**La falta de madurez digital podría perjudicar a las empresas españolas en las rebajas de verano**

* *Solo el 27% de las empresas en España tiene una buena madurez digital, según el Estudio de Salud Digital de Zoho.*
* *Un nivel adecuado de digitalización puede repercutir hasta en un 60% en el rendimiento de la IA en los procesos de ventas, atención al cliente y finanzas en España.*
* *Las herramientas potenciadas por IA, como los chatbots, o las que proporcionan análisis de datos, información sobre los clientes, detección de fraudes y detección de anomalías, pueden ser hasta tres veces más eficaces en función de la salud digital de la empresa.*
* *Se espera que las ventas aumenten un 8% al inicio del periodo de Rebajas de Verano, con un crecimiento del 5% en julio y del 3,9% en agosto, en comparación con las del año pasado, según ANGED.*

A medida que las rebajas de verano vuelven a impulsar una parte significativa del gasto de los consumidores en España, tanto en las tiendas como en Internet, el aumento de las compras y de las interacciones digitales exigirá el máximo rendimiento de los equipos de atención al cliente, ventas, finanzas y marketing. La presión online de los próximos meses también pondrá a prueba la resistencia de la infraestructura digital de las empresas españolas, ya que los tiempos de inactividad de estos servicios pueden generar grandes pérdidas económicas y posibles daños a la reputación por una mala experiencia de usuario.

Pero, ¿están preparadas las empresas españolas? Según Zoho Corporation, compañía tecnológica global, la digitalización juega un papel clave en la eficacia con la que las empresas pueden implementar procesos digitales a lo largo de las ventas y operaciones, especialmente con IA, y sobre todo también durante picos de actividad como las Rebajas de Verano. La última edición del [Estudio de Salud Digital de Zoho en Europa](https://www.zoho.com/es/r/digital-health-study-europe-25.html) revela que solo el 27% de las empresas en España afirman tener una salud digital sólida. Aún así, el 55% de las empresas encuestadas por Zoho en España afirman que planean invertir significativamente en IA, mientras que el 13% actualmente ya la están utilizando y viendo el impacto en su éxito.

**El rendimiento de la IA depende de una base digital sólida**

El estudio de Zoho revela fuertes contrastes entre las empresas con una elevada salud digital y las que carecen de ella, especialmente cuando se trata de mantener una experiencia de cliente sólida. Además, los datos de Zoho muestran que el rendimiento de la IA depende en gran medida de la madurez de los sistemas digitales:

* **Chatbots**: Los chatbots, una de las herramientas de servicio en tiempo real más comunes, pueden funcionar realmente bien, pero no siempre ofrecen los mismos resultados. Las empresas con una sólida salud digital registran un retorno de la inversión del 85%, frente a sólo el 42% en las empresas con poca salud digital: más del doble de impacto.
* **Inteligencia de datos**: Extraer conclusiones útiles o información procesable derivada del análisis de las interacciones en línea depende de la madurez digital. Las empresas digitalmente avanzadas registran una eficacia del 86%, mientras que otras sólo alcanzan el 31%: casi tres veces más éxito en la toma de decisiones basada en datos.
* **Conocimiento del cliente**: La contribución de la IA para extraer perspectivas de los clientes en tiempo real depende de la preparación digital. Las empresas con una sólida base digital alcanzan un 88% de efectividad, frente a menos del 30% de las menos maduras.
* **Detección del fraude**: En el contexto actual de múltiples ventas y operaciones en línea, la prevención del fraude es fundamental. La IA puede mejorar significativamente las capacidades de detección, pero solo cuando está respaldada por una sólida base digital. Las empresas con una elevada madurez digital registran un 84% de efectividad, frente a solo un 27% entre sus homólogas menos avanzadas: el triple de ventaja en la prevención del fraude impulsada por la IA.
* **Detección de anomalías**: Desde caídas de velocidad hasta errores en las transacciones, la detección de anomalías es vital durante los picos de tráfico. Las empresas digitalmente avanzadas lo gestionan con un 88 % de eficacia, mientras que otras se quedan en el 27 %, una diferencia de 60 puntos que pone en peligro el funcionamiento y la experiencia.

La correcta integración de soluciones digitales como CRM tiene un impacto directo en la previsión de inventarios y las proyecciones de ingresos futuros, entre otras cosas. Como resultado, se pueden reducir los tiempos de procesamiento de los pedidos, lo que contribuye a mejorar la satisfacción del cliente, incluso en periodos de alta demanda. Además, el análisis de datos de ventas en tiempo real permite a las empresas evaluar el progreso hacia sus objetivos e identificar áreas de mejora y oportunidades. Todo ello con el objetivo último de aumentar la satisfacción de los usuarios al conocer sus necesidades y anticiparse a sus expectativas.

Según **Suvish Viswanathan, responsable de Marketing de Zoho Europa**, "en un entorno cada vez más competitivo, la experiencia del cliente debe ser la máxima prioridad. Los consumidores buscan una mayor personalización y fluidez en su proceso de compra, no sólo durante la temporada de rebajas, sino durante todo el año. Por ello, entender sus necesidades, anticiparse a sus expectativas y ganarse su confianza es esencial para que cualquier empresa destaque. El uso de herramientas digitales facilita estas interacciones y la creación de experiencias de usuario memorables, reforzando así la fidelidad de los clientes. Tener el nivel adecuado de madurez digital marcará la diferencia a la hora de obtener resultados, tanto para las empresas como, especialmente, para los clientes."

**Las rebajas de verano y las operaciones de comercio electrónico, un pilar para empresas y clientes en España**

Según la Asociación Española de Consumidores, el 75% de los consumidores en España aprovechará esta campaña de descuentos, con un gasto medio de 109 euros. Sin embargo, el gasto no se mantendrá estable durante todo el periodo de Rebajas de Verano: según la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución ([ANGED](https://anged.es/sala-de-prensa/la-distribucion-preve-un-crecimiento-del-comercio-del-2-para-el-conjunto-de-2025/)), el consumo aumentará un 8% en la primera parte de las rebajas, alcanzando el 5% en julio y el 3,9% en agosto, en comparación con las cifras de 2024.

Más allá de este periodo especial, la importancia de las ventas, sobre todo a través de canales online, es una realidad para todo tipo de comercios en toda España. Según los últimos datos disponibles de [Eurostat](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20250227-2), el 56,7% de las grandes empresas del país han realizado ventas online recientemente, frente al 40,9% de las medianas empresas y el 31,6% de las pequeñas.

Estas cifras ponen de manifiesto una clara oportunidad, pero también un reto: solo las empresas con una sólida base digital podrán aprovechar plenamente el potencial de la IA, incluidos los periodos de gran demanda, como las rebajas de verano. Desde la optimización de las estrategias de ventas hasta la mejora de la eficiencia operativa y la prevención del fraude, la madurez digital ya no es opcional: es un factor decisivo para convertir los datos en resultados.

La cartera de soluciones de Zoho cubre casi todas las áreas principales de la actividad empresarial, desde las ventas hasta el marketing, el servicio de atención al cliente y la contabilidad. Además, todas ellas se han creado teniendo en cuenta la privacidad, garantizando que ninguno de los datos personales almacenados en ellas se comparte con terceros.

**Sobre Zoho**

Con más de 55 aplicaciones en casi todas las áreas principales de negocio, incluyendo ventas, marketing, atención al cliente, contabilidad y operaciones administrativas, así como una serie de herramientas de productividad y colaboración, Zoho Corporation es una de las empresas tecnológicas más prolíficas del mundo.

Zoho es una empresa de capital privado y rentable con más de 15.000 empleados. Zoho tiene su sede central en Chennai, India, y su sede europea en Utrecht, Países Bajos. Otras oficinas se encuentran en Alemania, Francia, España, Estados Unidos, India, Japón, China, Singapur, México, Australia y Emiratos Árabes Unidos.

Zoho respeta la privacidad del usuario y no tiene un modelo de ingresos por publicidad en ninguna parte de su negocio, incluidos sus productos gratuitos. Puede leer más sobre el compromiso de privacidad de Zoho aquí: https://www.zoho.com/privacy.html. Zoho opera sus propios centros de datos en todo el mundo, incluyendo dos en Europa. Más de 100 millones de usuarios en todo el mundo, a través de cientos de miles de empresas, confían en Zoho todos los días para hacer funcionar sus negocios, incluido el propio Zoho. Para más información, visite <https://www.zoho.com/es-xl>

**Contacto**

Zoho Europa   
Julie Watson +44 (0) 7939539462 [julie.watson@eu.zohocorp.com](mailto:julie.watson@eu.zohocorp.com)  
Armando Serra +34 610 75 46 62 [armando.carles@eu.zohocorp.com](mailto:armando.carles@eu.zohocorp.com)   
  
LeanFactor Global Communication  
Salvador Hernández +34 663 288 081 [zoho@leanfactor.net](mailto:zoho@leanfactor.net)