

Ipsos: 79% de los chilenos exige que empresas informen cuando sus productos y servicios utilicen Inteligencia Artificial

El 60% de los encuestados en el país cree que esta tecnología tiene más ventajas que inconvenientes. Sin embargo, la mitad de la población (50%) admite sentir nerviosismo ante estos avances.

Santiago, junio de 2026. Ipsos presentó su informe anual “Monitor de Inteligencia Artificial”, en el que se registró el conocimiento y la confianza de las personas hacia la IA.

En Chile, el 74% de los encuestados manifestó entender en qué consiste y la mayoría indicó también poder identificar qué tipos de productos y servicios utilizan la IA (62%) y que la IA tiene más ventajas que inconvenientes (60%).

Un 79% en Chile exige que los productos y servicios que utilicen IA estén obligados a informar dicha situación, cifra que es menor al 83% que estaba de acuerdo con esta medida en 2025.

El 50% de las personas en Chile afirma que estos desarrollos le causan nerviosismo, mientras que a un 47% le emociona. Tanto el entusiasmo como la inquietud por productos y servicios que utilizan IA en Chile muestran caídas respecto a la medición anterior, al bajar 10 y 6 puntos porcentuales, respectivamente, en los últimos 12 meses.

Ante la pregunta “Si supieras que una herramienta de IA generativa te muestra respuestas influenciadas por los

anunciantes, ¿confiarías más o menos en la información que te proporciona?”, el 48% en Chile confiaría menos en la información, el 29% señala que no habría impacto y el 18% confiaría más. En línea con el promedio global de 32 países (46%, 28% y 19%, respectivamente).

La confianza en el uso y tratamiento de datos por parte de empresas que usan IA está casi equiparada en la población. Un 45% de las personas sondeadas se siente resguardada y, por el contrario, un 48% no lo percibe de esta manera.

Con respecto al medioambiente, un 54% considera que los posibles beneficios de la IA para la sociedad superan sus impactos.

“Los chilenos están pasando de la novedad al criterio: 60% ve más ventajas que costos y 54% cree que los beneficios sociales superan los impactos ambientales, pero en la confianza sigue habiendo división (45% confía en que se protegerán sus datos personales y un 48% no). Por eso, el 79% exige que se informe, sin letra chica, cuándo hay IA; y si perciben que las respuestas están influenciadas por anunciantes, casi la mitad confiaría menos. El trabajo ahora es transparencia sin dudas, buen resguardo de datos y etiquetado visible, para que la adopción avance sin generar dudas costosas”, analiza Nicolás Fritis, CEO de Ipsos Chile.