

est

6° Estudio de
Presentaciones
Empresariales

dio



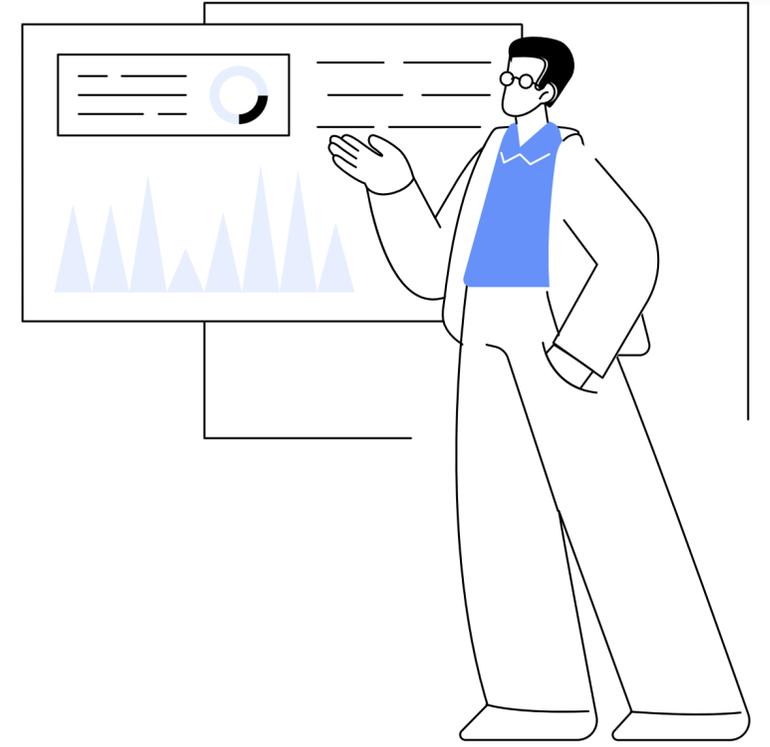


2014
2024





10 años después... ¿han mejorado las presentaciones PowerPoint en empresas?





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

En el año 2014, lanzamos el **Primer Estudio de Presentaciones Empresariales con una pregunta: ¿Qué hace que una presentación sea realmente efectiva?**

Esta investigación estudió las tendencias, problemas y mejores prácticas en la realización de presentaciones PowerPoint en empresas. En los últimos diez años hemos atravesado una pandemia global, el teletrabajo ha transformado la forma en la que colaboramos, y el auge de la inteligencia artificial está redefiniendo cómo trabajamos. Pero una cosa sigue siendo cierta: una buena presentación marca la diferencia, mientras que una mala cuesta tiempo, dinero y oportunidades.

En este informe analizamos la evolución de las presentaciones para responder a la pregunta: ¿han mejorado realmente? Además, exploramos cómo la tecnología, el diseño gráfico y la necesidad de una comunicación efectiva han transformado las herramientas disponibles y la manera en que las personas perciben y utilizan las presentaciones.



Principales hallazgos





Frecuencia de uso

En 2014, el 17% de los encuestados realizaba una o más presentaciones al día.

En 2024 se ha incrementado hasta el 41%, y el 33% declara **asistir** a una o varias presentaciones al día, triplicando el resultado de hace 10 años. Ello refleja una alta dependencia de las presentaciones como herramienta de comunicación diaria, y podría estar relacionado con herramientas de colaboración digital como Slack, Microsoft Teams, Google Meet...

2014

17%

2024

41%



Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

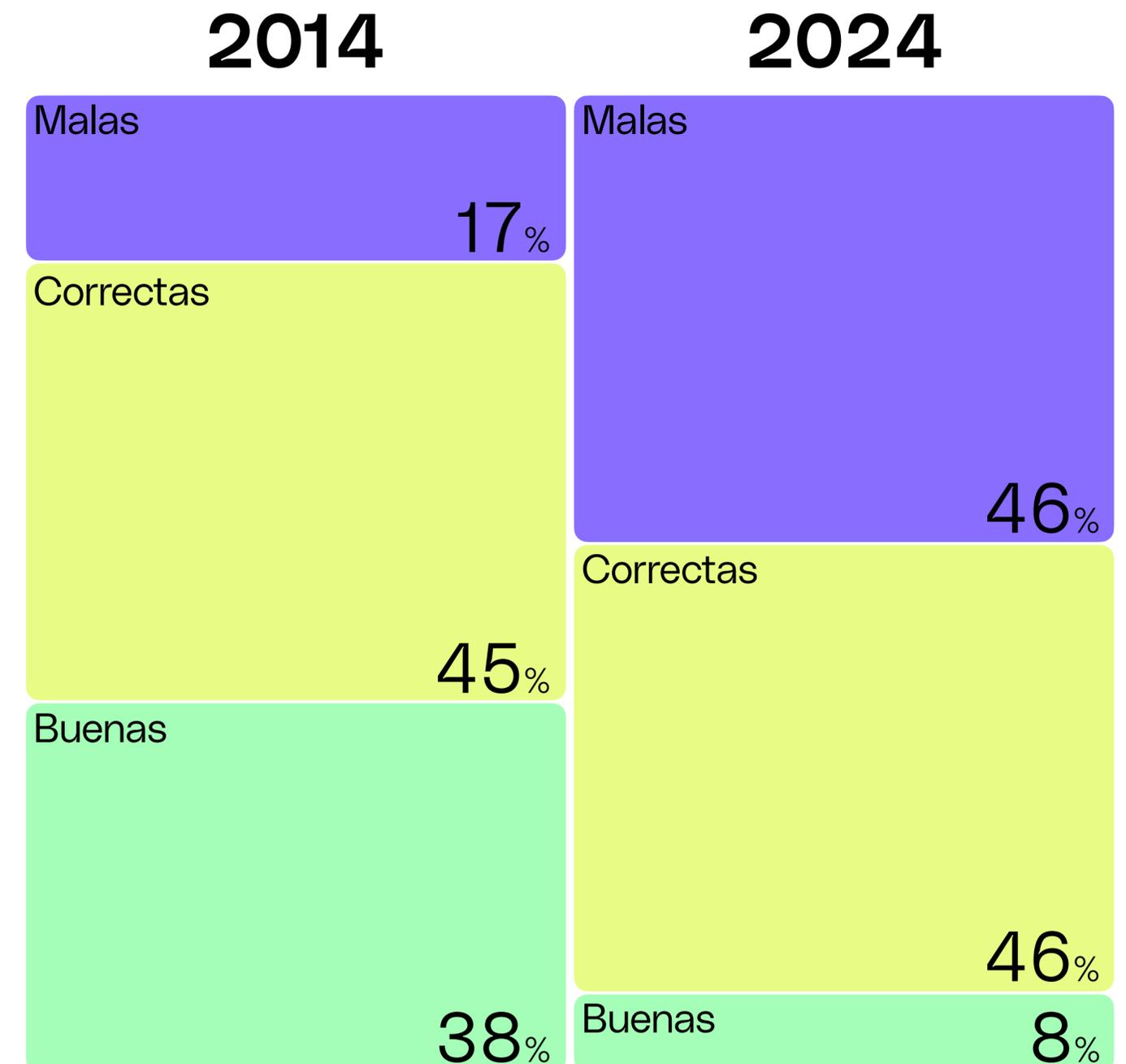
Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

Valoración global: suspense

Casi uno de cada dos entrevistados califica las presentaciones a las que asiste de “correctas” (sin variación en 10 años). Sin embargo, resulta muy llamativo que las calificaciones de “malas” y “aburridas” se han triplicado en este mismo periodo, mientras las presentaciones consideradas “buenas” han pasado de un 38% a solo un 8%.





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

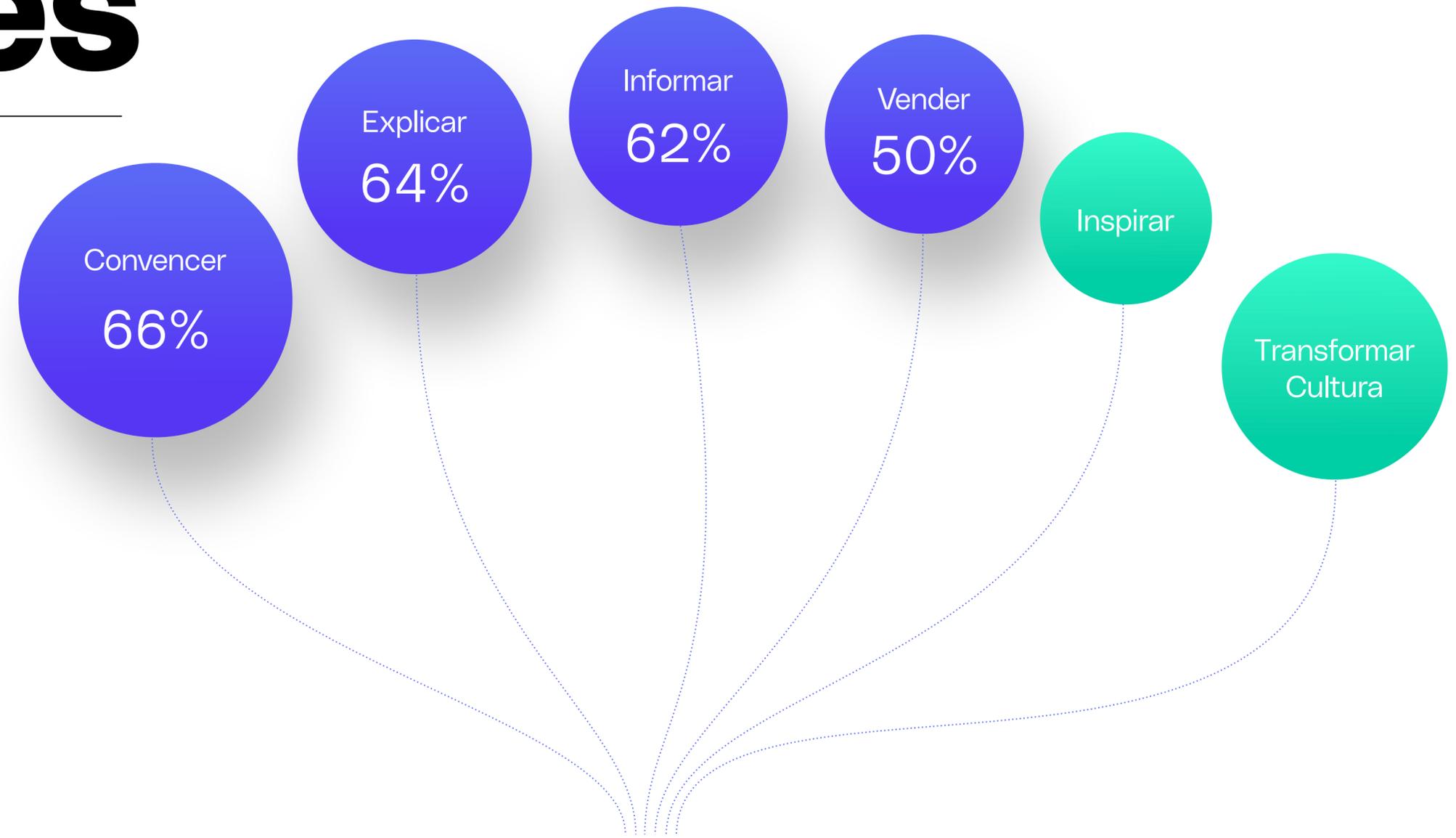
Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

Objetivos principales

Se mantienen los objetivos principales de convencer (66%), explicar (64%), informar (62%) y vender (50%), pero también se han introducido nuevas metas como inspirar y transformar cultura. Esto refleja un cambio hacia presentaciones más estratégicas, diseñadas no solo para transmitir información, sino para generar un impacto emocional y fomentar la adhesión a valores y estrategias organizacionales.





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

Defectos comunes

Persisten problemas como el exceso de texto (84%), las presentaciones demasiado extensas (64%), y la falta de mensajes claros (48%). Aunque las herramientas han mejorado, muchos usuarios dependen de plantillas genéricas y carecen de habilidades en diseño, comunicación y storytelling. Esto afecta a la capacidad de las presentaciones para captar y mantener la atención de la audiencia, poniendo de manifiesto la necesidad de contar con experimentados profesionales.

Exceso de texto

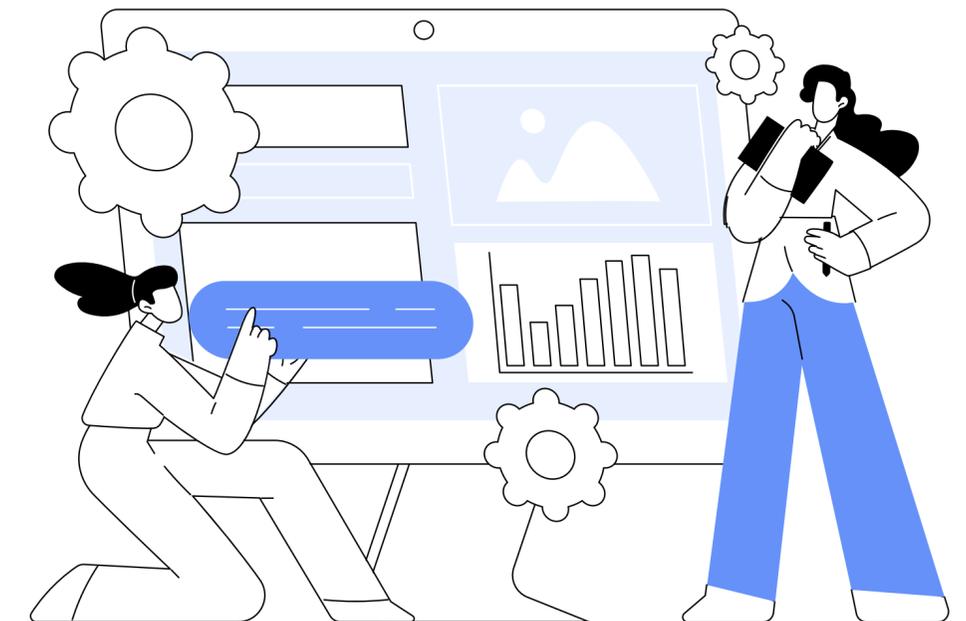
84%

Demasiado extensas

64%

Falta de Mensajes claros

48%





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

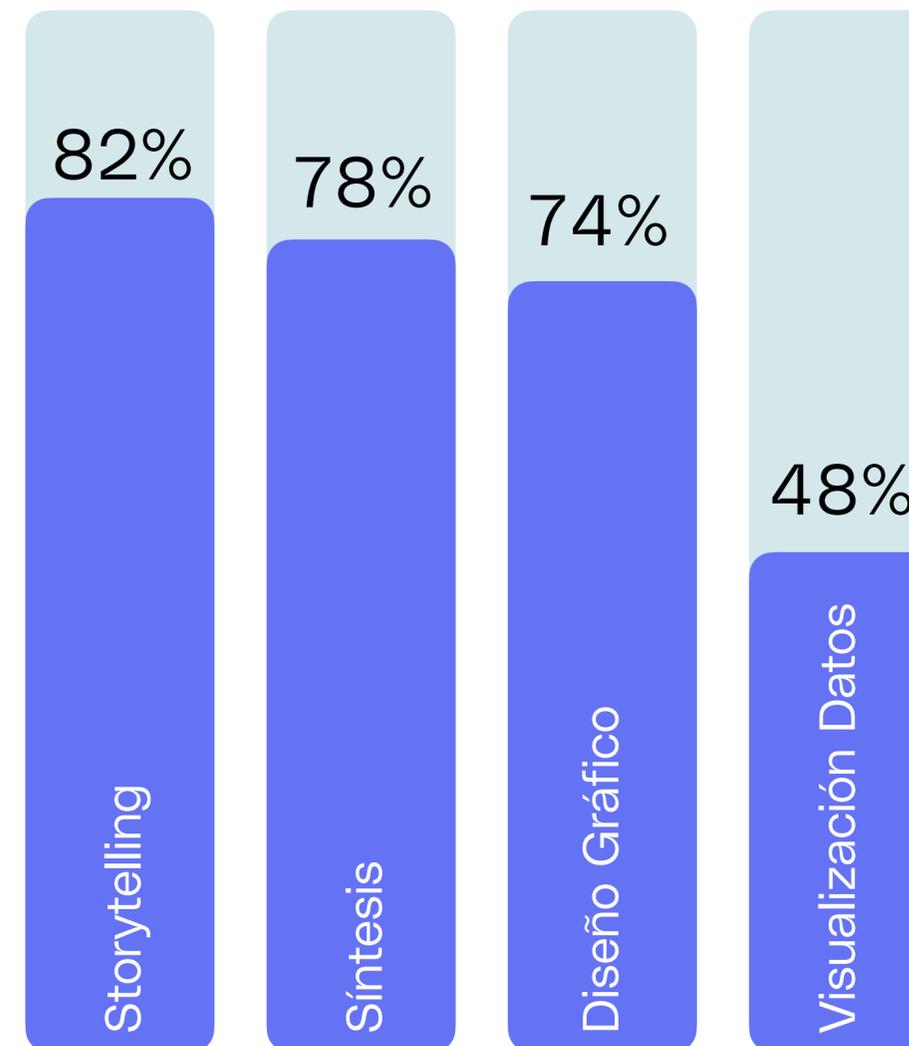
Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

Habilidades valoradas

Hoy por hoy, el storytelling (82%), la síntesis (78%), el diseño gráfico (74%) y la visualización de datos (48%) son las que tienen más protagonismo. Estas habilidades reflejan la importancia de conectar con la audiencia mientras se presentan datos complejos de manera clara y atractiva.





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

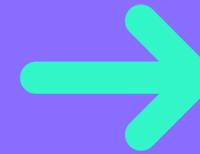
Conclusiones

Impacto del diseño

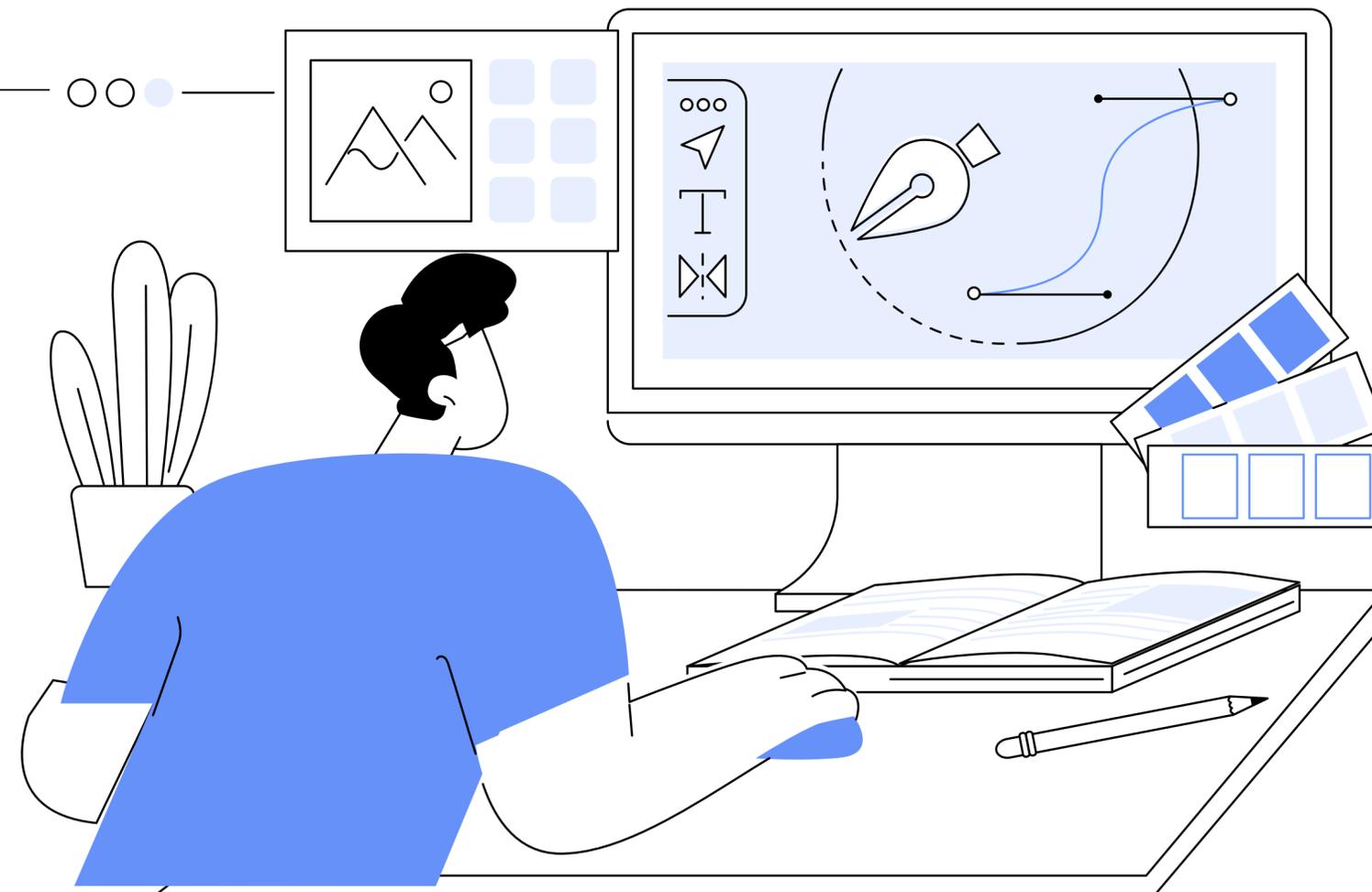
El 90% de los encuestados afirman que un diseño cuidado aumenta, bastante o mucho, su confianza al presentar.

Aunque la inteligencia artificial puede facilitar el diseño, tiende a generar presentaciones estándar que carecen de personalidad e impacto. Es imprescindible combinar tecnología con experiencia para lograr un recuerdo duradero.

90%



El diseño cuidado
aumenta la confianza



Análisis crítico





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

¿Han mejorado realmente las presentaciones?

Rotundamente no.

Persisten retos críticos como la falta de claridad de los mensajes y estructuras narrativas confusas, que dificultan la comprensión global del contenido. Aunque las herramientas han evolucionado, es fundamental invertir en la formación de habilidades como el storytelling y en la organización de la información para garantizar que las presentaciones sean atractivas y logren transmitir mensajes efectivos.





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

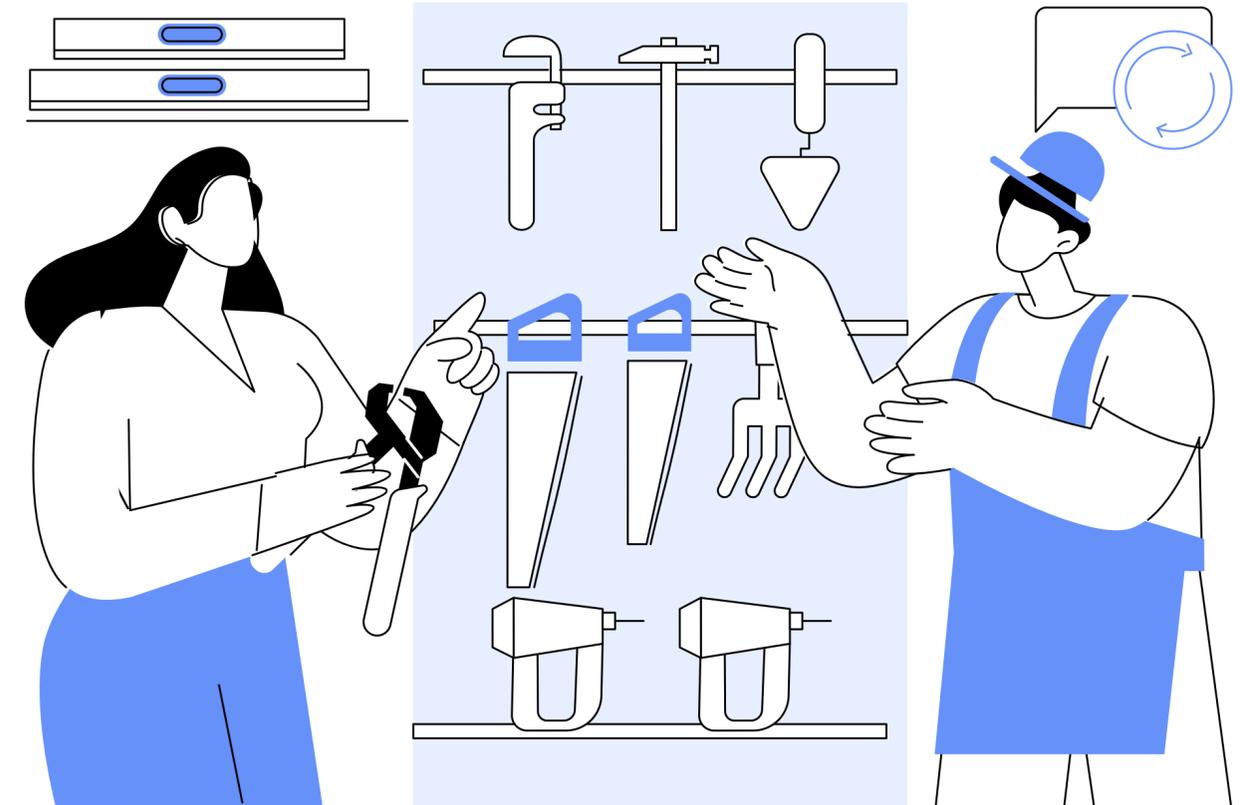
Recomendaciones

Conclusiones

El mito de la herramienta

Existe un debate constante sobre si PowerPoint es realmente el problema o si, en realidad, lo es el mal uso que hacen de la herramienta quienes la emplean. Aunque PowerPoint ofrece funcionalidades avanzadas y múltiples opciones para diseñar presentaciones atractivas, su impacto depende totalmente de las habilidades del usuario.

Muchos fallan al abusar del texto o al elegir visuales poco atractivos, lo que da como resultado presentaciones confusas y poco memorables. **Tener claro los mensajes a transmitir, y sintetizarlos permite que cada presentación informe de manera efectiva, conecte con la audiencia y deje una impresión duradera.**

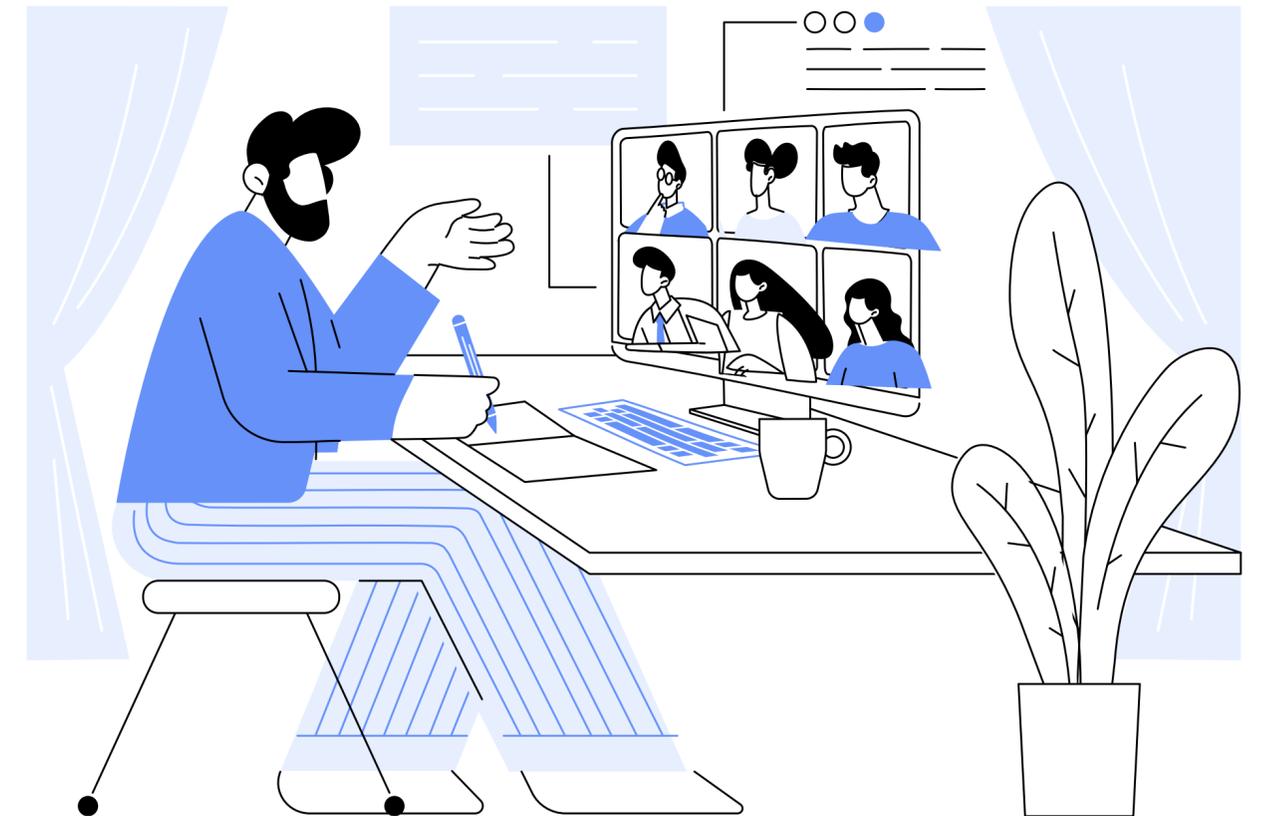




Impacto del entorno empresarial

El teletrabajo y los avances tecnológicos han transformado radicalmente la manera en que se realizan **presentaciones**. Herramientas digitales como Google Meet y Microsoft Teams han facilitado la comunicación remota, pero también han introducido nuevos desafíos. **En los entornos virtuales, la atención de la audiencia tiende a ser más breve, lo que ha incrementado la necesidad de mensajes concisos que mantengan el interés y eviten la saturación de información.**

Por otra parte, el uso de **presentaciones asincrónicas, las que no se realizan en vivo y en directo, se ha expandido considerablemente.** En este formato, las narrativas deben ser más completas, ya que el contenido debe explicarse por sí mismo sin la presencia del presentador. Esto requiere recursos visuales bien diseñados que guíen al espectador y aseguren una comprensión autónoma del mensaje. **Es de vital importancia tener muy claro qué tipología de presentación se quiere, y tomar en cuenta la evolución hacia la flexibilidad y la adaptabilidad en la forma de comunicar ideas.**



Recomendaciones



pres

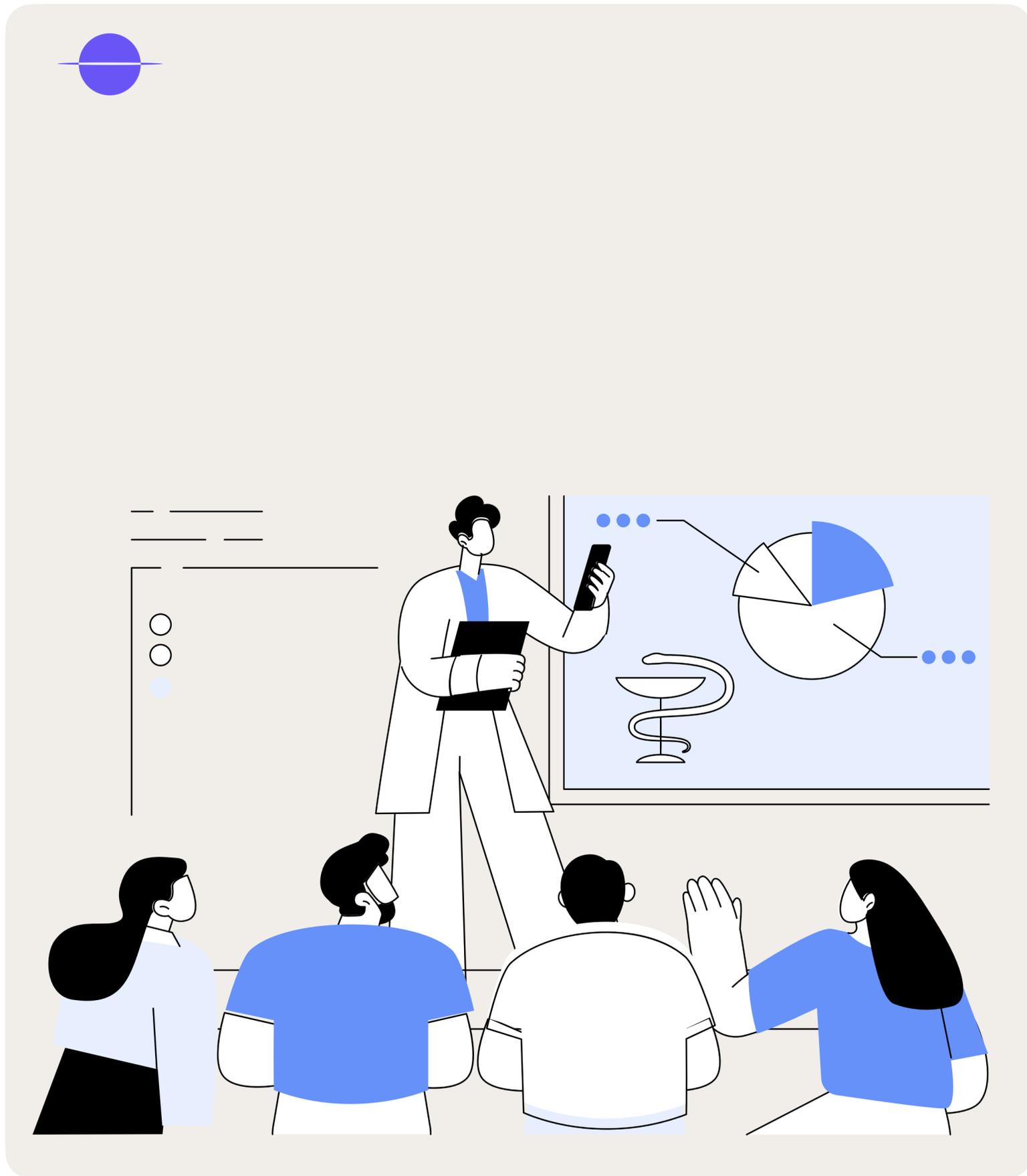


Las mejores prácticas para las empresas incluyen la formación continua de sus equipos en storytelling y diseño, asegurando que las presentaciones reflejen profesionalidad y creatividad. A su vez, desarrollar plantillas corporativas personalizadas y recursos visuales adaptados a diferentes necesidades, ayuda a mantener la consistencia visual y fortalecer la identidad corporativa de la marca.

Conclusiones



emp





Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

Diez años después de nuestro primer estudio, las presentaciones empresariales siguen siendo un pilar estratégico para convencer, explicar, informar y vender. Sin embargo, los datos evidencian que su efectividad no ha avanzado al mismo ritmo que su frecuencia: el 41% de los profesionales afirma crear al menos una presentación al día, más del doble que en 2014, y casi la mitad de la audiencia continúa calificándolas de “correctas”.

Esta realidad subraya una paradoja: disponemos de mejores herramientas, pero persisten problemas básicos de claridad narrativa, exceso de texto y escasez de diseño. El error radica menos en la tecnología y más en el uso que hacemos de ella; PowerPoint, Keynote, Canva o Google Slides son tan potentes como la habilidad de quienes los manejan.

¿Cómo calificarías las presentaciones a las que asistes?



Buenas

8%



Correctas

46%



Malas

46%



Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

De cara a la próxima década, el factor diferencial será la correcta combinación de talento humano y nuevas tecnologías de IA. Estas herramientas agilizarán la creación de borradores, pero solo un enfoque creativo, con dominio de storytelling, síntesis y visualización de datos, garantizará presentaciones memorables. Como revela el estudio, el 90 % de los encuestados gana confianza cuando el diseño está cuidado; la estética no es un lujo, sino un acelerador de influencia.

Por ello, las organizaciones que prioricen la formación continua –en narrativa, diseño y pensamiento visual– y que instauren guías de estilo y plantillas corporativas personalizadas obtendrán dos ventajas competitivas: eficiencia operativa (menos horas perdidas rehaciendo diapositivas) y mayor impacto en clientes, inversores y equipos.

66%

Piensan que es más importante el “**cómo**”



34%

Piensan que es más importante el “**qué**”



Frecuencia

Valoración

Objetivos

Defectos

Habilidades

Impacto

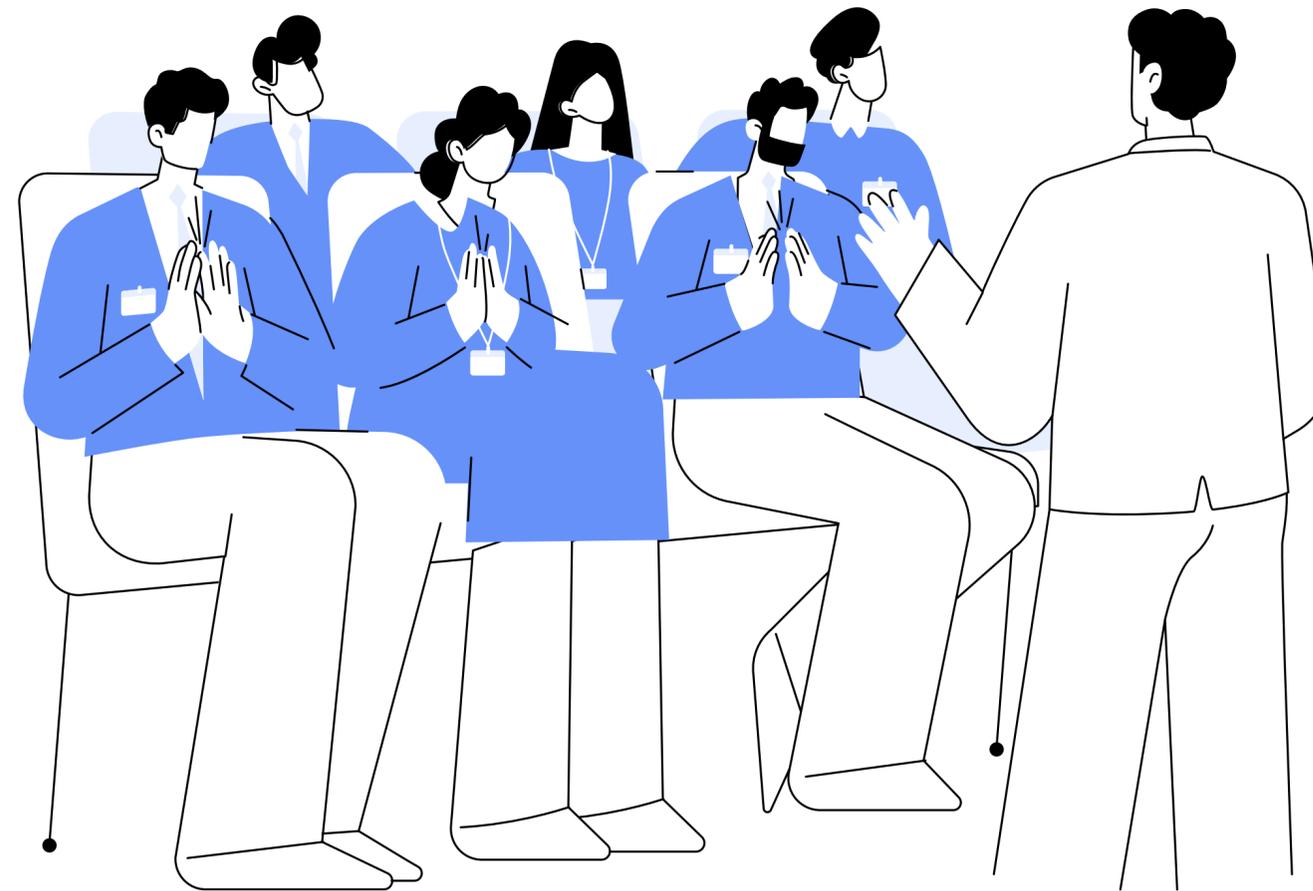
Análisis

Recomendaciones

Conclusiones

En The Corporate Agency creemos que **el siguiente paso consiste en pasar del “¿Qué cuenta mi presentación?” al “¿Qué logra mi presentación?”**.

Solo así se transformará la presentación de un mero soporte informativo en un motor de cambio y crecimiento empresarial.



En definitiva, el reto no es producir más diapositivas, sino crear historias visuales que muevan personas y negocios. El momento de profesionalizar este arte es ahora: quien domine la comunicación visual liderará la conversación.

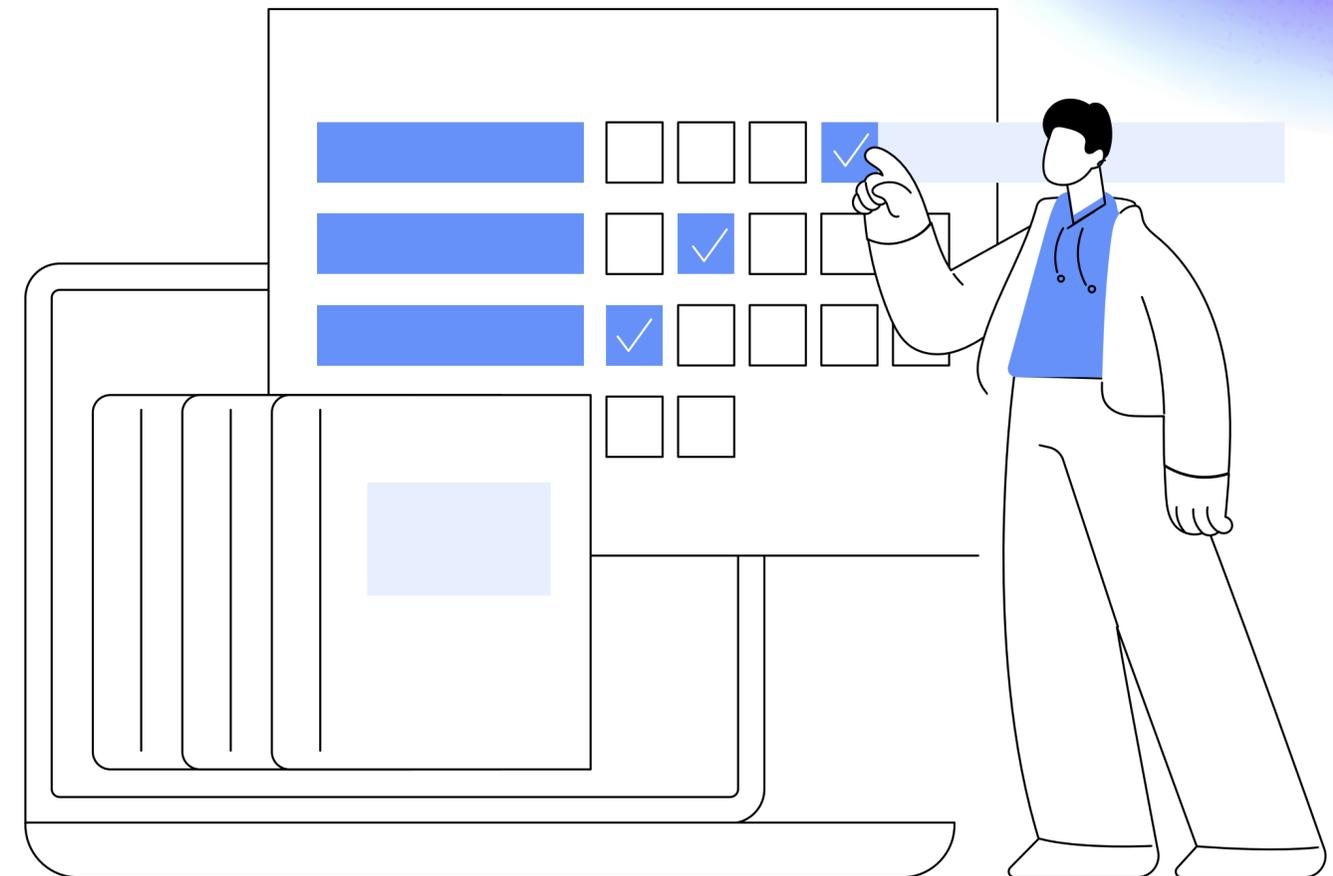


La muestra

El estudio llevado a cabo los pasados meses de diciembre y enero recoge las respuestas de 98 profesionales recibidas a través de un formulario online.

La muestra se compone de 45% de hombres y 55% de mujeres, y 58% de los participantes son altos directivos.

En cuanto al tamaño de las compañías representadas, existe la misma proporción de pequeñas que de grandes empresas (inferior o superior a 20 empleados) contando incluso con un 24% de empresas de más de 500 empleados.



98

Profesionales
encuestados

55%
45%

Mujeres
Hombres

58%

Altos directivos



www.tcagency.es