Informe sobre Transformación Digital (Parte I)

Las empresas aceleran la adopción de la IA, pero solo el 36% forma a sus equipos para utilizarla

- **El 61% de las compañías declara utilizar herramientas de IA, frente al 38% en 2025 y el 24% en 2024. Si se tiene en cuenta también el uso real, la penetración alcanza el 77%, una subida de 30 p.p. en dos años**
- **El 45% de las empresas todavía no dispone de una política definida sobre el uso de la inteligencia artificial; entre las que cuentan con limitaciones aumenta la preocupación por la privacidad y la seguridad de los datos, que llega al 64%**
- **Crece el desarrollo de IA de uso interno: alcanza el 28% (12 p.p. más respecto a 2025), un avance que encabezan las organizaciones de mayor tamaño y las del sector cuaternario y quinario**

Madrid, 19 de noviembre de 2026. La inteligencia artificial está transformando la actividad de las empresas españolas y modificando la forma en la que desarrollan sus procesos y organizan el trabajo. Su incorporación ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, aunque este avance no siempre viene acompañado de la capacitación necesaria para que los profesionales puedan utilizar estas herramientas de forma eficaz y aprovechar todo su potencial.

En este contexto, InfoJobs, la plataforma de empleo líder en España, presenta una nueva edición de su consulta sobre Transformación Digital en las empresas, que analiza cómo están evolucionando las organizaciones en este ámbito, qué herramientas están incorporando y cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan. En esta primera aproximación a los resultados, el análisis se centra en cómo avanza la adopción de la inteligencia artificial y en la brecha entre la implantación de estas tecnologías y la formación de los equipos.

La inteligencia artificial ya está presente en la mayoría de las empresas y su uso registra un avance significativo

En 2026, **el 61% de las empresas declara utilizar alguna herramienta de IA**, frente al 38% en 2025 y el 24% en 2024. Además de ese uso activo o declarado, si se contempla

también el uso real (lo utilizan, aunque no son conscientes de hacerlo), la penetración alcanza el 77%, lo que supone un incremento de 30 puntos porcentuales en dos años.



Fuente: InfoJobs

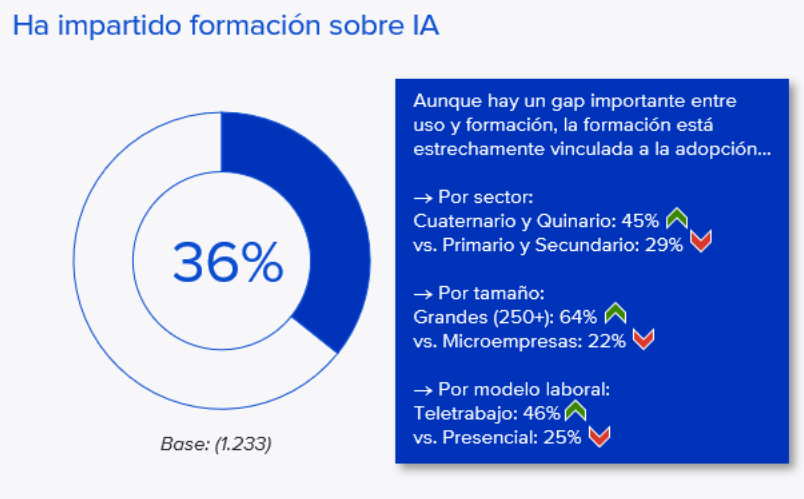
Dentro de ese 61%, su aplicación se concentra principalmente en actividades ajenas a los departamentos de Recursos Humanos: el 46% de las empresas utiliza IA para otras tareas de negocio.

No obstante, la adopción no evoluciona al mismo ritmo en todas las organizaciones. Las de mayor tamaño y las pertenecientes a los sectores cuaternario y quinario lideran esta transformación, sobre todo en el uso general. Así, el 74% de las grandes compañías (250 o más empleados) declara utilizar IA, frente al 54% de las microempresas. Por sectores, la penetración alcanza el 71% en el cuaternario y quinario, mientras que se sitúa en el 53% en el primario y secundario.

Por tipología de herramientas, los chatbots y las soluciones de procesamiento del lenguaje natural encabezan la implantación, con un 53%, seguidos por la traducción automática (46%) y las herramientas de diseño (41%). Estas últimas son las que experimentan un mayor crecimiento en los dos últimos años, al pasar del 4% en 2024 al 41% en 2026.

La formación y las políticas internas no avanzan al mismo ritmo que la adopción de la IA

Uno de los principales retos que plantea esta transformación es la capacitación de los profesionales. Aunque el 61% de las empresas declara utilizar herramientas de inteligencia artificial, **solo el 36% ha impartido formación a sus empleados sobre su uso durante el último año**. Esta distancia evidencia que la incorporación de la tecnología no siempre viene acompañada de las competencias necesarias para sacarles el máximo partido.



Fuente: InfoJobs

La diferencia también se aprecia en función del tamaño de las organizaciones: mientras que el 64% de las grandes ha ofrecido formación en IA, en las microempresas el porcentaje desciende al 22%. Asimismo, las de los sectores cuaternario y quinario presentan una mayor actividad formativa (45%) que las del primario y secundario (29%).

A la formación se suma otro desafío: la regulación interna de su uso. **El 45% de las empresas reconoce que todavía no dispone de una política definida sobre la utilización de la IA por parte de sus empleados.** Entre las compañías que sí establecen limitaciones, la principal razón es la **preocupación por la privacidad y la seguridad de los datos, señalada por el 64% (12 p.p. más que hace un año**). Le siguen las cuestiones éticas y jurídicas, como los posibles sesgos o la discriminación (39,5%), y la falta de confianza en las respuestas generadas por estas herramientas (25%), que también aumentan respecto a la consulta anterior (+4 p.p. en ambos casos)

En paralelo, las empresas avanzan de forma notable en el desarrollo de soluciones propias. **El 28% afirma haber desarrollado herramientas de inteligencia artificial de uso interno**, frente al 16% registrado en 2025. Este porcentaje asciende al 43% entre las grandes compañías y al 36% en los sectores cuaternario y quinario. Además, un 19% afirma que lo hará en los próximos doce meses.

La digitalización consolida un modelo híbrido: *online* para gestionar y presencial para conectar

Más allá de la inteligencia artificial, la digitalización también está transformando los canales que utilizan las empresas para desarrollar su actividad. Los datos muestran la consolidación de un modelo dual, en el que el entorno *online* gana protagonismo en las tareas administrativas y de gestión, mientras que la presencialidad mantiene su peso en las actividades que requieren interacción personal.

Así, el 75% de las compañías utiliza el canal *online* para almacenar documentación y el 73% para realizar trámites burocráticos. También destaca su utilización en la entrega de documentación (65%) y la formación laboral (62%). Por el contrario, la presencialidad sigue siendo mayoritaria en la incorporación de nuevos empleados (83%), las reuniones de equipo (82%) y las entrevistas a candidatos (80%). También predomina en los procesos de contratación (70%), lo que refleja la importancia del contacto directo en los momentos clave de la relación entre empresa y trabajador.

El tamaño de las organizaciones vuelve a marcar diferencias. Las medianas y grandes presentan una mayor intensidad de uso de los canales digitales, especialmente en las actividades relacionadas con la contratación, las reuniones de equipo y las entrevistas. En cambio, las microempresas mantienen una operativa más presencial, con diferencias que rondan los 30 puntos porcentuales en algunas de estas actividades.

La tecnología debe avanzar de la mano de las personas

Los resultados reflejan que la transformación digital de las empresas españolas ha entrado en una nueva etapa. La inteligencia artificial ya forma parte de la actividad cotidiana de muchas organizaciones y aporta mejoras en eficiencia y productividad, pero su aprovechamiento exige avanzar en formación y gobernanza.

"*El reto de la transformación digital no consiste únicamente en incorporar nuevas tecnologías, sino en preparar a las personas para utilizarlas de manera eficaz y responsable. Acompañar la adopción de la inteligencia artificial con formación y con criterios claros de uso, que también protejan los datos, es lo que permite aprovechar todo su potencial y asegurar que la innovación se traduzca también en oportunidades para los profesionales*", explica **Mónica Pérez, directora de Comunicación y Estudios de InfoJobs**.

Nota metodológica:

Los datos proceden de una investigación cuantitativa dirigida a empresas de la base de datos de InfoJobs, situadas en territorio nacional. Se ha realizado una encuesta online autoadministrada (CAWI), mediante un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 15 minutos. La muestra está compuesta por 1.233 responsables de recursos humanos o decisores de contratación. El ámbito del estudio es España, sin aplicación de cuotas. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 15 de enero y el 10 de febrero de 2026. El nivel de confianza es del 95% y el margen de error de ±2,8%.

Sobre InfoJobs

Plataforma líder en España para encontrar las mejores oportunidades profesionales y el mejor talento. En el último año, InfoJobs ha publicado 2,5 millones de posiciones vacantes. Cuenta cada mes con 30 millones de visitas (más del 80% proceden de dispositivos móviles) y 2,4 millones de candidatos activos que exploran nuevas oportunidades laborales. Gracias a InfoJobs se firma un nuevo contrato de trabajo cada 22 segundos.

Contacto

InfoJobs:
Mónica Pérez Callejo
prensa@infojobs.net

Evercom:
Ariadna Daunis / Andrea Vallejo / Virginia Camino / Silvia Coma
infojobs@evercom.es
T. 93 415 37 05 - 676 86 98 56