



EN  
CONJUNTO  
CON



PRINCIPALES RESULTADOS

# Inteligencia Artificial en Chile y el Mundo

25/07/2019



# ACTIVA RESEARCH

Empresa especializada  
en **GENERACIÓN** y **ACTIVACIÓN** de **INSIGHT** en :



BRANDING  
EXPERIENCIA  
INNOVACIÓN  
COMUNICACIÓN

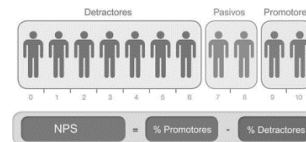
Influenciada por la **VANGUARDIA** de las nuevas tecnologías  
por medio de las más actualizadas técnicas de recolección de  
información : **online / Mobile / Comunidades / Big Data**  
**/ Data Science**



# CERTIFICACIÓN Y MEMBRESÍAS



Certificada en la **Norma ISO 20252**, norma especializada a nivel internacional para empresas de estudios de mercados y opinión.



Certificados en la metodología **Net Promoter Score, NPS**, para medir Lealtad de clientes.



## Miembros activos de:

**ESOMAR** (*European Society for Opinion and Marketing Research*)



**AIM** (*Asociación de Investigadores de Mercado en Chile*)



**MSPA** (*Mystery Shopping Providers Association*)



**WIN** (*Worldwide Independent Network Of Market Research*)

# WIN: Worldwide Independent Network of Market Research



WIN es una red global que realiza investigaciones de mercado y sondeos de opinión en todos los continentes.

Los 75 socios de WIN son las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas independientes en cada uno de sus respectivos países.

WIN se caracteriza por:

**Liderazgo de pensamiento:** acceso a un grupo de los expertos más destacados y empresarios en Investigación de mercado, encuestas y consultoría

**Flexibilidad:** soluciones globales y locales a medida para satisfacer las necesidades de los clientes

**Innovación:** acceso a la última consultoría estratégica, desarrollo de herramientas y soluciones de marca

**Expertos locales:** acceso a una red de expertos que realmente entienden la cultura local, el mercado y las necesidades comerciales

**Confianza:** la más alta calidad de miembros talentosos en todos los países cubiertos

# Antecedentes

Activa Research en conjunto con WIN da a conocer los primeros resultados de una investigación realizada en 40 países, que indaga sobre opiniones y percepciones de hombres y mujeres de todo el mundo en torno a la inteligencia artificial.

Esta investigación ha sido realizada en Chile bajo las especificaciones que establece la Norma ISO 20.252, norma que establece los términos, definiciones y requisitos para llevar a cabo investigaciones de este carácter.

A continuación se presentan la metodología y principales resultados del estudio.



# Metodología Regional



Un total de 30.890 personas fueron encuestadas globalmente en 40 países. El levantamiento de la información se realizó entre Octubre de 2018 y Enero de 2019.

La muestra de Chile fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Canada, Chile, China, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Filipinas, Finlandia, Francia, Gana, Grecia, Holanda, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Letonia, Líbano, Malasia, Marruecos, México, Palestina, Paraguay, Perú, Polonia, Reino Unido, Sudáfrica, Suecia, Tailandia, Turquía y Vietnam

# Metodología - Chile



## Diseño de investigación

**Estudio cuantitativo**, sobre la base de entrevistas online a través de un panel online.

## Población en estudio

**Hombres y Mujeres** mayores de 18 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones.

Se realizó un total de **1.032 entrevistas** distribuidas de la siguiente manera:

NSE	MUESTRA	ERROR MUESTRAL
C1	261	6,1%
C2	280	5,9%
C3	218	6,6%
D-E	273	5,9%
<b>Total</b>	<b>1032</b>	<b>3,1%</b>

## Diseño Muestral

La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2002. \*El margen de **Error Muestral es de un +/- 3,1%**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

## Selección Muestral

Selección aleatoria en base al panel online **OpinandoOnline**.

## Instrumento de medición

Cuestionario de **8 minutos de duración promedio**.

## Fecha de campo

El campo se desarrolló durante **noviembre de 2018**

## Desarrollado por

Este estudio ha sido elaborado en su totalidad por **Activa Research**.

# Metodología – Por país



	Country	Company Name	Methodology	Sample	Coverage	Field Dates
1	ARGENTINA	Voices! Research & Consultancy	CATI	520	National	December 6 <sup>th</sup> - December 18 <sup>th</sup> 2018
2	AUSTRALIA	Bastion Latitude	CAWI	715	National	November 20 <sup>th</sup> - 2 <sup>nd</sup> December 2018
3	BRAZIL	Market Analysis	CAWI	500	National	November 30 <sup>th</sup> - December 06 <sup>th</sup> 2018
4	CANADA	Leger 360	CAWI	500	National	November 10 <sup>th</sup> - November 19 <sup>th</sup> 2018
5	CHILE	Activa Research	CAWI	1032	National	November 7 <sup>th</sup> - November 11 <sup>th</sup> 2018
6	CHINA	Wisdom Asia	CAWI	1000	National/Urban	November 14 <sup>th</sup> - November 21 <sup>st</sup> 2018
7	CROATIA	Mediana	CAWI	508	National	November 6 <sup>th</sup> - November 8 <sup>th</sup> 2018
8	DENMARK	DMA Research A/S	CAWI	500	National	October 17 <sup>th</sup> - October 22 <sup>nd</sup> 2018
9	FINLAND	Taloustutkimus Oy	CAWI	500	National	October 16 <sup>th</sup> - October 22 <sup>nd</sup> 2018
10	FRANCE	BVA	CAWI	1000	National	November 23 <sup>rd</sup> - November 29 <sup>th</sup> 2018
11	GERMANY	Produkt + Markt	CAWI	1000	National	October 23 <sup>rd</sup> - November 6 <sup>th</sup> 2018
12	GHANA	Candino Global	CAPI	500	Urban	November 20 <sup>th</sup> - December 3 <sup>rd</sup> 2018
13	GREECE	Alternative Research Solutions	CAWI	500	National	October 26 <sup>th</sup> - November 4 <sup>th</sup> , 2018
14	HONG KONG	CSG (Consumer Search Group)	CAWI	505	National	October 28 <sup>th</sup> - November 21 <sup>st</sup> 2018
15	INDIA	DataPrompt International	CAWI	500	National	November 19 <sup>th</sup> - November 25 <sup>th</sup> 2018
16	INDONESIA	PT Deka Citra International	CAPI	1040	Urban	November 14 <sup>th</sup> - November 25 <sup>th</sup> 2018
17	IRELAND	RED C Research and Marketing Ltd	CAWI	1000	National	November 22 <sup>nd</sup> - November 27 <sup>th</sup> 2018
18	ITALY	DOXA	CAPI	1039	National	October 15 <sup>th</sup> - October 30 <sup>th</sup> 2018
19	JAPAN	NRC (Nippon Research Center)	CAWI	1000	National	November 15 <sup>th</sup> - November 20 <sup>th</sup> 2018
20	LATVIA	Research centre SKDS	CAWI	1005	National	October 24 <sup>th</sup> - October 31 <sup>st</sup> 2018
21	LEBANON	REACH SAL	CATI	500	National	October 12 <sup>th</sup> - November 10 <sup>th</sup> 2018
22	MALAYSIA	Compass Insights Sdn Bhd	CAWI	517	Urban	November 1 <sup>st</sup> - December 6 <sup>th</sup> 2018
23	MEXICO	Brand Investigation S.A de C.V (Brain)	CAWI	500	Urban	November 23 <sup>rd</sup> - December 3 <sup>rd</sup> 2018
24	MOROCCO	Top Level Mena		501		November - December 2018
25	NETHERLANDS	Motivaction International	CAWI	500	National	December 2018
26	PALESTINE	Palestinian Center for Public Opinion (PCPO)	TAPI	417	Urban/Rural	November 22 <sup>nd</sup> - December 2 <sup>nd</sup> 2018
27	PARAGUAY	ICA Consultoria Estratégica	CAWI	500	National	December 7 <sup>th</sup> - December 14 <sup>th</sup> 2018
28	PERU	DATUM Internacional	CAPI	1009	National	November 9 <sup>th</sup> - November 14 <sup>th</sup> 2018
29	PHILIPPINES	PSRC (Philippines Survey & Research Center Inc.)	PAPI	1000	National	November 6 <sup>th</sup> - November 20 <sup>th</sup> 2018
30	POLAND	MARECO POLSKA	CAWI	500	National	October 11 <sup>th</sup> - October 20 <sup>th</sup> 2018
31	SLOVENIA	Mediana	CAWI	505	National	November 6 <sup>th</sup> - November 8 <sup>th</sup> 2018
32	SOUTH AFRICA	Freshly Ground Insights (FGI)	CAWI	1700	Urban	October 23 <sup>rd</sup> - November 29 <sup>th</sup> 2018
33	SOUTH KOREA	Gallup Korea	PAPI	1500	National	November 7 <sup>th</sup> - November 30 <sup>th</sup> 2018
34	SPAIN	Instituto DYM	CAWI	1010	National	November 6 <sup>th</sup> - November 14 <sup>th</sup> 2018
35	SWEDEN	Origo Group	CAWI	1000	National	November 15 <sup>th</sup> - November 25 <sup>th</sup> 2018
36	THAILAND	Infosearch co.ltd	Face to Face	600	National	November 5 <sup>th</sup> - November 30 <sup>th</sup> 2018
37	TURKEY	Barem	CATI	1000	National	November 1 <sup>st</sup> - November 28 <sup>th</sup> 2018
38	UK	ORB International (Opinion Research Business)	CAWI	1001	National	December 7 <sup>th</sup> - December 10 <sup>th</sup> 2018
39	USA	Leger	CAWI	500	National	November 10 <sup>th</sup> - November 19 <sup>th</sup> 2018
40	VIETNAM	Indochina Research	Face to Face	600	Urban	November 5 <sup>th</sup> - November 23 <sup>rd</sup> 2018



# NORMA ISO 20252



**Este estudio se ha realizado en cumplimiento de la norma ISO 20.252, norma internacional que establece los términos y definiciones así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.**

A glowing blue globe is centered in the background, surrounded by various data points, lines, and icons, creating a digital or network-like atmosphere. The globe is semi-transparent, showing the continents in a darker blue.

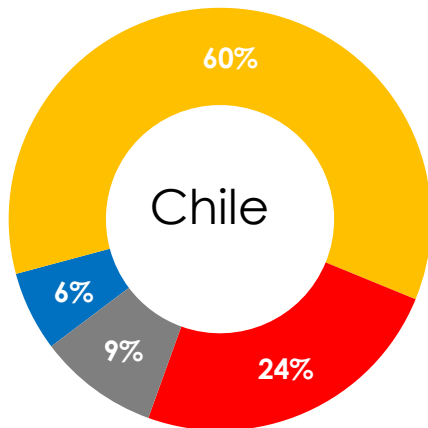
# PRINCIPALES HALLAZGOS

# La IA (Inteligencia Artificial) se usa cada vez más en la medicina, ¿En qué medida estará feliz de que la inteligencia artificial sustituya las tareas realizadas por el médico en el futuro?

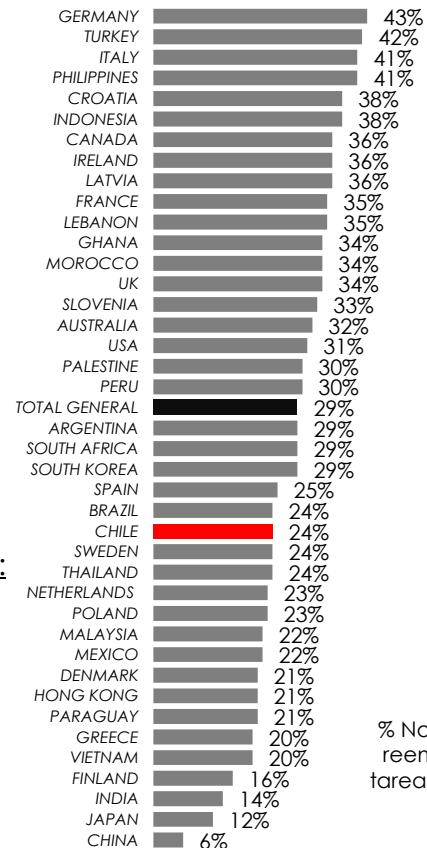


## SUSTITUCIÓN DE TAREAS

- Estoy feliz si la AI reemplaza completamente las tareas de los médicos
- Estoy contento si AI ayuda a los médicos, pero no quiero verlos reemplazados por completo
- No quiero que la AI reemplace ninguna tarea realizada por los médicos
- No sabe / No responde

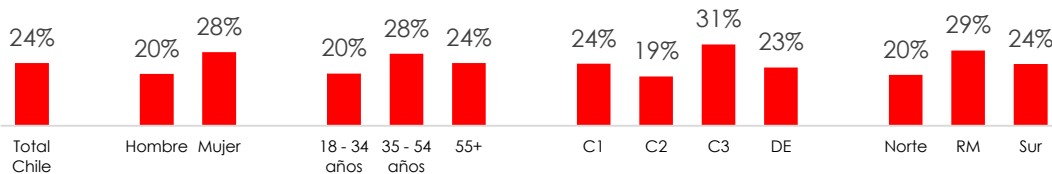


## RANKING por país



% No quiero que la AI reemplace ninguna tarea realizada por los médicos

## No quiero que la AI reemplace ninguna tarea realizada por los médicos en segmentos:



La IA (Inteligencia Artificial) se usa cada vez más en la medicina, ¿En qué medida estará feliz de que la inteligencia artificial sustituya las tareas realizadas por el médico en el futuro?

## RANKING por continente

% No quiero que la AI reemplace ninguna tarea realizada por los médicos

MENA (Medio Oriente y Norte de África)

33%

Europa

32%

África

30%

Total general

29%

América

27%

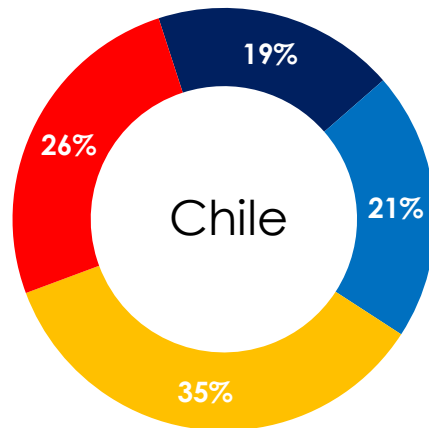
APAC (Asia-Pacífico)

25%

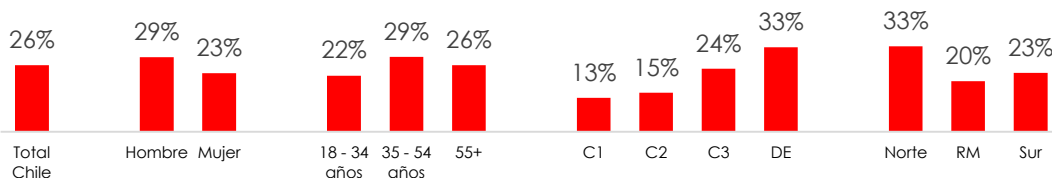
# ¿Utiliza aplicaciones (APPS) que recopilan y rastrean sus datos personales?

## APLICACIONES Y DATOS PERSONALES

- Sí, no hay problema para mí
- Sí, pero me siento incómodo con ello
- Sí, pero trato de evitar estas APPS
- No, nunca uso estas APPS

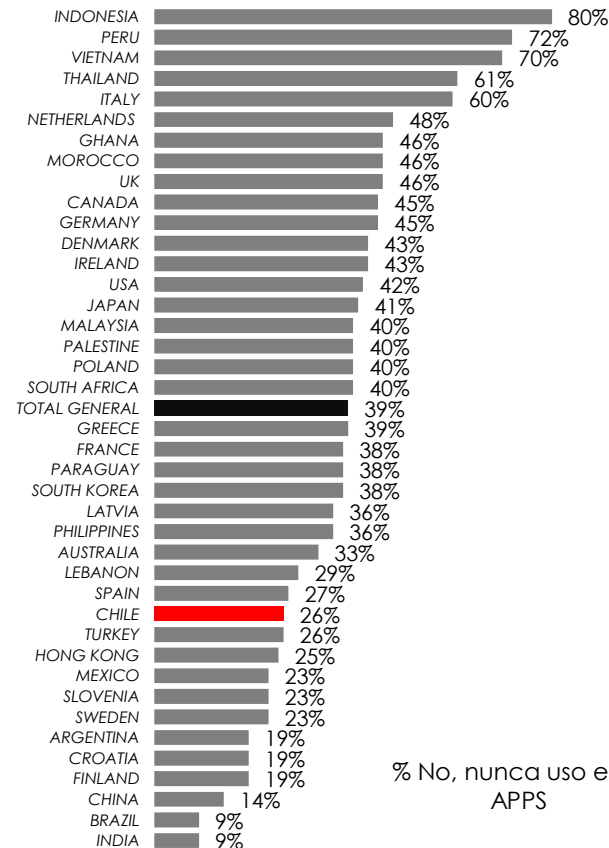


% No, nunca uso estas APPS en segmentos:



Base: % Total entrevistas realizadas en Chile N: 1.032 // Muestra Global: 30.890

## RANKING por país

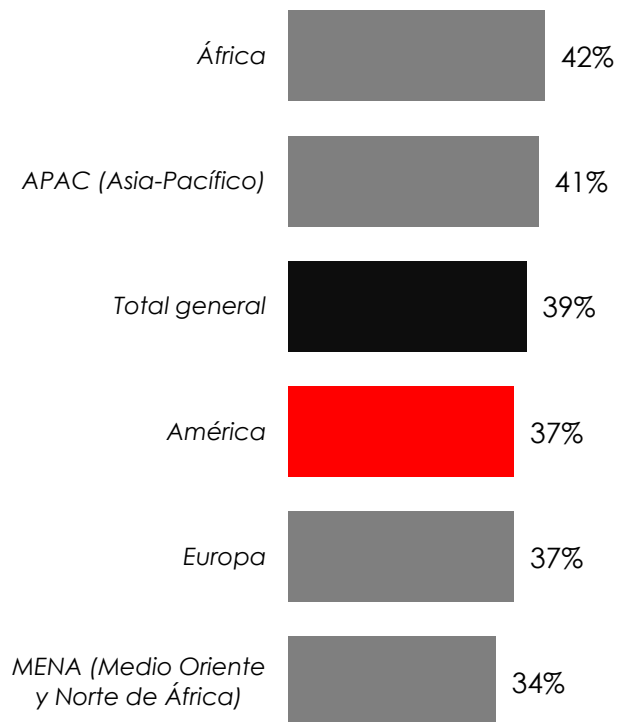


% No, nunca uso estas APPS

# ¿Utiliza aplicaciones (APPS) que recopilan y rastrean sus datos personales?

## RANKING por continente

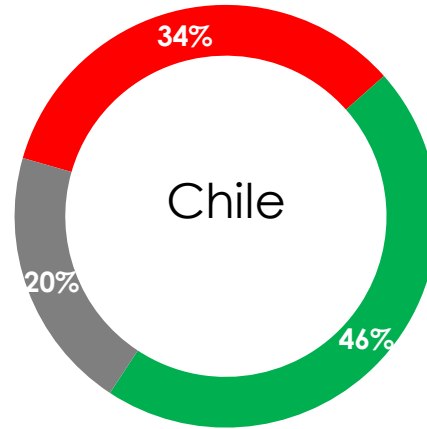
% No, nunca uso estas APPS



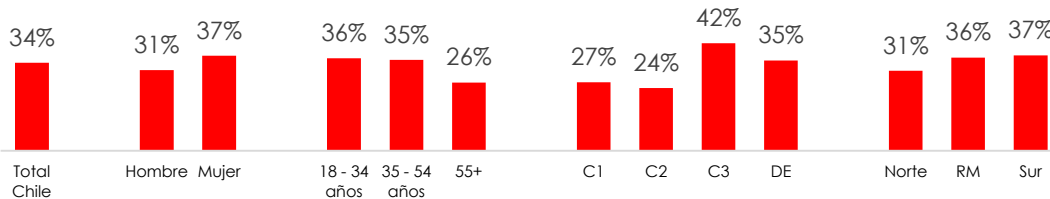
# ¿Teme perder su trabajo en los próximos diez años a consecuencia de la automatización o la Inteligencia Artificial?

## AUTOMATIZACIÓN EN EL TRABAJO

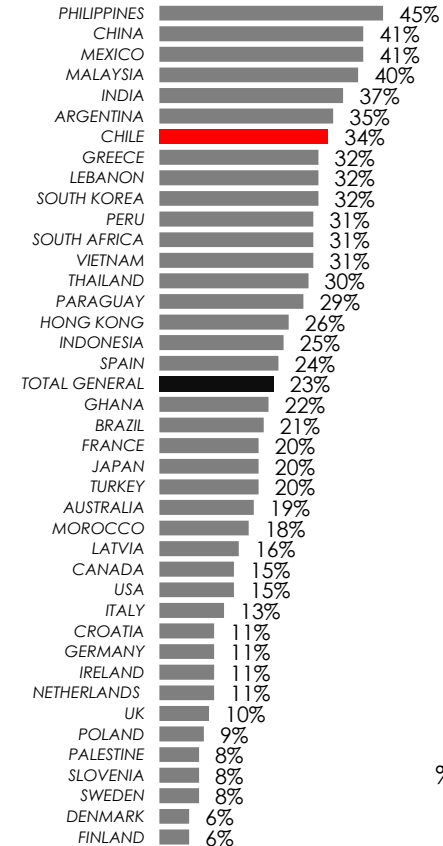
- Sí
- No
- No trabajo actualmente



### % SI en segmentos:



### RANKING por país

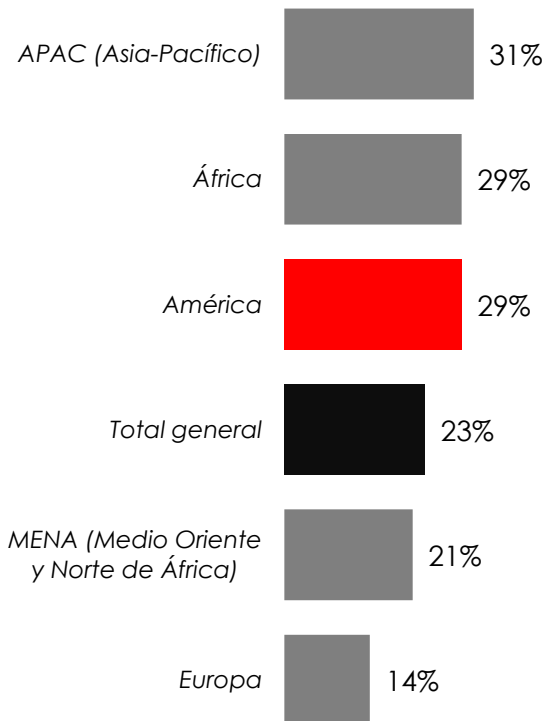


% SI

# ¿Teme perder su trabajo en los próximos diez años a consecuencia de la automatización o la Inteligencia Artificial?

## RANKING por continente

% SI por continente







---

[www.activaresearch.cl](http://www.activaresearch.cl)

Av. Providencia 1760, Of 1804, Providencia,  
Santiago de Chile

+562 2751 3000