



EL BECARIO QUE NADIE CONTRATÓ

Llegó sin entrevista, sin gafete y sin contrato. Le pusimos ocho de calificación. Y casi la mitad de nosotros le paga el sueldo de su propia bolsa.

EL CHISMÓGRAFO HD*
ESTUDIO DE TENDENCIAS 2026

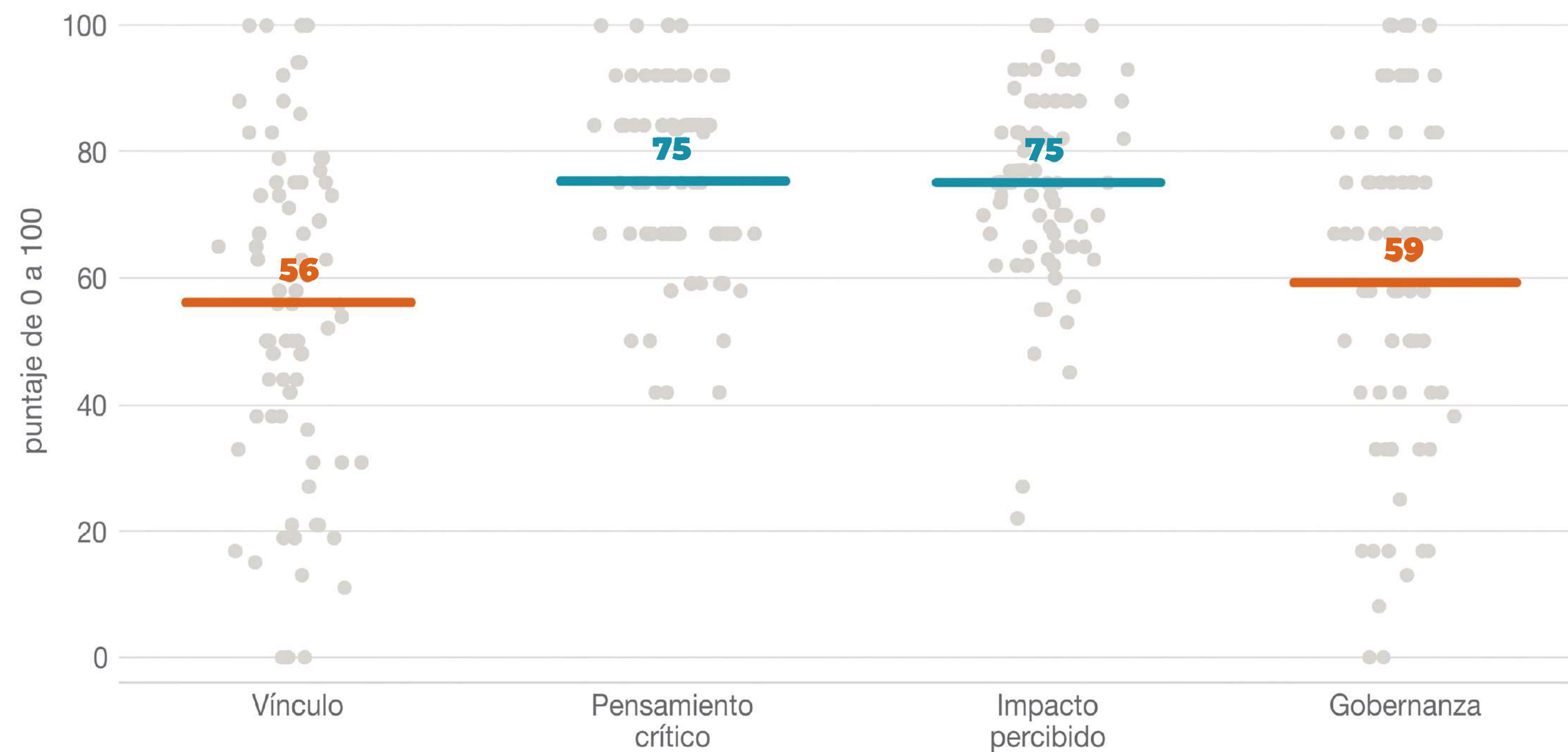
Le preguntamos a gente que trabaja en corporativos **cómo usa la inteligencia artificial**. No cómo debería. Cómo la usa hoy en día.

- **Vínculo IA**

Qué tanto tratas a tu IA como a un colega y no como a un buscador.

- **Pensamiento Crítico**

Qué tanto cuestionas lo que la IA te entrega antes de firmarlo con tu nombre.



- **Impacto Percibido**

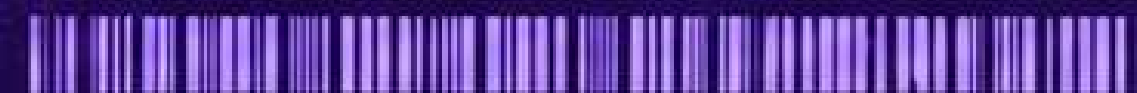
La evaluación de desempeño que nadie le hace a la IA.

- **Gobernanza**

Si alguien en la organización está al volante, o si cada quien la usa como puede.

01

EL EXPEDIENTE



¿QUIÉN ES EL NUEVO BECARIO?

Llegó sin que nadie lo contratara.
**Tiene nombre, tiene apodo y
tiene signo zodiacal.**

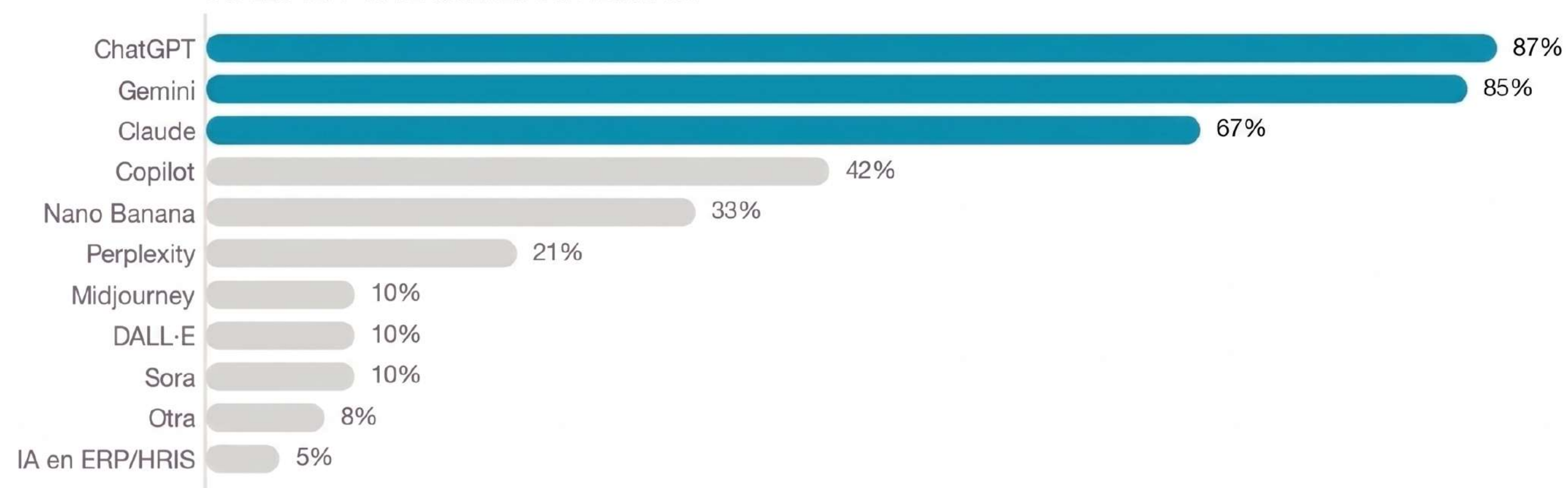
HERRAMIENTAS

CASI **CUATRO INTELIGENCIAS** ARTIFICIALES POR PERSONA

CUÁNTAS USA CADA QUIEN



CUÁLES USA · % DE QUIENES CONTESTARON



3.8

Herramientas distintas
usa en promedio cada quien

1 de cada 4 usa cinco o más.
Solo **14%** se queda con una sola.

Nadie llegó a esa cifra por un plan de adopción.
Cada quien fue juntando herramientas por su cuenta.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Se les mostró una lista de doce herramientas y se les pidió marcar todas con las que ya han trabajado.

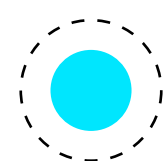
TRATO

LE DAMOS LAS **GRACIAS** A UNA MÁQUINA

7 DE CADA 10

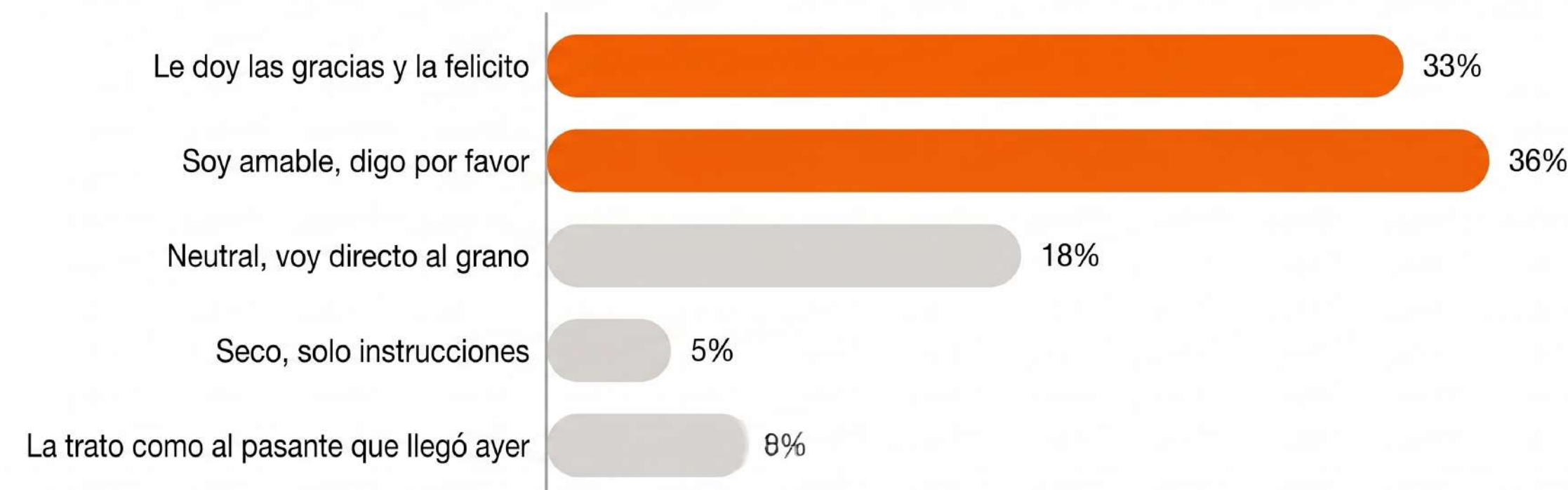
Se describen amables con su inteligencia artificial **33%**
dice que además la felicita cuando hace algo bien.

Y solo **8%** eligió tratarla como al pasante que llegó ayer.

**Daniel Martínez**

WALMART · RETAIL · GESTIÓN DEL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Trabaja con dos cuentas separadas, una personal y una de la empresa, y les habla distinto. Dice que obtiene resultados distintos según cómo le escribe. Su conclusión es práctica: la cortesía no es cariño, es una forma de darle contexto a la herramienta.



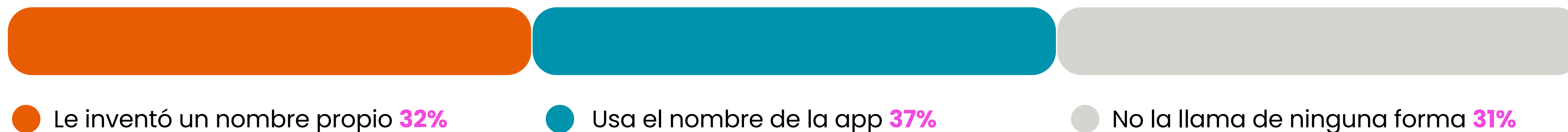
CÓMO SE PREGUNTÓ

Escala visual de cinco niveles, del más cariñoso al más seco, con la descripción de cada nivel a la vista.

IDENTIDAD

SIETE DE CADA DIEZ **LA LLAMAN** POR ALGÚN NOMBRE

¿LE PUSISTE NOMBRE A TU IA?



69% la llama por algún nombre. Solo **31%** se queda sin llamarla de ninguna forma.

A una herramienta de software no se le pone nombre. A esta, sí.

32% le inventó uno propio. Otro **37%** la llama por el nombre de la aplicación, como quien dice «el de sistemas». Solo **31%** no la llama de ninguna forma.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Pregunta abierta: **cómo le llamas a tu IA**, o cómo la llamarías si mañana le asignaran un correo corporativo. Las respuestas se clasificaron después en los tres grupos.

IDENTIDAD

NO SOLO **LE INVENTAMOS NOMBRES**. LE PONEMOS APODO.

Chatia Chati Chatito Chatio **Claudia** Claudio
Klauss Sofía Gigi MAX **Jarvis** el tuercas Nena
Amix **Crack** Amigo ALDIA **Gala**

"Jarvis (ya sé, no lo inventé pero lo amo)"

RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO

"Ella se autollamó Gala"

RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO

Le dimos un apodo igual que al compañero cuyo nombre nos parece demasiado largo.

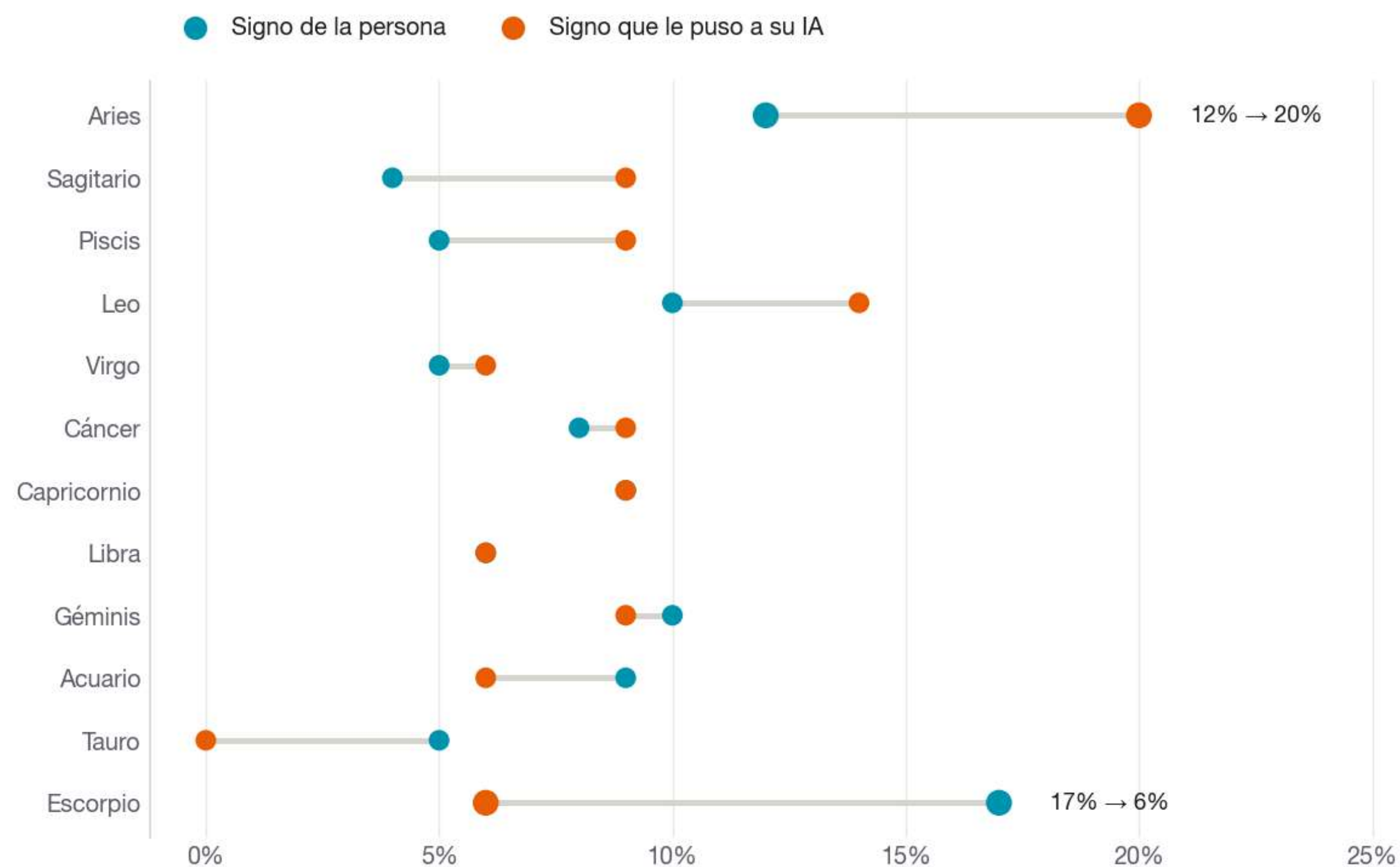
CÓMO SE PREGUNTÓ

Los nombres son las respuestas textuales de quienes le inventaron uno propio.

IDENTIDAD

LE PREGUNTAMOS **QUÉ SIGNO TENDRÍA**. CASI NADIE RECHAZÓ LA PREMISA.

LA SALA ESTÁ LLENA DE ESCORPIO Y **LE PUSO ARIES A SU IA**



17% de las personas es **Escorpio**, el que investiga y desconfía. Solo **6%** de las IA salió Escorpio.

LE ASIGNARON UN CARÁCTER MÁS IMPULSIVO QUE EL PROPIO.



20% de las IA salió **Aries**, el que contesta antes de que termines de escribir. Y a ninguna le tocó Tauro, el que se toma su tiempo y verifica dos veces.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Dos preguntas del cuestionario: el signo de quien responde y el que le asignaría a su IA. En la segunda se ofrecía la salida de decir que es un robot y no tiene signo.

IDENTIDAD

LA OFICINA SE PARTE POR LA MITAD AL NOMBRAR **QUÉ ES LA IA**

● LO NOMBRA COMO PARTE DEL EQUIPO

54%

«Es mi colega, ya no me imagino el trabajo sin ella» · **22%**
«Es como apoyo extra en el equipo» · **32%**

● LO NOMBRA COMO UNA HERRAMIENTA

46%

«Es mi asistente para ciertas tareas» · **15%**
«Es mi herramienta de trabajo» · **31%**

Cuando se les pide **describirla**, la muestra se parte casi exacto.

22%

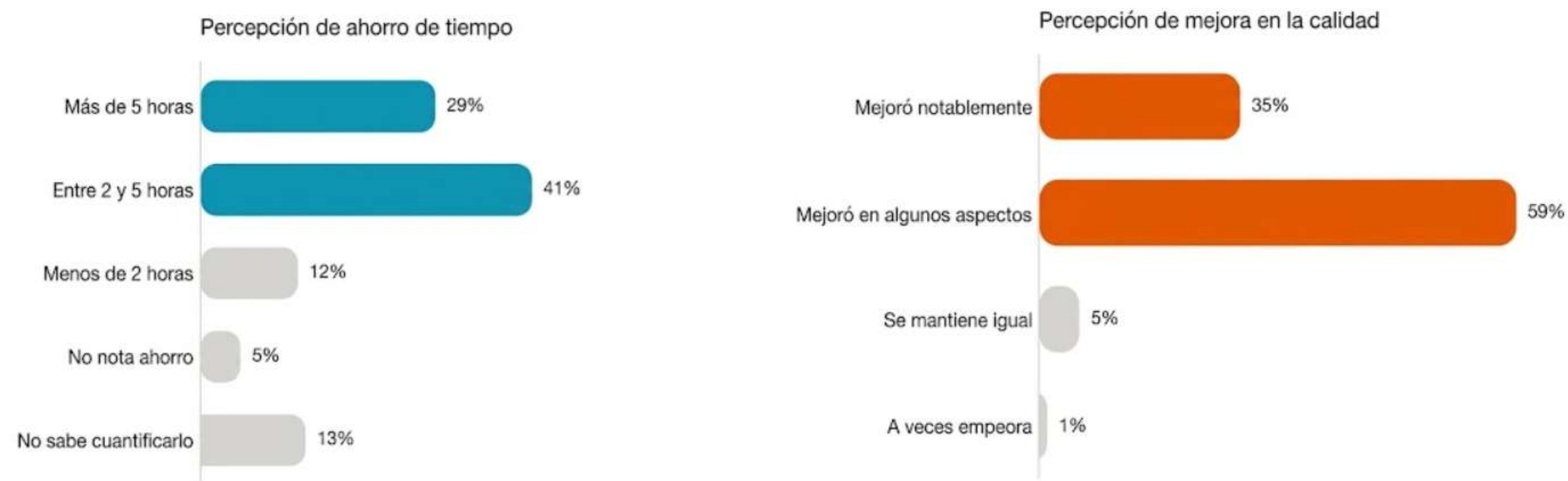
llega hasta el final de la escala y **la llama colega**.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Se les pidió completar la frase «cuando alguien me pregunta qué es mi IA, le digo que...», con cuatro opciones.

DESEMPEÑO

SIETE DE CADA DIEZ PERCIBEN QUE **LES AHORRA DOS HORAS O MÁS POR SEMANA**



Las dos preguntas miden percepción: lo que cada quien siente que cambió en su trabajo desde que usa la herramienta.

94% percibe que mejoró la calidad de lo que entrega. Y **13%** percibe ahorro pero no sabe cuánto. Ese dato vuelve en la segunda parte.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Dos preguntas separadas y autorreportadas: cuánto tiempo sientes que te ahorra por semana, y cómo cambió la calidad de tu trabajo desde que la usas.

DESEMPEÑO

MÁS DE LA MITAD NO REPORTA VELOCIDAD. REPORTA **CAPACIDAD NUEVA.**

● VELOCIDAD

39 DE CADA 100

«Hago lo mismo, pero más rápido»

● CAPACIDAD NUEVA

55 DE CADA 100

«Sí, abrió capacidades que antes no tenía»

EL RESTO NO REPORTA CAMBIO.

Toda la conversación pública gira alrededor de **hacer lo mismo más rápido.**

Cuando se pregunta a profundidad, la mayoría contesta otra cosa: que **hace cosas que antes no podía.**



Le pedí resumir una junta y no solo resumió: detectó que dos áreas habían acordado cosas contradictorias y me lo señaló. Ahí entendí que el valor no es escribir más rápido, sino ver lo que amí se me pasó.



RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO · CONSULTORÍA · ENTRETENIMIENTO Y MEDIOS

CÓMO SE PREGUNTÓ

Se les preguntó si la IA les permite hacer cosas que antes no podían, o si hacen lo mismo más rápido.

DESEMPEÑO

QUÉ HIZO TU IA ESTA SEMANA QUE *TE SORPRENDIÓ*

Le pedí resumir una junta y detectó que dos áreas habían acordado cosas contradictorias.

CONSULTORÍA · ENTRETENIMIENTO

Estructuró una base de datos con 78 estados de cuenta bancarios en menos de 15 minutos.

ALTA DIRECCIÓN · SERVICIOS PROFESIONALES

Me orientó para resolver un dilema ético sobre la conducta de unos colaboradores.

GERENCIA · MOVILIDAD

Me dijo que estaba exponiendo información confidencial.

GERENCIA · SERVICIOS PROFESIONALES

Me ayudó a alinear políticas claras con la filosofía de la empresa.

DIRECCIÓN · SERVICIOS PROFESIONALES

Me dijo que no podía hacer una tarea que ya habíahecho antes. Se lo señalé, contestó «es verdad, disculpa» y entonces sí la hizo.

GERENCIA · FINANCIERO

Le pedí que consolidara un perfil de puesto contra las notas de entrevista y me diera una recomendación del candidato.

SUSANA DE LA TORRE · VOESTALPINE

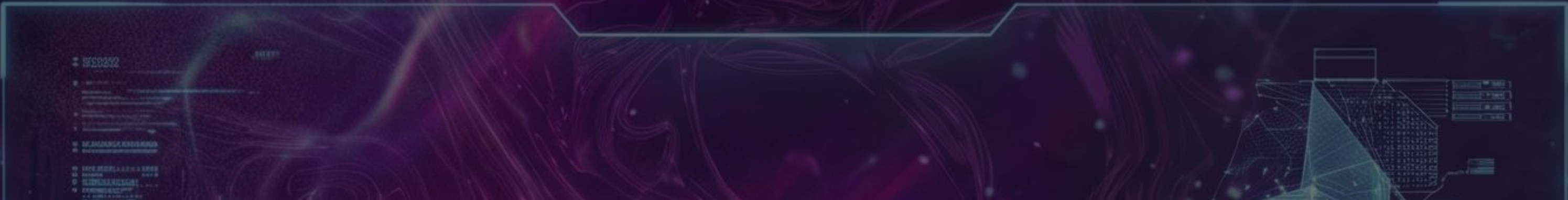
Ordenó todas las partidas de un evento y calculó dónde se estaba perdiendo dinero. Antes eso vivía en hojas de cálculo sueltas.

HÉCTOR RODRÍGUEZ · MARCA CONDAL

 respuestas del buzón  de las entrevistas a profundidad

La pregunta del Chismógrafo 2026: «¿Qué hizo tu IA esta semana que te sorprendió?»

Seis de estas respuestas se escribieron en el cuestionario y dos salieron de las entrevistas a profundidad.



EVALUACIÓN

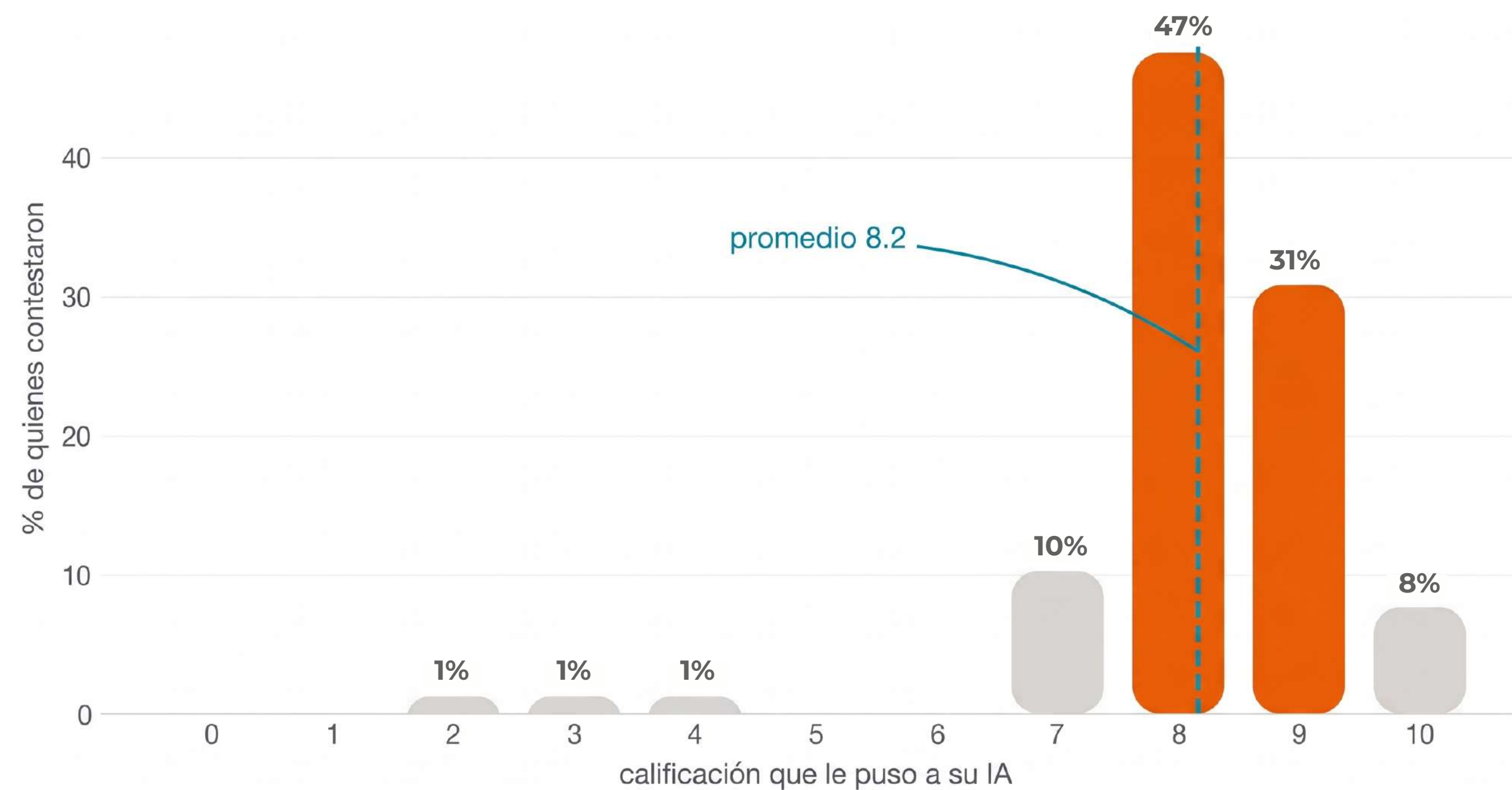
LE PUSIMOS OCHO

8.2

Es la **calificación promedio** que le dan a su IA, de 0 a 10

Le pedimos a cada quien que evaluara a su IA como se evalúa a cualquier persona del equipo.

78% se concentra entre el ocho y el nueve. Nadie le puso cinco ni seis: o la aprueban con holgura o la reprueban de tajo.



CÓMO SE PREGUNTÓ

Calificación numérica de 0 a 10, con la instrucción de evaluarla como a cualquier integrante del equipo.

CONTRATO

CASI LA MITAD **LE PAGA EL SUELDO** A SU BECARIO DE SU PROPIA BOLSA

- Lo pago de mi bolsa **45%**
- Contrato corporativo, lo paga la empresa **36%**
- Sigue en periodo de prueba **10%**
- Me alcanza con la versión gratuita **9%**



36% tiene contrato corporativo y la empresa cubre la licencia.

Nadie está haciendo nada malo. Simplemente, en la mitad de los casos, **la herramienta con la que se hace el trabajo** no la eligió ni la conoce la empresa.

El resto sigue en periodo de prueba o se queda con la versión gratuita.

45%

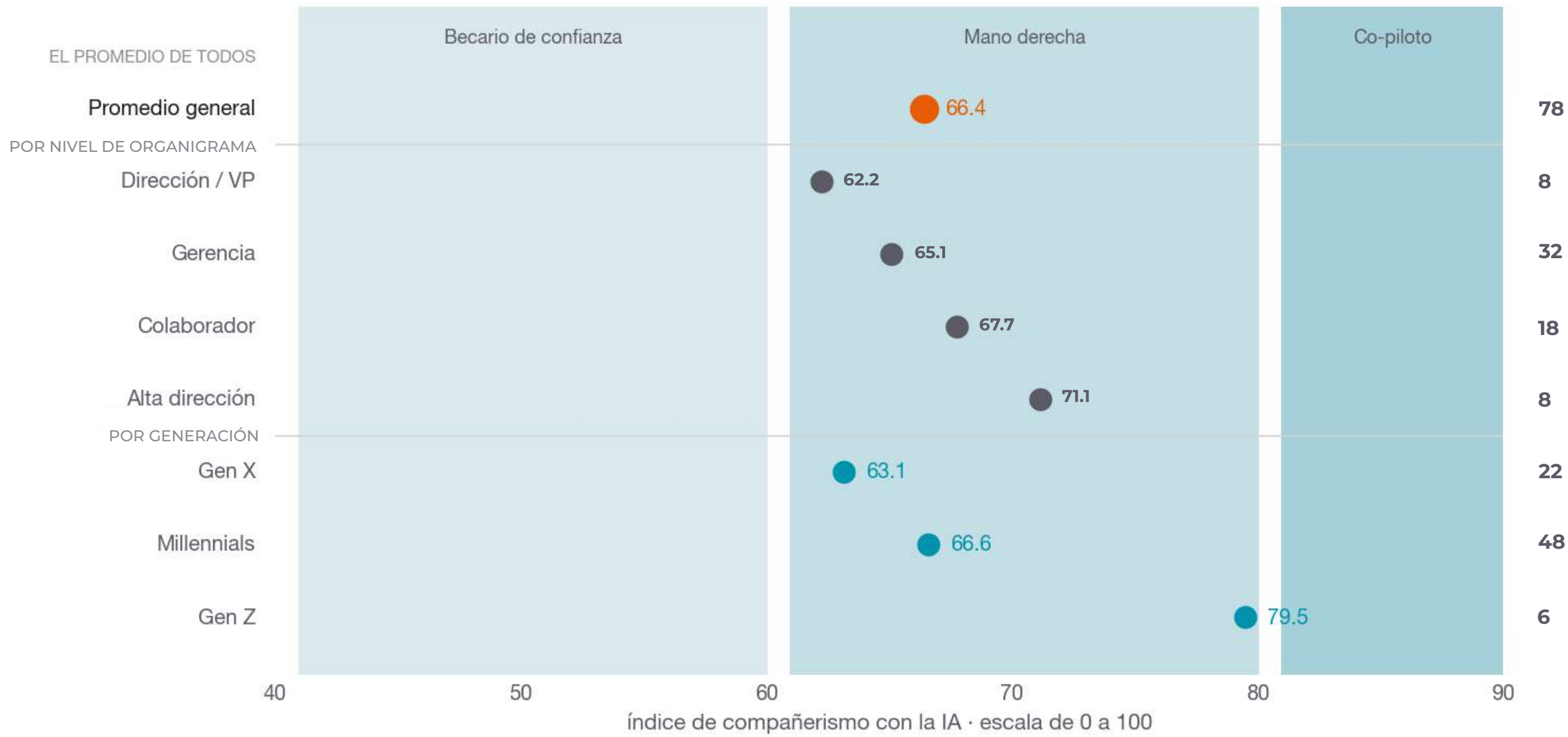
Paga su herramienta principal con su propio dinero.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Se preguntó cómo está pagada la herramienta que más usa, con cuatro opciones excluyentes.

ÍNDICE

DÓNDE ESTÁ PARADA *LA RELACIÓN CON LA IA*: 66 DE 100



CÓMO SE PREGUNTÓ

El índice es el promedio de las cuatro dimensiones: Vínculo, Pensamiento Crítico, Impacto Percibido y Gobernanza.

Le damos las gracias. Le adivinamos el signo. Le ponemos ocho de calificación.
Casi la mitad de nosotros le paga la licencia de su propio bolsillo.

**Y AUN ASÍ,
CASI NINGUNA EMPRESA SABE
QUÉ HACER CON ELLA.**

UNA HERRAMIENTA QUE FUNCIONA TODOS LOS DÍAS Y **FRACASA COMO INICIATIVA CORPORATIVA**

Medimos dos cosas por separado. Una es **el provecho que la gente le saca** a la inteligencia artificial en su trabajo diario. La otra es **qué tan gobernada está** esa herramienta dentro de su organización: si hay reglas, si alguien las comunicó, si Recursos Humanos sabe qué está pasando.

Los dos números no se parecen.

El provecho sale alto y parejo: la gente percibe que ahorra horas, mejora entregables y hace cosas que antes no podía.

La gobernanza sale baja y partida en dos: unas empresas ya cuentan con iniciativas y otras no han empezado.

Esa distancia es el hallazgo de este corte. La inteligencia artificial ya ganó como herramienta personal. Todavía no gana como decisión de empresa

Provecho que le saca la gente

IMPACTO PERCIBIDO



Reglas que tiene la empresa

GOBERNANZA



LA HERRAMIENTA VA ADELANTE DE LA REGLA

Ambas escalas van de 0 a 100 y se calculan con las mismas respuestas del cuestionario.

TRANSPARENCIA

LA GENTE REVISA. **CASI NADIE AVISA.**

72% / 23%

Revisa siempre lo que su IA le entrega · avisa siempre que la usó

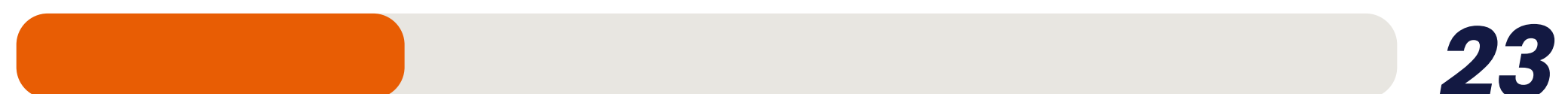
Son dos preguntas distintas del cuestionario y las respuestas van por caminos opuestos.

No es que escondan el trabajo. Es que nadie les ha dicho que haya que avisar, y nadie se los está pidiendo.

Revisa siempre lo que le entrega



Avisa siempre que la usó



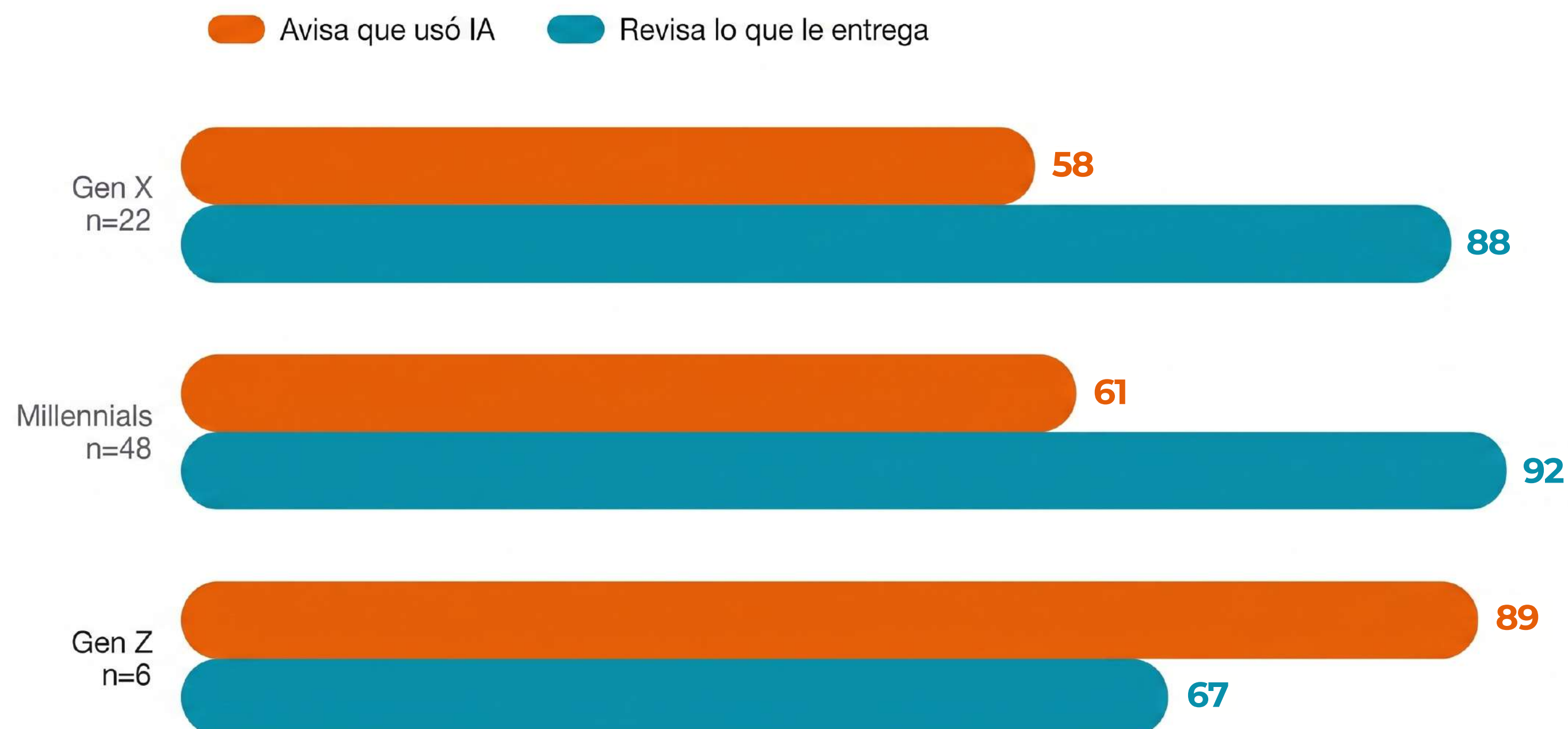
REVISA MUCHO, AVISA POCO

CÓMO SE PREGUNTÓ

Dos preguntas: si validas lo que la IA te genera antes de usarlo, y si comunicas cuando un trabajo se hizo con IA.

GENERACIONES

GEN Z AVISA MÁS DE LO QUE REVISA. ES LA ÚNICA QUE INVIERTE EL ORDEN.



En **Gen X** y en Millennials el patrón es el mismo: revisan mucho y avisan poco. La transparencia hacia afuera va por detrás del cuidado hacia adentro.

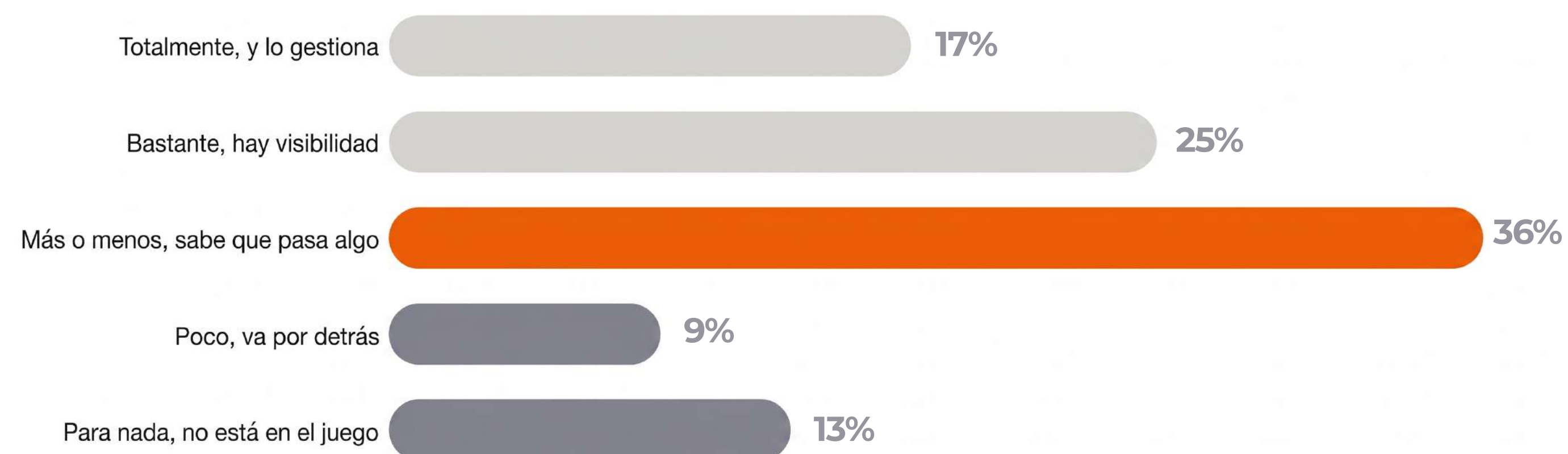
Gen Z lo hace al revés. Avisa casi siempre y revisa menos que cualquier otro grupo.

Una lectura posible: creció avisando. Compartir la herramienta que usó no le cuesta nada, y desconfiar de ella tampoco le sale natural.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Cruce entre la generación declarada y las dos preguntas de validación y de comunicación del uso de IA.

GOBERNANZA

Recursos Humanos *sabe que pasa algo*, sin estar al mando

Es la respuesta que más gente eligió de las cinco disponibles.

22% fue más duro: dice que su área de Recursos Humanos va por detrás o directamente no está en el juego.

Y 42% dice que sí entiende lo que pasa. La sala está dividida sobre el papel que está jugando.

36%

Eligió «sabe que pasa algo, pero no tiene el detalle»

CÓMO SE PREGUNTÓ

Se preguntó si el área de Recursos Humanos entiende cómo se está usando la IA en los equipos, con cinco niveles de respuesta.

GOBERNANZA

LO QUE LE PIDEN A RECURSOS HUMANOS, ESCRITO POR QUIENES CONTESTARON

"Que no debería ser algo prohibido, debería ser algo impulsado por la empresa y adoptado por todos para sacarle el máximo provecho."

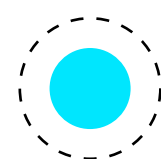
RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO • DIRECCIÓN • TECNOLOGÍA

"El costo invisible de la IA mal usada: nadie mide cuánto tiempo se pierde corrigiendo entregables sin criterio, ni qué información sensible se pega en un chat."

RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO • CONSULTORÍA • ENTRETENIMIENTO Y MEDIOS

"Cómo hacer que la IA no reemplace el pensamiento crítico ni la creatividad de los equipos."

RESPUESTA ESCRITA EN EL CHISMÓGRAFO • GERENCIA • SERVICIOS PROFESIONALES



Débora Gelpi

TEVA • FARMACÉUTICA • RECURSOS HUMANOS PARA LATINOAMÉRICA

Propone que Recursos Humanos sea el arquitecto de esta transformación junto con sistemas: rediseño organizacional, gestión del cambio, identificar qué capacidades nuevas se necesitan. Y advierte que es tanto oportunidad como amenaza, porque no todas las áreas están preparadas para sentarse en esa mesa con conocimiento de negocio.

Ninguna de las tres pide más tecnología. Las tres piden que alguien decida las reglas.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Respuestas textuales a las preguntas abiertas del cierre del cuestionario.

GOBERNANZA

**NO HAY EMPRESAS A MEDIAS.
HAY RESUELTAS Y HAY SIN EMPEZAR.**

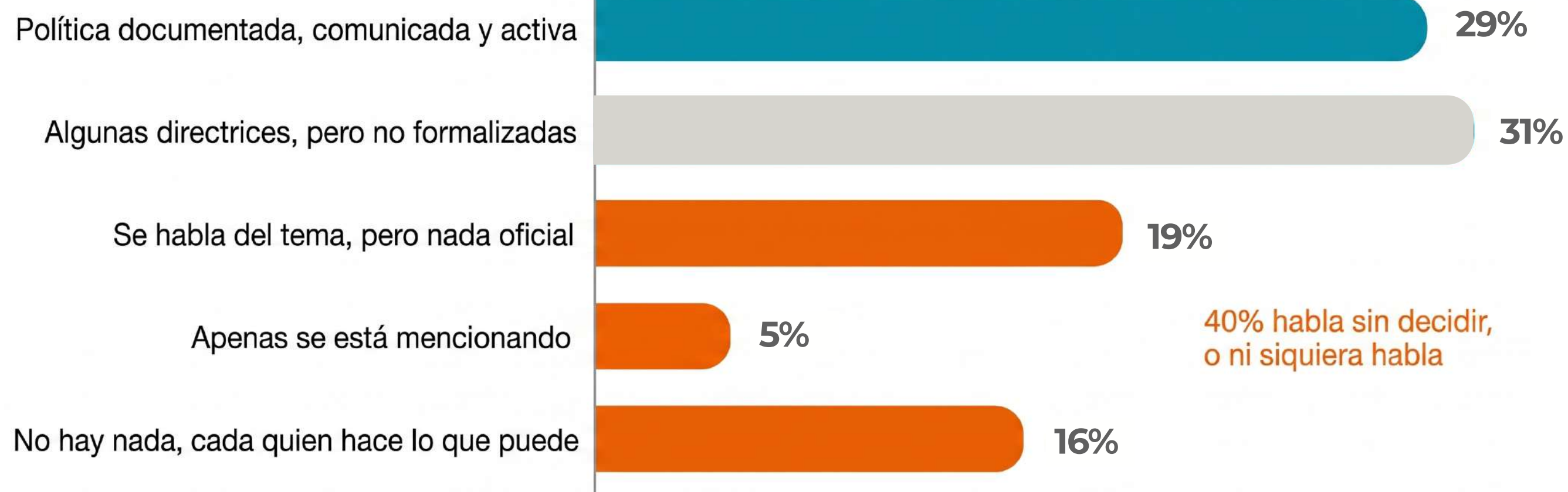
40%

Trabaja donde se habla del tema sin que nada quede por escrito, **o donde no hay nada.**

Esta es **la pregunta más directa** del cuestionario sobre reglas, con sus cinco opciones tal como se preguntaron.

29% ya tiene una política escrita, comunicada y viva. **16%** dice que en su empresa no hay absolutamente nada y cada quien hace lo que puede.

Entre esos dos extremos no hay una mayoría avanzando poco a poco. Es una decisión que se tomó o no se tomó.



CÓMO SE PREGUNTÓ

Pregunta directa sobre si la organización tiene lineamientos definidos sobre cómo, cuándo y para qué usar la IA, con cinco opciones excluyentes.

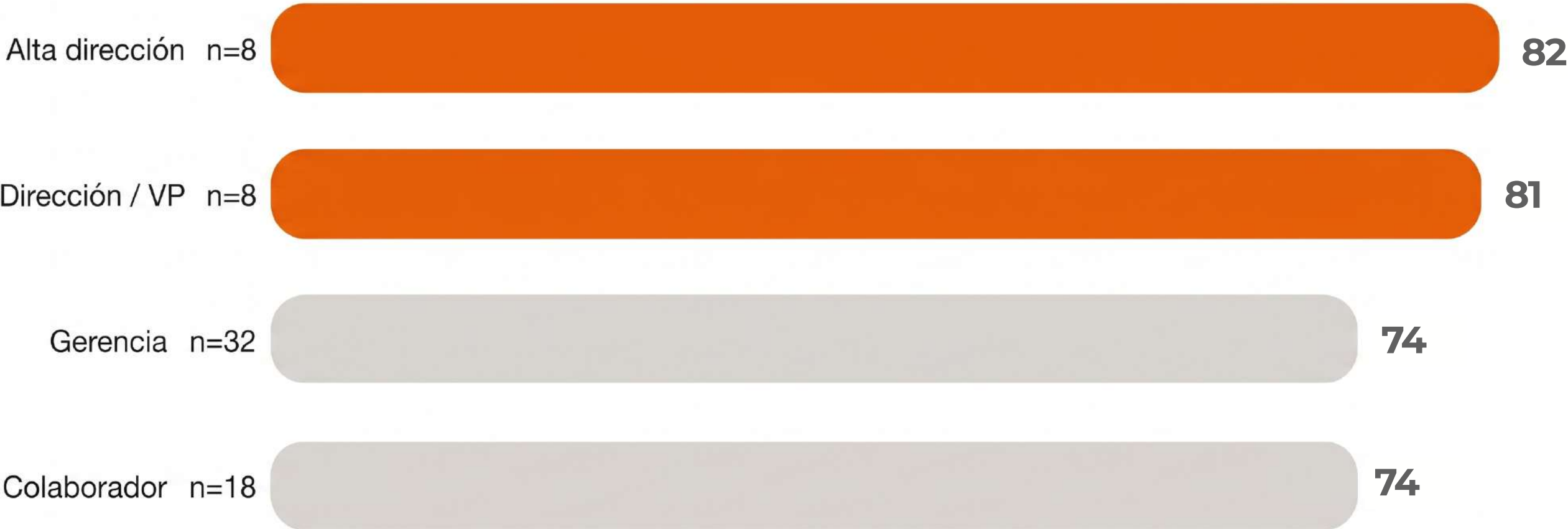
JERARQUÍA

LA DIRECCIÓN LE VE **MÁS PROVECHO A LA IA** QUE QUIEN LA USA TODOS LOS DÍAS

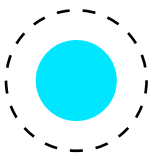
Preguntamos por el provecho que cada quien percibe: tiempo ahorrado, calidad, capacidad nueva. Ordenado por nivel de organigrama, el resultado baja conforme se baja en el organigrama.

Las dos capas de dirección reportan el provecho más alto. La gerencia y la operación reportan el más bajo.

Quien decide la inversión en inteligencia artificial le ve más futuro que quien va a tener que operarla. Ese hueco es donde suelen morir las iniciativas.



Provecho percibido escala de 0 a 100



Carlos Jordana
HAPPYFORCE · TECNOLOGÍA PARA RH · FUNDADOR

Su propia medición dice que **22%** de los líderes que observa está desgastado y **43%** quiere cambiar de trabajo. Su lectura es que cada tema nuevo de la conversación corporativa termina cayendo en la mochila del mando intermedio, sin recursos adicionales. La inteligencia artificial es el tema nuevo de este año.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Cruce entre el nivel jerárquico declarado y la escala de impacto percibido, de 0 a 100

OCHO ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

EL ERROR MÁS REPETIDO: CREER QUE LA IA NOS VA A SUSTITUIR

Héctor Rodríguez MARCA CONDAL · EVENTOS Que nos va a sustituir	Celeste Bernal CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN El miedo: que va a quitar el trabajo	Susana de la Torre VOESTALPINE · ACERO Que va a llegar a ser más inteligente que tú	Débora Gelpi TEVA · FARMACÉUTICA Los mensajes apocalípticos de eliminación de empleos
Daniel Martínez WALMART · RETAIL Que la IA te va a resolver todo	Carlos Jordana HAPPYFORCE · TECNOLOGÍA PARA RH Que se puede prescindir de quien sabe hacer las cosas	Francisco Cabeza HEAD DC · CENTROS DE DATOS Confiarse de que sus fuentes son buenas	Caro Carrillat NATURA · BELLEZA Que por ética o compliance no se puede hacer nada

Cinco de las ocho nombran alguna versión del reemplazo. Es el mito dominante entre quienes lideran.

Además del cuestionario, entrevistamos a ocho personas que dirigen áreas o empresas en ocho industrias distintas. A todas les preguntamos **cuál es el mito más grande** que se cuenta sobre la inteligencia artificial en las empresas.

Cinco de las ocho nombraron alguna versión del reemplazo: que va a quitar el trabajo, que va a sustituirnos, que va a volverse más inteligente que nosotros.

Y los datos del cuestionario dicen otra cosa: la gente no le tiene miedo. La usa todos los días, la califica con **8.2** y le da las gracias.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Entrevistas de cuarenta a sesenta minutos, grabadas y transcritas. Lo que aparece aquí es una síntesis de cada conversación, no una transcripción textual.

OCHO ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

QUÉ NUNCA LE DELEGARÍAS A UNA IA: LA TOMA DE DECISIÓN

Débora Gelpi TEVA · FARMACÉUTICA <i>La toma de decisión y el poder elegir</i>	Caro Carrillat NATURA · BELLEZA <i>La toma de decisión y la lectura del contexto</i>	Susana de la Torre VOESTALPINE · ACERO <i>Decisiones sobre el desarrollo de una persona</i>	Celeste Bernal CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN <i>La revisión humana: ahí está el valor agregado</i>
Francisco Cabeza HEAD DC · CENTROS DE DATOS <i>El manejo emocional</i>	Héctor Rodríguez MARCA CONDAL · EVENTOS <i>Las cuentas bancarias de la empresa</i>	Daniel Martínez WALMART · RETAIL <i>El trato con quien opera el último eslabón</i>	Carlos Jordana HAPPYFORCE · TECNOLOGÍA PARA RH <i>No ve líneas rojas, pero nunca sin criterio experto</i>

Cuatro de ocho dicen alguna forma de «la decisión». Es el consenso más limpio del material cualitativo.

Les hicimos la misma pregunta a las ocho. **Cuatro contestaron exactamente lo mismo: la decisión.** No el análisis, no el borrador, no la búsqueda. La decisión. Todo lo anterior está en juego; el momento de decidir, no.

Hay un disidente, y su matiz es el más útil de los ocho: dice no ver líneas rojas sobre qué delegar, pero nunca dar por bueno un resultado sin criterio experto encima.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Misma pregunta a las ocho personas entrevistadas, al final de cada conversación.

¿POR QUÉ
FRACASAN LAS
INIICIATIVAS DE IA
EN LAS EMPRESAS?



OCHO ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

OCHO INDUSTRIAS, OCHO DIAGNÓSTICOS, *NINGUNO CULPA A LA TECNOLOGÍA*

Francisco Cabeza HEAD DC · CENTROS DE DATOS <i>No respondieron para qué la querían</i>	Débora Gelpi TEVA · FARMACÉUTICA <i>Anteponen la herramienta al cambio de mentalidad</i>	Celeste Bernal CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN <i>Falta planeación y continuidad</i>	Susana de la Torre VOESTALPINE · ACERO <i>Confunden gestión del cambio con mandar comunicados</i>
Daniel Martínez WALMART · RETAIL <i>El error está en el proceso, no en la herramienta</i>	Héctor Rodríguez MARCA CONDAL · EVENTOS <i>No hay formación ni un área dueña del tema</i>	Caro Carrillat NATURA · BELLEZA <i>No le dan tiempo de aprender; se fuerza la solución</i>	Carlos Jordana HAPPYFORCE · TECNOLOGÍA PARA RH <i>Jalan de la velocidad y sueltan el control</i>

Las ocho respuestas apuntan al mismo lugar por caminos distintos: falta de propósito, falta de formación, falta de tiempo, falta de alguien que sea dueño del tema. Ninguna menciona una limitación técnica.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Misma pregunta a las ocho personas entrevistadas, al final de cada conversación.

CASO DE ESTUDIO · MARCA CONDAL, BARCELONA

EL AHORRO OCURRE EN EL ESCRITORIO Y NO LLEGA A NINGÚN ESTADO FINANCIERO**LO QUE SE MIDE HOY**

?

horas ahorradas

No bajan la nómina. No bajan la renta. No aparecen en ningún cierre de mes.

LO QUE SE PUEDE MEDIR

4 a 5

clientes nuevos

Ganados con propuestas que antes costaban meses y ahora toman dos días.

La gente percibe que ahorra horas. **Las empresas no encuentran dónde apuntarlas.**

Su agencia también construyó **su propio software de control de rentabilidad**, que ahora va a sacar al mercado.

De los ocho entrevistados, **uno cambió la pregunta y ahí está la salida.** Dejó de medir ahorro y empezó a medir ingreso que antes no era posible: su equipo manda propuestas visuales completas a clientes que no las habían pedido. Antes costaban meses, así que no se hacían. Ahora toman dos días. Con eso ganaron cuatro o cinco clientes.



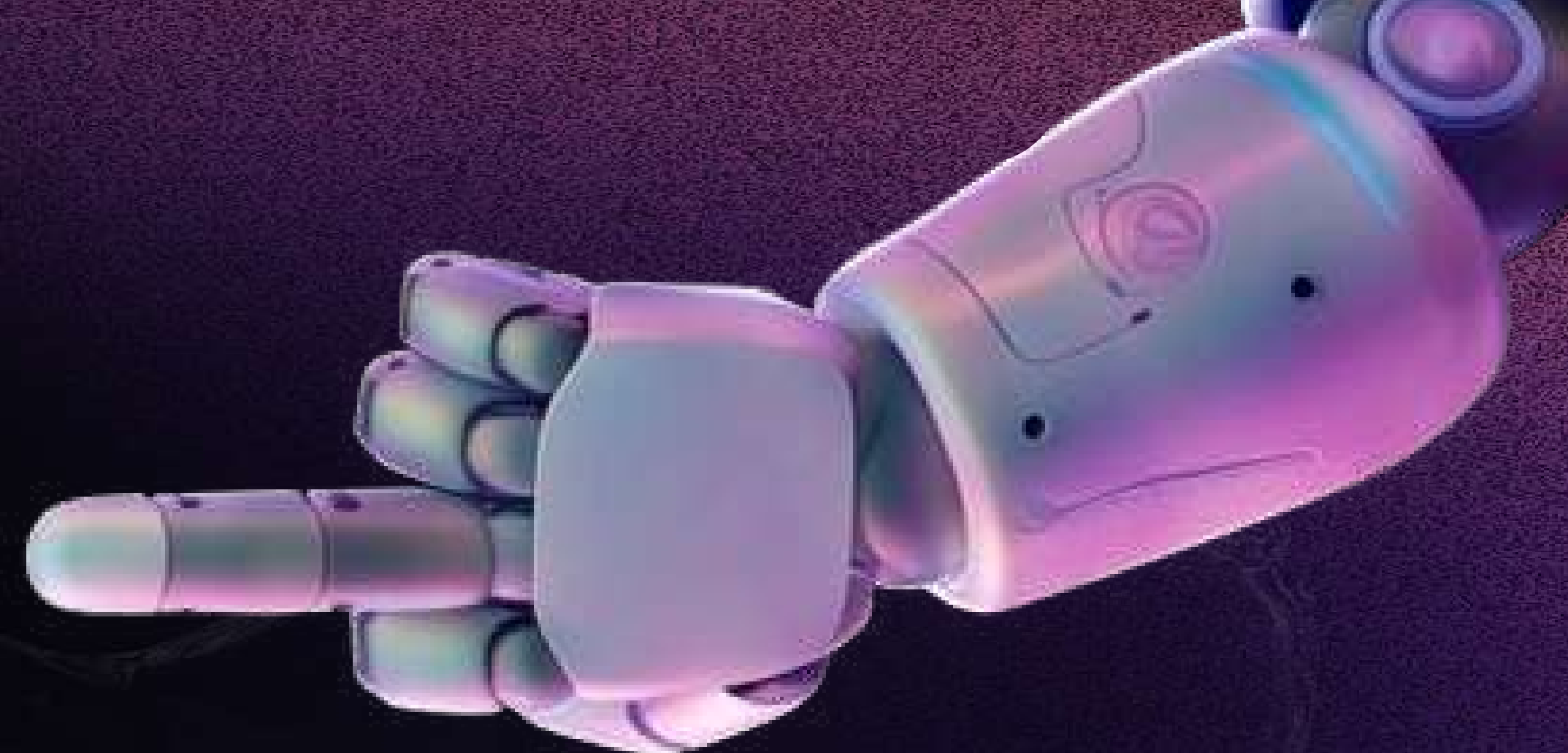
En cuanto una tecnología te genera un ingreso que antes no podías generar, ya está teniendo un impacto.



HÉCTOR RODRÍGUEZ · DIRECTOR GENERAL DE MARCA CONDAL
· ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

CÓMO SE PREGUNTÓ

El dato del ahorro sale del cuestionario. El caso sale de las entrevistas a profundidad.



Alguien trajo su propia herramienta. Le puso apodo. Le adivinó el signo. Le dio las gracias. Le sacó horas de trabajo. Le puso ocho. Revisó cada cosa que entregó.

Y aprendió a usarla sin que nadie le enseñara.

La mayoría ya está adentro y está resolviendo sola. Lo que todavía no aparece es la organización: quién decide qué se puede subir, cuándo hay que avisar y quién responde si algo sale mal.

La herramienta ya llegó.

La gente ya aprendió a usarla.

FALTA QUE LA EMPRESA SEPA QUÉ HACER CON ELLA.

Si mañana alguien de tu equipo
entrega un trabajo hecho
con inteligencia artificial
y sale mal, ¿quién responde?

**Si tardaste en contestar,
ahí está tu siguiente proyecto.**

UN INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN DISFRAZADO DE CHISMÓGRAFO

El Chismógrafo es el estudio de tendencias de HD*. Veinticuatro preguntas en cinco actos, anónimo, ocho minutos.

Pregunta lo que un estudio serio pregunta: cuánto sientes que te ahorra la inteligencia artificial, si revisas lo que te entrega, si avisas que la usaste, qué reglas tiene tu empresa. Y lo pregunta como se pregunta en un chismógrafo, entre cómo le dices a tu IA cuando nadie te ve y qué signo zodiacal tendría.

Esa mezcla es el método, no el adorno. Las preguntas raras bajan la guardia, y con la guardia baja la gente contesta las serias con honestidad. Lo que sale es lo que se admite en un chismógrafo y no se admite en LinkedIn.

El instrumento también es un espejo: cada quien recibe su propio perfil al terminar. Por eso se contesta completo, y por eso las tres preguntas del cierre, que no puntúan ni tienen opciones, dejaron lo mejor del estudio.



ANEXO · EL BUZÓN

QUÉ LE DIRÍAS A RH **SOBRE LA IA**

Trátala como un becario brillante pero sin contexto: dale información, criterio y revisión. Y nunca entregues algo que no puedas defender tú mismo en una junta. CONSULTORÍA · ENTRETENIMIENTO	Que la use como si fueran nuevos miembros del equipo y los trate como tal, defina sus tareas y la lleve de la mano antes de empezar a soltarle cosas. ALTA DIRECCIÓN · INMOBILIARIA	Prueba, prueba y prueba. Entre más gráfico seas con ella, mejores resultados tedará: sube capturas, documentos, y diseña tú el output para que sepa exactamente qué hacer. COLABORADOR · TECNOLOGÍA
Nunca confíes en la primera respuesta. Ajusta el prompt y dile que no quieres que te adule ni que te dé la razón, y que no suponga ni invente nada. CONSULTORÍA · SERVICIOS PROFESIONALES	Enséñala a trabajar como tú necesitas y revisa lo que hace muy de cerca. No confíes en todo lo que entrega. DIRECCIÓN · RETAIL	Úsala mucho, y cuidado: no es tu psicólogo. GERENCIA · ONG
Prueba todo, no te engolosines, y siempre di que usaste IA. No es malo. DIRECCIÓN · EDUCACIÓN	Que primero la configure para que sea sincera y concisa, y para que si algo nopuede o no sabe hacerlo, lo diga. COLABORADOR · TECNOLOGÍA	Ser muy específico con las peticiones y mantener las expectativas: dar instrucciones claras, explicar qué se espera de entregable y dar contexto. GERENCIA · AUTOMOTRIZ
No compartir información personal, delicada o confidencial. Ser preciso en lo que se le pide. Revisar y validar lo que genera. GERENCIA · OTRA	Que verifique siempre la información que obtiene de ella y que cuide la información con la que trabaja. Es indispensable aprender a usarla. COLABORADOR · ENTRETENIMIENTO	Que sí la utilicen, pero como con todas las fuentes: hay que verificar su confiabilidad. GERENCIA · ASOCIACIÓN CIVIL

La pregunta era **qué consejo le darías a alguien de Recursos Humanos** que apenas va a empezar atrabajar con inteligencia artificial. Contestaron 67 personas. Estas son doce, textuales, con la silla y el sector de quien las escribió.

Ninguna pide más tecnología. Todas hablan de criterio, de contexto y de revisar.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Pregunta abierta, sin opciones y sin puntaje.

ANEXO · EL BUZÓN

LES DIMOS UN ESPACIO EN BLANCO. *PIDIERON REGLAS.*

ética **confidencialidad** **datos sensibles** **lineamientos** **criterio**
propiedad intelectual **ciberseguridad** **regulación** **pensamiento crítico**

MUY POR ENCIMA DE CUALQUIER TEMA DE EFICIENCIA.

La última pregunta era abierta: qué te gustaría que se hablara dentro de un año que hoy no se está hablando.

Esperábamos herramientas nuevas, casos de uso, trucos para escribir mejores instrucciones.

No pidieron nada de eso. **Pidieron saber qué pueden subir,** cuándo tienen que avisar y quién responde si algo sale mal.

CÓMO SE PREGUNTÓ

Pregunta abierta al cierre del cuestionario.

ANEXO · EL BUZÓN

EN SUS PALABRAS

"El costo invisible de la IA mal usada: nadie mide cuánto tiempo se pierde corrigiendo entregables sin criterio, ni qué información sensible se pega en un chat. Se habla de productividad, casi nunca de gobernanza y de formar criterio."

CONSULTORÍA · ENTRETENIMIENTO Y MEDIOS

"Los riesgos, alucinaciones y errores. Me parece que hay extrema confianza en los resultados de la IA y ya parece como cuando apareció Wikipedia y la gente creía que todo lo que estaba ahí es correcto."

GERENCIA · MOVILIDAD

"Que no debería ser algo prohibido, debería ser algo impulsado por la empresa y adoptado por todos para sacarle el máximo provecho."

DIRECCIÓN · TECNOLOGÍA

"Trátala como un becario brillante pero sin contexto: dale información, criterio y revisión. Y nunca entregues algo que no puedas defender tú mismo en una junta."

CONSULTORÍA · ENTRETENIMIENTO Y MEDIOS



Todas las citas de este documento son respuestas escritas por quienes contestaron el cuestionario. Van sin nombre, con su silla y su sector.

MARCO METODOLÓGICO

Veinticuatro preguntas en cinco actos, más un buzón abierto de tres preguntas. De ocho a diez minutos de respuesta. **Contestaron 85 personas.**

Las preguntas de contexto van al inicio y al cierre; las de comportamiento en medio, cuando la persona ya entró en confianza.

Cada respuesta aporta un puntaje de 0 a 100. Cada dimensión es el promedio de sus preguntas y el índice es el promedio de las cuatro. Las salidas de «no aplica» se excluyen del promedio en lugar de contarse como cero.

1 El Chismógrafo abre
contexto-nopuntúa

2 Cuando una herramienta empieza a parecer persona
Vínculo

3 Tú y tu IA, a solas
Pensamientocrítico

4 El 1:1 con tu becario IA
Impacto

5 ¿La empresa le hizo onboarding?
Gobernanza

El campo duró tres meses. No fue una difusión abierta: el cuestionario se envió de forma dirigida a perfiles estratégicos de una base de datos de personas que trabajan dentro de corporativos.

Los perfiles son de recursos humanos, comunicación interna, cultura y dirección. Dos de cada tres respuestas llegaron por ese envío directo; el resto, por consultores que lo compartieron con sus redes y por LinkedIn.

Se suman ocho entrevistas a profundidad con personas que dirigen áreas o empresas en ocho industrias. No son una muestra: son voces expertas elegidas a propósito, y sirven para explicar lo que los datos miden. Salvo donde va entrecomillado, lo que se cita de ellas es una síntesis de la conversación.

El motor que calcula las cuatro dimensiones se recalcula desde las respuestas crudas en cada corte y se compara contra lo publicado. En este corte coinciden todas las filas.

GEOGRAFÍA

El cuestionario no pregunta país, ciudad ni región.

Por eso no hay ninguna afirmación geográfica en este documento sobre quienes respondieron.

Las ocho entrevistas sí tienen ubicación conocida: México, España y Argentina.

EL CHISMÓGRAFO HD*

ESTUDIO DE TENDENCIAS 2026

