

The background image shows a person in a dark business suit holding a tablet. Overlaid on the image are various digital graphics: a world map, a bar chart with a line graph, a donut chart, and a clock icon. The text is centered over a white horizontal band.

TENDENCIAS DE DIGITALIZACIÓN DE LA PYME EN 2026

cosmomedia.
te ayudamos a digitalizar tu negocio





ÍNDICE:

Introducción

Tendencias de digitalización de la pyme en 2026

Ámbito de aplicación: Posicionamiento local e IA

Beneficios del formato audio

Conexión personal y cercanía
Estrategia 2x1: Audio y Texto
Mejora del SEO y el "Local Pack"

La IA como aliada tecnológica

Creación de guiones y voces
Automatización de contenidos
Optimización de tiempos y costes

Casos prácticos por sectores

Hostelería y Turismo
Servicios Profesionales
Comercio y Servicios locales

Conclusión y Cierre

Estrategia de contenidos con Cosmomedia



TENDENCIAS DE DIGITALIZACIÓN DE LA PYME EN 2026

CÓMO LA FISCALIDAD DIGITAL, LA IA Y EL NUEVO SEO LOCAL ESTÁN REDEFINIENDO EL DÍA A DÍA DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS.



¿Qué ruta digital le espera a la pequeña y mediana empresa española?

Este año, la pyme va a profesionalizar sus canales, impulsados por la inteligencia artificial y por herramientas de diseño, facturación y marketing, con el objetivo de ahorrar costes, mejorar tiempos y que toda esa eficiencia se traslade en una óptima gestión de su negocio

Tras el impulso del Kit Digital y el endurecimiento de la normativa fiscal y tecnológica, 2026 marca el paso **de la digitalización para cumplir a la digitalización proactiva**, para competir en un mercado cada vez más exigente.

Más del 70% de las empresas españolas usan IA:

El 33% de forma limitada, el 31% de manera moderada y un 7% de forma intensiva.



Una encuesta reciente del Banco Central Europeo (BCE), realizada a más de 5.000 empresas de la zona euro, revela que **solo el 27% de las compañías todavía no utiliza IA, mientras que el 33% lo hace de forma muy limitada, el 31% de manera moderada y un 7% de manera intensiva.**

Entre las cuatro grandes economías del euro, **España destaca: el 43% de las empresas españolas emplea la IA de forma moderada o intensa, situándose junto a Alemania a la cabeza de la adopción en Europa.**



En la cabeza de la UE, el 43% de las empresas españolas emplea la IA de forma moderada o intensa.



Cosmomedia, como empresa especializada en la digitalización de pymes y gestora de miles de proyectos vinculados al Kit Digital, ha analizado esta transición a partir de su propia experiencia, estudios internos y la evolución regulatoria que afecta directamente al tejido empresarial español.

Esta guía recoge las principales palancas de cambio que están definiendo el día a día de las pymes en 2026: desde la web y la facturación hasta la ciberseguridad, la IA y el posicionamiento local.

TENDENCIA 1

DE LA WEB CORPORATIVA A LA WEB OPERATIVA PARA CONSEGUIR CLIENTES

El Kit Digital supuso para muchos negocios el primer gran “salto” tecnológico: pasar del “no tener nada” a disponer de una web, un gestor de redes o un sistema de facturación digital.

Sin embargo, el cambio de fondo no ha llegado hasta ahora, cuando esas herramientas han empezado a usarse como centro operativo del negocio y no sólo como escaparate online.

Según el informe “[Radiografía de contratación de soluciones del Kit Digital](#)”, elaborado por Cosmomedia, **cerca del 78% de los servicios contratados se concentraron en el área del marketing digital**, y la web se consolidó como la solución estrella, con una media del 37% de las contrataciones y picos del 43% en comunidades como Madrid.





Lo relevante es que, **en 2026, esa web ha dejado de ser un folleto corporativo para convertirse en una sucursal abierta 24/7** que integra catálogo, stock, cita previa, reservas y, en muchos casos, tienda online.

La pyme ya no mide su presencia digital en visitas a la página de “Quiénes somos”, sino en pedidos, citas, formularios o en ventas emitidas a través de su entorno online.

Ese legado del Kit Digital se traduce en webs que expanden la actividad comercial, aportando valor real a los ingresos de la pyme.

TENDENCIA 2 LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, MÁS REAL QUE NUNCA

Si en los últimos años se ha popularizado el término IA en las pymes, 2026 es el momento en que inteligencia artificial, facturación y cumplimiento normativo se dan la mano.

La encuesta del BCE confirma que la IA ya es una realidad para la mayoría de las empresas de la zona euro, con usos que van desde la gestión de procesos hasta el análisis de datos.

En concreto, el informe del BCE sitúa a España como el segundo país en uso de IA, sólo por detrás de Alemania.

El 43% de las empresas españolas emplea la IA de forma moderada o intensa, frente al 47% de las empresas alemanas y situándose muy por encima de Italia (26%) y Francia (22%).





El año de la adaptación a Verifactu

El Reglamento de los sistemas informáticos de facturación, conocido como Verifactu, fija 2026 como el año clave para que las empresas y los autónomos puedan ir adaptando sus programas para que garanticen la integridad, inalterabilidad y trazabilidad de cada registro.

La **ampliación del plazo para 2027 deja este año como el tiempo de adaptación para aquellas pymes que quieren incorporar Verifactu** de una manera ordenada, integrando y probando los sistemas de facturación antes de que sea obligatorio.

Estos sistemas deben impedir la manipulación de los datos y, en algunos casos, permitir el envío casi inmediato de la información a la Agencia Tributaria.

Asesorías fiscales y despachos especializados sitúan el horizonte de 2027 como la fecha a partir de la cual ya no será aceptable operar con software que no cumpla con estas exigencias, especialmente para sociedades sujetas al Impuesto sobre Sociedades.

En la práctica, Verifactu convierte al software de facturación en una “caja negra fiscal”: todo movimiento deja rastro, nada puede borrarse sin dejar huella y las pymes que no se adapten se enfrentan a sanciones relevantes.



Factura electrónica B2B

En paralelo, la Ley Crea y Crece generaliza la factura electrónica en las relaciones B2B, con un calendario que depende de la facturación anual de las empresas y del desarrollo del reglamento técnico.

Las compañías con más de 8 millones de euros de facturación se encuentran en la primera oleada de implantación, mientras que el resto de pymes y autónomos dispondrán de un plazo adicional, una vez aprobado el reglamento.





2026 se perfila como el año de las pruebas, pilotos e integraciones entre plataformas de facturación, ERPs y soluciones sectoriales, con el objetivo de evitar el cuello de botella técnico y administrativo que se anticipa para 2027.

Las pymes que se adelanten en la integración de la factura electrónica con sus sistemas de gestión tendrán menos fricciones con clientes, proveedores y la propia Administración cuando la obligación sea plena.



AI Act y datos del BCE

El AI Act, la nueva Ley de Inteligencia Artificial de la Unión Europea, entra en su fase de plena aplicación progresiva a partir de 2026 para varios tipos de sistemas, especialmente los considerados de “alto riesgo”.

Entre ellos se incluyen herramientas para evaluación crediticia, selección de personal o sistemas que puedan afectar a derechos fundamentales, que exigen análisis de riesgos, supervisión humana y documentación exhaustiva.

La encuesta del BCE muestra que **la falta de adopción de IA es más frecuente entre las pymes: un 35% reconoce no utilizar estas tecnologías, frente al 13% de las grandes empresas.**

Aun así, el informe destaca **que las pymes que sí hacen un uso significativo de la IA planean destinar de media hasta un 21% de su inversión a esta tecnología**, por encima incluso de las grandes compañías intensivas en IA, lo que indica que una parte del tejido pyme se sitúa en la vanguardia.



Adaptar el uso de la IA al AI Act

Para la pyme española, el impacto directo se concentra en dos frentes: transparencia y responsabilidad compartida con sus proveedores tecnológicos.





El propio BCE subraya que **la IA se utiliza principalmente para optimizar procesos de negocio**, tanto principales como secundarios, y menos como herramienta directa de reducción de costes laborales, lo que encaja con el patrón de adopción observado en muchas pymes españolas.

TENDENCIA 3

DE LA RED SOCIAL AL CANAL DE VENTA PROFESIONAL

Las redes sociales han dejado de ser una vitrina de fotos bonitas para convertirse en un **canal mixto de atención al cliente, reputación y venta directa**.

En 2026, buena parte de las pymes españolas ha abandonado la obsesión por el número de seguidores o los “me gusta” y se fija en métricas más específicas y adaptadas, como citas o contactos obtenidos a través de redes sociales, clics en teléfono, formularios, mensajes directos, etc..



En este contexto, el contenido ha madurado: **ya no se trata solo de publicar ofertas, sino de demostrar conocimiento**.

Un taller mecánico que sube vídeos cortos explicando cómo identificar una avería en el coche o una clínica dental que enseña el paso a paso de un tratamiento fomentan confianza y acortan la distancia entre el usuario y la contratación real del servicio.

Además, la **mensajería directa o grupos de difusión se ha convertido en un CRM de entrada**: presupuestos, reservas y consultas entran por WhatsApp, Instagram o Facebook, y muchas pymes ya registran esos contactos en sus sistemas de gestión.

En paralelo, el foco en micro-influencers locales ha ganado terreno: negocios de barrio colaboran con perfiles de su ciudad o de nicho, con comunidades pequeñas pero muy implicadas y con mayor capacidad real de generar visitas que grandes influencers generalistas.

**TENDENCIA 4****CIBERSEGURIDAD POR IMPERATIVO LEGAL Y COMERCIAL**

La ciberseguridad ha dejado de ser un “extra tecnológico” para convertirse en la condición de acceso a determinados mercados, especialmente a raíz de la **transposición de la Directiva NIS2** y el incremento continuado de incidentes en España.

Sectores críticos como el de la alimentación, energía, salud, transporte o servicios digitales ven cómo medianas empresas y organizaciones esenciales deben cumplir requisitos estrictos de seguridad, notificación de incidentes y gobernanza del riesgo.



Este marco tiene un **efecto de arrastre directo sobre la pequeña pyme**: aunque no esté sujeta formalmente a NIS2, se convierte en un eslabón de la cadena de suministro.

Cada vez es más habitual que un gran cliente exija a sus proveedores evidencias de medidas básicas de protección (copias de seguridad inmutables, autenticación multifactor, segmentación de redes, planes de respuesta ante incidentes) antes de firmar o renovar un contrato.

En este escenario, el enfoque “Zero Trust” o confianza cero se impone: ningún acceso se da por seguro solo por estar dentro de la red de la empresa.

Para la pyme, esto se traduce en **políticas de acceso más estrictas**, autenticación en dos o más factores para las cuentas críticas, cifrado de información sensible y revisiones periódicas de vulnerabilidades, además de formación básica del personal frente a phishing y fraudes digitales.



TENDENCIA 5 TALENTO HÍBRIDO Y EXPLOSIÓN DEL NO-CODE

La dificultad para encontrar perfiles técnicos y los costes asociados han impulsado una oleada de soluciones No-Code en el tejido pyme, que permiten crear aplicaciones y automatizaciones sin necesidad de escribir código.

Estas plataformas democratizan la creación de pequeñas herramientas internas, poniendo en manos del personal administrativo o de operaciones la **capacidad de diseñar sus propios “parches digitales”**.

En el entorno industrial, por ejemplo, se generalizan aplicaciones construidas con herramientas como AppSheet o Airtable para escanear códigos QR en almacén, actualizar stocks en tiempo real y eliminar fichas en papel.

En hostelería, proliferan sistemas sencillos de control de alérgenos o pedidos a proveedores que lanzan avisos automáticos cuando determinados productos alcanzan un umbral mínimo.

En clínicas y centros sanitarios de pequeño tamaño, es cada vez más habitual ver automatizaciones que se encargan de enviar recordatorios de citas, cuestionarios previos o seguimientos post intervención, liberando a la recepción de llamadas repetitivas.

Todo ello ha consolidado la figura del **“superusuario” o perfil híbrido** dentro de la pyme: alguien que conoce el negocio y, al mismo tiempo, sabe traducir sus necesidades a flujos en herramientas No-Code.





TENDENCIA 6 DEL SEO AL GEO PARA POSICIONARSE EN LA IA

El posicionamiento local ya no consiste solo en aparecer en un mapa, sino en cómo los algoritmos de búsqueda, cada vez más basados en IA, describen y recomiendan un negocio concreto frente a sus competidores.

La combinación del **Local Pack de Google con experiencias de búsqueda generativa** ha cambiado las reglas: ahora no solo importa estar, sino cómo se resume la propuesta de valor de cada pyme.



Reseñas para ganar autoridad

Las **reseñas** juegan un papel más cualitativo: testimonios con fotografías, descripciones detalladas y mención de servicios específicos pesan mucho más que puntuaciones genéricas de 5 estrellas con una sola palabra.

En paralelo, **el uso de datos estructurados** (Schema Markup) se ha vuelto fundamental para que los algoritmos identifiquen horarios, servicios, precios orientativos o disponibilidad de cita previa de manera inequívoca.



Búsquedas por imagen

La **búsqueda visual** añade otra capa, con herramientas como Google Lens, que permiten que un usuario localice una tienda o un producto simplemente fotografiando un objeto en la calle y buscando dónde comprarlo cerca.

Las **pymes de retail** que cuidan la calidad de sus imágenes, etiquetan correctamente sus productos y mantienen actualizados sus catálogos online parten con más ventaja en este nuevo escenario, **donde la cámara del móvil se ha convertido en una puerta de entrada al comercio local.**





2026, un año de transición y oportunidades

Este 2026 es un **año de transición hacia nuevas herramientas digitales de facturación y gestión de negocio**. Además, para la pyme es el año de la oportunidad de la IA, ya que todavía se están asentando las nuevas bases en la IA generativa, lo que le permite acceder y crecer sin ser arrollado por las grandes compañías.

La inteligencia artificial se consolida como motor de eficiencia, descargando horas administrativas y contables, mientras que el SEO se vuelve más GEO local, conversacional y dependiente de los datos que cada negocio ofrece a los algoritmos.

Los datos del BCE apuntan a que la mayoría de las empresas europeas planean destinar en torno al 9% de su inversión total a la IA en los próximos 12 meses, con España situándose en la parte alta de la tabla.



Incluso quienes todavía no utilizan estas tecnologías reconocen que empezarán a invertir en IA, lo que confirma que la cuestión ya no es si la pyme adoptará inteligencia artificial, sino cómo y con qué objetivo.





En este contexto, la improvisación digital ha dejado de tener recorrido: ya no basta con abrir perfiles en redes sociales o instalar un software sin estrategia.

La pyme que combine cumplimiento normativo, automatización inteligente, seguridad y un posicionamiento local sólido será la que saque verdadero partido a esta “Era de eficiencia real” impulsada por la IA.



Para muchas de estas empresas, contar con empresas especialistas en digitalización, capaces de traducir normativas complejas, datos y tendencias tecnológicas en soluciones prácticas, se ha convertido en una pieza más del engranaje competitivo.

En este sentido, **Cosmomedia** aporta una visión privilegiada desde el terreno, al situarse “a pie de pyme”, lo que permite anticipar los cambios y saber cómo aplicarlos en la pequeña y mediana empresa, para desarrollar **una eficiencia real en el impulso digital de la pyme y del autónomo.**



Tendencias de digitalización de la pyme en 2026

hola@cosmomedia.es
www.cosmomedia.es