

NOTA DE PRENSA

Las empresas españolas confían en la Inteligencia Artificial, pero menos del 30% de los empleados la utiliza en su día a día

- **6 de cada 10 líderes empresariales considera que el uso de la IA podría mejorar la calidad del trabajo**
- **Para ello, las organizaciones deben poner en marcha políticas de formación y guías de uso, que permitan una implementación real y eviten caer en el *AI Washing***

Madrid, 13 de marzo de 2025. - La Inteligencia Artificial continúa ganando terreno en el panorama empresarial español; sin embargo, todavía existe una brecha importante entre su percepción y su implementación real. Así lo demuestra un informe de [Jabra](#), líder en soluciones profesionales de audio y vídeo, que señala que, **si bien los directivos son optimistas sobre el potencial de la IA, en muchos casos, todavía carecen de la visión o las habilidades necesarias para implementarla de forma eficaz.**

Así, mientras que el 85% de los líderes empresariales tiene interés en la IA y el 84% confía plenamente en sus capacidades, la gran mayoría (82%) reconoce que necesitaría comprender mejor cómo esta tecnología podría mejorar la eficiencia en el trabajo. Este desconocimiento se traduce en dificultades y dudas a la hora de integrar la IA en operaciones diarias. ¿El resultado? **Solo el 26% de los profesionales españoles la utiliza en su día a día.**

Sin embargo, **líderes (63%) y empleados (56%) considera que la IA podría mejorar la calidad de su trabajo.** Entre sus principales ventajas: delegar funciones y ahorrar tiempo.

Además, el 60% de los responsables de la toma de decisiones y el 54% de los empleados cree que sería capaz de colaborar eficazmente con la IA. Sobre las aplicaciones y herramientas donde mayor proyección de futuro le ven, destacan las soluciones de audio (82%) y vídeo (81%); así como asistentes como ChatGPT (84%) y CoPilot (79%).

“Cada vez hay más organizaciones con ganas de sumarse a la ola de la IA, pero algunas siguen sin conseguir una implementación efectiva y un uso significativo. A medida que las herramientas vayan avanzando hacia la IA activada por voz, será fundamental que reconozcan cómo esta evolución cambiará nuestras interacciones con ella y mejorará la productividad”, explica **Miquel Geeraerd, director de ventas de cuentas globales para EMEA y CALA de Jabra.**

En este sentido, desde la compañía señalan que, para evitar caer en el *AI Washing*, las empresas deben contar con soluciones tecnológicas adecuadas, así como involucrar de forma activa a todos los empleados en el despliegue y uso de la IA.

Formación y estrategia: necesarias para desbloquear el potencial de la IA

NOTA DE PRENSA

Para poder hacer un buen uso de la Inteligencia Artificial en su trabajo, **6 de cada 10 españoles cree que necesitaría aprender nuevas habilidades**. Y, casi la mitad, ve posible que los profesionales que dominen la IA remplacen a los que carecen de conocimientos sobre ella.

En este sentido, es importante que las organizaciones adopten un **enfoque proactivo en materia de formación**; sobre todo, a medida que aplicaciones de IA Generativa como ChatGPT o plataformas como Microsoft CoPilot continúan ganando popularidad.

A través de programas estructurados de aprendizaje y desarrollo para líderes y equipos, las empresas podrán superar la brecha de habilidades y fomentar una comprensión profunda de estas herramientas. Además, dado que la IA seguirá evolucionando, los encargados de guiar a sus organizaciones en este camino necesitarán conocimientos más profundos sobre los beneficios prácticos y tangibles que esta puede proporcionar.

De esta manera, se podrá **garantizar una adopción homogénea de la IA** que maximice la eficiencia y la innovación en todos los equipos. Sin una estrategia clara, la integración podría percibirse como inconexa, llevando a su infrutilización y a la pérdida de las oportunidades que brinda.

Igualmente, **las compañías deben proporcionar a sus trabajadores una hoja de ruta bien definida que les ayude a comprender cómo se integrará la IA** en sus tareas diarias y en la estrategia general de la empresa. De no ser así, se mantendrá la desconexión entre el entusiasmo de los líderes y la adopción por parte de la fuerza laboral, obstaculizando el potencial de la IA para impulsar la rentabilidad empresarial.

“Los beneficios de la Inteligencia Artificial van más allá del incremento de la productividad. También ayuda a crear una plantilla empresarial más conectada y capacitada, a la vez que se impulsa la innovación y la colaboración en todos los niveles,” concluye **Geeraerd**.

--

Sobre Jabra

Jabra es una marca líder mundial en soluciones de audio, vídeo y colaboración diseñadas para impulsar la colaboración y la productividad en las empresas. Como parte del grupo GN, la compañía está comprometida con acercar a los profesionales entre sí y favorecer su bienestar. La excelencia de Jabra en ingeniería lidera el camino, basándose en más de 150 años de trabajo pionero dentro de GN. Gracias a ello, la compañía consigue crear soluciones integradas para contact centers y oficinas, para ayudar a los profesionales a trabajar de forma más eficiente desde cualquier lugar.

www.jabra.com

Fundado en 1869, Grupo GN emplea a más de 7.000 personas y cotiza en el Nasdaq de Copenhague (GN.CO). Las soluciones de GN se venden en 100 países de todo el mundo. Visite la página web GN.com, o encuentre más información en [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/gn/), [Facebook](https://www.facebook.com/gn/), y [X](https://twitter.com/gn).

Contacto para prensa TEAM LEWIS

Irene Siles

919 26 67 03

jabraSP@teamlewis.com