

## 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 replacen 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 infrautilización 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](http://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](http://GN.com), o encuentra más información en [LinkedIn](#), [Facebook](#), y [X](#).

Contacto para prensa TEAM LEWIS

Irene Siles

919 26 67 03

[jabraSP@teamlewis.com](mailto:jabraSP@teamlewis.com)