



2024

Estudio sobre la Salud Digital en Europa



Página de contenidos

1. Resumen ejecutivo	Páginas 03-04
2. Aspectos destacados	Página 05
3. Capítulos	Páginas 06-46
Capítulo 1: Panorama de la Salud Digital	Páginas 06-08
Capítulo 2: Uso de Plataformas Digitales y en la Nube	Páginas 09-13
Capítulo 3: Plataformas Digitales y en la Nube: retos y efectos	Páginas 14-17
Capítulo 4: Plataformas Digitales y de la Nube: aumento de los costes	Páginas 18-20
Capítulo 5: Factores que influyen en las decisiones de compra de productos digitales	Páginas 21-24

Capítulo 6: El proceso de Transformación Digital	Páginas 25-26
Capítulo 7: Retos y ventajas de la Transformación Digital	Páginas 27-30
Capítulo 8: La Inteligencia Artificial	Páginas 31-40
Capítulo 9: Efectos de la Macroeconomía en los Empleados y la Empresa	Páginas 41-44
Capítulo 10: Privacidad de los Datos	Páginas 45-46
4. Por qué la Salud Digital debería ser una prioridad en la planificación actual de cualquier empresa	Páginas 47-48
5. Cómo puede ayudar Zoho	Páginas 49-50
6. Metodología y Datos Demográficos	Página 51
7. Zoho	Página 52

Resumen Ejecutivo



Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

La salud digital de las empresas no solo es fundamental para el éxito de dichas empresas, sino que también tiene un impacto más amplio sobre la economía europea. En mercados cada vez más competitivos, con un número cada vez mayor de factores macroeconómicos que influyen en

el mundo empresarial, gozar de una buena salud digital puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

La salud digital afecta significativamente al impacto de las inversiones en nuevas tecnologías. Sin una base digital en buen estado, las ventajas de las nuevas tecnologías serán extremadamente limitadas. Por ejemplo, para rentabilizar las inversiones en inteligencia artificial, las empresas deben modernizarse y contar con una plataforma unificada que elimine las barreras del flujo de datos o recopilar todos los datos en tiempo real en una plataforma centralizada de análisis de datos. Solo así pueden los modelos de inteligencia artificial acceder a los datos necesarios para aumentar la

eficiencia, automatizar las funciones correctamente, hacer recomendaciones informadas, ayudar a prevenir el fraude o conseguir buenos resultados en el resto de casos de uso que pueden marcar la diferencia para el negocio.

La salud digital influye en el rendimiento de cada departamento de una empresa. Por ejemplo, actualmente, con la experiencia del cliente, los clientes esperan que una empresa interactúe de forma fluida y sin problemas con ellos en cada momento. Esto sería imposible sin una buena salud digital. Los empleados también esperan un elevado nivel de digitalización. Gracias a ella, su trabajo es más sencillo, los modelos de trabajo más flexibles, etc. Ambos

ejemplos constituyen factores esenciales para el éxito de una empresa.

Aunque los resultados del Estudio sobre la Salud Digital en Europa de este año revelan avances respecto a 2023, todavía queda mucho por hacer para maximizar el rendimiento sobre la inversión en digitalización. Te invitamos a que sigas leyendo las conclusiones y descubras lo que tenemos que contarte sobre los próximos pasos que puedes dar para acelerar el progreso en 2025.

En 2025, contar con una buena salud digital será aún más determinante. Los datos seguirán creciendo a un ritmo exponencial, y para maximizar su uso, las empresas tendrán que eliminar los grupos de datos aislados y tener un repositorio común para todos ellos. Solo así los casos de uso de la inteligencia artificial o, de

hecho, cualquier nueva tecnología que implique el uso de datos, podrán alcanzar todo su potencial.

La privacidad y la experiencia del cliente deben seguir siendo una prioridad en la planificación de las empresas para aumentar la captación y la retención de clientes. Satisfacer las demandas de los clientes en estas áreas de forma eficaz solo es posible mediante la transformación digital y la buena salud digital.

Esperamos ver un aumento en la demanda por parte de las empresas de plataformas y herramientas digitales que ofrezcan un alto grado de personalización, junto con ofertas de integración fluida que permitan a los sistemas existentes funcionar correctamente con las nuevas tecnologías.

Las empresas pueden esperar seguir enfrentándose a numerosos factores económicos que les afecten, desde cambios regulatorios y normativos, hasta problemas en la cadena de suministro, pasando por tensiones geopolíticas. Aquellas con una buena salud digital podrán disponer de una mayor agilidad, adaptabilidad y flexibilidad para mejorar su resiliencia frente a estas condiciones potencialmente disruptivas.



Aspectos destacados

El informe profundiza en el estado de salud digital de las empresas europeas y cubre el uso de plataformas digitales y en la nube, los principales retos y efectos, casos de uso de la inteligencia artificial, los factores que se consideran más importantes a la hora de tomar una decisión sobre una nueva inversión digital o la privacidad de los datos, entre otros.

Las principales conclusiones al comparar los niveles de salud digital de este año son:

- Adaptación digital: la probabilidad de que las empresas europeas con una buena salud digital no tengan problemas a la hora de adoptar aplicaciones digitales o basadas en la nube antes de estar totalmente preparadas, es al menos 3 veces mayor que la de las empresas que tienen una salud digital media o

deficiente (23%, 6% y 6%, respectivamente).

- Competitividad digital: las empresas europeas con una buena salud digital presentan mucha más probabilidad de ser 100% digitales que las que tienen una salud digital media o deficiente (20%, 6% y 3%, respectivamente).



- Habilitación de la inteligencia artificial: más de 2 de cada 5 (44%) de las empresas europeas con una buena salud digital consideran que la inteligencia artificial es primordial, ya la usan y perciben sus efectos sobre el éxito de su negocio, en comparación con aproximadamente 1 de cada 5 (19%) de las empresas con una salud digital media y 1 de cada 16 (6%) con una salud digital deficiente.
- Confianza gracias a la privacidad: las empresas europeas con una buena salud digital son más propensas que las que tienen una salud digital media o deficiente a afirmar que la privacidad de los datos es una parte decisiva del éxito de su negocio (57%, 44% y 30%).

Capítulos

Capítulo 1: Panorama de la Salud Digital

La buena salud digital ha aumentado ligeramente con respecto al año pasado

Al comienzo de 2025, un cuarto (25%) de las empresas encuestadas en Europa goza de una buena salud digital, un 35% presenta una salud digital media y el 40% tiene una salud digital deficiente. En términos generales, se ha producido un ligero aumento con respecto al año pasado en el porcentaje de empresas encuestadas con una buena salud digital (25% frente al 21%), una disminución en la salud digital media (35% frente al 45%) y un incremento de la salud digital deficiente (40% frente al 35%). Por tanto, pese a que se han producido mejoras en la salud digital de las

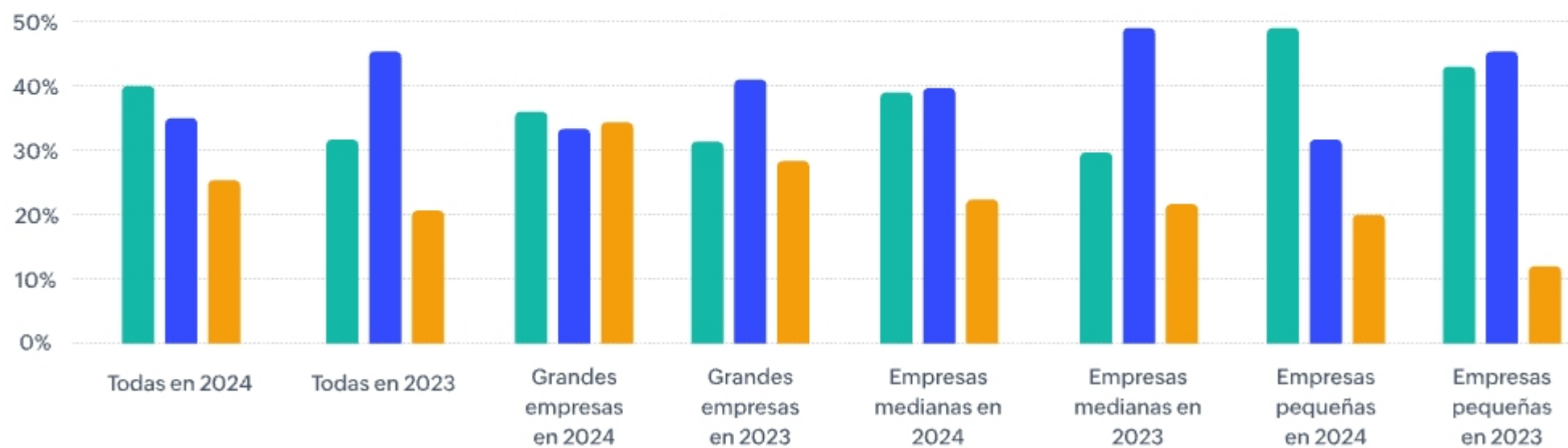
empresas encuestadas en Europa, todavía queda mucho por hacer.

El año anterior, las empresas encuestadas alemanas presentaron la mayor probabilidad de tener una buena salud digital (25%), seguidas de las españolas (25%), las británicas (19%), las neerlandesas (18%) y las francesas (17%). Este año, las empresas encuestadas alemanas siguen siendo las que presentan una mayor probabilidad de tener una buena salud digital (33%), aunque, en esta ocasión, van seguidas de las británicas (28%), las españolas (27%), las francesas (20%) y las neerlandesas (19%). En lo que respecta al tamaño de la empresa, las grandes empresas (más de 1000 trabajadores) tienen más probabilidades de tener una buena salud digital (33%), lo cual refleja los resultados del año pasado (29%) y también podría ser un reflejo de los presupuestos.



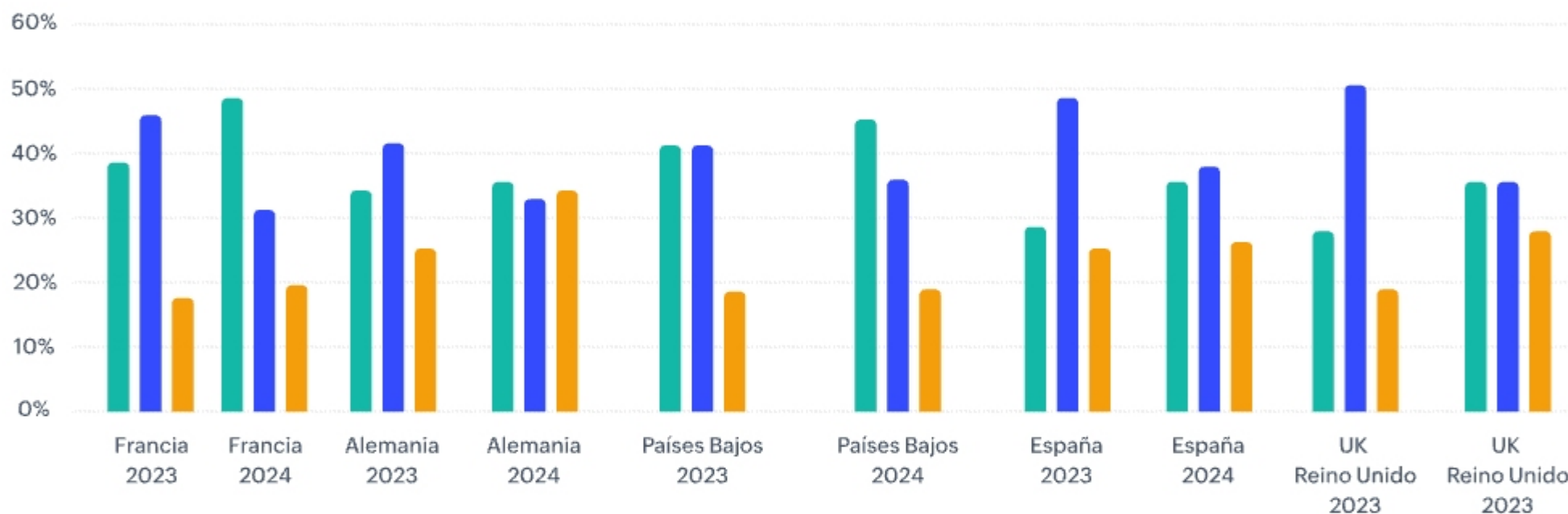
La salud digital en Europa por tamaño de empresa

● Salud digital deficiente ● Salud digital media ● Buena salud digital



Comparación interanual por país

● Salud digital deficiente ● Salud digital media ● Buena salud digital



"Resulta muy esperanzador observar el progreso de la salud digital de las empresas año tras año. Sin embargo, todavía queda mucho por mejorar. Gozar de una buena salud digital es fundamental para el éxito de una empresa y tiene un impacto significativo en el rendimiento sobre la inversión en nuevas tecnologías, incluida la inteligencia artificial."

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 2: Uso de Plataformas Digitales y en la Nube

En 2024, 9 de cada 10 (el 90%) responsables de transformación digital han experimentado problemas con la adopción de aplicaciones basadas en la nube/digitales antes de que estuvieran completamente listas, siendo similar al año anterior (89%), lo que sugiere que continúa siendo un problema.



Analizando el uso de aplicaciones y plataformas de la nube, más de la mitad (54%) de los responsables de transformación digital encuestados sigue una estrategia multinube y afirma que sus empresas usan entre 2 y 3 plataformas en la nube (54%). Solo 1 de cada 25 (4%) de los encuestados no usa ninguna aplicación o plataforma en la nube. Sin embargo, cuando se analiza teniendo en cuenta si presentan una salud digital deficiente, media o buena, 1 de cada 12 (8%) de las empresas con una salud digital deficiente no usa plataformas en la nube, en comparación con solo el 1% de las que tienen una salud digital media y el 1% de las que gozan de una buena salud digital. Igualmente, un porcentaje mucho más alto de las empresas con una salud digital deficiente no usa aplicaciones en la

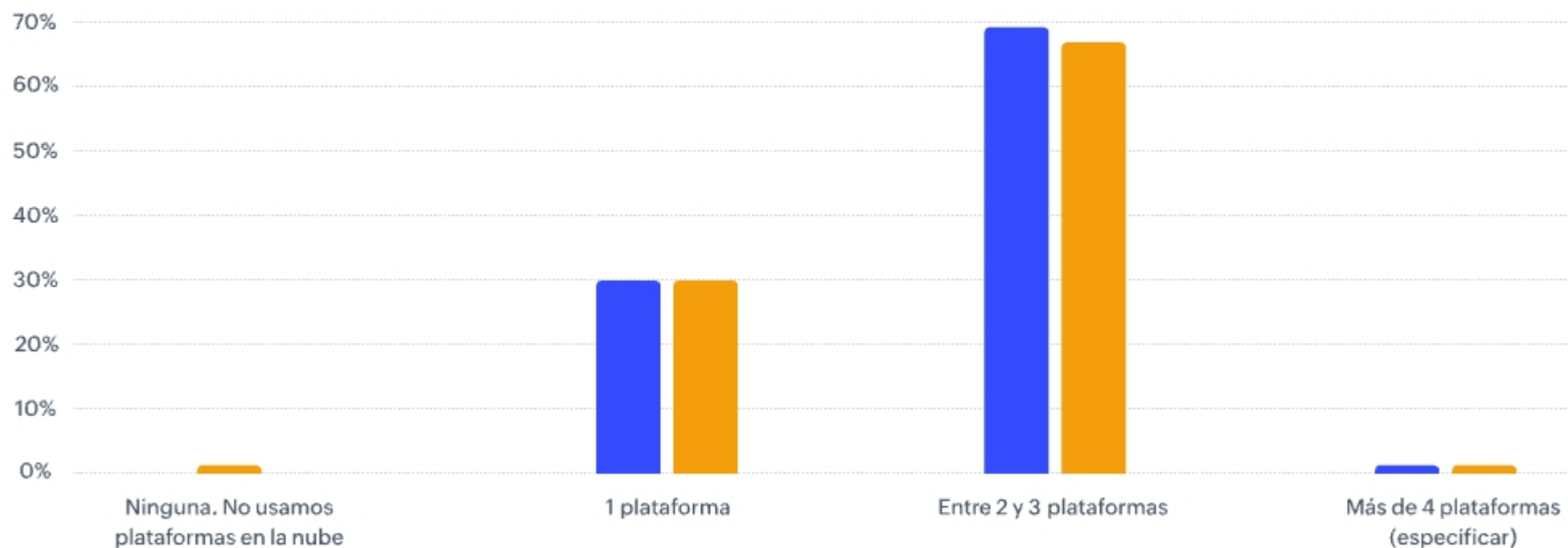
nube (7%), en comparación con las que tienen una salud digital media (1%) o buena (1%).

Los cambios interanuales en este aspecto son mínimos. Con respecto al año anterior, un número ligeramente superior de los responsables de transformación digital encuestados este año afirma que sus empresas usan entre 2 y 3 plataformas en la nube (54% frente al 51%), aunque el porcentaje que usa entre 1 y 5 aplicaciones también ha aumentado en comparación con el año anterior (49% frente al 45%). Por otro lado, desde el año pasado ha disminuido el porcentaje de encuestados cuyas empresas no usan ninguna aplicación o plataforma en la nube (en ambos casos, un 6% frente al 4%).

¿Cuántas plataformas en la nube se usan en tu empresa en caso de que se utilice alguna?

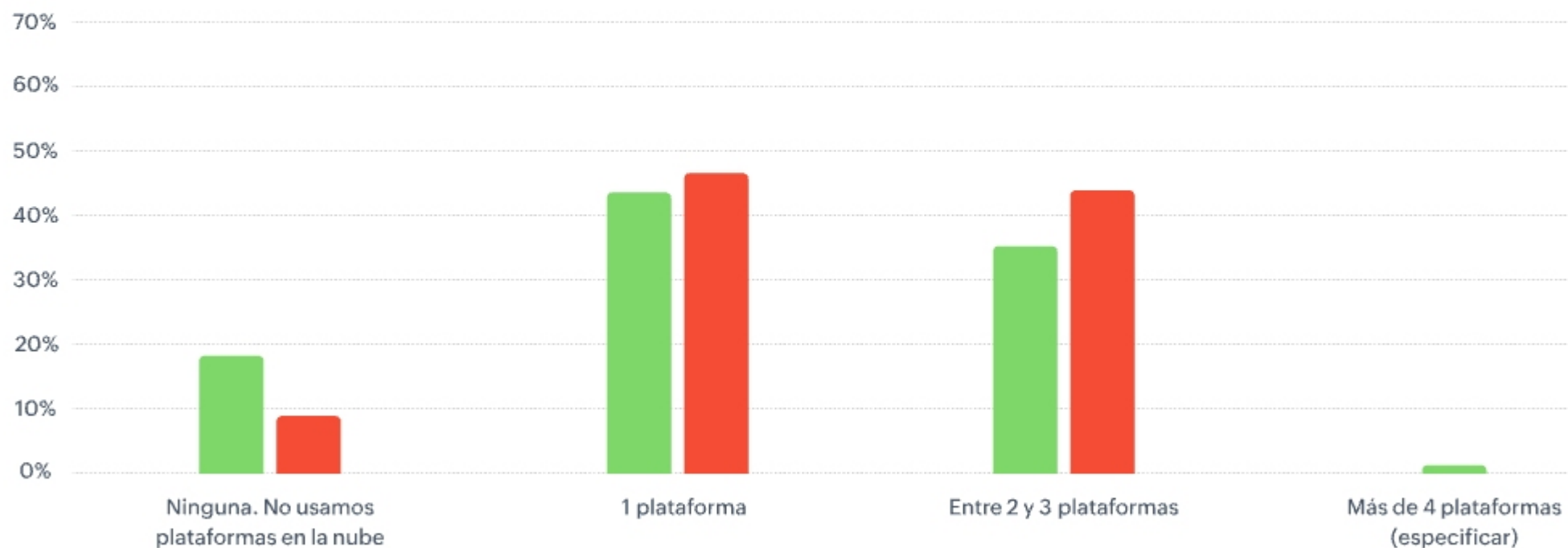
● Buena salud digital en 2023

● Buena salud digital en 2024



¿Cuántas plataformas en la nube se usan en tu empresa en caso de que se utilice alguna?

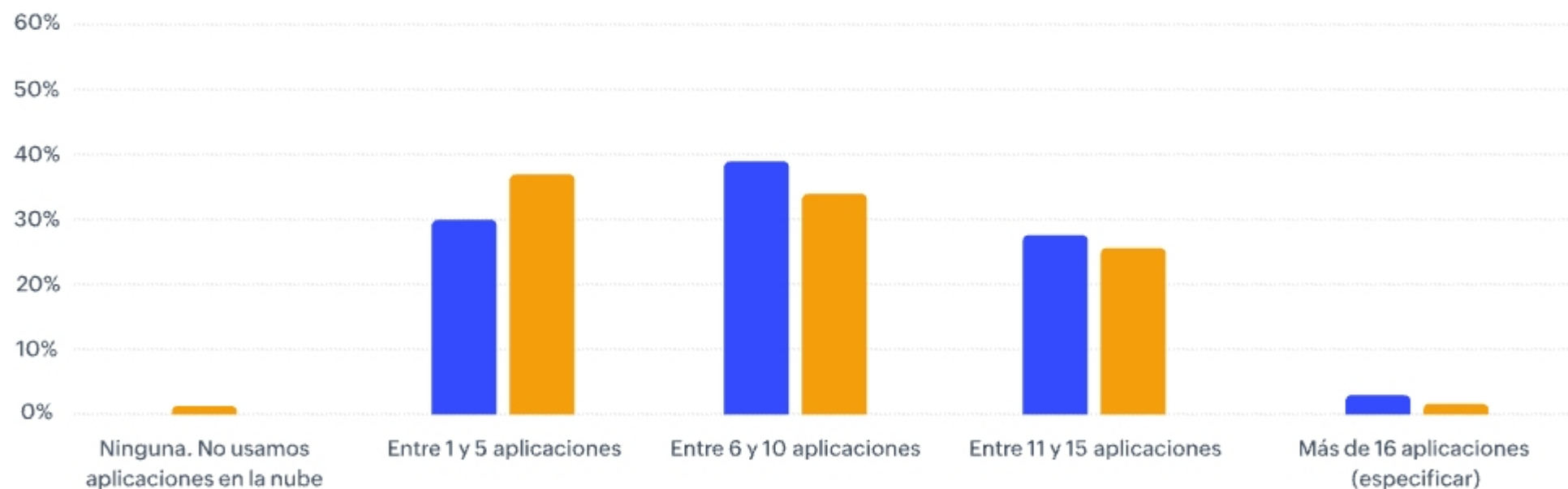
● Salud digital deficiente en 2023 ● Salud digital deficiente en 2024



¿Cuántas aplicaciones en la nube se usan en tu empresa en caso de que se utilice alguna?

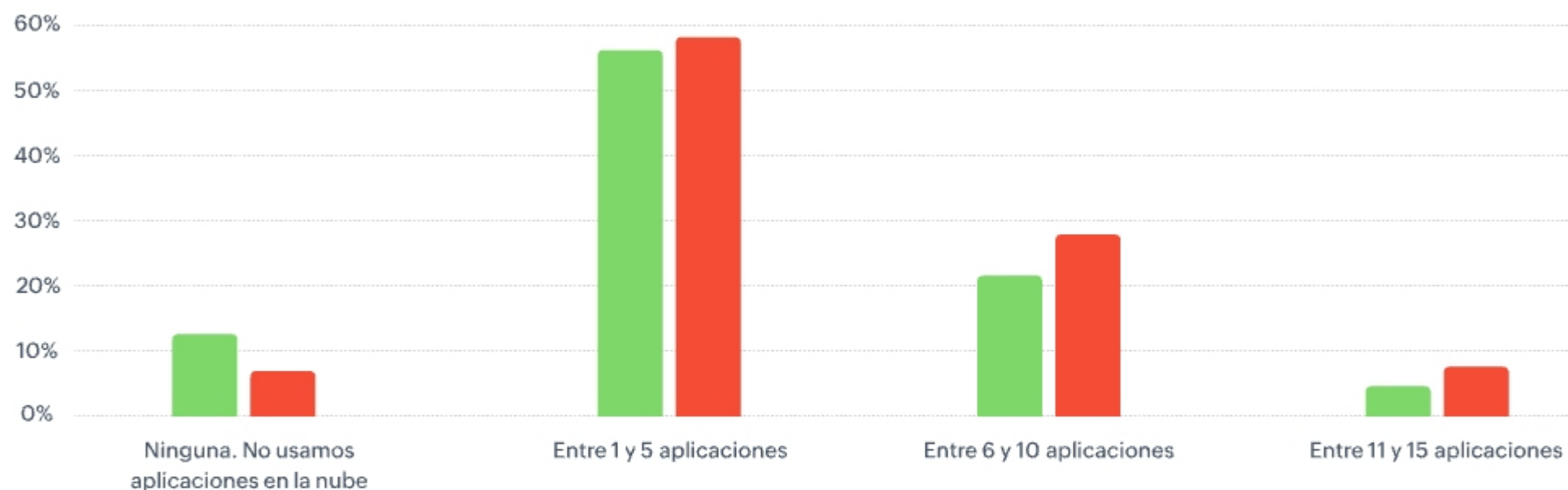
● Buena salud digital en 2023

● Buena salud digital en 2024



¿Cuántas aplicaciones en la nube se usan en tu empresa en caso de que se utilice alguna?

● Salud digital deficiente en 2023 ● Salud digital deficiente en 2024



“No es de extrañar que las empresas con buena salud digital usen más aplicaciones y plataformas en la nube que las que tienen una salud digital media o deficiente. Sin embargo, al analizar este dato de forma interanual, observamos que ha aumentado el número de empresas con una salud digital deficiente que migran a la nube. Se está avanzando en la dirección correcta para que las empresas europeas lleguen más lejos y, por tanto, mejoren sus resultados económicos”.

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 3: Plataformas Digitales y en la Nube: retos y efectos

Las empresas con buena salud digital (23%) presentan una probabilidad casi 4 veces mayor que las que tienen una salud digital deficiente o media (ambas el 6%) de no sufrir ningún problema a la hora de adoptar aplicaciones digitales o en la nube antes de estar totalmente preparadas.

Los retos a los que se enfrentan las empresas europeas encuestadas en lo que respecta a las plataformas digitales o en la nube son similares a los del año anterior, aunque existen algunas diferencias claras. Por ejemplo, mientras que la falta de integración de las tecnologías con otras aplicaciones o plataformas fue el principal reto en 2023, ha sido menos notorio en 2024 (37% frente al 26%), lo que demuestra que se encuentra más controlado. En cambio, pagar demasiado por las nuevas

tecnologías seleccionadas para seguir a largo plazo se ha convertido en un mayor reto y preocupación desde 2023 (21% frente al 26%), al igual que tener una experiencia del usuario completamente distinta con al menos varias de sus aplicaciones (15% frente al 26%).

"Las empresas deben tomar las medidas de preparación que sean necesarias antes de introducir nuevas herramientas digitales de transformación. Tener en cuenta aspectos como la adaptación a los objetivos, las metas y las oportunidades de medir la eficacia puede marcar significativamente la diferencia del éxito. Toda la organización debe entender por qué es importante cambiar y recibir formación para poder sacarle el máximo partido a las nuevas herramientas. Los resultados muestran claramente que precipitarse sin estar preparados implica muchos retos".

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa



¿Qué problemas (o dificultades) ha tenido tu empresa, en caso de que haya habido alguno, por usar aplicaciones digitales o en la nube (englobadas en el término “nuevas tecnologías” en las opciones) antes de estar preparada? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



¿Qué problemas (o dificultades) ha tenido tu empresa, en caso de que haya habido alguno, por usar aplicaciones digitales o en la nube (englobadas en el término “nuevas tecnologías” en las opciones) antes de estar preparada? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

	Todas en 2024	Todas en 2023	2024 con una salud digital media	2023 con una salud digital media	2024 con una salud digital deficiente	2023 con una salud digital deficiente
No es fácil incorporar datos de las nuevas tecnologías a nuestros datos generales para tener una visión global de nuestro negocio	33%	N/A	27%	N/A	34%	N/A
Hemos tenido que invertir en un gran número de especialistas para que nos ayuden a usar las nuevas tecnologías de la mejor forma posible	32%	31%	37%	35%	30%	25%
Las nuevas tecnologías ya no nos sirven porque teníamos una visión a corto plazo (por ejemplo, resolver un problema a corto plazo en lugar de planificar una estrategia a largo plazo)	28%	30%	24%	21%	28%	33%
Estamos pagando demasiado por las nuevas tecnologías que hemos seleccionado para seguir a largo plazo	26%	21%	23%	18%	24%	20%
Las nuevas tecnologías no se integran con otras aplicaciones o plataformas	26%	37%	21%	25%	26%	38%
Tenemos una experiencia del usuario totalmente distinta con varias de nuestras aplicaciones	26%	15%	28%	15%	23%	14%
La adopción de las nuevas tecnologías en la organización ha sido insuficiente o incoherente	24%	24%	19%	18%	24%	27%
No hemos tenido problemas por usar aplicaciones digitales o basadas en la nube antes de estar totalmente preparados	10%	11%	23%	31%	6%	6%

Al analizar los cambios generales con respecto al año anterior, los tres principales retos que han afrontado los responsables de transformación digital encuestados a la hora de adoptar aplicaciones digitales o en la nube antes de estar totalmente preparados en 2024 han sido:

1. No es fácil incorporar los datos de las nuevas tecnologías a sus datos generales para tener una visión global del negocio (33%).
2. Han tenido que invertir en un gran número de especialistas para que los ayuden a usar las nuevas tecnologías de la mejor forma posible (32%).
3. Las nuevas tecnologías ya no les sirven porque tenían una visión a corto plazo (por ejemplo, resolver un problema a corto plazo en lugar de planificar una estrategia a largo plazo) (28%).

En cambio, en 2023, los tres principales retos fueron:

1. Las nuevas tecnologías no se integran con otras aplicaciones o plataformas (37%).
2. Han tenido que invertir en un gran número de especialistas para que los ayuden a usar las nuevas tecnologías de la mejor forma posible (31%).
3. Las nuevas tecnologías ya no les sirven porque tenían una visión a corto plazo (por ejemplo, solo pensaron en adaptarse durante la pandemia) (30%).

“Una buena salud digital constituye la base en la que introducir las nuevas tecnologías con las mínimas dificultades. Esto incluye integrarlas sin problema en toda la empresa y optimizar los procesos para garantizar que los datos se recopilen de forma centralizada, sean accesibles y se puedan analizar. Reduciría uno de los principales problemas mencionados sobre la incorporación de las nuevas tecnologías a los datos generales para tener una visión global del negocio. Los proveedores también deben contribuir a que tanto la implantación como el uso de las tecnologías sea fácil para sus clientes. De esta forma, se reduciría la probabilidad de que las empresas necesiten recurrir a especialistas para que les ayuden a sacar el máximo partido a las nuevas tecnologías”.

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa



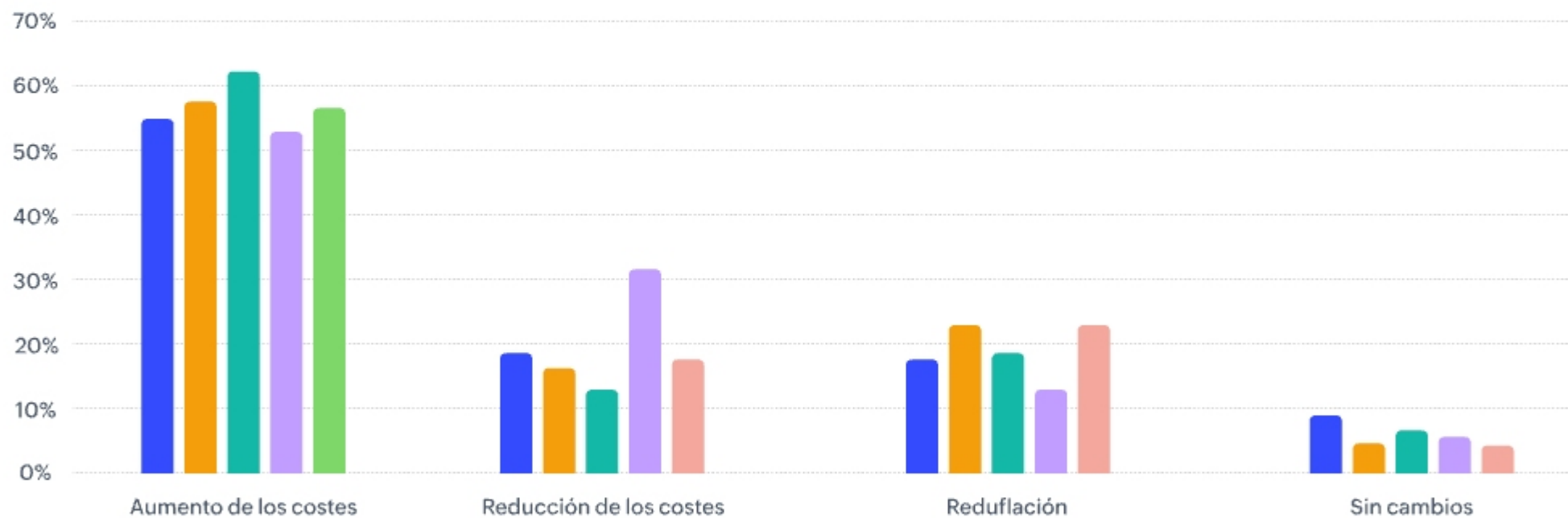
Capítulo 4: Plataformas Digitales y de la Nube: aumento de los costes

Prácticamente dos quintas partes (39%) de las empresas encuestadas en Europa están recortando los gastos en otras partes del negocio con el fin de mantener el mismo nivel de calidad en lo que ofrecen a sus clientes y de combatir el aumento de los costes y la reduflación.

En el capítulo anterior, hemos visto que pagar demasiado por las nuevas tecnologías se ha convertido en un problema importante para las empresas europeas encuestadas en el último año. Otro reto al que se han enfrentado las empresas en 2024 es el aumento generalizado de los costes, ya que casi 3 de cada 5 (56%) perciben que los costes han aumentado en el último año y casi una quinta parte (19%) ha sufrido los efectos de la reduflación (es decir, la obtención de menos servicios, prestaciones o valor por el mismo precio o a un precio mayor). Menos de una quinta parte (19%) ha experimentado una reducción de los costes en el último año.

¿Qué cambios, en caso de que se haya producido alguno, has observado en el último año con relación a los costes?

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



Para combatir los retos que suponen la subida de los costes y la reduflación en el último año, las empresas han adoptado una serie de medidas. Las cinco principales medidas adoptadas por las empresas, según los responsables de transformación digital encuestados, son:

1. Recorte de los gastos en otras áreas del negocio para mantener el mismo nivel de calidad en lo que ofrecen a sus clientes (39%).
2. Prestar más servicios de forma interna y reducir la dependencia de los proveedores (35%).
3. Reevaluar su cartera de proveedores (34%).
4. Cambiar su modelo de negocio en la nube (27%).
5. Disminuir el número de proveedores a los que recurren (19%).

Los encuestados también señalaron que sus empresas son incapaces de ofrecer la misma calidad que antes en los servicios que ofrecen a los clientes (18%), están reduciendo el número de servicios que usan (18%), se ven obligados a cambiar su estrategia comercial (9%) y tienen que gastar más para evitar un impacto negativo en sus resultados (8%).

El año anterior, las empresas europeas también se enfrentaron al reto del aumento de los costes. Si analizamos este aspecto en concreto en lo que respecta a las tecnologías en la nube, prácticamente la mitad (48%) de los encuestados estaba evaluando a sus colaboradores o proveedores para conseguir un mayor control de los costes con el fin de contrarrestar la subida de los precios de uso de las tecnologías en la nube, mientras que algo más de 2 de cada 5 (41%) estaban considerando cambiar su modelo de negocio en la nube para tener un mayor control de los costes y un tercio (33%) estaba tomando medidas para mitigar el aumento de los costes.

"Ha sido un año difícil para las empresas que han tenido que afrontar el aumento generalizado de los costes. Conseguir una buena salud digital puede ayudar a contrarrestarlo, ya que aumenta la eficiencia, mejora la experiencia del cliente y del empleado, ofrece previsiones más precisas y, en general, facilita el ahorro de los costes y la generación de más ingresos.

Sin duda, las empresas deberían replantearse su cartera de proveedores para asegurarse de que cuentan con los socios adecuados que les ayuden a alcanzar el éxito a largo plazo. Las consideraciones sobre la funcionalidad de los productos deberían incluir la armonización con la cultura empresarial y si existirán a largo plazo o si su estrategia se basa en una 'salida'".

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 5: Factores que influyen en las decisiones de compra de productos digitales

Las empresas con buena salud digital calificaron “cómo les ayuda a ofrecer un mejor servicio a sus clientes” como el principal factor que se debe tener en cuenta a la hora de introducir una nueva solución digital.

Al preguntarles por los factores que se deben evaluar a la hora de introducir una nueva solución digital en sus empresas (en este caso, una aplicación en la nube), los responsables de transformación digital europeos encuestados consideraron que los más importantes eran el precio/los costes (34%), cómo les ayuda a ofrecer un mejor servicio a sus clientes (33%) y si se integra con las aplicaciones digitales que ya usan (33%). La facilidad de uso/experiencia del usuario (31%) también es importante,

seguida de cómo se adapta a su infraestructura y estrategia digital general (30%), el ahorro que permite una vez implementada (30%), cómo ayuda a mejorar la experiencia del empleado (29%) y cómo les posiciona en lo que respecta a la innovación (23%).

Por otra parte, las empresas con una salud digital deficiente o media señalaron que el principal factor que se debe tener en cuenta a la hora de introducir una nueva solución digital en sus empresas es el precio/los costes (33% y 38%), mientras que las que tienen una buena salud digital señalaron como factor principal la forma en que les ayuda a ofrecer un servicio mejor a sus clientes (47%).

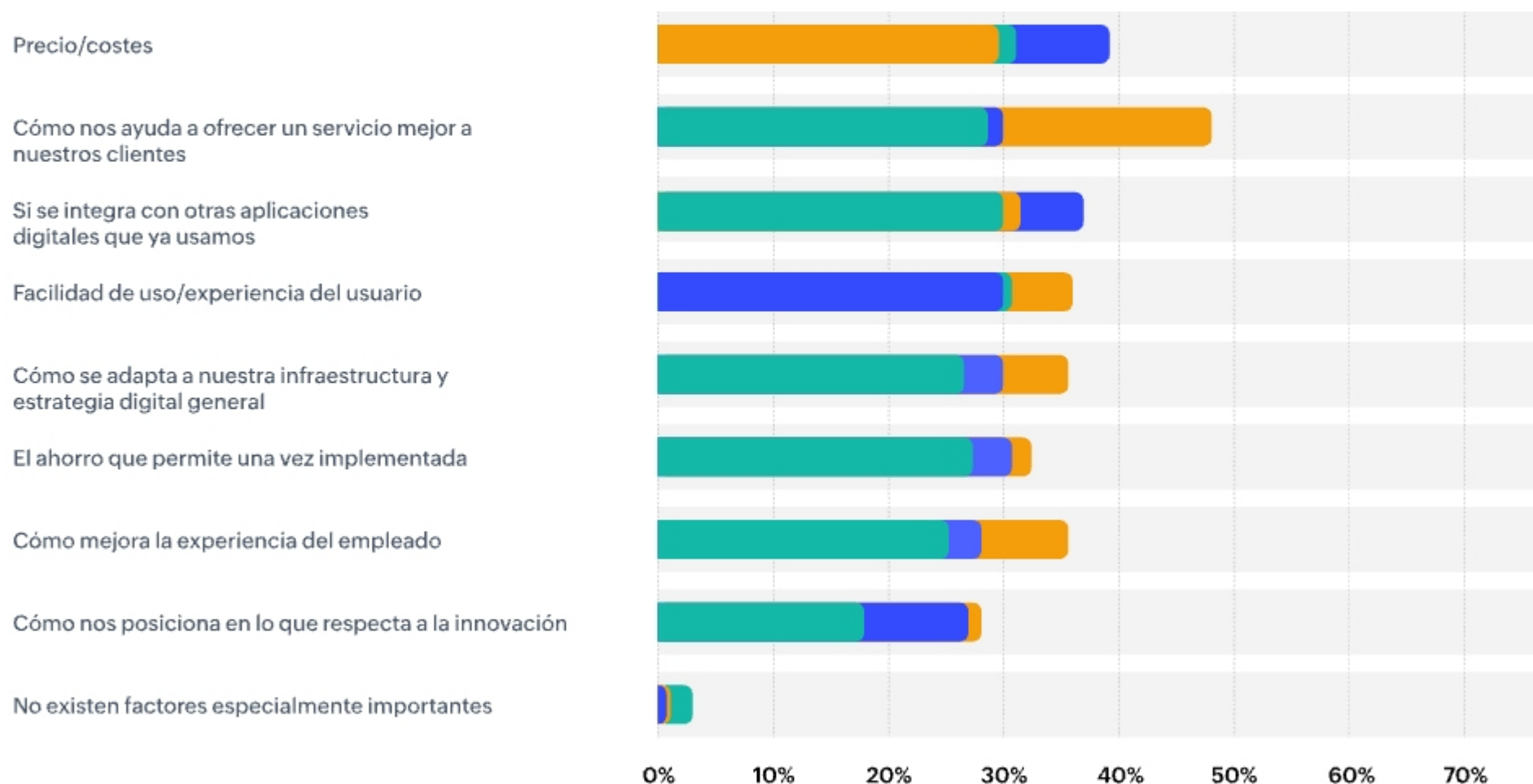
Además, existen diferencias en las prioridades según el mercado. En Francia y los Países Bajos, el precio/los costes es el factor más importante que se ha de evaluar a la hora de introducir una nueva solución digital

en sus empresas (39% y 36%, respectivamente). En el Reino Unido, el principal factor que se ha de tener en cuenta es cómo les ayuda a ofrecer un mejor servicio a sus clientes (41%), mientras que, en Alemania, es la facilidad de uso/ experiencia del usuario de la solución (37%). Por último, en España, el factor más importante es si se integra con las aplicaciones digitales que ya usan (33%).



¿Cuáles son los factores más importantes, en caso de existir alguno, que se deben tener en cuenta a la hora de introducir una nueva solución digital en tu empresa (en este caso, una aplicación en la nube)? (Selecciona un máximo de 3 opciones)

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



En este sentido, también existen diferencias claras con respecto al año pasado. En 2023, un número de encuestados mayor que en 2024 indicó que los factores que se deben evaluar a la hora de introducir una nueva solución digital en sus empresas eran si la nueva solución digital se integra con otras aplicaciones digitales que ya usan (42% frente al 33%) y cómo se adapta a su infraestructura y estrategia digital general (34% frente al 30%). Sin embargo, en 2023, un número de encuestados menor que en 2024 señaló como factores importantes la forma en que les ayuda a ofrecer un servicio mejor a sus clientes (29% frente al 33%), cómo mejora la experiencia del empleado (23% frente al 29%), el ahorro que permite una vez implementada (18% frente al 30%), la facilidad de uso/ experiencia del usuario (10% frente al 31%) y cómo les posiciona en lo que respecta a la innovación (17% frente al 23%). Esto deja patente que las prioridades han cambiado desde 2023 a la hora de introducir una aplicación en la nube.



¿Cuáles son los factores más importantes, en caso de existir alguno, que se deben tener en cuenta a la hora de introducir una nueva solución digital en tu empresa (en este caso, una aplicación en la nube)? (Selecciona un máximo de 3 opciones)

● Todas en 2023 ● Todas en 2024



“Las empresas con una buena salud digital tienen un enfoque más integral sobre lo que es importante a la hora de evaluar la introducción de una nueva solución digital. La forma en que les ayuda a ofrecer un servicio mejor a sus clientes es el factor que más impacto tiene en el éxito de su negocio. Evidentemente, el precio es un factor que se ha de tener en cuenta, sobre todo en épocas de inestabilidad económica, pero plantearse a largo plazo cómo los cambios tecnológicos pueden permitir un ahorro y generar resultados positivos a largo plazo debería tener prioridad. La facilidad de integración con la infraestructura y las aplicaciones existentes también es un factor clave para el éxito”.

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 6: El proceso de Transformación Digital

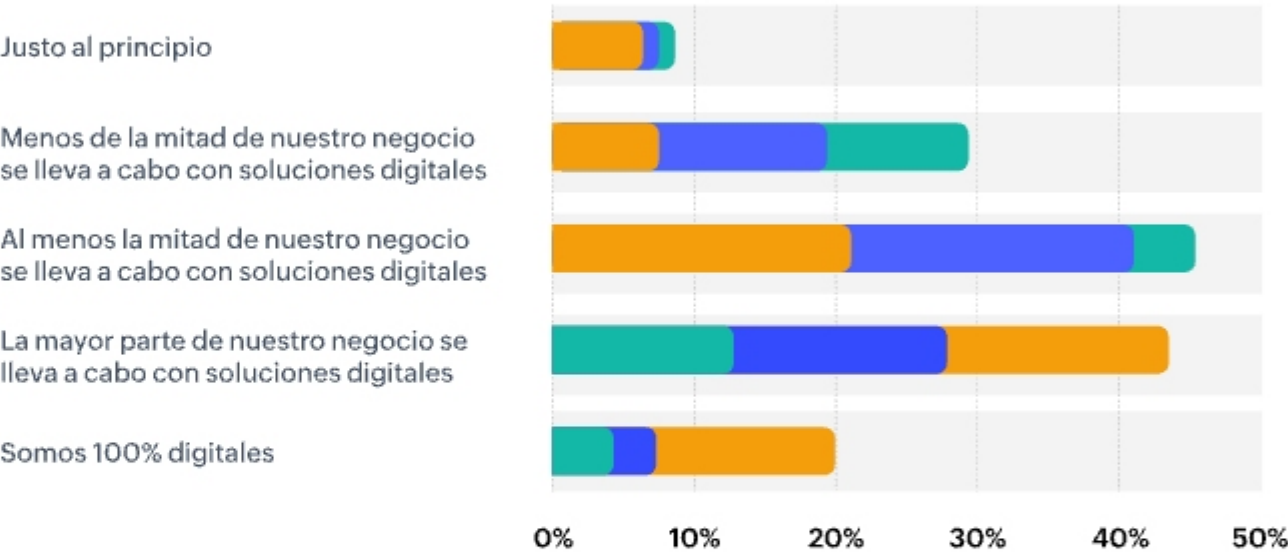
Dos quintos (20%) de las empresas europeas encuestadas en 2024 con una buena salud digital son 100% digitales, lo que supone un aumento del 4% desde 2023.

En cuanto a la fase de transformación digital en la que se encuentran, los encuestados son más propensos a afirmar que al menos la mitad de su negocio se lleva a cabo con soluciones digitales (38%). En particular, los encuestados son ligeramente más propensos a responder que sus empresas son 100% digitales (9%) que a responder que se encuentran al inicio de su proceso de transformación digital (7%).

Las empresas que gozan de una buena salud digital presentan una probabilidad mucho mayor de ser 100% digitales que las que tienen una salud digital media o deficiente (20%, 6% y 3%, respectivamente).

¿En qué momento de su transformación digital dirías que se encuentra tu empresa?

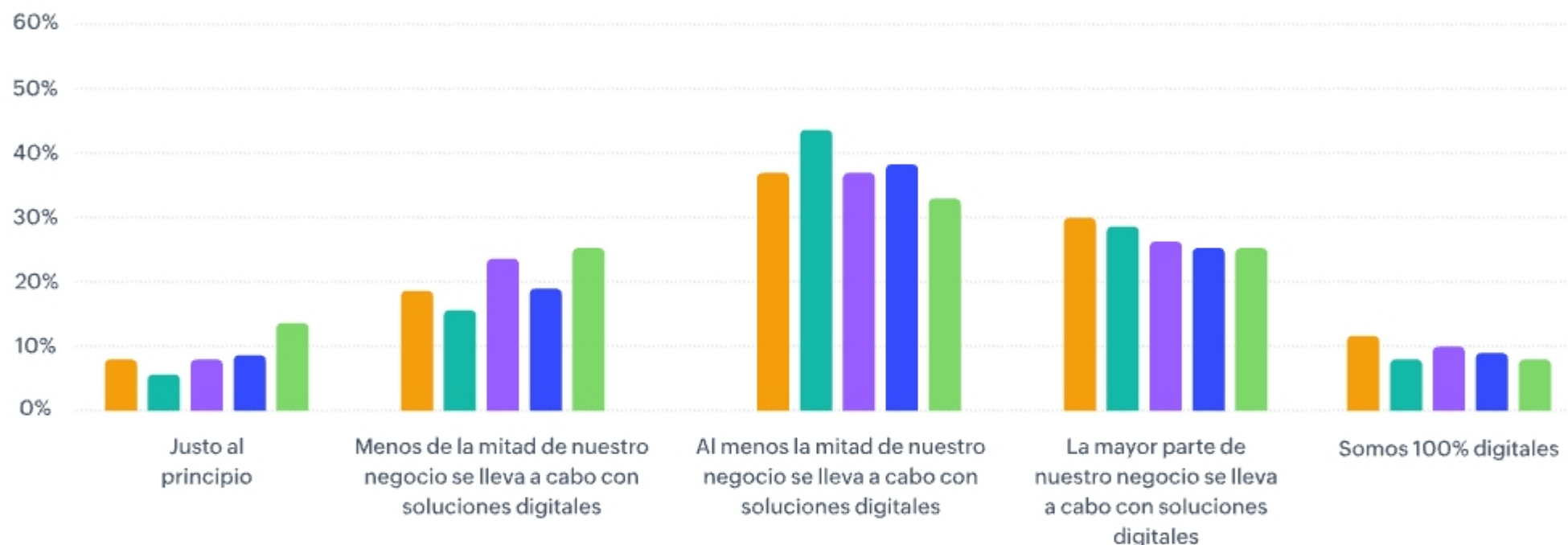
Buena salud digital Salud digital media Salud digital deficiente



Este año, los cambios son mínimos. Con respecto al año anterior, ha aumentado el número de encuestados que afirma que la mayor parte de su negocio se lleva a cabo con soluciones digitales (27% frente al 24%). El año anterior, más de un tercio (35%) respondió que al menos la mitad de su negocio se llevaba a cabo con soluciones digitales, en comparación con casi los 2 de cada 5 (38%) encuestados que han señalado eso mismo en 2024.

¿En qué momento de su transformación digital dirías que se encuentra tu empresa (por país)?

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



"De nuevo, este año no nos sorprende que las empresas con buena salud digital se encuentren en una fase mucho más avanzada de su transformación digital. Sin embargo, queda patente que se debe trabajar más en ello, ya que solo se han producido ligeras mejoras generales de un año a otro".

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 7: Retos y ventajas de la Transformación Digital

Solo el 12% de los encuestados no ha tenido hasta ahora problemas o dificultades relacionados con la transformación digital, lo que podría explicar por qué las empresas europeas no avanzan más en este proceso.

El problema o dificultad más común al que se han enfrentado las empresas europeas encuestadas es que han tenido que recurrir a ayuda o recursos externos para que sus soluciones digitales funcionaran mejor en conjunto (32%), seguido de que han tenido que invertir demasiado esfuerzo (más del esperado) para implementar correctamente las soluciones digitales (31%) y la (falta de) adopción por parte de los empleados (26%). Otros problemas o dificultades menos comunes de la transformación digital son no contar con las competencias o los conocimientos para usar adecuadamente las soluciones digitales (25%), el aumento de la complejidad de uso de su infraestructura (25%) y el hecho de que no han logrado el ahorro de costes que esperaban (21%).



¿Qué problemas o dificultades relacionados con la transformación digital, en caso de haber alguno, ha tenido tu empresa hasta la fecha? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente

Hemos tenido que recurrir a ayuda o recursos externos para que nuestras soluciones digitales funcionen mejor en conjunto

Hemos tenido que invertir demasiado esfuerzo (más del esperado) para implementar correctamente las soluciones digitales

Adopción de los empleados

La gestión de nuestra infraestructura se ha vuelto muy compleja

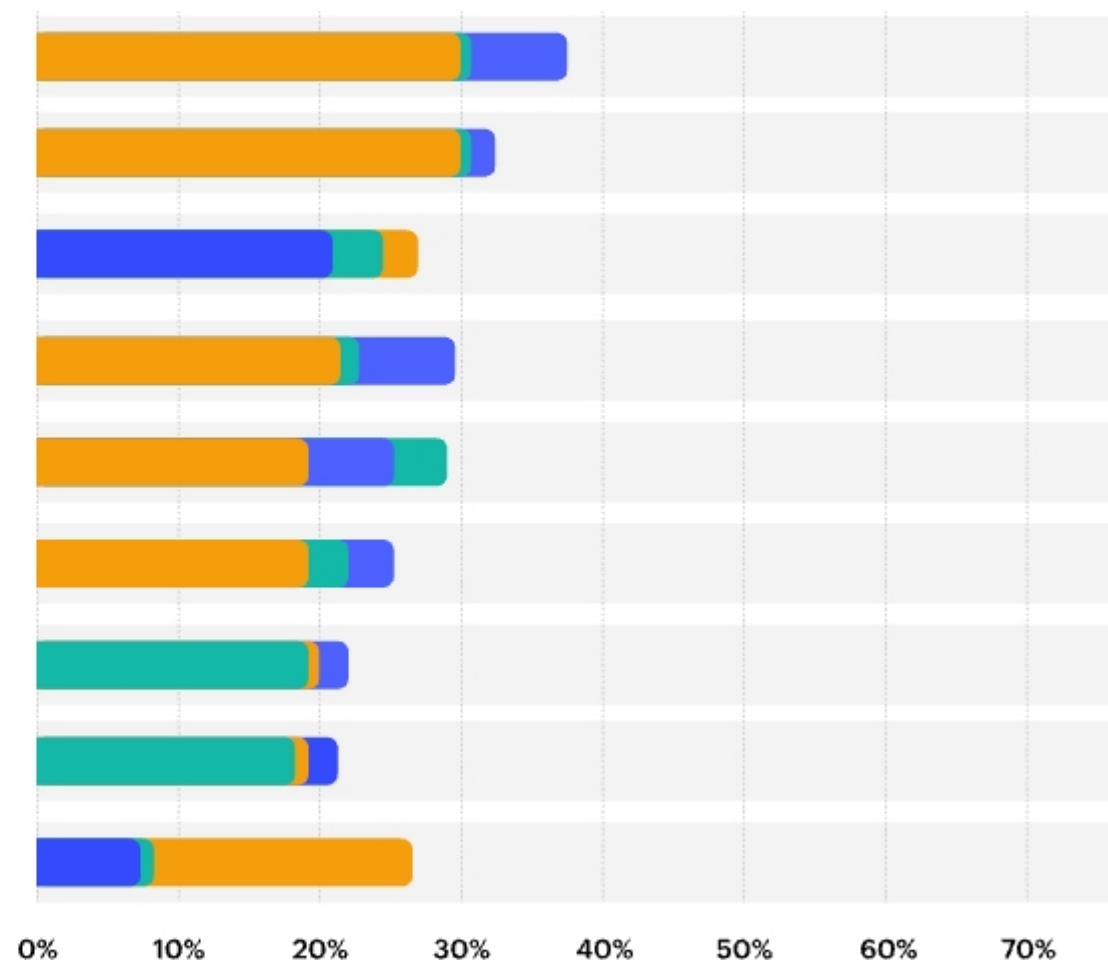
No contamos con las competencias o los conocimientos para usar adecuadamente las soluciones digitales

No se ha logrado el ahorro de costes que esperábamos

No hemos conseguido integrar las soluciones digitales

No hemos recibido las ventajas que nos prometió el proveedor

No hemos tenido problemas ni dificultades relacionados con la transformación digital hasta la fecha



Ante estos retos, los responsables digitales encuestados señalan que las tres ventajas más importantes de la transformación digital son:

- 1. Eficiencia (42%)
- 2. Mejora de la experiencia del cliente (41%)
- 3. Automatización (34%)

La experiencia mejorada del cliente es el beneficio más importante de la transformación digital, según las empresas europeas encuestadas con buena salud digital.

Según las empresas europeas encuestadas con una buena salud digital, la mejora de la experiencia del cliente es la principal ventaja de la transformación digital (53%), seguida de la eficiencia (50%) y la automatización (38%). Además, son más propensas a considerar estos factores como ventajas importantes que las empresas que tienen una salud digital media o deficiente.

¿Cuáles son las principales ventajas para tu empresa de la transformación digital, en caso de tener alguna? (Selecciona un máximo de 3 opciones)

Buena salud digital Salud digital media Salud digital deficiente



De nuevo, no se han producido muchos cambios en los datos de un año para otro. No obstante, en 2023, los encuestados eran más propensos a responder que la mejora de la experiencia del cliente era la principal ventaja de la transformación digital (40%), mientras que los encuestados son más propensos a afirmar que la eficiencia y la automatización son las principales ventajas de la transformación digital (ambas el 30%).

En lo que respecta a la aceptación de las tecnologías en los distintos departamentos de las empresas encuestadas, los departamentos más propensos a aceptar las nuevas tecnologías con facilidad y sin poner resistencia son el de Marketing (40%), Atención al cliente (39%), Operaciones (38%) y Ventas (37%). Sin embargo, algo menos de un quinto (17-18%) de todos los

departamentos ha experimentado una gran resistencia y dificultades para adoptar las nuevas tecnologías.

"Existen diferencias evidentes entre las empresas con una salud digital buena o deficiente en lo que respecta a las dificultades relacionadas con la transformación digital experimentadas hasta la fecha. Si la salud digital general es deficiente, la introducción de nuevas soluciones digitales sobre esta débil base está destinada a generar una mayor complejidad. Las conclusiones también muestran que se necesita más formación digital. La tecnología no es una varita mágica. Hay que prepararla de forma organizada y adecuada para conseguir resultados. Las empresas deben asegurarse de que saben lo que van a introducir y cómo funciona, por lo que la formación para todos los usuarios cuando se introduce una nueva tecnología es un requisito primordial para una adopción correcta".

Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

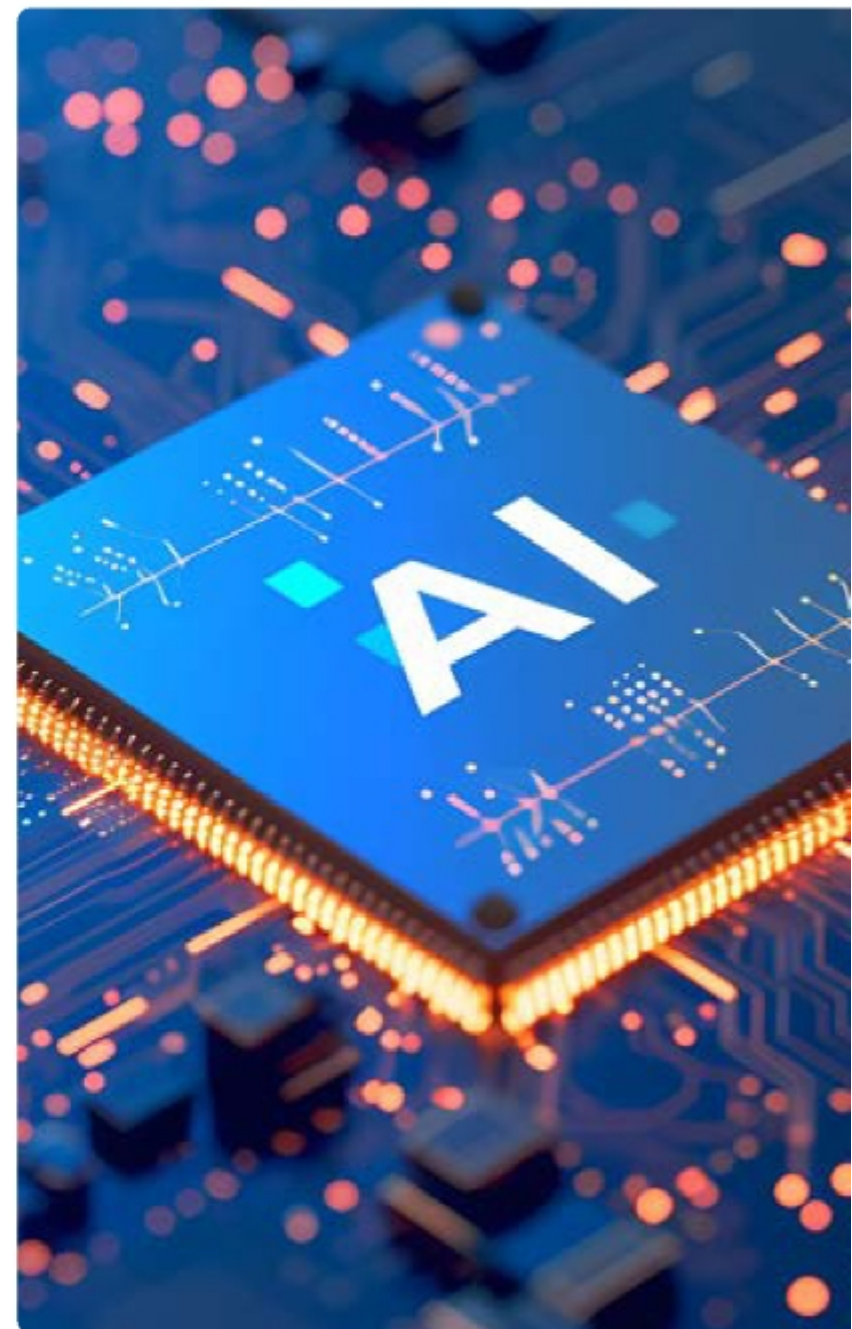


Capítulo 8: La Inteligencia Artificial

La mitad de los responsables de transformación digital encuestados considera que la inteligencia artificial tiene una gran importancia en sus empresas y prevén hacer una fuerte inversión en ella.

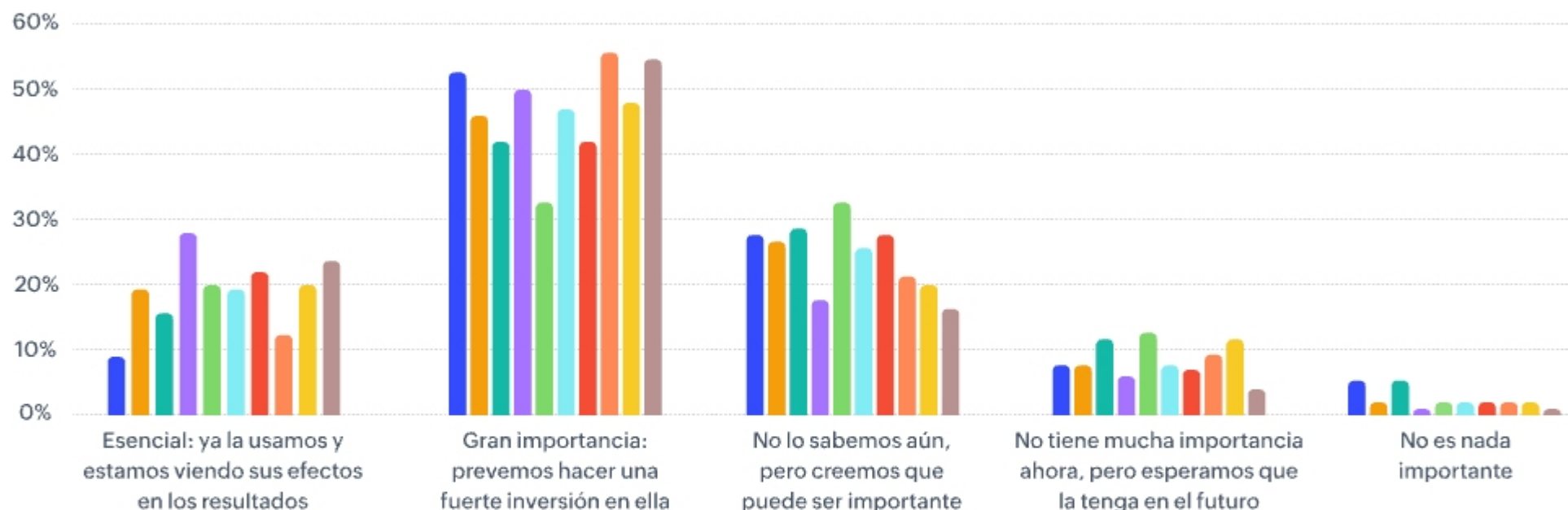
Si analizamos la inteligencia artificial en concreto, la mitad (50%) de los responsables de transformación digital encuestados considera que la inteligencia artificial tiene una gran importancia en sus empresas y prevén hacer una fuerte inversión en ella, mientras que una quinta parte (20%) la considera esencial, ya la usa y está viendo sus efectos sobre los resultados. Algo más de una quinta parte (21%) no sabe qué relevancia tendrá la inteligencia artificial en sus empresas, pero cree que puede ser importante y 1 de cada 14 (7%) afirma que no tiene mucha importancia ahora, pero que espera que la tenga en el futuro.

Por países, los encuestados alemanes son más propensos a considerar que la inteligencia artificial es esencial, que ya la usan y que están viendo sus efectos sobre los resultados (27%), seguidos de los británicos (24%), los neerlandeses y los franceses (ambos el 19%) y, en último lugar, los españoles (13%). Más de 2 de cada 5 (44%) de los que trabajan en una empresa con una buena salud digital consideran que la inteligencia artificial es esencial, ya la usan y están viendo sus efectos sobre los resultados, en comparación con casi una quinta parte (19%) de los que tienen una empresa con una salud digital media y 1 de cada 16 (6%) de los que tienen una empresa con una salud digital deficiente.



¿Qué importancia consideras que tiene la inteligencia artificial en tu empresa?

● Francia 2023 ● Francia 2024 ● Alemania 2023 ● Alemania 2024 ● Países Bajos 2023
● Países Bajos 2024 ● España 2023 ● España 2024 ● Reino Unido 2023 ● Reino Unido 2024

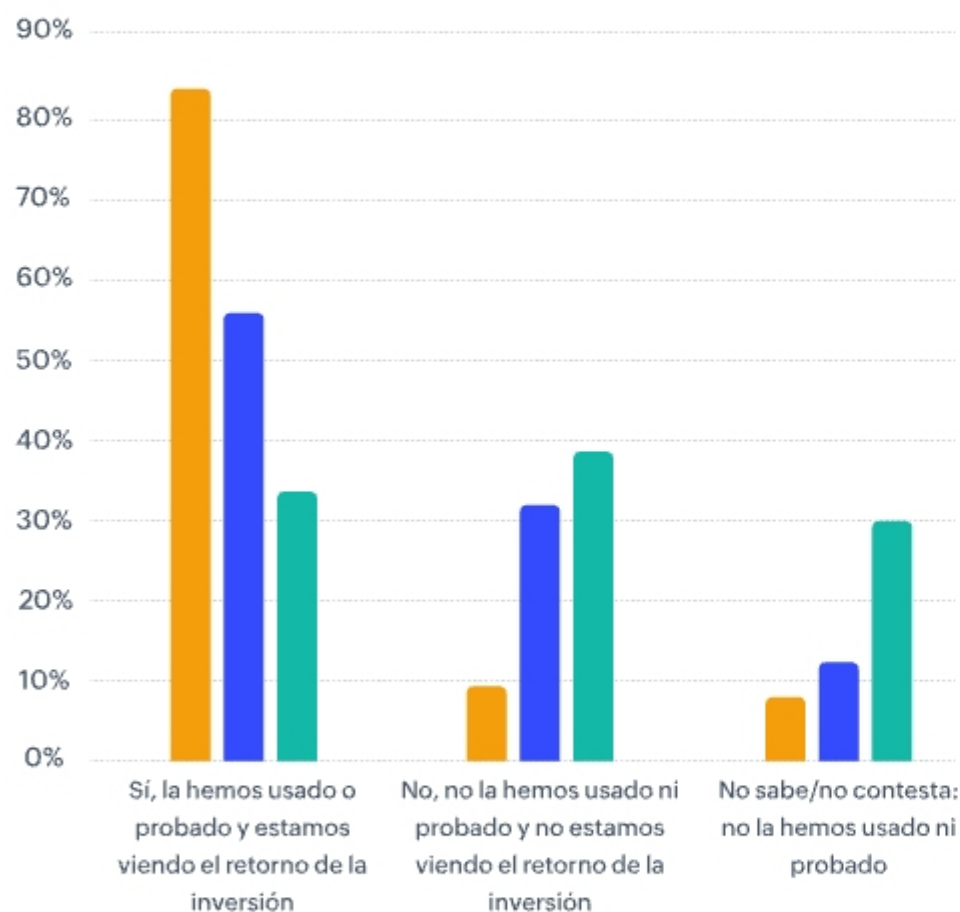


Las empresas ya están viendo el retorno de la inversión en inteligencia artificial y, entre los casos de uso, se encuentran los chatbots, la detección del fraude, la eficiencia, los datos sobre los clientes y las previsiones. Sin embargo, las empresas encuestadas con una buena salud digital la usan más y están obteniendo un mayor retorno de la inversión que las que tienen una salud digital media o deficiente.

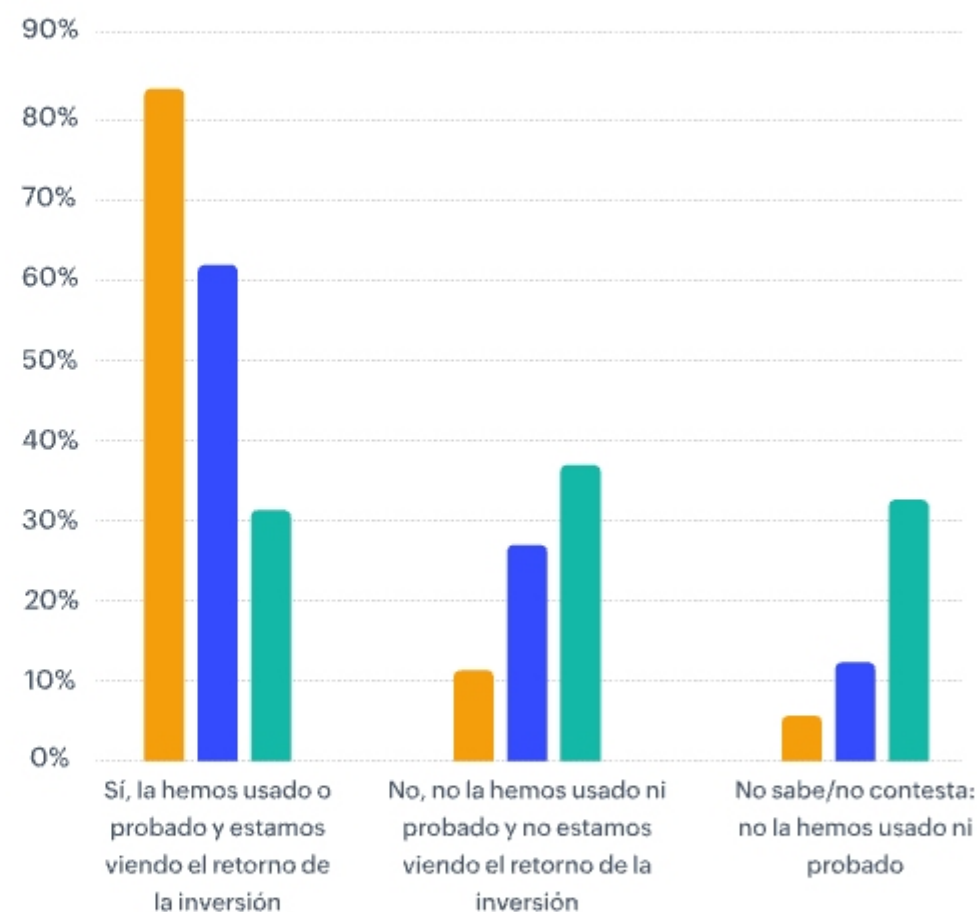
Si analizamos los cambios generales de un año a otro, en 2023, más de 2 de cada 5 (43%) encuestados afirmaron que la inteligencia artificial tenía una gran importancia en sus empresas y preveían hacer una gran inversión en ella, mientras que esa cifra ha aumentado hasta la mitad (50%) de los encuestados que han respondido lo mismo en 2024. Además, en 2023, algo más de 1 de cada 6 (17%) afirmó que consideraba que la inteligencia artificial era esencial, ya la usaba y estaba viendo sus efectos en los resultados, cifra que ha aumentado a una quinta parte (20%) en 2024.

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



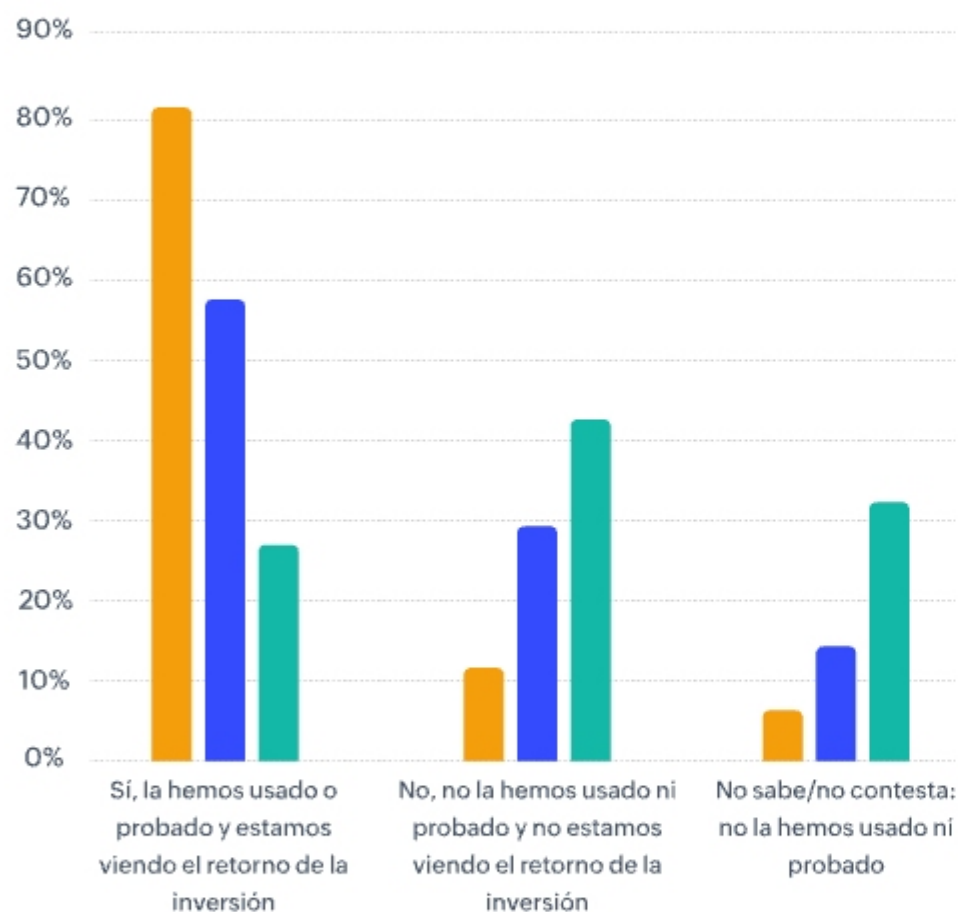
Chatbots



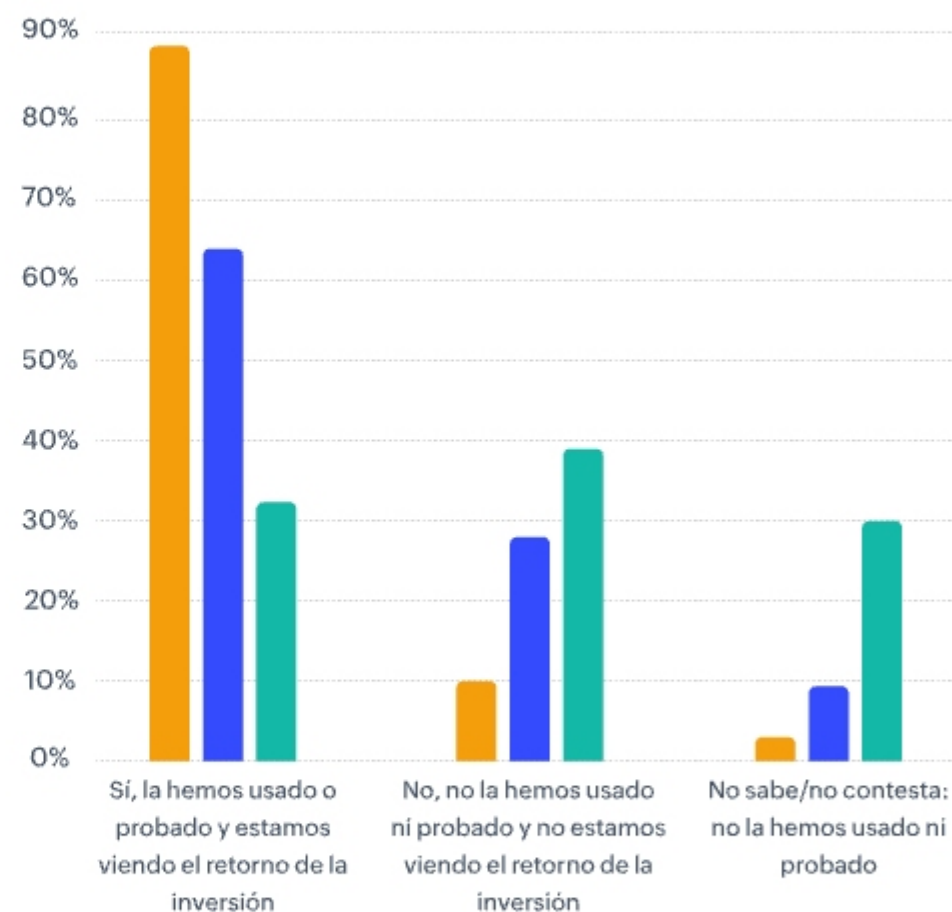
Detección de fraude

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



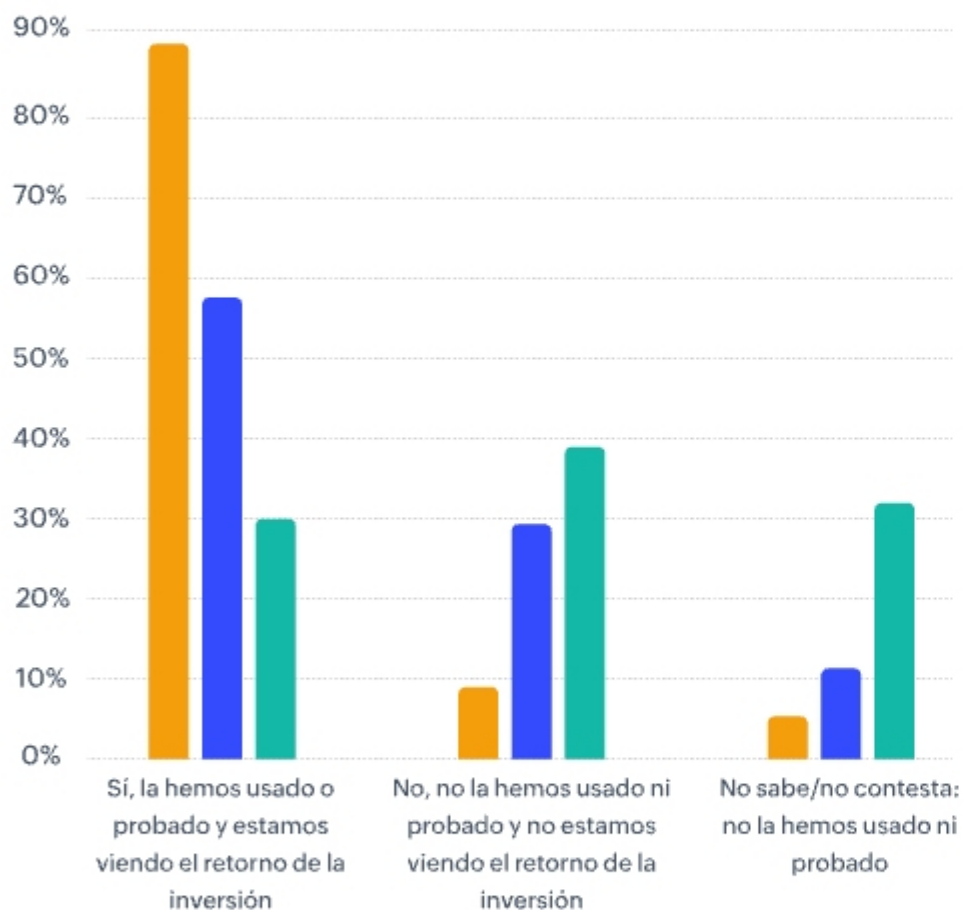
Detección de anomalías



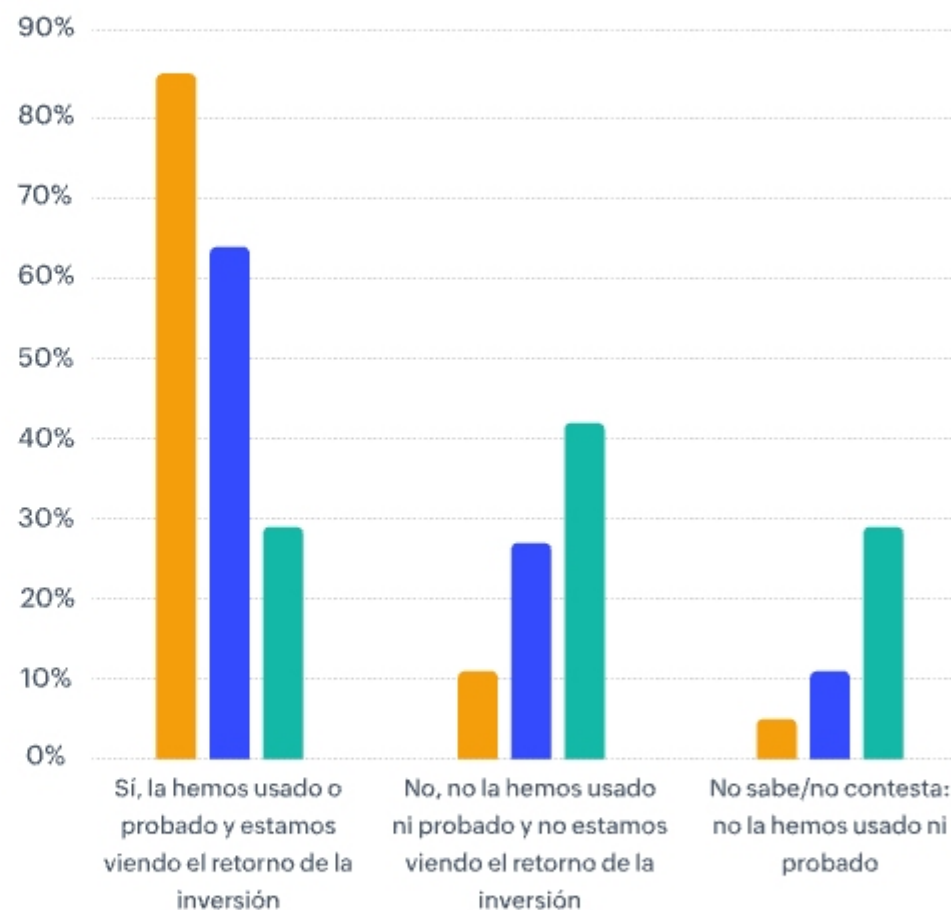
Datos

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



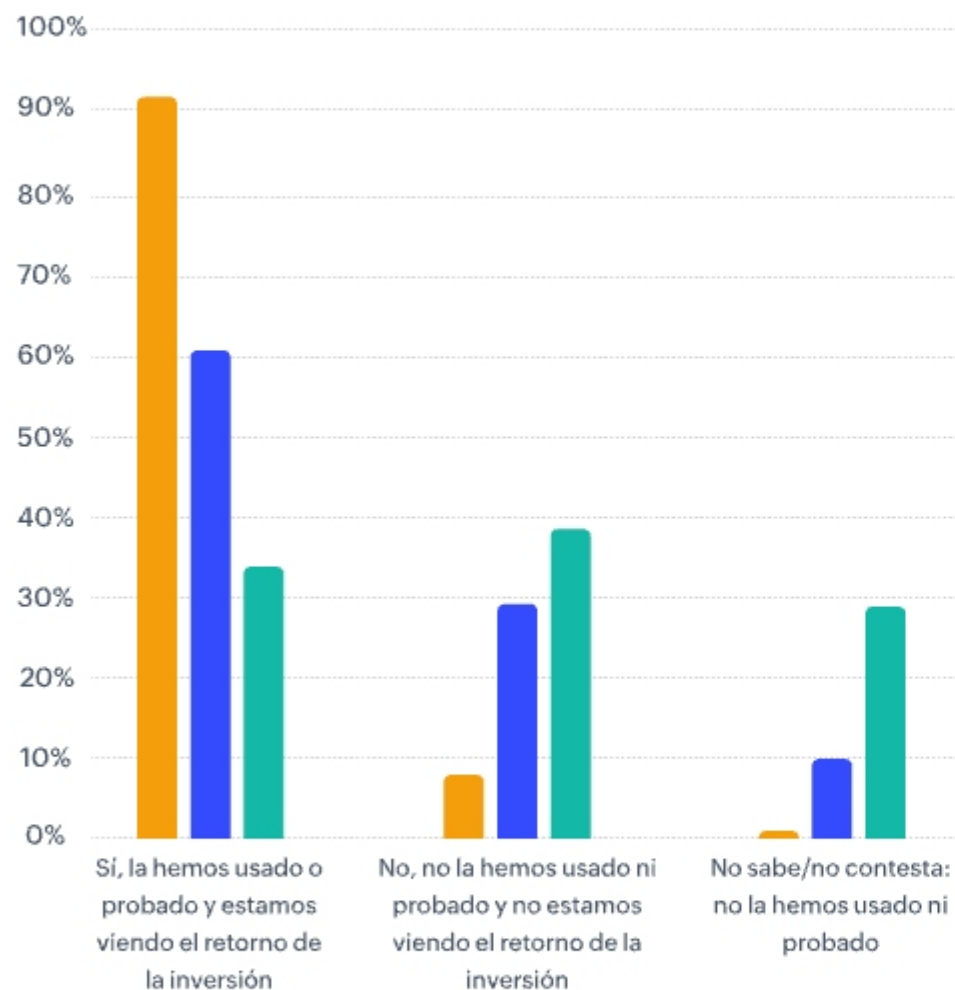
Previsión de tendencias para la empresa



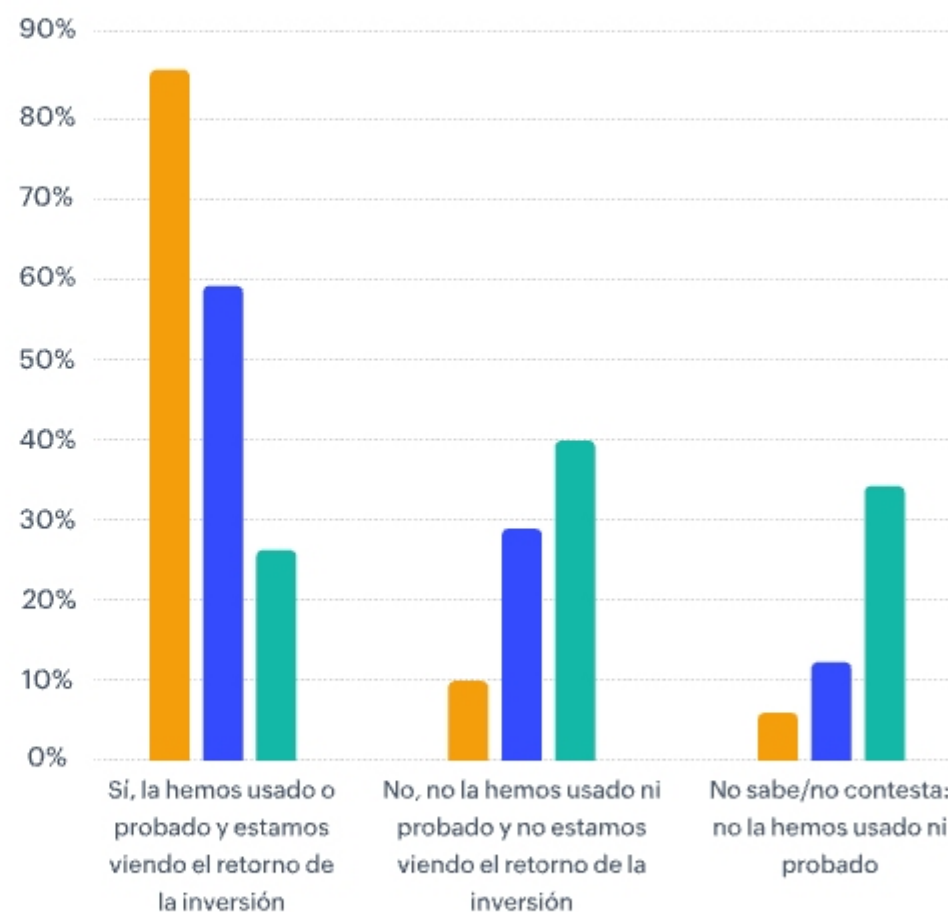
Datos de los clientes

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



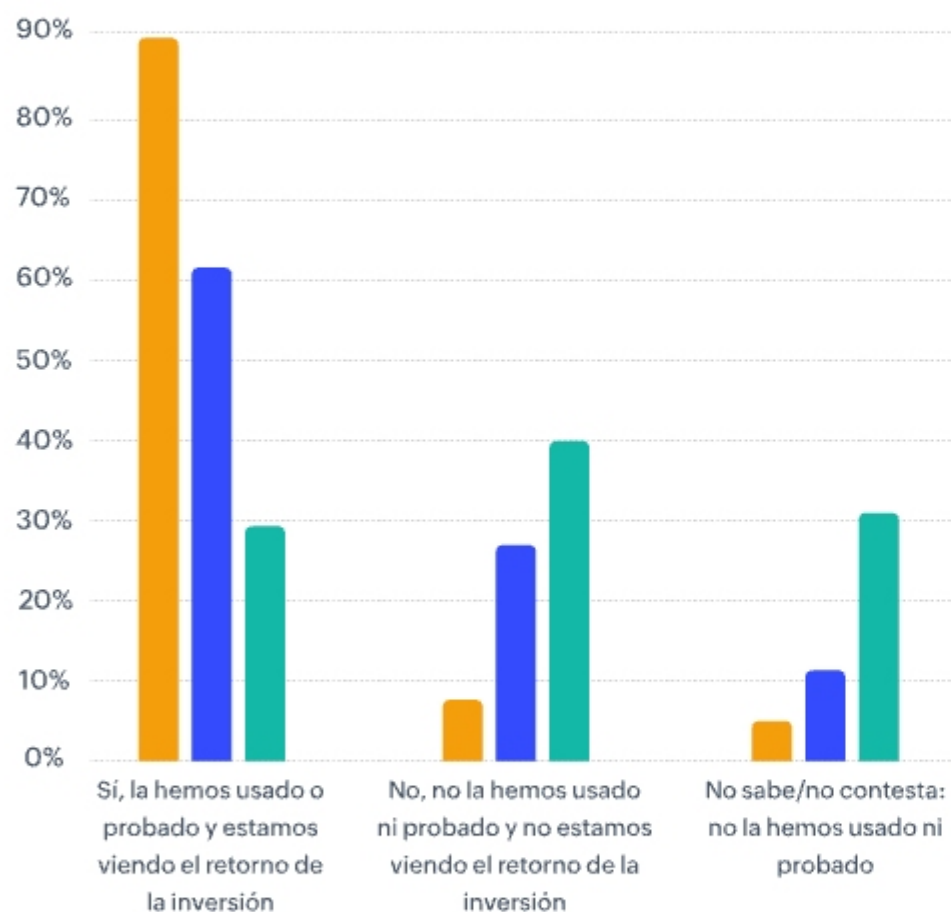
Eficiencia general gracias a la automatización de los procesos de la empresa



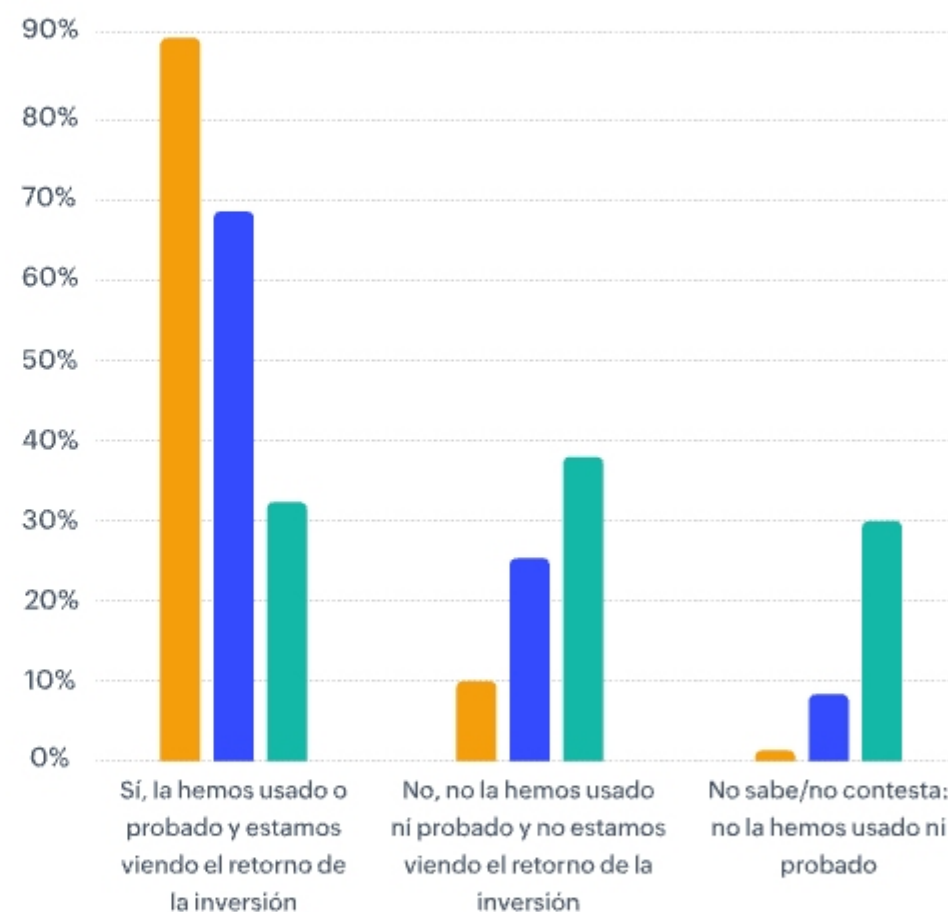
Ayuda en las decisiones (toma de decisiones con inteligencia artificial) basadas en datos

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



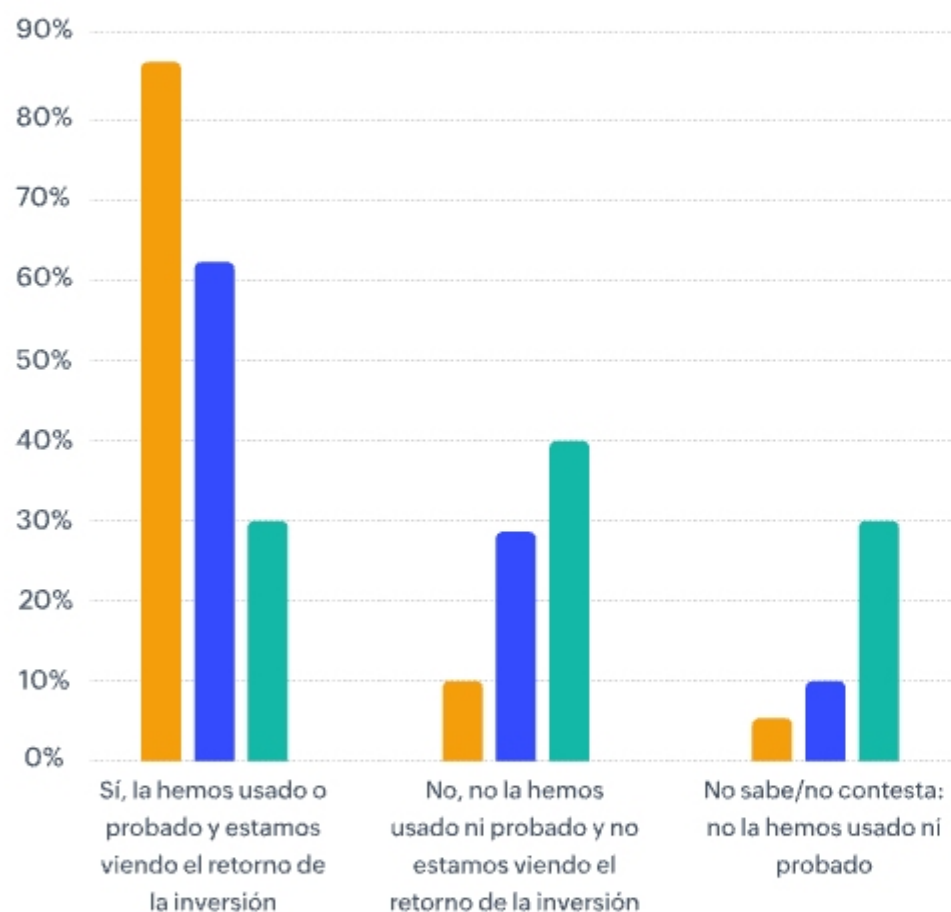
Mejora general de los procesos de ventas



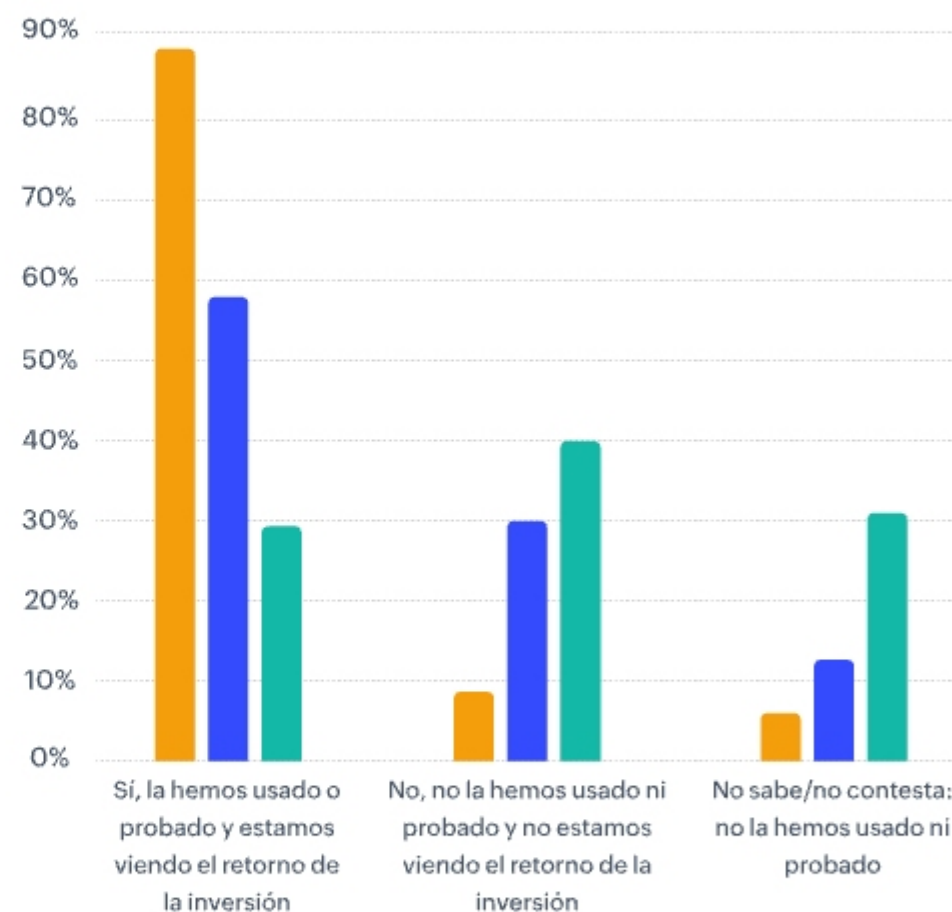
Mejora general de la atención al cliente

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



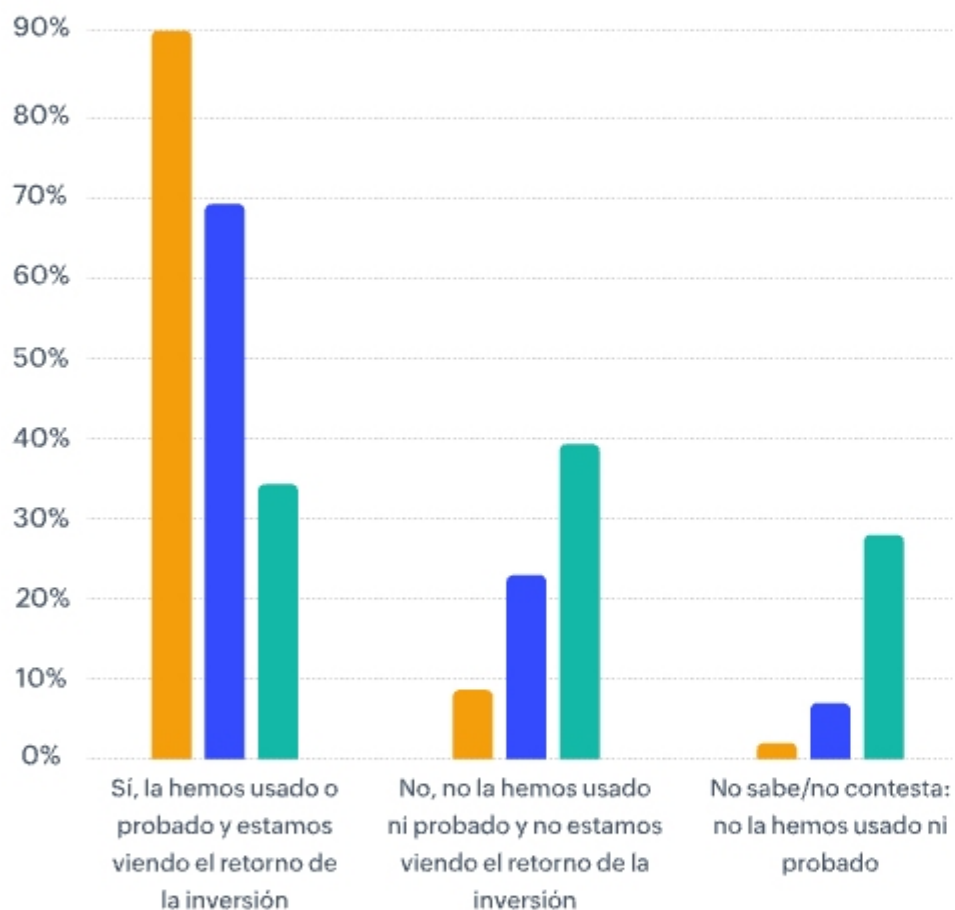
Mejora general de los procesos financieros



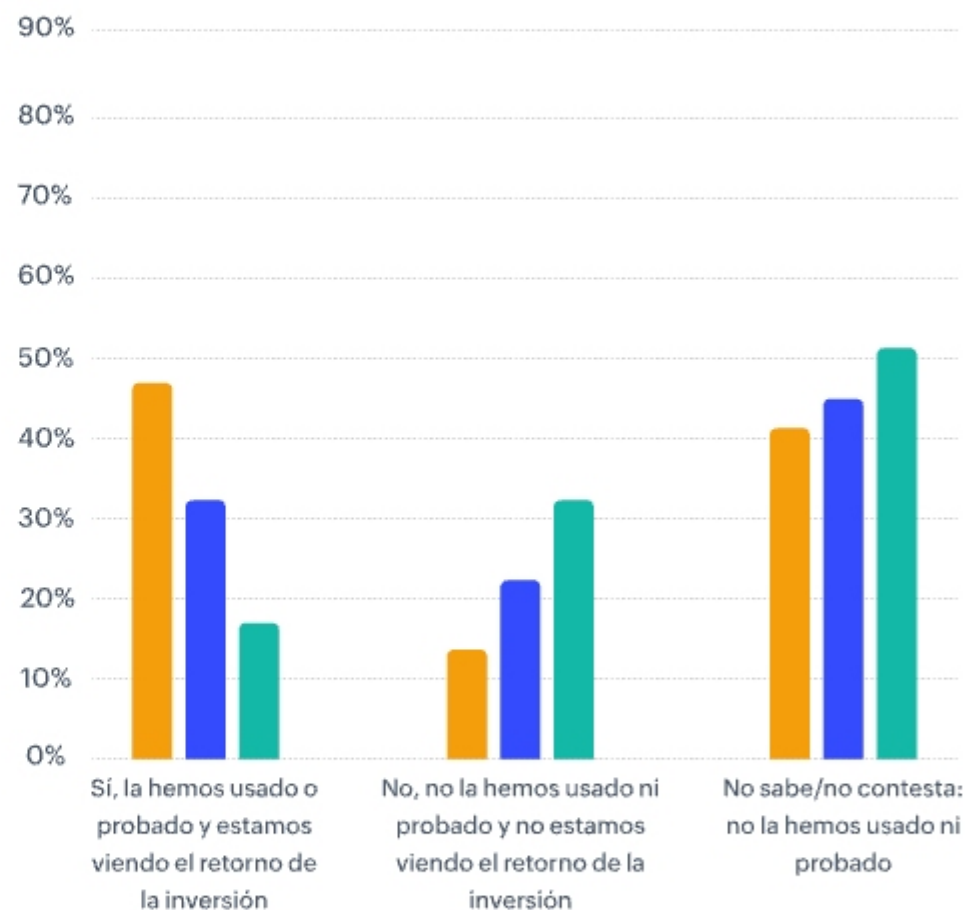
Mejora general de los procesos de Recursos Humanos

¿Estás viendo el retorno de la inversión al usar o probar la inteligencia artificial en los siguientes casos?

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



Mejora general de los procesos tecnológicos



Otros

"La inteligencia artificial sigue estando sobredimensionada, pero está empezando a incorporarse en las organizaciones para obtener ventajas como la eficiencia, la automatización o las previsiones, entre otras, como muestran los casos de uso y los cambios de un año para otro en la percepción que tiene su importancia en las empresas. La inteligencia artificial actúa como una potente herramienta que contribuye al éxito de los negocios con mayor rapidez y funciona con más facilidad. El ingente volumen de datos disponibles en la actualidad es imposible de analizar para los humanos de forma independiente, y la capacidad de extraer información a la hora de tomar decisiones basadas en datos, es uno de los activos más importantes que ofrecen las nuevas tecnologías. Debería seguir usándose, con intervención humana, para garantizar que el modelo funciona de forma adecuada, y además, evaluarse periódicamente".

Por Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa



Capítulo 9: Efectos de la Macroeconomía en los Empleados y la Empresa

Las principales formas en las que los responsables de transformación digital mantienen motivados a los empleados en épocas de dificultades económicas son:

1. Mayor flexibilidad con su modelo de trabajo (39%).
2. Comunicación clara sobre los objetivos comerciales y lo que se espera de ellos (39%).
3. Disponibilidad de soluciones tecnológicas adecuadas para que puedan conseguir sus objetivos y mejorar la experiencia del empleado (39%).

Por países, los encuestados alemanes son los más propensos a responder que ponen a disposición de los empleados las soluciones tecnológicas adecuadas para que puedan conseguir sus objetivos y

mejorar su experiencia con el fin de mantener motivados a los trabajadores en épocas de dificultades económicas (44%), mientras que los neerlandeses son los menos propensos (33%). Las empresas europeas con una buena salud digital también son más propensas que las que tienen una salud digital media o deficiente (57%, 41% y 27%, respectivamente).

Si analizamos las diferencias con respecto al año anterior, resulta sorprendente que un porcentaje menor de encuestados haya afirmado en 2024 que mantiene motivados a sus empleados en épocas de dificultades económicas ofreciendo las soluciones tecnológicas adecuadas para que puedan conseguir sus objetivos y mejorar la experiencia del empleado (39% frente al 52%), a pesar de que el porcentaje que afirma que las soluciones y tecnologías digitales son importantes para la experiencia del empleado sea mayor. En cambio, mostrar una mayor flexibilidad con sus modelos de trabajo

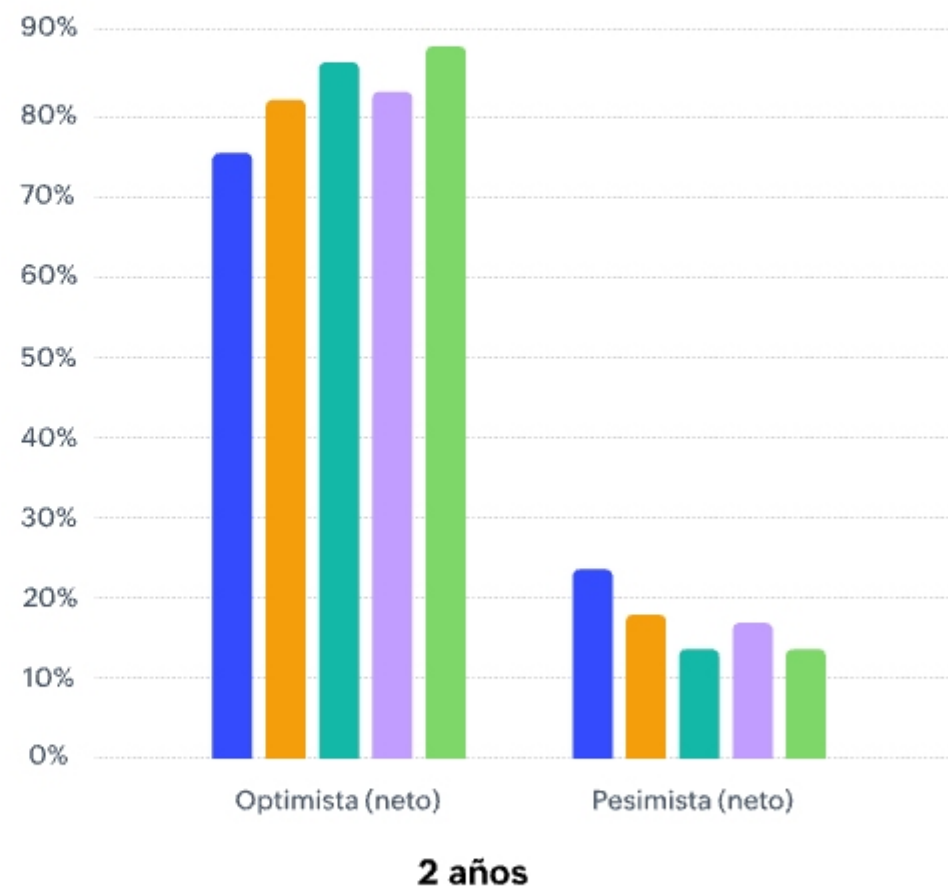
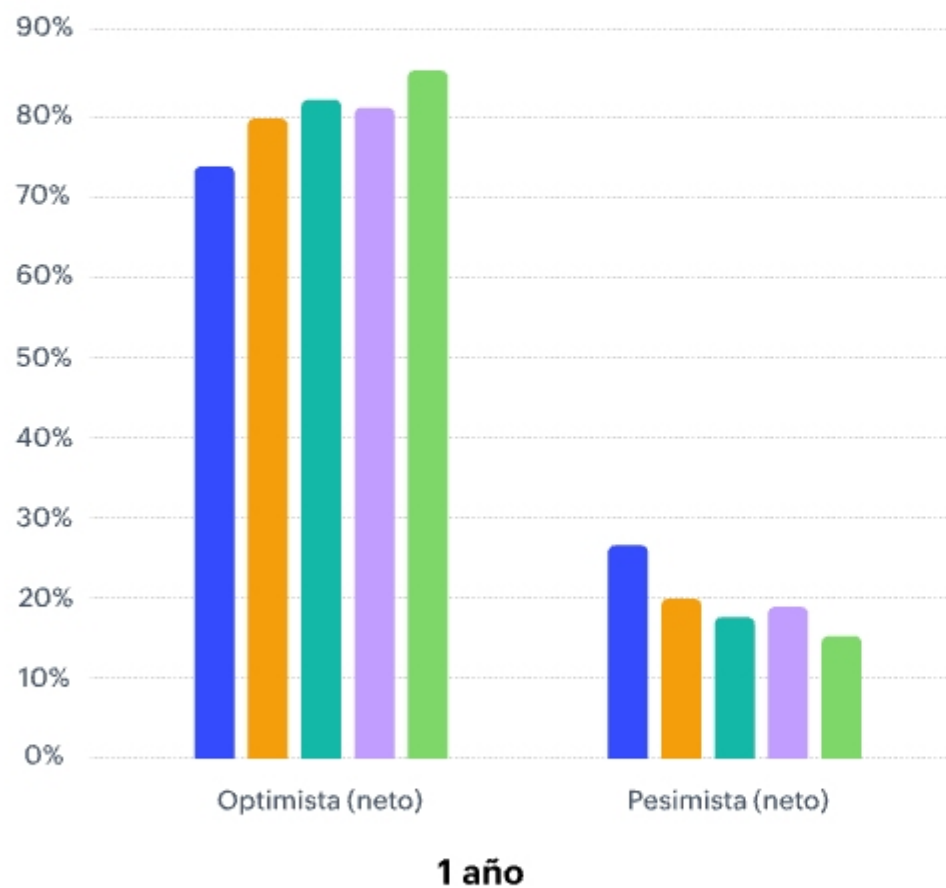
parece que es algo que está aplicando un porcentaje mayor (el 39% en 2024 frente al 16% de 2023).

4 de cada 5 (80%) responsables de transformación digital son optimistas sobre las condiciones de la empresa para el próximo año, cifra que alcanza el 83% con respecto a los dos años siguientes, y el 85 % en los próximos cinco años.

Reina el optimismo entre los responsables de transformación digital, ya que 4 de cada 5 (80%) son optimistas sobre las condiciones de la empresa el año que viene, optimismo que aumenta en dos años (83%) y en cinco (85%). Los encuestados británicos son los más optimistas en todos los periodos y los franceses, los que menos. Asimismo, los encuestados con una salud digital buena o media son más propensos que los que tienen una salud digital deficiente a ser optimistas sobre las condiciones de su empresa en todos los periodos.

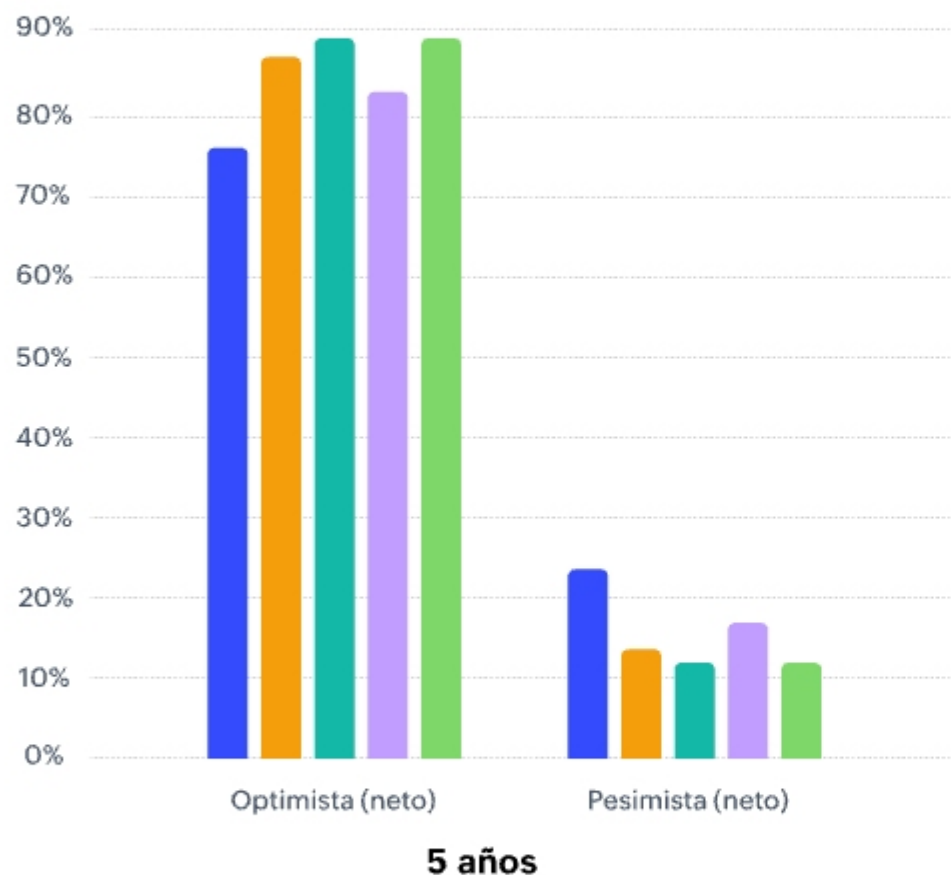
¿Cómo eres de optimista, en caso de que lo seas, sobre las condiciones de tu empresa el año que viene, en los 2 siguientes años y en los próximos 5 años?

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



¿Cómo eres de optimista, en caso de que lo seas, sobre las condiciones de tu empresa el año que viene, en los 2 siguientes años y en los próximos 5 años?

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



La elevada inflación (18%) y la inteligencia artificial (18%) son las principales inquietudes de los encuestados en lo que respecta a los factores que se escapan de su control, seguidos del coste elevado de la energía (13%), las nuevas leyes (9%) y los cambios de gobierno con nuevas políticas que afecten a las empresas (9%). El aumento de la inflación también fue el principal motivo de preocupación que se escapaba del control de las empresas encuestadas en 2023, aunque fue mucho más alto (40%) que en 2024. La recesión (18%) y los problemas de la cadena de suministro (14%) fueron los dos siguientes factores más preocupantes de 2023. La preocupación por los elevados costes de la energía fue mucho menor el año pasado, en comparación con un 6% que los considera una de sus principales preocupaciones en 2024 (más del doble).

¿Qué es lo que más te preocupa, si es que hay algo, sobre los factores que se escapan del control de tu empresa?

● Francia ● Alemania ● Países Bajos ● España ● Reino Unido



“En los últimos años, hemos vivido tiempos difíciles y las empresas han tenido que enfrentarse continuamente a desafíos de índole económica. Sin embargo, los encuestados tienen bastantes motivos para ser optimistas, como demuestran los resultados sobre lo que piensan acerca de las condiciones de las empresas en los próximos años. La elevada inflación es la principal preocupación entre los factores que se escapan del control de los encuestados en todos los mercados, seguida de cerca por la inteligencia artificial. Esperamos que la inteligencia artificial llegue a ser un motivo de menor preocupación a medida que haya más personas con formación en este campo, tanto los gobiernos como los expertos publiquen nuevas leyes y normas, y un mayor número de empresas prueben otros casos de uso y vean el retorno sobre la inversión”.

Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Capítulo 10: Privacidad de los Datos

Las empresas con una buena salud digital son mucho más propensas que las que tienen una salud digital media o deficiente a afirmar que la privacidad de los datos es una parte esencial del éxito.

Finalmente, en la encuesta también se analizó la importancia que se le da a la privacidad de los datos en las empresas. Más de 2 de cada 5 de los responsables de transformación digital encuestados respondieron que realizan formaciones periódicas para garantizar que la privacidad de los datos es una prioridad (43%), cuentan con políticas de privacidad sencillas y transparentes para los clientes y los empleados (43%), y cumplen todas las leyes y normas del sector (41%). Resulta alentador que los encuestados son mucho más propensos a responder que la

privacidad de los datos es una parte esencial del éxito de sus empresas, que a afirmar que podrían mejorar mucho sus prácticas de privacidad de los datos (42% frente al 6%). En particular, las empresas con una buena salud digital son mucho más propensas a señalar que la privacidad de los datos es una parte esencial del éxito, que las que tienen una salud digital media o deficiente (57%, 44% y 30%, respectivamente).

El porcentaje de encuestados que afirma que la privacidad de los datos es una parte esencial del éxito de sus empresas ha aumentado ligeramente en 2024 (42% frente al 38%), algo que también es alentador.



¿Qué importancia tiene la privacidad de los datos en tu empresa? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

● Buena salud digital ● Salud digital media ● Salud digital deficiente



“Consideramos que la privacidad de los datos es una parte esencial de las empresas y animamos a aquellas que puedan mejorar a que tomen medidas para ello. No solo es un factor decisivo para los clientes, sino algo impuesto por ley, por lo que simplemente creemos que es lo adecuado para proteger a nuestros clientes. Resulta prometedor observar que ha aumentado el número de empresas que consideran la privacidad una parte esencial de su éxito en comparación con el año pasado, aunque existen diferencias claras entre las que gozan de una buena salud digital y las que tienen una salud digital deficiente y en su actitud hacia la misma”.

Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

Por qué la Salud Digital debería ser una prioridad en la planificación actual de cualquier empresa



Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

"Si no le estás dando suficiente prioridad a la salud digital, que no te quepa duda de que la competencia lo estará haciendo".

"En la actualidad, la salud digital debería ser la principal prioridad para los responsables de todas las empresas".

En la actualidad, la salud digital debería ser la principal prioridad para los responsables de todas las empresas. Las tecnologías están avanzando a un ritmo sin precedentes. En la actualidad, las empresas tienen más oportunidades que nunca para aprovechar la digitalización de forma rápida y significativa.

Permíteme que te haga algunas preguntas:

- ¿Te gustaría rentabilizar más tus inversiones digitales, incluidas las realizadas en inteligencia artificial?
- ¿Te gustaría aumentar la satisfacción de tus clientes y, por ende, aumentar su fidelización y disminuir las pérdidas?
- ¿Te gustaría aumentar la satisfacción de tus empleados y, por ende, aumentar la retención del talento y disminuir su desgaste?

- ¿Te gustaría usar todos los datos generados en tu organización para tomar mejores decisiones de forma más rápida?
- ¿Te gustaría saber cómo va tu negocio en tiempo real?
- ¿Te gustaría poder cambiar tu estrategia para evitar problemas que puedan causar un gran impacto, o aprovechar oportunidades futuras?

Si la respuesta a todas o alguna de estas preguntas es "sí", debes esforzarte más para gozar de una buena salud digital.

En concreto, la velocidad a la que avanza la inteligencia artificial invita a todas las empresas a ponerse en marcha para no quedarse atrás, aunque los resultados están por confirmar. Es posible que falte una estrategia de preparación para

garantizar que funcione según lo previsto. Aunque no es un secreto que las tecnologías están sobredimensionadas, con una estructura digital y de datos apropiada, seguro que los esfuerzos merecen la pena. Teniendo en cuenta que la inteligencia artificial sigue avanzando, las empresas que empiecen a usarla de forma adecuada conseguirán amortizar más su inversión cada año. Sin embargo, las que se apresuren a ponerla en marcha sin una base digital apropiada, acabarán decepcionadas con su impacto.

Si no le estás dando suficiente prioridad a la salud digital, que no te quepa duda de que la competencia lo estará haciendo. Además, en un mundo en el que los clientes son cada vez más exigentes, buscan un servicio más personalizado y eficiente, y esperan que las empresas sean conscientes de su

experiencia en cada punto de contacto, contar con una buena salud digital es fundamental. En la actualidad, la fidelidad del cliente no es lo suficientemente sólida como para ofrecerle una experiencia que no sea excelente. Hay demasiada competencia de calidad en la mayoría de los sectores. Por otro lado, si los costes de la retención de clientes son mucho más bajos que los costes de captación de clientes, ¿por qué no preocuparse por tener clientes muy satisfechos?

Una buena salud digital puede mantener a flote un negocio incluso en momentos delicados, ya que ofrece una mayor flexibilidad, agilidad y resiliencia. Dadas las condiciones en las que las empresas han tenido que trabajar en los últimos años y los constantes contratiempos macroeconómicos, les da la oportunidad de prosperar independientemente de las circunstancias.

Además de las tecnologías, también son importantes un sinfín de elementos, como la formación de los empleados sobre nuevas soluciones digitales. No se trata simplemente de usar nuevas tecnologías, sino de saber lo que les aportan para trabajar de forma más eficiente con el fin de conseguir sus objetivos y los de la empresa en general. ¿Necesitan más formación los empleados y, en ese caso, existe una estrategia diseñada correctamente? La adopción es siempre un factor clave en lo que respecta a las nuevas tecnologías, al igual que obtener el retorno sobre la inversión esperado. Para ello, se debe contar con una cultura y una estrategia de liderazgo adecuadas.

Las empresas que tengan una buena base en estos momentos podrán disfrutar de un largo camino hacia el éxito, mientras que aquellas que tengan una base menos estable vivirán tiempos más convulsos.

Cómo puede ayudar Zoho



Sridhar Iyengar

Director general de Zoho en Europa

"Podemos ser un socio de confianza que te acompañe en el proceso de digitalización y desarrollo de una buena salud digital".

"Como empresa privada sin inversores externos, solo tenemos que rendir cuentas ante nuestros clientes y empleados".

El objetivo de Zoho es ayudar a los clientes a transformar toda su empresa de forma digital y sustancial para mejorar su salud digital. Les brindamos la oportunidad de digitalizarse poco a poco o a un ritmo acelerado en función de sus necesidades. Las infraestructuras tecnológicas pueden ser caóticas, pero el software de Zoho está diseñado para trabajar sin problemas en una plataforma unificada diseñada de forma nativa o para integrarlo en tus sistemas (o ambas cosas a la vez).

Zoho actúa a largo plazo. Esto significa que empezamos hemos estado presentes durante veintinueve años y pretendemos seguir activos mucho más tiempo. Somos una empresa joven en comparación con lo que esperamos permanecer en el tiempo.

Construimos. Comenzamos como un grupo de ingenieros con la idea de cambiar el mundo empresarial y hemos crecido hasta ofrecer la gama más amplia y exhaustiva de aplicaciones empresariales en la nube de todo el sector. Desde tus necesidades administrativas, como recursos humanos y finanzas, hasta tus necesidades dirigidas al cliente, como ventas, marketing y atención al cliente, así como otro tipo de servicios, como herramientas de comunicación, productividad, colaboración, análisis o desarrollo, podemos ayudarte a marcar la diferencia en los resultados de tu empresa. Podemos ser un socio de confianza que te acompañe en tu proceso de digitalización y desarrollo de una buena salud digital.

Como empresa privada sin inversores externos, solo tenemos que rendir cuentas ante nuestros clientes y empleados. Este es uno de los motivos por los que hemos decidido invertir una parte mayor de nuestros beneficios en I+D, en vez de en marketing, y una de las razones por las que la protección de los datos del cliente está en el centro de todo lo que hacemos y no los capitalizamos, a diferencia de muchas otras empresas del sector. Los datos de los clientes no nos pertenecen. Para nosotros, es más importante seguir ofreciendo el mejor software del mercado y proteger a nuestros clientes. Nuestra estrategia comercial está diseñada para permitirnos tener un mayor control de los costes y poder ofrecer más valor a los clientes. El hecho de ser una empresa privada nos concede libertad y flexibilidad a la hora de tomar decisiones sobre nuestro negocio en beneficio únicamente de los clientes.

Con más de 700 000 clientes y 100 millones de usuarios, Zoho ha ayudado a muchas empresas en Europa y en todo el mundo a mejorar su salud digital. ¿Te gustaría saber más? No te lo pierdas. Puedes obtener más información en <https://www.zoho.com/> o enviándonos un correo electrónico a sales@eu.zohocorp.com



Metodología y Datos demográficos

El Estudio sobre Salud Digital utiliza un sistema de puntuación para evaluar aspectos clave como la innovación, el uso de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, los problemas técnicos, la estabilidad de las plataformas y la gestión de la tecnología de la información (TI).

Censuswide ha encuestado a 1503 responsables sénior de transformación digital de empresas con más de 25 trabajadores procedentes de los cinco mercados mencionados anteriormente entre el 31/10/24 y el 12/11/24.

Este informe clasifica la salud digital de las empresas de los encuestados en tres tipos: buena, media y deficiente. Para ello, se desarrolló un sistema de puntuación para evaluar aspectos clave como la innovación, los problemas técnicos, la estabilidad de las plataformas y la gestión de la tecnología de la información. Las puntuaciones más altas reflejan resultados más sólidos en estos ámbitos.

Para este estudio, las grandes empresas se clasifican como aquellas que tienen más de 1000 empleados, las empresas medianas como las que cuentan con entre 250 y 999 empleados, y las pequeñas empresas como las que tienen entre 25 y 249 empleados.

Para comparar los resultados, las puntuaciones se dividieron en niveles para poner de manifiesto las diferencias entre los encuestados con mayores y menores puntuaciones e identificar los factores que promueven la excelencia.



Zoho

Zoho Corporation es una de las empresas tecnológicas más prolíferas del mundo, con más de 55 aplicaciones para prácticamente todas las principales áreas empresariales, como ventas, marketing, atención al cliente, contabilidad y administración, y una gama de herramientas de productividad y colaboración.

Zoho es una empresa privada y rentable con más de 18,000 trabajadores. Su sede se encuentra en Chennai (India) y tiene oficinas repartidas por Europa en los Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Francia y España, así como en

Estados Unidos, India, Japón, China, Singapur, México, Australia y Emiratos Árabes Unidos.

En Zoho, respetamos la privacidad del usuario y no tenemos modelos de ingresos basados en publicidad en ningún lugar de la empresa, incluidos los productos gratuitos. Obtén más información sobre el compromiso de privacidad de Zoho en: <https://www.zoho.com/privacy.html>. Zoho gestiona sus propios centros de datos en todo el mundo, entre los que se incluyen dos en Europa.

Más de 100 millones de usuarios en todo el mundo, de cientos de miles de empresas, confían en Zoho cada día para gestionar sus empresas, incluida Zoho. Para obtener más información, visita www.zoho.com.

