DOCUMENTO DE INVESTIGACIÓN

pluxee



El trabajo: ¿un refugio en tiempos turbulentos?

Por qué los colaboradores mantienen un optimismo seguro frente a la amenaza de la inflación y el auge de la IA

pluxee

“¿Por qué el lugar de trabajo se ha convertido en un refugio?”

Aurélien Sonet
CEO de Pluxee



Está surgiendo una nueva era del trabajo, y los colaboradores acogen esta transformación con confianza. Esta es una de las varias conclusiones llamativas de nuestro nuevo estudio —continuación de The New Rules of Engagement (2025)—, que analiza cómo están afrontando los colaboradores la inestabilidad global y el auge de la IA.

Pese a su preocupación por el aumento del costo de vida, **el 76 % de los colaboradores tiene una actitud positiva,** y la mayoría de los colaboradores demuestra una notable capacidad para adaptarse y seguir adelante con resiliencia. Este optimismo decidido nace del fuerte vínculo de los trabajadores con su empresa, que consideran un pilar de estabilidad en el que apoyarse en tiempos turbulentos.

Nuestro estudio también revela **cómo perciben los colaboradores la IA en el lugar de trabajo.** Aunque reconocen que esta tecnología transformará profundamente su forma de trabajar, **el 65 % de los trabajadores ya la ha adoptado.** Ven en ella la posibilidad de que su trabajo sea menos complicado y más estimulante.
Sin embargo, este entusiasmo no debe eclipsar un reto importante: ayudar a las generaciones más jóvenes a incorporarse y triunfar en un mercado laboral transformado por la IA. A medida que evolucionan las trayectorias profesionales y surgen nuevas competencias imprescindibles, las organizaciones desempeñarán un papel fundamental para que el nuevo talento encuentre su lugar, desarrolle su potencial y prospere.
Durante los últimos cincuenta años, Pluxee ha adquirido un profundo conocimiento del mundo laboral escuchando a colaboradores y empresas mientras afrontan el cambio. Con una IA que traerá tanto nuevos retos como nuevas oportunidades, nuestro estudio demuestra que la mayoría de los trabajadores está preparada para dar el salto a una nueva y audaz era del trabajo. Ahora, las organizaciones deben ayudarles a sacarle el máximo partido.

«El 76% de los colaboradores tiene una actitud positiva. Este optimismo decidido nace del fuerte vínculo de los trabajadores con su empresa, que consideran un pilar de estabilidad en el que apoyarse en tiempos turbulentos.»

pluxee

Un estudio internacional

En mayo de 2026 realizamos, junto con Ipsos, la segunda edición de nuestra encuesta global. Diseñada para explorar cómo viven el compromiso los colaboradores de todo el mundo, recoge las voces de miles de personas de distintos países, sectores y grupos de edad. Este estudio ofrece amplios datos internacionales y muestras representativas —analizados por Antoine Solom, consultor senior de Focus—, además de claves sobre la moral de los trabajadores en un contexto de incertidumbre y auge de la IA.

14 países

El número de países encuestados pasó de 10 en 2025 a 14 en 2026: Brasil, Francia, Reino Unido, España, Bélgica, Rumanía, Turquía, EE. UU., México, India(1), Italia, Chile, Alemania y Colombia.

11,000 encuestados

(1) Para garantizar la comparabilidad de los resultados entre mercados, las respuestas de India se excluyeron del análisis global consolidado debido a los patrones de respuesta diferenciados observados en los datos.

Conozca a nuestros expertos



Jean-Baptiste Barfety

Experto en políticas públicas sobre la transformación del trabajo y el papel de la empresa en la sociedad

Jean-Baptiste Barfety es conocido por poner de relieve los factores estructurales y políticos que determinan la búsqueda actual de un trabajo con sentido. Este año ha centrado su atención en la IA. Reunió a 17 empresas (que representan a 1,5 millones de colaboradores) y se apoyó en una revisión de la literatura internacional y en grupos de trabajo con líderes de Talento Humano y jefes directos para redactar su último informe, Working with AI, Deciding Among Humans (Projet Sens, 19 de mayo de 2026). Barfety —codirector de un grupo de investigación sobre el trabajo en el Collège des Bernardins, exasesor del Ministerio de Trabajo francés y relator del influyente Informe Notat-Senard, que inspiró la legislación francesa sobre empresas con propósito— conecta el conocimiento académico y la realidad empresarial.



Antoine Solom

Consultor senior de Focus, especializado en investigación, asesoramiento y estrategia para transformaciones que generan compromiso

Antoine Solom aporta su experiencia en la transformación empresarial de organizaciones globales. Anteriormente trabajó treinta años en Ipsos, en particular como director general principal de su departamento de HR Analytics and Consulting Solutions, centrado en culturas de trabajo que generan compromiso (Engaging Work Cultures).

Tomando el pulso a los colaboradores



Situación actual

Parece que el trabajo nunca es suficiente para la gente. No solo le dedica un tercio de su vida, sino que incluso en su tiempo libre se engancha con series centradas en el trabajo. Muchas de ellas —como The Bear, que sigue a un equipo de personajes excéntricos que se esfuerzan por conseguir una estrella Michelin para su caótico restaurante— no transcurren en una oficina típica, pero ofrecen un retrato del mundo laboral de la década de 2020 muy reconocible y entretenido. La popularidad de estos programas, en los que el trabajo es el verdadero protagonista, reside en cómo captan las frustraciones y tensiones propias de cualquier lugar de trabajo actual; la alegría y el sentimiento de pertenencia que puede ofrecer en un mundo cada vez más inestable; y la eterna búsqueda de equilibrio entre la vida personal y la carrera profesional. **Estas series cargadas de emoción hacen que las personas se sientan vistas y escuchadas, en sintonía con el objetivo de este estudio: dar voz a los colaboradores de todo el mundo.**

> «Parece que el trabajo nunca es suficiente para la gente. No solo le dedica un tercio de su vida, sino que incluso en su tiempo libre se engancha con series centradas en el trabajo.»

*LO MÁS DESTACADO DE THE NEW RULES OF ENGAGEMENT***

El estudio de Pluxee de 2025 concluyó que los colaboradores se desplazan continuamente a lo largo de un espectro de compromiso durante su carrera, que abarca ocho perfiles, desde The Outsider (el ajeno) hasta The All Parts Engaged (el comprometido en todos los ámbitos). Dos factores determinan en gran medida su posición en este espectro: si priorizan su vida personal o su trabajo, y si se inclinan por actividades individuales o colectivas.

El estudio también identificó el Compromiso Medido, un fenómeno por el que los colaboradores se implican en el trabajo de forma más deliberada para proteger su vida personal o su labor comunitaria.

The New Rules of Engagement concluía que la reciprocidad es esencial para las organizaciones que quieren aprovechar todo el potencial del compromiso de sus colaboradores. Esto supone recompensar su valiosa contribución con oportunidades de crecimiento, autonomía, beneficios materiales y una conexión humana significativa.

Nota: mantener o traducir los nombres de los perfiles (The Outsider, The All Parts Engaged) según el criterio usado en la edición española de 2025.

Una fuerza laboral sorprendentemente positiva

Varias de las primeras conclusiones del estudio de este año desafían las ideas preconcebidas. Pese al flujo constante de noticias negativas sobre la situación mundial —y aunque la mitad de los encuestados este año afirma estar preocupada por el futuro de su país y del planeta—, nuestros datos indican que la actitud de los colaboradores sigue siendo notablemente positiva. **En total, el 76 % dice sentirse «entusiasmado», «feliz» o «seguro», igualando los resultados del estudio internacional que realizamos hace un año.**

Pero esa es solo una parte del panorama. **Aunque estos temores sobre la inestabilidad global no han minado la confianza general de los colaboradores, hay una preocupación que sí les pesa a diario: la inflación y su impacto en el poder adquisitivo. El 70 % de los trabajadores la cita como su principal preocupación, y el 25 % afirma que «no puede dejar de pensar en ella».** En Europa, países como Rumanía, Francia y España están especialmente pendientes de este tema. A nivel global, la amenaza de una crisis económica inminente ocupa el tercer lugar (59 %), de modo que estas dos preocupaciones financieras eclipsan juntas los temores de los colaboradores por la aceleración del cambio climático (n.º 2), la inseguridad (n.º 5), la guerra (n.º 6) y la pérdida del empleo, que queda en último lugar entre las preocupaciones de los trabajadores.

Por qué las preocupaciones económicas pesan tanto? Porque tienen un impacto muy tangible en la vida de las personas. **Según nuestro estudio, en la mayoría de los países más de la mitad de los trabajadores tiene dificultades para llegar a fin de mes, y a veces se queda sin plata antes del día 10.**

Esta creciente presión sobre sus presupuestos hace que los colaboradores estén menos satisfechos con su vida que hace un año. A nivel global, cuando se les pregunta «¿Cuánto le gusta su vida actualmente?», siguen otorgando una nota relativamente alta, de 7/10, con la notable excepción de Italia, donde los trabajadores muestran un menor grado de satisfacción. **Sin embargo, en 2026 se observa un descenso apreciable del 8 % en la satisfacción de los colaboradores con su vida personal respecto a 2025. Es especialmente visible en Brasil, México, España, Francia y Reino Unido.**

> «Aunque la moral es en general positiva, EE. UU., México y Turquía destacan», explica Antoine Solom. «El sentimiento positivo supera el 85 % y va en aumento respecto a 2025.»

Las tres principales preocupaciones en las que los colaboradores «no pueden dejar de pensar» en 2026

Las tres principales preocupaciones en las que los colaboradores «no pueden dejar de pensar» en 2026



P.: «¿Qué grado de preocupación siente respecto a...?» (%)

A pesar de la agitación global, los colaboradores mantienen en general una actitud sorprendentemente positiva

76 se describe como **«feliz», «entusiasmado» o «seguro»**

Unos pocos países encabezan el ranking de positividad



Las tres paradojas actuales del compromiso

Aunque los colaboradores de todo el mundo afirman estar menos satisfechos con su vida personal, un análisis más profundo revela que la valoración que hacen de su trabajo sigue siendo comparativamente alta y estable.

Esto refleja la realidad cada vez más compleja a la que se enfrentan hoy los colaboradores, y nuestros resultados revelan estas llamativas paradojas:

1 Aunque el trabajo ocupa un lugar menos central en la vida de los colaboradores, su vínculo con la empresa se refuerza.

2 En un contexto de presión financiera persistente, los trabajadores están dispuestos a dejar un empleo que ya no les resulta interesante.

3 La IA va a transformar el papel de los trabajadores, pero estos no la temen.

Juntas, estas tres paradojas ofrecen una imagen nítida del compromiso de los colaboradores hoy, en el contexto de la gran transformación tecnológica que la IA está impulsando en el trabajo y de la incertidumbre global.



Aunque el trabajo ocupa un lugar menos central en la vida de los colaboradores,

su vínculo con la empresa se refuerza

pluxee

El avance constante del Compromiso Medido

La incertidumbre continua, la pérdida de poder adquisitivo y una menor satisfacción vital están llevando a los colaboradores a hacer más ajustes en su vida laboral para centrarse más en su vida personal. Tres datos muestran este cambio gradual. En primer lugar, ante la pregunta «¿Cuál es su grado de implicación en su trabajo?», un mayor número de trabajadores de todos los países respondió «Hago lo que dice mi jefe, pero sé poner límites si se excede» (del 34 % en 2025 al 38 % en 2026). En segundo lugar, quienes afirman «Trabajo lo más que puedo» bajaron 5 puntos porcentuales (del 46 % al 41 %) en el mismo periodo. En tercer lugar, la proporción de colaboradores que dice que el trabajo es el centro de su vida ha caído del 19 % en 2025 al 13 % en 2026. **En conjunto, todo ello supone que el trabajo deja de ser el centro de la vida.**

Según Jean-Baptiste Barfety —exasesor del Ministerio de Trabajo francés, especializado en la transformación del trabajo y el papel de la empresa—, **este fenómeno se debe a profundos cambios estructurales. A medida que nuestra sociedad se vuelve más individualista, las personas tienden a dar más importancia a su vida que al trabajo.** Nuestros datos muestran que en el Reino Unido y en otros países europeos como Francia, España y Alemania, en contra de la creencia popular, los trabajadores jóvenes suelen estar más centrados en el trabajo que los de mayor edad.
Sin embargo, que los trabajadores prioricen sus límites personales no debe confundirse con falta de compromiso. *Lo que observamos es que cada vez más personas adoptan el Compromiso Medido,** un concepto que Barfety identificó en el estudio del año pasado. Entonces lo detectó en aproximadamente el 34 % de los trabajadores de todas las generaciones, y ahora ha subido hasta cerca del 38 %, lo que sugiere que esta tendencia llegó para quedarse, sobre todo en los países europeos.

¿QUÉ ES EL COMPROMISO MEDIDO?

The New Rules of Engagement fue el primer estudio en identificar el Compromiso Medido, una tendencia por la que los colaboradores se implican en el trabajo de forma deliberada para proteger sus límites, sus valores y el equilibrio entre vida laboral y personal: una respuesta pragmática a un mundo laboral que a menudo espera que las personas se excedan.

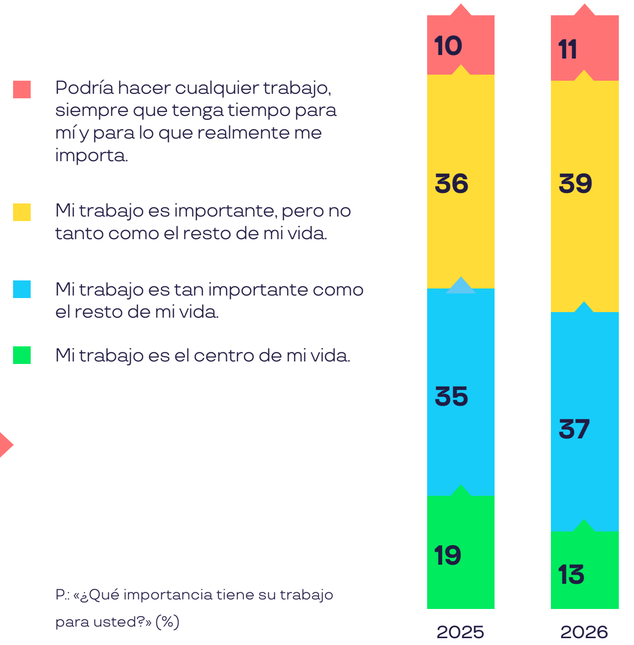


Laure Pourageaud

Directora de Talento Humano del Grupo Pluxee

«Que los colaboradores de hoy pongan cada vez más límites a su forma de trabajar no significa que se hayan desconectado de la empresa.»

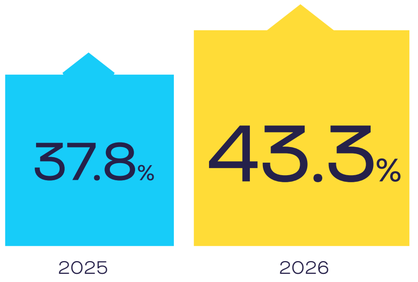
Cada vez más personas empiezan a priorizar su vida personal



P.: «¿Qué importancia tiene su trabajo para usted?» (%)

Los colaboradores europeos lideran el Compromiso Medido

% de colaboradores en Europa que respondió «Mi trabajo es importante, pero no tanto como el resto de mi vida»



El trabajo como refugio en un mundo incierto

Con los colaboradores dedicando más tiempo a su vida personal y adoptando un enfoque más medido del trabajo, cabría pensar que valoran menos su empleo. Pero los datos cuentan otra historia. **La satisfacción profesional sigue siendo alta en todos los países, con puntuaciones medias superiores a 7 sobre 10, en contraste con la menguante valoración de su vida personal. Además, el 87 % afirma que «le encanta» o «le gusta» su organización,** 4 puntos porcentuales más que el año pasado. Los países europeos se inclinan más por «le gusta», mientras que Turquía, EE. UU., Brasil, México, Chile y Colombia están claramente en el grupo de «le encanta».

¿Qué explica esta buena valoración del trabajo? Según Jean-Baptiste Barfety, **los colaboradores de hoy tienen un fuerte vínculo emocional con su empresa porque el lugar de trabajo se ha convertido para ellos en un «refugio» fiable. Afirma que «funciona como un amortiguador que los protege de algunas de las dificultades que puedan estar viviendo por la inflación y la incertidumbre global»**. Y añade que «esto refleja el tipo de mentalidad que, en tiempos difíciles, lleva a las personas a buscar estabilidad e invertir en "valores refugio" como el oro o la finca raíz».

En un contexto de incertidumbre, el vínculo de las personas con su lugar de trabajo es innegable

87%

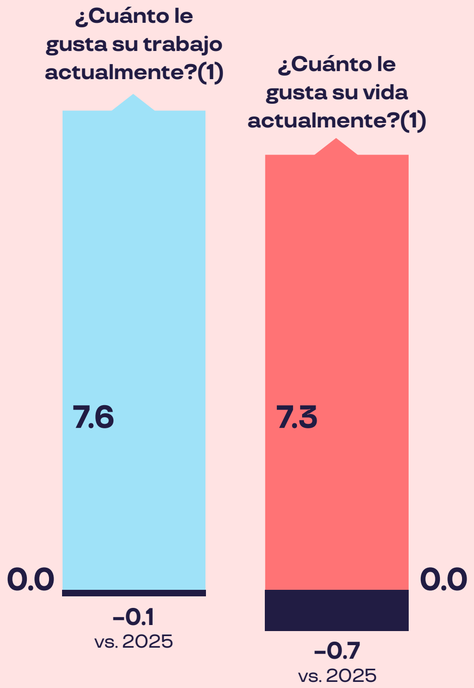
de los colaboradores afirma que **«le encanta» o «le gusta»** su organización



Jean-Baptiste Barfety

«A medida que las instituciones tradicionales se desvanecen, el lugar de trabajo sigue siendo un espacio donde los adultos ven a sus compañeros a diario, comparten experiencias, participan, se sienten conectados con los demás, tienen un propósito y prosperan.»

Mientras la valoración que hacen los trabajadores de su vida personal cae notablemente, la valoración de su trabajo es alta (superior a 7 en todos los países) y relativamente estable



(1) Puntuación de 0 a 10, donde 0 significa que lo odia y 10 que le encanta.

Más allá de su función amortiguadora, el trabajo se ha reconvertido en refugio por una razón social más amplia: los pilares tradicionales, como las organizaciones religiosas, los foros políticos o los encuentros comunitarios, han perdido gran parte de su influencia. **«A medida que estas instituciones se desvanecen, el lugar de trabajo sigue siendo un espacio donde los adultos ven a sus compañeros a diario, comparten experiencias, participan, se sienten conectados con los demás, tienen un propósito y prosperan», señala Barfety.** No obstante, que las empresas actúen ahora como «conectores» no significa que sean la única fuente de estabilidad de los colaboradores. Los amigos, la familia y la comunidad siguen desempeñando un papel clave en su vida.

Este refugio depende de un factor clave: que el miedo de los trabajadores al desempleo siga siendo bajo. «Hasta ahora, pese a un mercado laboral complicado, las organizaciones han sabido tranquilizar a sus colaboradores», afirma Jean-Baptiste Barfety. «Pero si el mercado se deteriorara bruscamente, esta dinámica podría cambiar: la perspectiva de grandes pérdidas de empleo llevaría a algunas personas a ver sus empresas como fuentes de inestabilidad en lugar de como amortiguadores.»

En un contexto de presión financiera persistente,

los colaboradores están dispuestos a dejar un empleo que ya no les resulta interesante

La lealtad de los colaboradores no es incondicional

La idea de que las organizaciones son un refugio para los colaboradores podría llevar a algunas empresas a creer que dominan por completo el compromiso y han resuelto sus problemas de retención. Al fin y al cabo, ¿por qué iba alguien a abandonar un entorno seguro en plena crisis? **Sin embargo, el estudio muestra que la pérdida del empleo no es ahora mismo una gran preocupación para los trabajadores, lo que sugiere que su apego a la organización no se debe principalmente al miedo al desempleo en un contexto incierto. Los datos también indican que la lealtad de los colaboradores es hoy cada vez más condicional.** Se observa un descenso significativo de las respuestas que indican lealtad incondicional: quienes afirman «Tengo intención de quedarme todo lo que pueda» bajan 5 puntos porcentuales respecto a 2025.

Por su parte, las respuestas que expresan lealtad condicional («Tengo intención de quedarme mientras mi trabajo siga siendo interesante») suben 6 puntos en total, con los mayores aumentos en Europa Occidental, desde los colaboradores senior hasta la Generación Z. Esto enlaza con el estudio del año pasado, que concluyó que **los colaboradores esperaban reciprocidad de sus organizaciones a cambio de su compromiso. También coincide con lo que los colaboradores expresan en otras partes de la encuesta: lo que los hace sentirse realizados, lo que los retiene en su puesto y lo que impulsa su compromiso es, ante todo, el interés del trabajo, la variedad de tareas y el reconocimiento de su dedicación.**



«Lo que hace que los trabajadores se sientan realizados, lo que los retiene en su puesto y lo que impulsa su compromiso es, ante todo, lo interesante que resulte el trabajo, la variedad de tareas y el reconocimiento de su dedicación.»

La lealtad condicional va en aumento

6 puntos

más de colaboradores declaran una lealtad condicional que en 2025

Por qué los colaboradores deciden quedarse

Entonces, ¿qué hace exactamente que un trabajo sea lo bastante «interesante» como para que los colaboradores sigan siendo leales a su empresa en lugar de buscar nuevas oportunidades? Nuestro análisis de las respuestas revela tres expectativas principales.

Al preguntarles cuáles deberían ser las prioridades del área de Talento Humano de su empresa en los próximos meses, aparte de subir los salarios, **la respuesta más habitual a nivel mundial fue «el bienestar de los colaboradores y las condiciones de trabajo» (35 %)**. Jean-Baptiste Barfety señala que esto «coincide con el estudio del año pasado, que reveló que uno de los mayores obstáculos para la confianza de los colaboradores en el trabajo era la complejidad de unos procesos que consumen su tiempo y su energía. Recursos valiosos que los colaboradores preferirían dedicar a su vida privada, sometida a tensión a medida que la inflación erosiona su poder adquisitivo».

La segunda gran petición de los trabajadores fue que su organización «reconozca a las personas por su compromiso y sus logros en el trabajo» (33 %), seguida de mejorar el paquete de compensación con beneficios para los colaboradores (29 %). Para Barfety, esto también confirma las conclusiones del estudio de 2025, que reveló que los trabajadores **buscan cada vez más «recompensas que respondan a sus necesidades reales y que, a la vez, impulsen la productividad, la creatividad, el compromiso y la excelencia en el trabajo».**

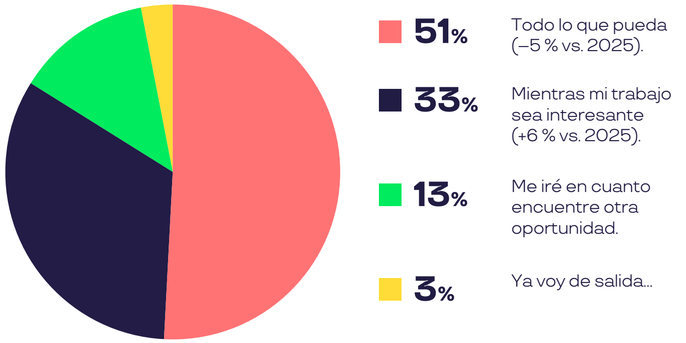
La tercera necesidad más urgente que expresan los colaboradores es el crecimiento: un 25 % desea «recibir un mejor acompañamiento individual y más oportunidades de crecimiento profesional», y otro 21 % pide que el área de Talento Humano ponga como prioridad el desarrollo de «las competencias de las personas mediante más capacitación, sobre todo en IA».



Antoine Solom

«Este auge de la lealtad condicional pone de relieve la importancia de los procesos de desarrollo de competencias, la movilidad asociada, etc., en un momento de gran transformación impulsada por la IA.»

La lealtad condicional se hace evidente cuando disminuyen las respuestas que indican «lealtad incondicional» **(«Tengo intención de quedarme todo lo que pueda») y aumentan las que implican «lealtad condicional» («Tengo intención de quedarme mientras mi trabajo sea interesante»)**



P.: «¿Cuánto tiempo tiene intención de permanecer en su empresa/organización?» (%)

Los países abanderados de la lealtad condicional

De todos los países encuestados, Bélgica (40 %), Francia (40 %) y Reino Unido (39 %) presentan los mayores porcentajes de colaboradores que afirman tener intención de «quedarse en su puesto mientras sea interesante». Los dos primeros han subido 10 puntos en el último año, y Reino Unido 6 puntos. No obstante, Turquía registra el mayor aumento global: 15 % desde 2025.

Las tres principales prioridades de Talento Humano en la era de la lealtad condicional, según los colaboradores



La IA va a transformar el papel de los trabajadores

pero estos no la temen

La IA en el trabajo: ¿bienvenida o temida?

En contra de la creencia popular, los colaboradores han recibido con agrado el inicio de la era de la IA



P.: «¿Qué opina del uso de la IA?» (%)

Las ceremonias de graduación de las universidades estadounidenses suelen ser el paradigma del optimismo. Por eso sorprendió esta primavera que varios oradores de renombre fueran abucheados por los estudiantes por ensalzar la IA. Los abucheos se interpretaron como señal de la desconexión entre las figuras del establishment que defienden esta tecnología y los jóvenes graduados que la ven como una amenaza para sus opciones de conseguir un primer empleo.

Pero ¿temen también la IA quienes ya forman parte del mundo laboral, viéndola como una fuerza disruptiva que dejará obsoletos sus puestos? **«Una de las conclusiones más notables de la encuesta», afirma Jean-Baptiste Barfety, «es que, aunque los colaboradores de todo el mundo reconocen plenamente que la IA será una fuerza decisiva en la transformación del trabajo tal y como lo conocemos, su inquietud ante esta nueva tecnología y lo que supone para el futuro de sus empleos parece haberse sobrestimado».**

El 65 % de los colaboradores acoge con agrado la revolución de la IA. Un sorprendente 40 % calificó la IA de «genial» y dijo que le «encanta» usarla. Este grupo favorable a la IA es especialmente numeroso en Turquía y en el continente americano, incluidos EE. UU., Chile, Brasil, México y Colombia.



Jean-Baptiste Barfety

«La buena acogida de la IA por parte de los colaboradores podría convertirla en una poderosa herramienta de compromiso en el futuro.»

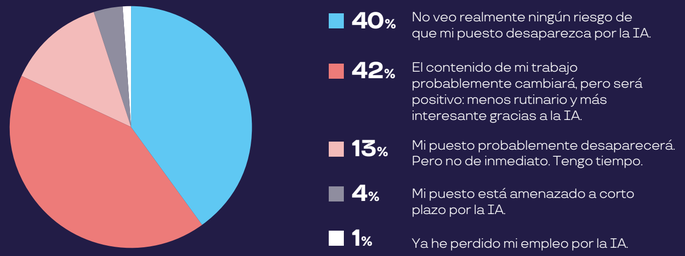
65%

de los colaboradores acoge con agrado la revolución de la IA

Otro 25 % de los trabajadores admitió que, aunque no conoce bien las herramientas de IA, le parecen atractivas y quiere usarlas con más frecuencia. Solo el 9 % rechaza la IA por completo, afirmando que «le da miedo» y que por eso evita usarla.

Según los datos, la mayoría de los colaboradores no solo está abierta a usar la IA, sino que tampoco teme ser sustituida por ella, pese a todo el ruido negativo en sentido contrario. **El 40 % confía en que su puesto no desaparecerá,** una convicción especialmente extendida entre los mayores de 55 años (54 %), lo cual resulta llamativo, ya que es también el grupo de edad que declara tener menos competencias en IA (el 68 % se considera «principiante» o «no familiarizado» con ella). **Una proporción aún mayor (42 %) reconoce que el contenido de su trabajo probablemente cambiará, «pero para bien», y afirma que la IA hará su trabajo «menos rutinario y más interesante».** Es una visión muy extendida entre directivos, ingenieros y personas que ya adoptan esta tecnología con facilidad.

La mayoría de los colaboradores no teme que la IA les quite el trabajo y ve su potencial para transformar lo que hacen



P.: «¿Qué impacto tendrá la IA en su trabajo?» (%)

Lo que los colaboradores esperan de la IA

¿Qué explica la positividad y la resiliencia de los colaboradores ante una de las mayores transformaciones del trabajo desde la Revolución Industrial? Para Jean-Baptiste Barfety, se debe en parte a que las personas ya tienen un vínculo emocional tan fuerte con su empresa que están convencidas de que esta los protegerá de despidos provocados por fuerzas como la IA. **Esa sensación de seguridad ha empoderado a los colaboradores y les ha permitido empezar a adaptarse a los cambios que se avecinan.** Así lo refleja el hecho de que la mayoría de quienes usan la IA con regularidad en su trabajo tiene la confianza y la curiosidad necesarias para aprender a usarla sobre la marcha (39 %), en lugar de que sean sus responsables (9 %) o sus compañeros (9 %) quienes les enseñen.

Hay otro factor importante en juego. **Según Antoine Solom, «la principal razón por la que los colaboradores dicen que les encanta usar la IA es que "les facilita la vida", porque es práctica y les ahorra tiempo».** Dado que el 31 % de los trabajadores sitúa «ser más eficientes» como el principal reto de su empresa en los próximos años, Barfety atribuye la apertura de los colaboradores a la IA a su esperanza de que, a largo plazo, esta tecnología aporte por fin la simplificación en toda la organización que tanto desean, en lugar de convertirse en otra capa más de herramientas, controles y procesos que recargue su jornada.

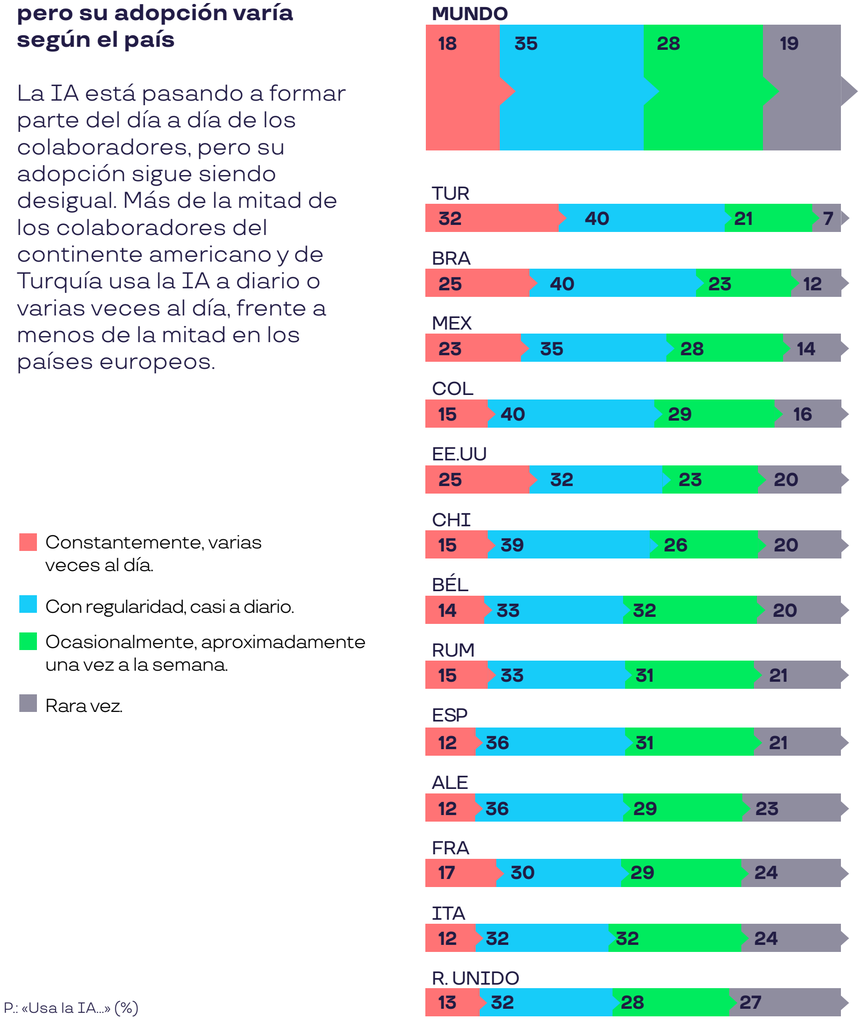


Antoine Solom

«La IA se ha convertido en un asistente personal, que se usa cuando y como uno quiere, y que responde a dos cuestiones clave para los colaboradores: ahorrar tiempo y ganar en simplicidad y eficiencia.»

El uso de la IA se está convirtiendo en rutina, pero su adopción varía según el país

La IA está pasando a formar parte del día a día de los colaboradores, pero su adopción sigue siendo desigual. Más de la mitad de los colaboradores del continente americano y de Turquía usa la IA a diario o varias veces al día, frente a menos de la mitad en los países europeos.



P.: «Usa la IA...» (%)

¿Cómo pueden las empresas prepararse para la IA?

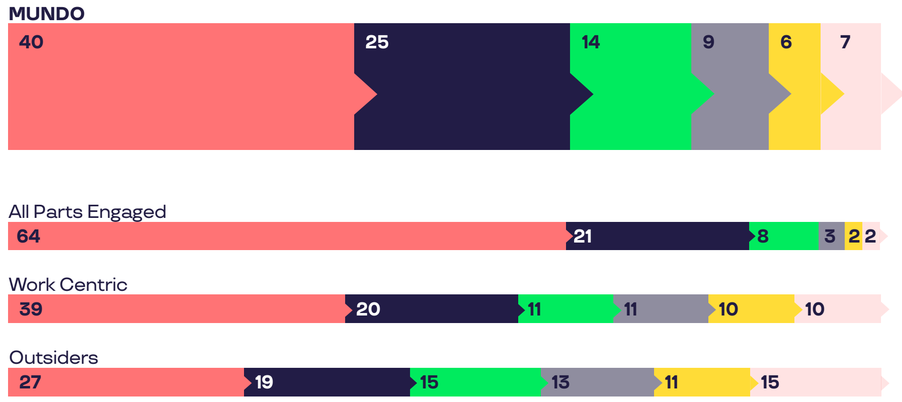
Las empresas se enfrentan ahora al reto de lograr que la IA sea el cambio decisivo en eficiencia y bienestar que los colaboradores esperan, para que su entusiasmo actual por esta tecnología perdure. Solo así podrán también aprovechar el potencial de la IA como poderosa herramienta de retención. **Nuestros datos ponen de manifiesto una clara correlación entre la apertura al mundo de los colaboradores, su compromiso general y su entusiasmo por la IA.**

Tomando como referencia el Espectro de Compromiso de nuestro estudio anterior, analizamos la opinión de los colaboradores sobre la IA según los ocho perfiles de compromiso con los que se identificaban en ese momento. En el nivel más alto de compromiso se sitúan los All Parts Engaged (comprometidos en todos los ámbitos): quienes, aunque priorizan el trabajo, participan activamente en su comunidad. Al 64 % de ellos les encanta la IA y la usan con frecuencia. A medida que nos acercamos al extremo opuesto del espectro, los porcentajes descienden: el 39 % de los «Work Centric» (centrados en el trabajo) se muestra entusiasmado con la IA, y solo el 27 % del grupo menos comprometido, los «Outsiders» (ajenos), es entusiasta de esta tecnología emergente. Este último es el colectivo con más probabilidades de sentir «miedo» ante esta tecnología y con menos probabilidades de haber tenido ocasión de usarla. ¿La conclusión? Cuanto más comprometidos y abiertos al exterior son los colaboradores, más probable es que adopten la IA.

Está surgiendo una clara brecha de conocimiento dentro de la fuerza laboral. Aun así, las empresas con visión de futuro pueden cerrarla promoviendo activamente la alfabetización en IA y otras iniciativas que se adapten a la etapa en la que se encuentra cada colaborador en su recorrido de compromiso. Como recordatorio, nuestro estudio anterior mostró que los perfiles de compromiso no son estáticos y fluctúan a lo largo de la carrera profesional. **Nuestro próximo estudio presentará los pasos clave para que las organizaciones conviertan de forma óptima el uso individual de la IA en una fortaleza colectiva. Para que ningún colaborador —esté donde esté en el Espectro de Compromiso— se quede atrás en la revolución de la IA.**

Existe una relación entre el compromiso de los colaboradores y su entusiasmo por la IA

Cuanto más se acerca el perfil de un colaborador a la zona del Espectro de Compromiso en la que confluyen la implicación con su trabajo, su comunidad y su vida personal, más probable es que esté abierto a la IA (como muestra el perfil All Parts Engaged). Por el contrario, el Outsider tiene menos probabilidades de estar abierto a esta nueva tecnología.



- Me encanta. Es genial. Me simplifica la vida.
- No sé usarla bien, pero me resulta atractiva y la uso cada vez más.
- Ya me tiene un poco cansado. No se habla de otra cosa.
- Me da miedo. La evito.
- No sé qué pensar. Es demasiado nueva para mí.
- No he tenido la oportunidad de probarla y nunca la uso.

pluxee

Creamos experiencias para los colaboradores sostenibles y personalizadas, dentro y fuera del trabajo. Ayudamos a las empresas a atraer y retener talento mediante soluciones de beneficios y compromiso para colaboradores. Con presencia en 28 países, llevamos cincuenta años generando un impacto duradero para las personas, las empresas y el planeta.

Contacto
Cecilia de Pierrebourg:
cecilia.depierrebourg@pluxeegroup.com

Créditos
Contenido editorial y diseño gráfico: HAVAS Paris.

www.pluxeegroup.com