

excelia

DIGITAL PULSE 2025

Barómetro de Madurez Digital
de la Empresa Española

ÍNDICE

4

Introducción

6

Más allá de la digitalización

10

La transformación digital, pasaporte al mercado mundial

12

El siguiente nivel: automatizar, analizar, avanzar

14

IA: potencia, riesgo y oportunidad en una misma ecuación

16

La madurez digital empieza en las personas

18

La seguridad, la otra cara de la modernización digital

20

Más que procesos: transformar la experiencia del empleado

22

Conclusiones

24

Excelia: un paso más en la transformación digital

26

Definición de la muestra / Fuentes

La madurez digital de las empresas españolas constituye hoy un indicador esencial del grado de competitividad y resiliencia de la economía nacional. En un contexto europeo en el que la digitalización se ha consolidado como uno de los pilares de la Década Digital 2030, España muestra un progreso sostenido en conectividad, competencias digitales y servicios públicos digitales; sin embargo, la adopción tecnológica por parte del tejido empresarial, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (pymes), continúa siendo un desafío estructural.

Según el Digital Decade Country Report 2025 de la Comisión Europea, España ha avanzado de manera notable en infraestructura digital y en habilidades básicas de la población, situándose por encima de la media de la Unión Europea en ambos ámbitos.

No obstante, el informe subraya que solo el 27,2% de las empresas españolas utiliza servicios en la nube, frente al 39% de media europea, y apenas el 9,2% ha incorporado soluciones de Inteligencia Artificial (IA), lo que evidencia una brecha significativa entre los líderes digitales y el grueso del tejido empresarial.

El análisis de Eurostat (Digitalisation in Europe 2025) confirma esta tendencia: la digitalización empresarial española presenta altos niveles de adopción en tecnologías maduras, como la facturación electrónica, la presencia web o el comercio electrónico pero rezagos en la implantación de tecnologías avanzadas basadas en datos, automatización o IA. Estos patrones reflejan una digitalización “en dos velocidades”, donde las grandes empresas concentran la mayor parte de la inversión tecnológica, mientras que las pymes mantienen un ritmo más moderado.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas, el Informe de Digitalización de las PYMES 2024 del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) confirma esta tendencia. Aunque el 80% de las pymes dispone de conexión de banda ancha y cerca del 60% mantiene una presencia digital activa, la adopción de tecnologías avanzadas, como la analítica de datos o la automatización de procesos, sigue siendo limitada. Las principales barreras identificadas son la falta de recursos económicos, la escasez de talento digital y la percepción de complejidad tecnológica.

En el ámbito internacional, el OECD Digital Economy Outlook 2024 señala que el sector TIC creció un 7,6% en 2023 en promedio entre los países de la OCDE, casi tres veces más rápido que el conjunto de la economía.

En España, este dinamismo también se refleja en el aumento del valor añadido del sector y en el fortalecimiento de los servicios digitales, aunque la difusión tecnológica sigue siendo desigual entre regiones y tamaños empresariales.

En este contexto, en Excelia hemos querido profundizar en la percepción real de los profesionales españoles sobre el grado de digitalización de sus organizaciones.

Para ello, hemos realizado un estudio específico sobre la madurez digital de las empresas españolas, encuestando a más de 400 profesionales de todo el país, pertenecientes a compañías de diversos tamaños y sectores de actividad. El objetivo de esta investigación es entender, desde la experiencia directa de quienes impulsan la transformación en sus empresas, cuál es el nivel de avance percibido, qué retos persisten y qué factores están marcando la diferencia.

A continuación, presentamos los resultados de este estudio, que permiten complementar la visión institucional y estadística con una perspectiva cualitativa y cercana a la realidad empresarial española.

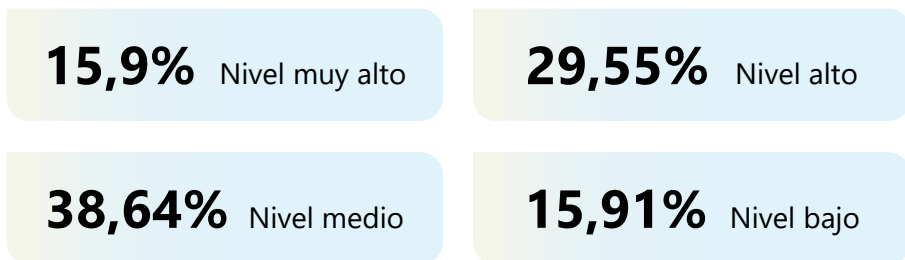
■ Más allá de la digitalización: el reto de alcanzar la madurez tecnológica

El punto de partida de este estudio ha sido medir la autoevaluación del nivel de madurez digital que hacen los propios profesionales de sus empresas, con el fin de identificar la distancia entre la percepción interna y la realidad objetiva del proceso de transformación digital.

Los resultados reflejan una visión moderadamente crítica. Más de la mitad de los encuestados (54,55%) considera que su empresa se encuentra en un nivel medio-bajo de madurez digital, lo que sugiere que, pese a los avances logrados en los últimos años, todavía existe un amplio margen de mejora en la integración efectiva de las tecnologías digitales en los procesos, la cultura organizativa y la toma de decisiones.

Por su parte, un 29,55% de los profesionales percibe que su organización alcanza un nivel alto de madurez, mientras que solo un 15,9% la califica como muy alta. Esta percepción se alinea con los datos antes mencionados de Eurostat, que muestran que, si bien España presenta elevados niveles de adopción en tecnologías consolidadas, el uso de soluciones más avanzadas basadas en datos, automatización o Inteligencia Artificial sigue siendo minoritario.

Madurez digital ...



Analizando la implantación de sistemas digitales en las empresas, observamos que las organizaciones españolas han priorizado fundamentalmente aquellas herramientas que permiten optimizar la gestión y garantizar la continuidad operativa.

La gestión documental y la firma digital se encuentran entre las soluciones más extendidas, con un 64,8% de adopción, mientras que los sistemas de CRM y de ciberseguridad y gestión de accesos también presentan un uso elevado, con un 62,5%.

Estos datos muestran que las empresas han invertido de manera consistente en estructuras que facilitan la organización interna, la relación con clientes y la seguridad, pilares básicos de cualquier transformación digital.

Por otro lado, sistemas orientados a la planificación y análisis avanzado, como el ERP (53,4%), herramientas de Business Intelligence (50%) o soluciones de automatización de procesos/RPA (43,2%), presentan una implantación relevante, aunque todavía por detrás de los sistemas básicos. Esto indica que la digitalización empresarial española está dando pasos hacia la explotación de datos y la eficiencia de procesos, aunque de manera gradual. En cambio, herramientas más especializadas como EPM, HCM o TMS muestran niveles de adopción mucho más limitados, lo que refleja que la digitalización avanzada sigue siendo un objetivo para fases posteriores de inversión tecnológica.

¿Qué sistemas digitales están ya implantados en tu empresa?

Plataforma de gestión documental/firma digital

64,77%

CRM (Customer Relationship Management)

62,50%

Sistemas de ciberseguridad y gestión de accesos

62,50%

Sistemas de ciberseguridad y gestión de accesos

53,41%

Factura electrónica

53,41%

Herramientas de Business Intelligence

50%

Soluciones de automatización de procesos o RPA

43,18%

HCM (Human Capital Management)

21,59%

EPM (Enterprise Performance Management)

17,05%

TMS (Treasury Management System)

12,50%

Ninguna de las anteriores

6,82%

En términos de prioridades estratégicas, la transformación digital se percibe como un objetivo relevante para la mayoría de las organizaciones. Casi la mitad de los encuestados (48,86%) afirma que la digitalización es “una de las prioridades” de su empresa, mientras que un 26,14% la considera una prioridad estratégica transversal, integrada en todos los niveles de la organización. Solo un pequeño porcentaje sitúa la digitalización en un nivel de baja prioridad (5,68%) o la considera relevante pero no prioritaria (19,32%).

Al analizar la posición de su sector frente a la digitalización, un 37,5% de los profesionales españoles considera que su sector está muy retrasado o algo rezagado en comparación con otros, mientras que la mayoría lo sitúa “en la media” (38,64%) y un 23,86% lo percibe como un ejemplo de transformación digital. Esto pone de relieve que, aunque muchas empresas avanzan en su digitalización interna, el ritmo de adopción varía entre sectores y que todavía existen áreas que necesitan acelerar su transformación para mantenerse competitivas.



En conjunto, los resultados de la encuesta muestran un panorama de digitalización en evolución: las empresas españolas han consolidado los sistemas y procesos fundamentales que garantizan la gestión, la comunicación y la seguridad, y empiezan a avanzar hacia soluciones más avanzadas de análisis de datos y automatización. La percepción de los profesionales confirma que, aunque los fundamentos digitales están bien asentados, alcanzar una madurez plena, especialmente en tecnologías avanzadas y en sectores menos dinámicos, sigue siendo un desafío, sobre todo para las pymes. Además, la importancia estratégica que las organizaciones otorgan a la transformación digital y la variabilidad entre sectores evidencian que la digitalización es un proceso continuo, que requiere inversión, planificación y adaptación constante para cerrar la brecha entre el nivel actual y el potencial completo de modernización tecnológica.

■ La transformación digital, pasaporte al mercado mundial

La digitalización no solo permite a las empresas optimizar procesos internos y mejorar la eficiencia operativa, sino que se ha convertido en un elemento estratégico clave para la expansión internacional. En un entorno globalizado, la capacidad de una organización para integrar tecnologías digitales en su modelo de negocio influye directamente en su competitividad y en la posibilidad de acceder a nuevos mercados.

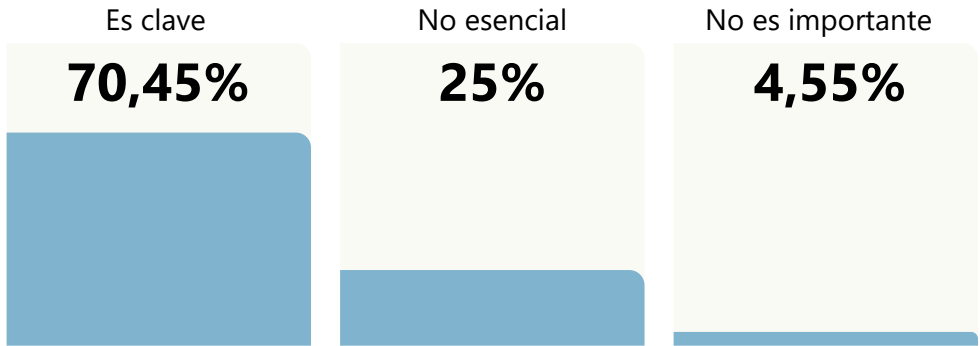
“ La adopción de modelos de negocio digitales es esencial para que las empresas se mantengan competitivas a nivel internacional.

Forrester

Las organizaciones que aprovechan tecnologías digitales avanzadas, como plataformas de análisis de datos, soluciones de automatización y sistemas de gestión integrados, logran agilizar la toma de decisiones, reducir costes operativos y adaptarse con rapidez a las demandas de distintos mercados globales.

Esta relevancia se refleja claramente en los datos de la encuesta realizada por Excelia: el 70,45% de los profesionales considera que la madurez digital de una empresa es clave para abrir nuevos mercados, mientras que un 25% opina que resulta importante principalmente para simplificar operaciones, pero no es esencial. Solo un 4,55% cree que la digitalización no tiene un papel relevante en la internacionalización. Los resultados evidencian que, desde la perspectiva de los propios profesionales, la digitalización es percibida como un habilitador estratégico para la expansión internacional y no únicamente como una herramienta operativa.

Importancia de la transformación digital en la internacionalización ...



La integración de tecnologías digitales facilita la comunicación y coordinación entre sedes y socios internacionales, permite implementar estrategias de marketing global y localizadas de manera más eficiente, y ofrece acceso a información en tiempo real sobre clientes, competidores y tendencias de mercado. En este sentido, alcanzar un alto nivel de madurez digital se traduce en una ventaja competitiva tangible que puede determinar el éxito o fracaso de la internacionalización de una empresa española.



■ El siguiente nivel: automatizar, analizar, avanzar

La automatización de procesos y el uso estratégico de los datos son dos de los pilares fundamentales de la madurez digital empresarial. La capacidad de una organización para automatizar tareas clave y tomar decisiones basadas en información precisa influye directamente en su eficiencia operativa, en la calidad de sus productos y servicios, y en su competitividad frente a otros actores del mercado.

Los resultados de la encuesta realizada por Excelia muestran que la automatización de los procesos clave (finanzas, recursos humanos, operaciones...) se encuentra todavía en una fase intermedia para la mayoría de las empresas españolas. Un 44,44% de los encuestados indica que sus organizaciones combinan tareas manuales con procesos automatizados, mientras que un 23,46% afirma que la mayoría de sus procesos están ya automatizados. Solo un 7,41% reporta una automatización integral y basada en datos, y un 24,69% describe sus procesos como principalmente manuales.

Automatización de procesos clave ...

24,7%

Procesos
manuales

44,5%

Combinación
entre manuales y
automatizados

23,4%

La mayoría
automatizados

7,4%

Automatización
integral

Estos datos reflejan que, si bien se han dado pasos importantes hacia la digitalización de procesos, la automatización avanzada todavía no está generalizada. Las empresas que logran avanzar hacia niveles altos de automatización pueden reducir errores, acelerar la ejecución de tareas y liberar recursos para actividades de mayor valor estratégico.

Uso de datos en la toma de decisiones ...

Esencial

53,1%

Moderado

35,8%

Bajo

7,4%

Escaso

3,7%

Por otro lado, el uso de datos en la toma de decisiones muestra un panorama más prometedor. El 53,1% de los profesionales encuestados señala que los datos son esenciales para la toma de decisiones, y un 35,8% los utiliza de manera moderada, aunque no los considera determinantes. Solo un pequeño porcentaje declara un uso escaso (3,7%) o bajo (7,4%) de los datos en sus decisiones estratégicas y operativas.

La combinación de datos y automatización permite a las empresas no solo optimizar procesos, sino también generar información predictiva y análisis avanzados que apoyen la planificación estratégica y la anticipación de riesgos. Las organizaciones que integran de manera efectiva ambos elementos logran una mayor agilidad, mejoran la capacidad de respuesta ante cambios del mercado y crean un entorno propicio para la innovación continua.

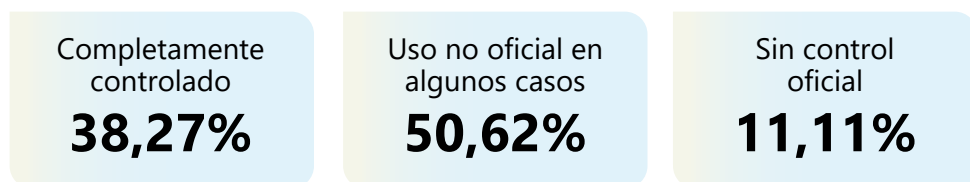
En conclusión, aunque la adopción de la automatización integral todavía es limitada, la mayoría de los profesionales españoles reconoce la importancia de los datos para la toma de decisiones. Avanzar hacia un uso más intensivo de la automatización y la analítica de datos constituye un paso esencial para alcanzar niveles altos de madurez digital y consolidar ventajas competitivas sostenibles.

■ IA: potencia, riesgo y oportunidad en una misma ecuación

La Inteligencia Artificial se ha convertido en uno de los vectores más disruptivos de la transformación digital, con un potencial significativo para optimizar procesos, apoyar la toma de decisiones y generar nuevas oportunidades de negocio. Sin embargo, su adopción en las empresas españolas todavía refleja una combinación de entusiasmo, cautela y cierta improvisación.

Según los datos de este estudio, solo el 38,27% de los profesionales asegura que el uso de herramientas de IA en su empresa está totalmente supervisado por el área de IT. Por su parte, la mayoría (50,62%) reconoce que se emplea de manera no oficial, de forma aislada en algunos equipos o por personas concretas, mientras que un 11,11% indica que su uso sin control se extiende a varias áreas de la organización. Estos resultados evidencian que, aunque la IA está cada vez más presente en las empresas, persiste una brecha significativa en términos de gobernanza, control y alineación con las políticas corporativas.

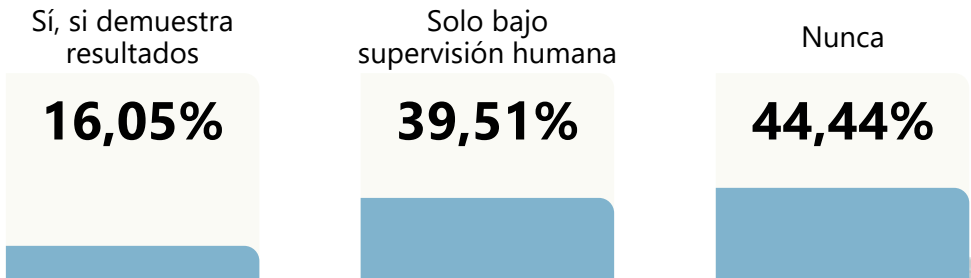
Control de uso de herramientas de IA ...



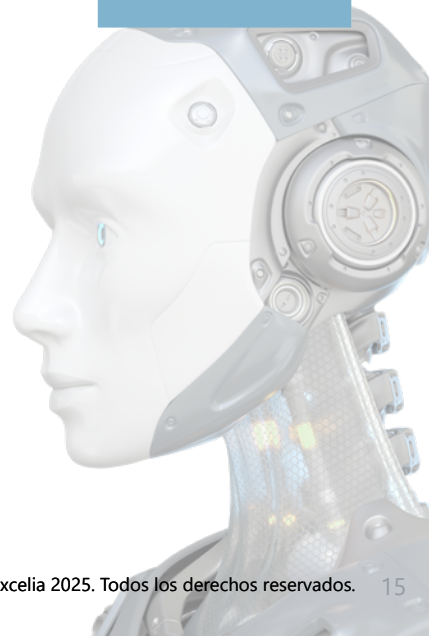
Respecto al impacto en el empleo, el 45,68% de los profesionales considera que la IA es una herramienta que potencia a la plantilla y no provocará reducciones significativas de personal. Un 35,8% estima que, aunque podría reemplazar algunas funciones, generará la necesidad de contratar perfiles distintos y más especializados, mientras que un 18,52% opina que su implementación podría tener un efecto directo en la reducción de costes mediante la disminución de plantilla. Esto refleja un debate abierto sobre la IA como habilitador de eficiencia frente a la percepción de riesgo laboral, que sigue presente en una parte del tejido empresarial.

La disposición a trabajar en empresas lideradas por IA también muestra un panorama mixto: el 44,44% de los encuestados considera que el factor humano sigue siendo indispensable, mientras que un 39,51% aceptaría el liderazgo de una IA, aunque con supervisión por parte de personas. Es llamativo que el 16,05% estaría dispuesto a trabajar bajo un liderazgo completamente autónomo de IA, siempre que demostrara mejores resultados que un líder humano. Esto pone de manifiesto que, aunque existe un interés creciente por aprovechar las capacidades de la IA, la confianza en su autonomía completa sigue siendo limitada y el juicio humano continúa siendo percibido como un elemento clave en la toma de decisiones y en la dirección estratégica de las empresas.

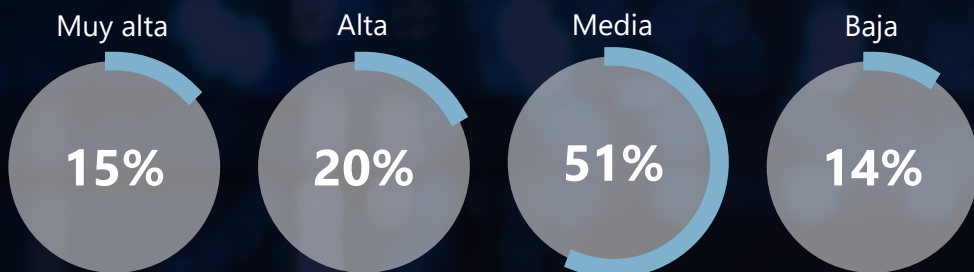
Disposición a trabajar en empresas lideradas por IA ...



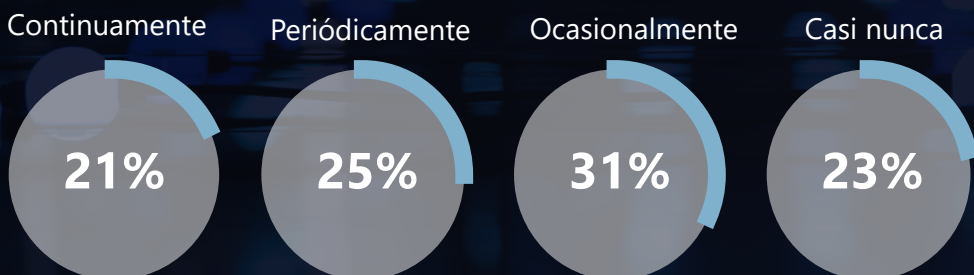
En definitiva, la Inteligencia Artificial constituye una oportunidad estratégica para las empresas españolas, pero su adopción efectiva requiere no solo inversión tecnológica, sino también un marco de gobernanza claro, formación del personal y definición de nuevas competencias. La IA puede potenciar la productividad y apoyar la toma de decisiones, pero su integración exitosa dependerá de cómo las organizaciones gestionen el equilibrio entre automatización, control humano y ética empresarial.



Preparación digital de la plantilla ...



Formación digital a empleados ...



■ La madurez digital empieza en las personas

La capacitación digital de la plantilla es un factor crítico para alcanzar y mantener la madurez digital en las empresas. No basta con contar con herramientas y sistemas avanzados; la eficacia de cualquier iniciativa tecnológica depende en gran medida de las competencias digitales de quienes los utilizan.

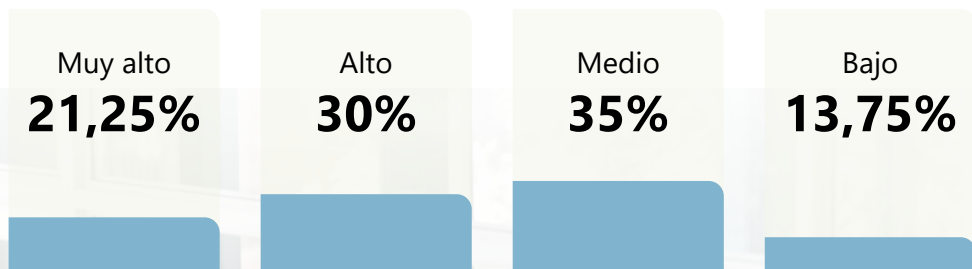
Según los datos de esta encuesta, más de la mitad de los profesionales (51,25%) considera que la preparación digital de la plantilla de su empresa es media, con competencias desiguales según áreas, mientras que un 20% la valora como alta y un 15% como muy alta, es decir, con formación continua y competencias consolidadas. Solo un 13,75% percibe carencias generalizadas en las habilidades digitales de su organización. Estos resultados evidencian que, aunque existen avances, la preparación digital de los empleados aún presenta un margen notable de mejora.

En cuanto a la frecuencia de la formación tecnológica, el 31,25% de las empresas ofrece cursos de manera ocasional, generalmente cuando se introduce una nueva herramienta, y un 22,5% apenas proporciona formación digital. Solo un 25% de las compañías implementa programas regulares y formales, mientras que un 21,25% mantiene formación continua con actualización constante y seguimiento. Esto indica que, aunque algunas empresas han incorporado políticas de aprendizaje estructuradas, muchas aún dependen de iniciativas puntuales que limitan la consolidación de competencias digitales a largo plazo.

En conjunto, estos datos muestran que la formación digital sigue siendo un área crítica para la madurez digital. Invertir en programas estructurados y continuos no solo mejora la capacidad de la plantilla para utilizar las tecnologías existentes, sino que también sienta las bases para la innovación, la eficiencia operativa y la competitividad en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

■ La seguridad, la otra cara de la modernización digital

Nivel de preparación de la empresa frente a ciberataques ...



La encuesta realizada por Excelia revela distintos niveles de preparación de las empresas frente a riesgos y amenazas de ciberseguridad, según la opinión de los profesionales que las conforman. Un 13,75% reconoce tener un nivel bajo, sin políticas ni tecnologías específicas, mientras que el 35% se sitúa en un nivel medio, contando con tecnologías básicas y políticas en vigor. Un 30% valora su preparación como alta, destacando la existencia de programas avanzados de ciberseguridad y formación, y un 21,25% afirma contar con tecnología especializada, formación, auditorías y capacidad de respuesta rápida ante incidentes.

Los resultados indican que, aunque muchas empresas han avanzado en la implementación de medidas de ciberseguridad, aún persisten brechas significativas en términos de preparación y capacidad de respuesta ante incidentes. La adopción de políticas proactivas, la formación continua y la inversión en tecnologías especializadas son esenciales para fortalecer la defensa frente a las amenazas cibernéticas.

La ciberseguridad se ha consolidado como una prioridad estratégica en la digitalización de las empresas españolas. Según el último Balance de Ciberseguridad de INCIBE, en 2024 se gestionaron más de 97.000 incidentes, lo que representa un aumento del 16,6% respecto al año anterior. De estos, el 32,4% afectaron a empresas, incluyendo pymes, micropymes y autónomos. Los incidentes más frecuentes fueron infecciones de malware (42.136 casos), seguido del fraude online, con más de 38.000 incidentes, y las intrusiones o intentos de acceso no autorizado, con 7.470 casos. Además, se identificaron 183.851 sistemas vulnerables susceptibles de ser explotados por ciberdelincuentes.

Estos datos muestran que el riesgo cibernético no es solo una cuestión técnica: puede comprometer la continuidad operativa, la reputación y la confianza de clientes y socios. La ciberseguridad se ha convertido en un factor estratégico, clave para la resiliencia organizativa y la competitividad. Las empresas que anticipan riesgos, implementan políticas robustas y forman a su personal, no solo minimizan los impactos sufridos a causa de posibles incidentes, sino que fortalecen su capacidad de reacción ante contingencias.

■ Más que procesos: transformar la experiencia del empleado

La digitalización no solo transforma procesos internos y operaciones, sino que también cambia la forma en que las empresas gestionan la relación con sus empleados. Contar con herramientas digitales orientadas al personal es un factor clave para mejorar la experiencia del trabajador, aumentar su compromiso y optimizar la eficiencia administrativa.

Según los datos de la encuesta, el 67,5% de los profesionales españoles señala que su empresa dispone de un Portal del empleado que permite gestionar nóminas, vacaciones y otros aspectos administrativos de manera sencilla. Un 15% indica que está en proceso de implementación, mientras que el 17,5% todavía no cuenta con esta herramienta.

Estos resultados muestran que la mayoría de las organizaciones reconoce la importancia de facilitar la gestión de recursos humanos mediante soluciones digitales. La adopción de portales del empleado no solo simplifica tareas rutinarias, sino que también **libera tiempo al departamento de RRHH para centrarse en funciones estratégicas** como el desarrollo del talento, la formación y la retención de empleados.

En definitiva, poner al empleado en el centro de la transformación digital permite a las empresas mejorar la experiencia laboral, incrementar la satisfacción del personal y fortalecer su competitividad a través de un capital humano más comprometido y eficientemente gestionado.

“ La mayoría de las organizaciones reconoce la importancia de facilitar la gestión de recursos humanos mediante soluciones digitales.

Disponibilidad de Portal del empleado ...

Si

67,5%

A horizontal bar chart with a light blue segment representing 67.5% and a light yellow segment representing the remaining 32.5%.

En proceso

15%

A horizontal bar chart with a light blue segment representing 15% and a light yellow segment representing the remaining 85%.

No

17,5%

A horizontal bar chart with a light blue segment representing 17.5% and a light yellow segment representing the remaining 82.5%.

■ Conclusiones: el futuro es digital... y la carrera por alcanzarlo ya ha comenzado

El informe **Digital Pulse 2025: Barómetro de Madurez Digital de la Empresa Española** de Excelia confirma que la madurez digital de las empresas españolas ha avanzado de manera significativa, pero aún enfrenta desafíos estructurales. La mayoría de las organizaciones ha consolidado herramientas y procesos fundamentales que garantizan la gestión, la comunicación y la seguridad, pero la adopción de tecnologías avanzadas como analítica de datos, automatización integral o Inteligencia Artificial sigue siendo limitada, especialmente entre pymes y sectores menos dinámicos.

La digitalización se percibe como un **habilitador estratégico** para la internacionalización, la eficiencia operativa y la innovación. Los profesionales encuestados destacan que la madurez digital es clave para abrir nuevos mercados y agilizar la toma de decisiones, lo que confirma el papel central de la tecnología en la competitividad global de las empresas españolas.

Asimismo, el estudio pone de relieve que la automatización y el uso estratégico de los datos constituyen pilares esenciales de la madurez digital. Aunque el uso de datos en la toma de decisiones es cada vez más generalizado, la automatización avanzada aún no está plenamente implementada, lo que limita la capacidad de optimizar procesos y generar análisis predictivos.

La Inteligencia Artificial emerge como un vector de transformación con alto potencial, pero su adopción todavía refleja brechas en gobernanza, control y confianza. **La formación digital de la plantilla y la ciberseguridad son factores críticos** para consolidar la madurez digital: invertir en competencias, programas estructurados y políticas de seguridad robustas no solo protege a las empresas frente a riesgos, sino que potencia su capacidad de adaptación y resiliencia.

Finalmente, la digitalización centrada en el empleado demuestra que la tecnología no solo transforma procesos, sino que también impacta directamente en la experiencia laboral y el compromiso del personal. Las organizaciones que integran portales del empleado y soluciones digitales de gestión de recursos humanos logran liberar tiempo para tareas estratégicas, fortaleciendo así el capital humano y la competitividad.

En conjunto, los hallazgos del informe Digital Pulse 2025: Barómetro de Madurez Digital de la Empresa Española de Excelia muestran que la transformación digital en España necesita de un proceso continuo: requiere inversión, planificación, adaptación constante y un enfoque integral que combine **tecnología, talento, seguridad y cultura organizativa**. Las empresas que logren integrar estos elementos estarán mejor posicionadas para enfrentar los retos del entorno digital, incrementar su competitividad y aprovechar plenamente las oportunidades de un mercado globalizado.



■ Excelia: un paso más en la transformación digital

En Excelia, nuestro objetivo es ofrecer soluciones End to End que permitan desarrollar proyectos integrales 360, adaptados a las particularidades de cada empresa. Nuestras soluciones y servicios se organizan en diferentes capas, que van desde lo esencial hasta lo estratégico, con el fin de acompañar a las organizaciones en cada etapa de su proceso de digitalización.

La primera capa abarca consultoría estratégica y mejores prácticas, proporcionando la guía necesaria para trazar el camino hacia el éxito. A continuación, implementamos aplicaciones tecnológicas y software, incluyendo nuestros productos propios, diseñados para resolver necesidades específicas y optimizar los procesos fundamentales del negocio, mejorando así la eficiencia operativa.

Finalmente, evolucionamos hacia soluciones avanzadas, como Inteligencia Artificial, análisis de datos y ciberseguridad, que permiten enfrentar los retos del mercado actual y garantizar operaciones seguras y eficientes. Todo esto se complementa con una capa de servicios que asegura coherencia y eficacia en la implementación de cada solución, combinando tecnología con conocimiento experto para ofrecer un valor tangible.

Gracias a este enfoque integral, nuestras soluciones están diseñadas para evolucionar junto con las necesidades de cada organización, generando un valor sostenible a largo plazo.



Equipo global con conocimiento local

Excelia cuenta con oficinas propias en 9 países de 3 continentes y operamos en más de 50 países de todo el mundo. En nuestro ADN está acompañar a nuestros clientes allá donde nos necesiten. Somos el aliado perfecto para las empresas en sus procesos de internacionalización, gracias a nuestra experiencia en este tipo de operaciones y a un conocimiento exhaustivo de cada mercado local.

Nos adaptamos a las necesidades concretas de cada cliente, ofreciendo un compromiso firme con la excelencia y asegurando que cada proyecto se ejecute con precisión, eficiencia y un enfoque alineado a los objetivos estratégicos de la organización. Con nuestra presencia global y entendimiento local, Excelia se posiciona como un socio confiable para impulsar la transformación digital y la expansión internacional de las empresas.

Strategy & Best Practices

Business Applications

Data

Artificial Intelligence

Cybersecurity

Automation

Software Development

Cloud

Definición de la muestra

El informe Digital Pulse 2025: Barómetro de Madurez Digital de la Empresa Española de Excelia se basa en un estudio realizado entre julio y septiembre de 2025 que encuestó a 407 profesionales pertenecientes a empresas españolas de todos los tamaños, regiones y sectores. La muestra refleja toda una diversidad de perspectivas, abarcando desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones, y cubre sectores de todo tipo, entre otros industria, salud, turismo, tecnología, finanzas, comercio, transportes o energía, garantizando así una visión representativa del tejido empresarial nacional.

El estudio tiene un margen de error del $\pm 4,9\%$ con un nivel de confianza del 95%, lo que asegura la fiabilidad de los resultados y permite interpretar las conclusiones con un alto grado de representatividad para la población empresarial española.

Fuentes

Datos globales y de mercado

Spain 2025 Digital Decade Country Report. Comisión Europea. **Ver**

Digitalisation in Europe 2025. Eurostat. **Ver**

Informe de Digitalización de las PYMES 2024. Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). **Ver**

OECD Digital Economy Outlook 2024. OECD. **Ver**

The Digital Transformation Services Landscape, Q2 2025. Forrester. **Ver**

Balance de ciberseguridad de 2024. INCIBE. **Ver**

Soluciones de excelia

Excelia – Soluciones. **Ver**



Excelia es una multinacional española de consultoría, tecnología y servicios profesionales con más de 25 años de experiencia en el mercado, con oficinas propias en 9 países y que opera en más de 50 a nivel global. Nuestro objetivo es ayudar a nuestros clientes a cumplir con sus retos empresariales, dando un paso más hacia un proceso de digitalización continua, a través de soluciones y servicios globales impulsados por la tecnología.

De esta forma, aseguramos un crecimiento sostenible a través de la innovación y apostando por nuevas tecnologías de vanguardia. Contamos con una amplia red de más de 300 profesionales repartidos por todo el mundo. Un equipo humano especializado y global, pero con conocimiento local, completamente comprometido con las necesidades de nuestros clientes.

Más información en www.excelia.com

info@excelia.com · 917 080 550
Paseo del Club Deportivo 1
Parque empresarial La Finca
Edificio 11, Planta 1
Pozuelo de Alarcón. Madrid

excelia