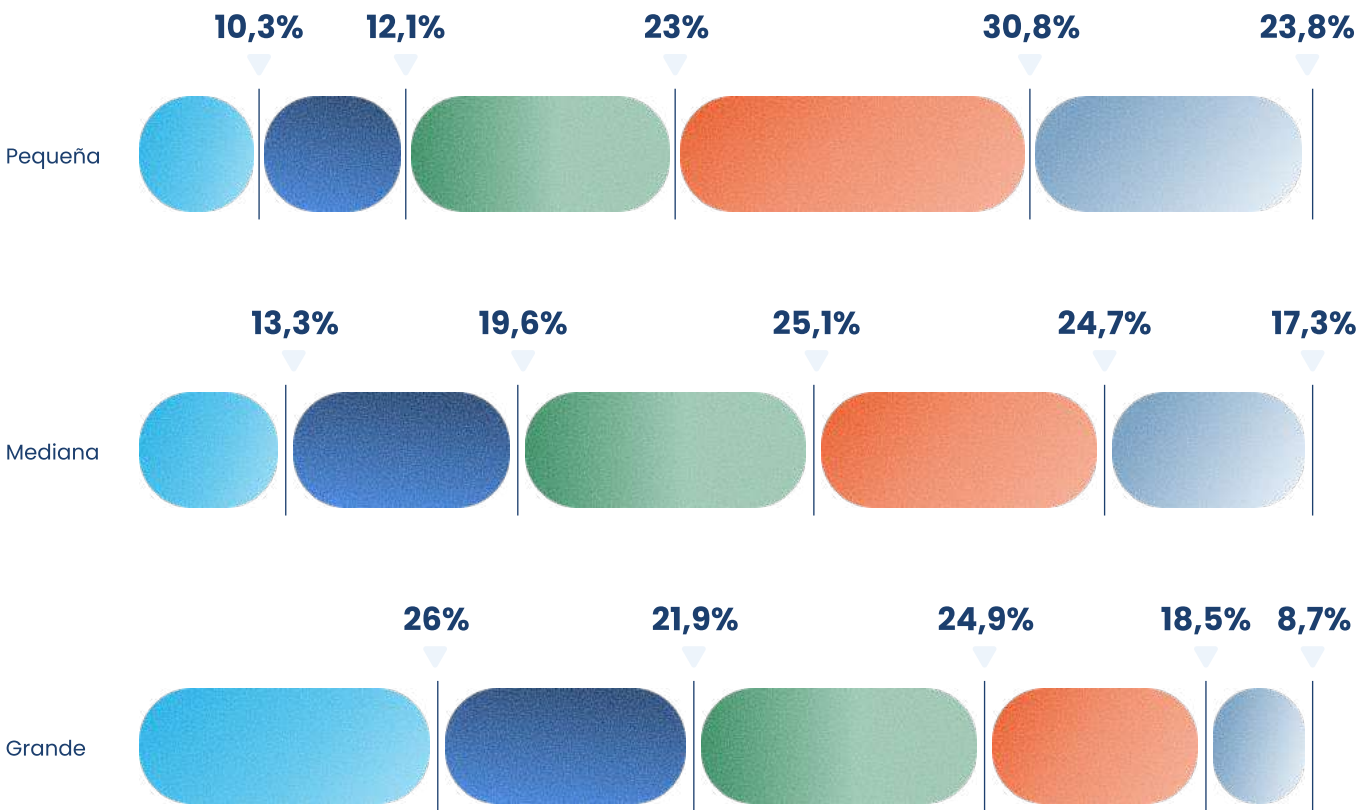
ADOPCIÓN DE LA IA

Agentes de IA

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la situación actual de su empresa respecto al uso de agentes de IA?

Por tamaño de empresa

- Ya estamos usando agentes de IA en una o más áreas del negocio
- Estamos explorando o probando activamente tecnología de agentes de IA
- Estamos considerando adoptarlos en el futuro, pero no hay planes inmediatos
- No tenemos planes de adoptar agentes de IA
- No sé lo suficiente sobre agentes de IA para responder



Reflexiones finales

Las empresas buscan claridad, sencillez y orientación de confianza, y **team.blue** está en una posición ideal para ofrecer soluciones digitales y basadas en IA que ayuden a las pymes a crecer.

Este estudio muestra cómo se encuentran las empresas europeas en su camino hacia la madurez digital. La mayoría ya usa herramientas digitales y reconoce el potencial de la IA para mejorar eficiencia, creatividad y competitividad. Sin embargo, muchas todavía no saben por dónde empezar, qué herramientas elegir o cómo utilizarlas de manera efectiva.

Las empresas más jóvenes y pequeñas son las que más experimentan con nuevas herramientas y la IA, usándolas para ahorrar tiempo, aprender más rápido y potenciar la creatividad. Las organizaciones más grandes y consolidadas, aunque suelen tener más confianza en sus capacidades técnicas, son más cautelosas y priorizan la seguridad de los datos, la confianza y el impacto práctico antes de dar grandes pasos.

Aún existe una brecha de conocimiento sobre la IA, y con ella una necesidad real de guía y claridad. Las empresas quieren soporte práctico, recursos fáciles de seguir y información transparente sobre cómo funcionan estas herramientas y qué pasa con sus datos.

En **team.blue** nos dedicamos a simplificar el negocio online, ayudando a nuestros clientes a elegir las herramientas y tecnologías que realmente les sirven. Nuestro ecosistema de marcas ofrece un conjunto en constante evolución de herramientas potenciadas por IA diseñadas para hacer más fácil la gestión del negocio.

La oportunidad está en acompañar a las empresas donde están, construir su confianza paso a paso y transformar las herramientas digitales en resultados reales y tangibles.

team.blue

Queremos agradecer a las marcas de team.blue que colaboraron en este informe y a las más de 8.200 personas que se tomaron el tiempo de compartir sus opiniones con nosotros.

active 24

catalyst2

combell

dominios.pt

GURU
CLOUD HOSTING

HOSTINGIRELAND.ie

hostingpalvelu

LCN

LETSHOST

Loopia

() names.co.uk

() nominalia

raidboxes
WordPress Hosting

() register365

SimplyBook.me

Simply.com

() simply
HOSTING & SERVERS

SUPERHOSTING.BG

transip

ukdedicated

webempresa

webnode

websupport