UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHILE

IV
ENCUESTA

# Percepción Social de la Inteligencia Artificial en Chile 2026

Centro de Comunicación de las Ciencias
Universidad Autónoma de Chile

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHILE

Cátedra UNESCO
Educación Científica
para la Ciudadanía

unesco
Cátedra

**Public Perception of Artificial Intelligence in Chile:**
**Results of the Fourth National Survey, 2026**
**IV Encuesta de Percepción Social de la Inteligencia Artificial en Chile 2026**

Noviembre, 2026
Santiago, Chile

© Universidad Autónoma de Chile
Vicerrectoría de Investigación y Doctorados
Avenida del Valle 534, Huechuraba
Santiago, Chile

© Centro de Comunicación de las Ciencias

ISBN:
DOI:

**Contenidos**
Paulo González Ibarra, Gisel Pérez Barahona, Nataly Venegas Zúñiga,
Dinka Acevedo Caradeux

**Textos**
Victoria Martínez Antipa, Paulo González Ibarra

**Análisis de datos**
Iván Suazo Galdames

**Diseño y diagramación**
Pedro Díaz Muñoz

Este material puede ser copiado y redistribuido por cualquier medio o formato, además se puede remezclar, transformar y crear a partir del material siempre y cuando se reconozca adecuadamente la autoría y las contribuciones se difundan bajo la misma licencia del material original.

# Contenido


Abstract 5
Resumen 6

I. INTRODUCCIÓN 7

II. METODOLOGÍA 11
A. Descripción de la muestra y población objetivo 11
B. Detalles de la recolección de datos 12
C. Análisis estadístico 12
D. Categorías de preguntas y respuestas utilizadas 13

III. RESULTADOS 15
A. Dimensión representacional 15

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN 36
A. Tres tendencias transversales 36
B. Evolución 2023-2026 38
C. Trabajo, instituciones y límites a la delegación 43
D. Confianza y autonomía: lo que está en juego 44
E. Limitaciones 45

V. CONCLUSIONES 46

VI. REFERENCIAS 49

VII. MATERIAL SUPLEMENTARIO 50

**Abstract /** This report examines how the adult population of Chile perceives, uses and evaluates artificial intelligence (AI), and how those perceptions have shifted since 2023. An eleven-item questionnaire organised along three dimensions —representational, practical-operational and evaluative —was administered through an online panel between 17 and 21 September 2026, yielding 1216 completed interviews with respondents aged 18 and over in 194 municipalities; results were weighted by sex, age, geographical zone and socioeconomic status (effective sample size ≈ 927; indicative margin of error ±3.2 percentage points), and differences between segments were tested with a chi-square statistic adjusted to the effective sample size, Cramér's V and Benjamini-Hochberg correction. AI is associated above all with technology and innovation (20.6%) and with usefulness and support (16.0%); 71% have at some point asked an AI for advice on personal problems, and 46% regard it as an opportunity in daily life against 28% who perceive it as a threat. The leading perceived risks are false or indistinguishable information (25.4%) at present and the erosion of the capacity to think and learn (27.6%) in the future, while 57.8% reject the replacement of any public authority by an AI, 51% oppose AI-based personnel selection and 50% rate automated customer service poorly. Age differentiates responses more than socioeconomic status, and geographical zone yields no significant differences. Use of AI is intensifying without a parallel willingness to delegate decisions to it, and public concern is shifting towards trust and cognitive autonomy, placing critical thinking and information verification at the centre of scientific culture.

**Keywords:** Public perception of AI; Artificial intelligence; Scientific culture; Public opinion; Digital divide; Survey research; Chile.

**Resumen /** Este informe examina cómo la población adulta de Chile percibe, usa y valora la inteligencia artificial (IA), y cómo han cambiado esas percepciones desde 2023. Se aplicó un cuestionario de once preguntas organizado en tres dimensiones —representacional, práctica-operacional y evaluativa-valorativa— mediante un panel en línea entre el 17 y el 21 de septiembre de 2026, con 1216 entrevistas efectivas a personas de 18 años o más de 194 comunas; los resultados se ponderaron por sexo, edad, zona geográfica y nivel socioeconómico (tamaño efectivo ≈ 927; margen de error referencial de ±3,2 puntos porcentuales) y las diferencias entre segmentos se contrastaron con la prueba $\chi^2$ ajustada al tamaño efectivo, la V de Cramér y la corrección de Benjamini-Hochberg. La IA se asocia sobre todo con tecnología e innovación (20,6%) y con utilidad y apoyo (16,0%); el 71% ha recurrido alguna vez a una IA para pedir consejo sobre problemas personales y el 46% la considera una oportunidad en su vida cotidiana, frente a un 28% que la percibe como amenaza. Los principales riesgos percibidos son la información falsa o indistinguible de la realidad (25,4%) en el presente y la reducción de la capacidad de pensar y aprender (27,6%) a futuro, mientras que el 57,8% rechaza que una IA reemplace a cualquier autoridad, el 51% se opone a la selección de personal mediante IA y el 50% evalúa mal la atención al cliente automatizada. La edad diferencia las respuestas más que el nivel socioeconómico, y la zona geográfica no introduce diferencias significativas. El uso de la IA se intensifica sin que aumente la disposición a delegarle decisiones, y la preocupación se desplaza hacia la confianza y la autonomía cognitiva, lo que sitúa el pensamiento crítico y la verificación de información en el núcleo de la cultura científica.

**Palabras Clave:** Percepción social de la IA; Inteligencia artificial; Cultura científica; Opinión pública; Brecha digital; Encuesta de percepción; Chile.

# I. INTRODUCCIÓN

Desde 2023, el Centro de Comunicación de las Ciencias de la Universidad Autónoma de Chile se pregunta cada año por los alcances de la IA en la vida cotidiana de las personas del país. En ese marco, la **IV Encuesta de Percepción Social de la Inteligencia Artificial en Chile 2026** busca conocer qué opinan las personas sobre la IA, cómo la usan y qué valor le asignan. Este informe da cuenta de usos que van más allá de la búsqueda de información y pone el foco en las dinámicas que la IA está generando en la vida cotidiana de las personas. Además, revisa cómo ha cambiado la percepción de esta tecnología desde 2023 y en qué medida forma parte de la cultura científica del país.

La inteligencia artificial (IA) ya forma parte de la vida cotidiana de los chilenos y chilenas. Se usa para trabajar, para elegir la mejor ruta para desplazarse por la ciudad, para crear textos, fotos y videos, para estudiar, para comparar productos o para resolver dudas de todo tipo, incluso las de salud. Algunas personas le piden consejo sobre problemas personales y muchas han interactuado con un asistente virtual para hacer un reclamo o una consulta en alguna empresa. También es posible encontrarse con la IA sin buscarla: está en procesos de selección de personal o en imágenes y mensajes difundidos de forma digital que muchas veces no se distingue si son reales. Hoy se interactúa con ella mucho más que hace pocos años, y su llegada a las empresas, las ventas, el mundo laboral y personal puede resultar vertiginosa.

Independiente del nivel de comprensión sobre qué es exactamente la IA, hace tiempo que forma parte de lo que la sociedad discute. Esta conversación se aceleró, por ejemplo, cuando OpenAI puso la IA generativa (aquella capaz de crear contenido nuevo) al alcance de cualquier persona con un teléfono o un computador, con el lanzamiento de ChatGPT en 2022, o cuando Microsoft y Google la integraron en herramientas de trabajo cotidiano, como Microsoft 365 y Google Workspace, transformando la forma de trabajar y comunicarse.

¿Qué entendemos por inteligencia artificial? La Política Nacional de Inteligencia Artificial, actualizada en 2024 por el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, adopta la definición de la OCDE: una IA es "un sistema computacional que, en función de objetivos explícitos o implícitos, infiere, a partir de los datos de entrada que recibe, cómo generar resultados tales como predicciones, contenidos, recomendaciones o decisiones que [pueden] influir en entornos físicos o virtuales" (Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, 2024, p. 8). Dicho de forma más simple, la IA aprende de los datos para producir respuestas, textos, imágenes o recomendaciones que inciden en lo que hacemos y decidimos. Que la definición incluya la creación de contenidos no es un detalle: reconoce el lugar que ha ganado la IA generativa en la vida cotidiana. La política, vigente hasta 2031, busca fomentar el desarrollo y el uso ético y responsable de esta tecnología en el país.

Esa visión institucional convive con una realidad regional dispar. En América Latina, la IA se difunde rápido, pero de forma desigual. Según estimaciones de Microsoft recogidas por el Banco Mundial, en el primer trimestre de 2026 la mediana de las economías de la región tenía una adopción de IA generativa de 17% entre las personas de 15 a 64 años, frente a 31% en América del Norte (Banco Mundial, 2026).

En este escenario regional, Chile ocupa un lugar destacado. Por cuarto año consecutivo, lidera el Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA 2026), elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Centro Nacional de Inteligencia Artificial (CENIA), que analiza los ecosistemas de IA de 20 países de América Latina y el Caribe. Con 71,4 puntos, el país encabeza el grupo de los "pioneros", junto a Brasil (68,4) y Uruguay (67,0), y obtiene el puntaje más alto en factores habilitantes (63,4) y en investigación, desarrollo y adopción (73,7). Sin embargo, el mismo índice advierte que liderar no significa haber alcanzado un punto final. En la región, el talento especializado sigue siendo escaso, las mujeres representan solo el 24,8% de quienes investigan en IA y apenas dos países cuentan con presupuesto para ejecutar sus estrategias nacionales de IA. En Chile, solo el 13,5% de las empresas usa IA (CEPAL y CENIA, 2026).

Uno de los hallazgos del ILIA conecta directamente con esta encuesta: la adopción de la IA avanza más rápido entre las personas que en las empresas. Es decir, la IA llegó a la vida cotidiana antes que a muchos espacios de trabajo e instituciones. Para el índice, el desafío de la región ya no es solo ampliar el acceso a la tecnología, sino

convertir esas capacidades en beneficios reales y preservar el margen para decidir cómo se adopta y se usa la IA (CEPAL y CENIA, 2026).

Tener acceso a la IA, sin embargo, no significa necesariamente usarla de manera favorable ni que beneficie a toda la población. La edad, el nivel socioeconómico y el acceso a las tecnologías son dimensiones relevantes: el uso de la IA no es igual para todos, y la forma de percibirla tampoco. Como plantea el Banco Mundial, la rápida difusión de la IA ofrece un catalizador potencial, pero "el acceso digital no garantiza un uso productivo", y está en juego si la tecnología impulsa el crecimiento de la región o termina por "amplificar sus desigualdades históricas" (Banco Mundial, 2026, p. 13). Revisar esas diferencias a partir de los datos de la encuesta es uno de los propósitos de este informe y sus versiones anteriores.

¿Qué ocurre con las personas en ese proceso? La experiencia del programa ConectIA, del CENIA, da una pista: entre los académicos de una universidad chilena que participaron en sus comunidades de práctica, cerca del 80% pasó de asociar la IA con amenazas a considerarla una aliada después de experimentar con ella acompañados y en un ambiente seguro (CEPAL y CENIA, 2026). Aunque se trata de un grupo acotado, la experiencia sugiere que la percepción de la IA no es fija: cambia cuando las personas pueden conocerla, probarla y discutir sus límites.

En ese escenario, este informe aborda los usos, las amenazas y las oportunidades de la IA, así como su presente y su futuro. El análisis revisa cómo han cambiado los usos en el corto plazo y qué preocupaciones acompañan la llegada de estos sistemas a la educación, al mundo laboral y a la vida personal y social. Además, plantea preguntas más cercanas: ¿ha cambiado la IA la forma en que las personas se relacionan y se comunican? ¿Y la manera en que buscan trabajo, se informan o toman decisiones sobre su bienestar y su salud? ¿Se ha convertido esta tecnología en una compañía digital de la que ya no podemos separarnos? Lo que las personas perciben y la actitud que tienen frente a estos temas son el punto de partida de un diálogo cada vez más necesario.

El presente estudio busca conocer percepciones y se estructura en tres dimensiones: la **dimensión representacional** explora cómo las personas perciben, comprenden y representan la IA, a partir de ideas, conceptos y asociaciones; la **dimensión práctica-operacional** aborda el uso de la IA en la vida cotidiana, incluidas sus aplicaciones e interacciones; y la **dimensión evaluativa-valorativa** examina las opiniones, actitudes y valoraciones sobre la IA, tanto sus oportunidades como sus

riesgos. El estudio no evalúa el desempeño técnico ni el funcionamiento de la IA como tal.

Mantener una observación constante de estas percepciones resulta relevante en la medida en que la IA se volvió rápidamente una tecnología que atraviesa a toda la sociedad. Conocer cómo se vive y se valora permite que su desarrollo se discuta con la ciudadanía. En esa línea, a través del programa de cultura científica "Alejandr-IA", y en particular de esta *IV Encuesta*, el Centro de Comunicación de las Ciencias de la Universidad Autónoma de Chile busca contribuir con nuevo conocimiento en el área, generar espacios y propiciar la discusión pública sobre la ciencia y la tecnología y sus posibles alcances e impactos en la cultura y la sociedad.

# II. METODOLOGÍA

## A. Descripción de la muestra y población objetivo

Diseño muestral: Diseño no probabilístico, estratificado según sexo, edad, zonas geográficas y grupos socioeconómicos, de **194 comunas del país equivalentes al 86,3% de la población total de Chile**.

Tamaño muestral: Respondieron un total de 1283 entrevistas, hombres y mujeres de 18 años o más, de un total de 6707 envíos preconfigurados del panel, con un porcentaje de respuestas efectivas de 19,1% en el plazo definido, con un total de 1216 entrevistas exitosas (67 abandonos). Datos no estratificados ni proporcionales por las variables de sexo y edad, y sí para GSE y zonas geográficas.

La ponderación se realizó teniendo en consideración que la muestra de 2026 no replica exactamente la composición de la población objetivo (población chilena). Las personas de 55 años o más representan el 47,0% de los casos, frente al 29,0% de la población, y las mujeres el 56,6%, frente al 52,0%. Para corregir este desbalance, todos los resultados de este informe están ponderados. A cada persona se le asigna un peso según el grado de representación de su grupo: quienes pertenecen a grupos sobrerrepresentados cuentan menos, y quienes pertenecen a grupos subrepresentados cuentan más.

Los pesos se calcularon mediante un ajuste iterativo (raking) a los mismos porcentajes poblacionales usados entre 2023 y 2025: sexo 48/52, edad 35/36/29, zona 25/43/32 y NSE 11/16/30/33/10. Mantener estos valores fijos permite comparar los resultados entre ediciones, de modo que las diferencias observadas no se deban a un cambio en la población de referencia.

El margen de error muestral (referencial, muestra no probabilística) se estima en ±3,2 puntos porcentuales para un porcentaje cercano a 50%, con un nivel de confianza del 95%, bajo supuestos de muestreo aleatorio simple. El cálculo usa el tamaño efectivo de la muestra ponderada (unos 927 casos) y no los 1216 casos brutos. El margen es mayor en cada segmento.

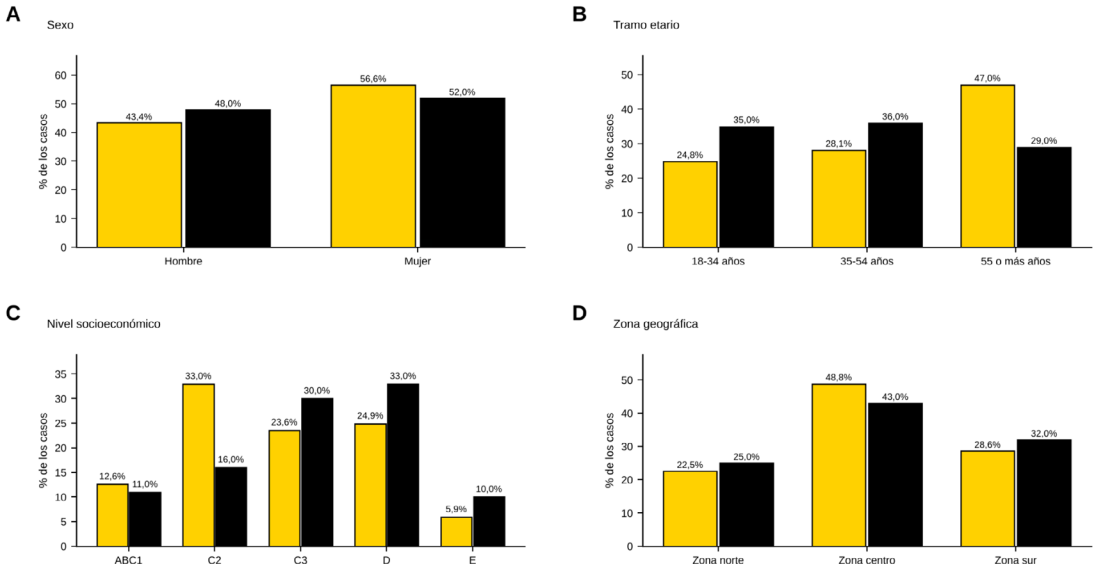



**Figura 1. Características sociodemográficas de la muestra.** Se muestran los porcentajes brutos y ponderados. n bruto = 1216 entrevistas efectivas. La ponderación lleva la muestra a los marginales usados entre 2023 y 2025 y a un n = 927.

## B. Detalles de la recolección de datos

La información se registró en un panel en línea entre el jueves 17 y el lunes 21 de septiembre de 2026, con el apoyo de la empresa Tú Influyes.

## C. Análisis estadístico

Todos los resultados se calcularon sobre la base ponderada (n = 1216; tamaño efectivo ≈ 927). Los porcentajes se calculan sobre casos y, en las preguntas 3 (P3) y 8 (P8), sobre menciones. Se informan en escala de 0 a 100, junto con intervalos de confianza

de 95% basados en el tamaño efectivo y no en el número bruto de casos. El margen de error es de ±3,2 puntos porcentuales para un porcentaje cercano a 50%, y es mayor en cada segmento. Las escalas de P2, P4, P5, P10 y P11 se resumen además con promedios e intervalos de confianza de 95%, orientados de modo que un valor más alto indica siempre más del atributo nombrado.

Para evaluar si las respuestas difieren según sexo, edad, zona geográfica y NSE, se usó la prueba $\chi^2$ ajustada al tamaño efectivo (Rao–Scott simplificado), que evita exagerar la significación por el efecto de la ponderación. La fuerza de la asociación se midió con la V de Cramér, que va de 0 (sin asociación) a 1. Como referencia habitual, un valor menor a 0,07 se considera despreciable, entre 0,07 y 0,15 débil, entre 0,15 y 0,25 moderado y mayor a 0,25 fuerte. Por el número de pruebas realizadas (11 preguntas por 4 segmentos, es decir, 44 contrastes), los valores p se corrigieron con el método de Benjamini-Hochberg. Solo se describen como diferencias las que superan esta corrección (p ajustado < 0,05). Las que no la superan, como la de P2 según NSE (p ajustado = 0,057), se leen solo como tendencias. Cuando alguna celda tiene menos de cinco casos esperados, como ocurre en el segmento E (72 casos), los resultados se interpretan con cautela.

Las comparaciones entre 2025 y 2026 se hicieron con una prueba z de diferencia de proporciones, usando el tamaño efectivo de cada año. Se consideran significativas las diferencias con p < 0,05, sin corrección por la cantidad de contrastes. Las cifras 2025 se recalcularon desde su base con su ponderador, mientras que las de 2023 y 2024 provienen de los informes publicados, por lo que no se pueden someter a pruebas. En P2 la escala cambió entre ediciones (verbal en 2023, de 1 a 10 en 2024 y de 0 a 10 desde 2025), por lo que la serie completa debe leerse con esa salvedad. Para 2023 se usa la cifra del informe original (45,4% amenaza y 40,1% oportunidad), que los informes de 2024 y 2025 muestran invertida.

## D. Categorías de preguntas y respuestas utilizadas

Al igual que en las ediciones anteriores, el cuestionario se organiza en tres dimensiones: representacional, práctica-operacional y evaluativa-valorativa (Tabla 1).

**Tabla 1.** Preguntas de la encuesta 2026 según dimensión y continuidad con 2025.

| Dimensión | N.º | Pregunta | Comparable con 2025 |
|---|---|---|---|
| Representacional | P1 | ¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando piensa en la inteligencia artificial? (En un concepto) | Sí |
| Práctica-operacional | P3 | Más allá de tareas como buscar información o redactar y resumir textos, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos ha usado la Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Claude, etc.)? | Parcial |
| | P4 | ¿Con qué frecuencia recurre Ud. a una Inteligencia Artificial (como ChatGPT, Gemini, Claude, etc.) para pedir consejos o apoyo sobre problemas personales y/o interpersonales (por ejemplo, amistad, pareja, familia, situación personal)? | Sí |
| Evaluativa-valorativa | P2 | ¿Considera Ud. que la Inteligencia Artificial representa principalmente una amenaza o una oportunidad en su vida cotidiana? | Sí |
| | P5 | ¿Qué tan dispuesto(a) estaría Ud. a tener una relación cercana de amistad con una Inteligencia Artificial? | Sí |
| | P6 | ¿Cuál considera Ud. que es hoy el principal riesgo asociado al uso y desarrollo de la Inteligencia Artificial? | No (nueva) |
| | P7 | Pensando en el futuro, ¿cuál considera Ud. que podría ser el principal riesgo asociado al desarrollo de la Inteligencia Artificial? | No (nueva) |
| | P8 | ¿A cuáles de estos profesionales estaría dispuesto(a) a reemplazar por una Inteligencia Artificial en un futuro cercano? | Parcial |
| | P9 | Pensando en el futuro, ¿cuál de las siguientes autoridades aceptaría Ud. que fuera reemplazada por una Inteligencia Artificial? | No (nueva) |
| | P10 | ¿Qué tan de acuerdo está Ud. con que las empresas realicen procesos de selección de personal mediante Inteligencia Artificial (por ejemplo, revisión de currículums, evaluación de candidatos o entrevistas laborales)? | No (nueva) |
| | P11 | ¿Cómo evalúa actualmente la atención al cliente mediante Inteligencia Artificial (por ejemplo, chatbots o asistentes virtuales) que poseen algunas empresas? | No (nueva) |

# III. RESULTADOS

Esta sección presenta los resultados de las once preguntas de la encuesta, organizadas según dimensiones.

## A. Dimensión representacional

### Pregunta 1. ¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando piensa en la inteligencia artificial? *(En un concepto)*

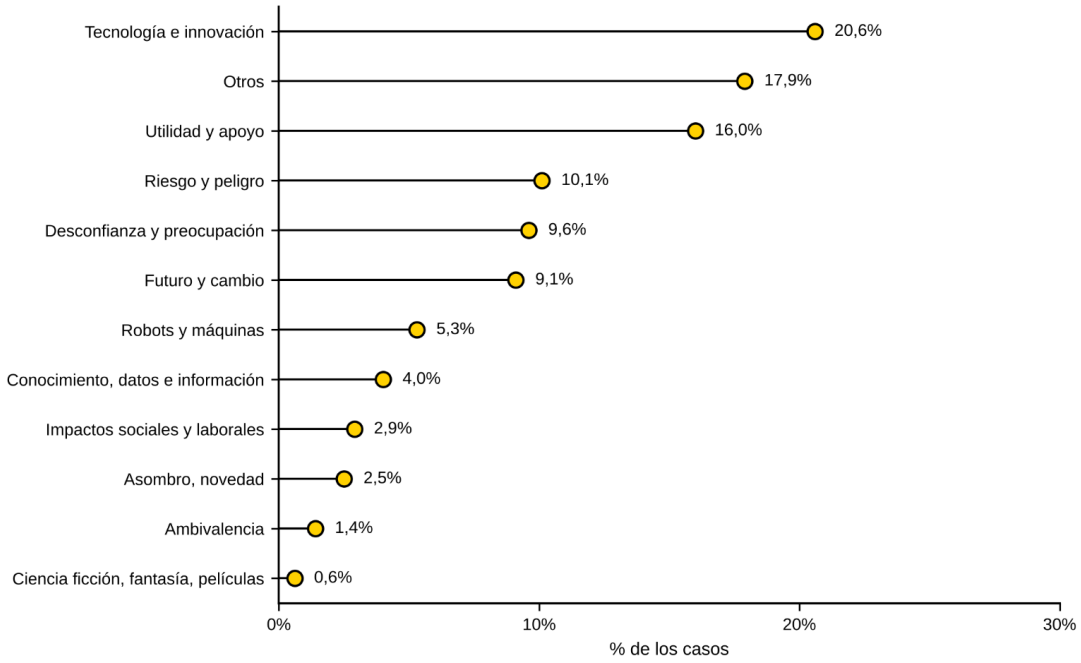



**Figura 2. Categorías de conceptos asociados a la IA.** Se muestran los porcentajes totales por cada categoría.

Se pidió a las personas que asociaran un solo concepto a la inteligencia artificial. Las respuestas se clasificaron en las 12 categorías definidas en la III Encuesta 2025 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2025). Los marcos más mencionados son tecnología e innovación (20,6%) y utilidad y apoyo (16,0%), seguidos de riesgo y peligro (10,1%), desconfianza y preocupación (9,6%) y futuro y cambio (9,1%). Un 17,9% de las respuestas quedó en la categoría "otros" (Figura 2).

**Tabla 2. Concepto asociado a la IA según tramo de edad, 2026 (% ponderado de casos).**

| Categoría | Total (%) | 18-34 años (%) | 35-54 años (%) | 55 años y más (%) |
|---|---|---|---|---|
| Tecnología e innovación | 20,6 | 29,4 | 20,4 | 10,1 |
| Utilidad y apoyo | 16,0 | 18,2 | 16,6 | 12,6 |
| Riesgo y peligro | 10,1 | 6,9 | 9,0 | 15,3 |
| Desconfianza y preocupación | 9,6 | 5,7 | 9,4 | 14,5 |
| Futuro y cambio | 9,1 | 7,8 | 8,1 | 11,8 |
| Otros | 17,9 | 19,7 | 16,5 | 17,6 |

Los porcentajes se calculan sobre el total de respuestas de cada grupo de edad. Se presentan las cinco categorías más frecuentes y la categoría "Otros".

## EN SÍNTESIS

Lo primero que asociamos a la IA es tecnología e innovación (20,6%), seguido de su utilidad y apoyo (16,0%) y del riesgo y peligro (10,1%).

# B. Dimensión práctica-operacional

## **Pregunta 3.** Más allá de tareas como buscar información o redactar y resumir textos, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos ha usado la inteligencia artificial (como ChatGPT, Gemini, Claude, etc.)?

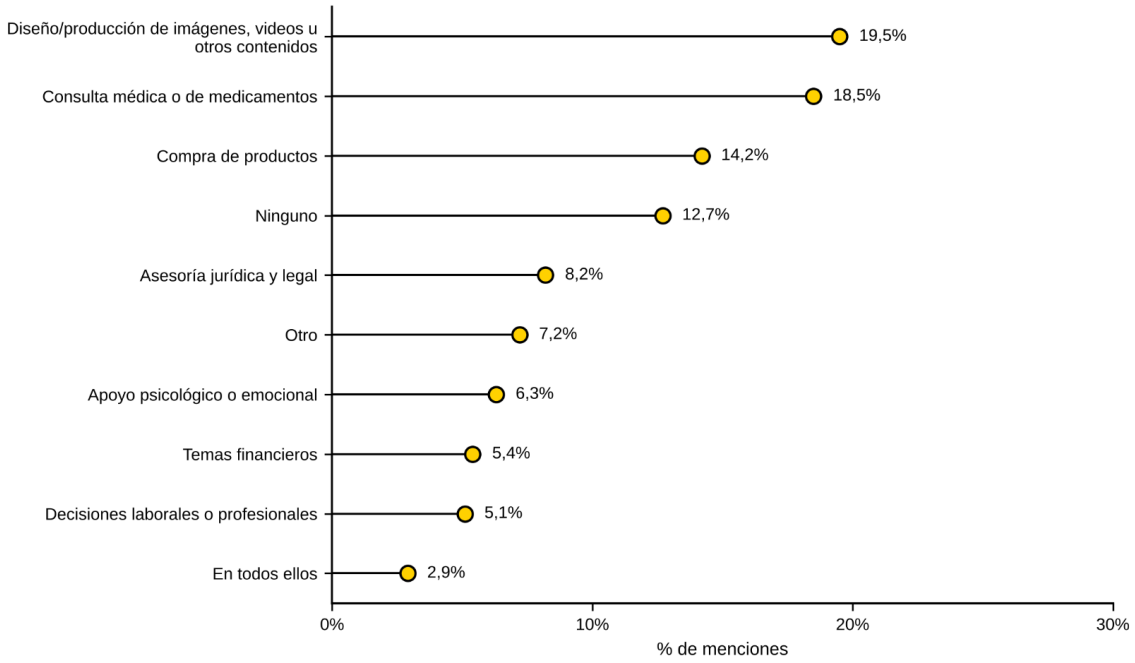



**Figura 3. Ámbitos en los que se usa la IA.** Porcentajes sobre el total de menciones, con la 1.ª y la 2.ª mención combinadas.

Se preguntó en qué otros ámbitos, además de buscar información o redactar y resumir textos, las personas han usado la IA. Cada persona podía mencionar hasta dos, y los porcentajes se calculan sobre el total de menciones.

El diseño o producción de imágenes, videos y otros contenidos (19,5%) y la consulta médica o de medicamentos (18,5%) encabezan la lista. Les sigue la compra de productos (14,2%). Más atrás aparecen la asesoría jurídica y legal (8,2%), el apoyo psicológico o emocional (6,3%), los temas financieros (5,4%) y las decisiones laborales o profesionales (5,1%). La opción "ninguno" reúne el 12,7% de las menciones, "otro" el 7,2% y "en todos ellos" el 2,9% (Figura 3).

## EN SÍNTESIS

Más allá de buscar información y redactar, el uso de la IA se concentra en la creación de contenidos (19,5%) y en la consulta médica o de medicamentos (18,5%).

## **Pregunta 4.** ¿Con qué frecuencia recurre Ud. a una inteligencia artificial (como ChatGPT, Gemini, Claude, etc.) para pedir consejos o apoyo sobre problemas personales y/o interpersonales (por ejemplo, amistad, pareja, familia, situación personal)?

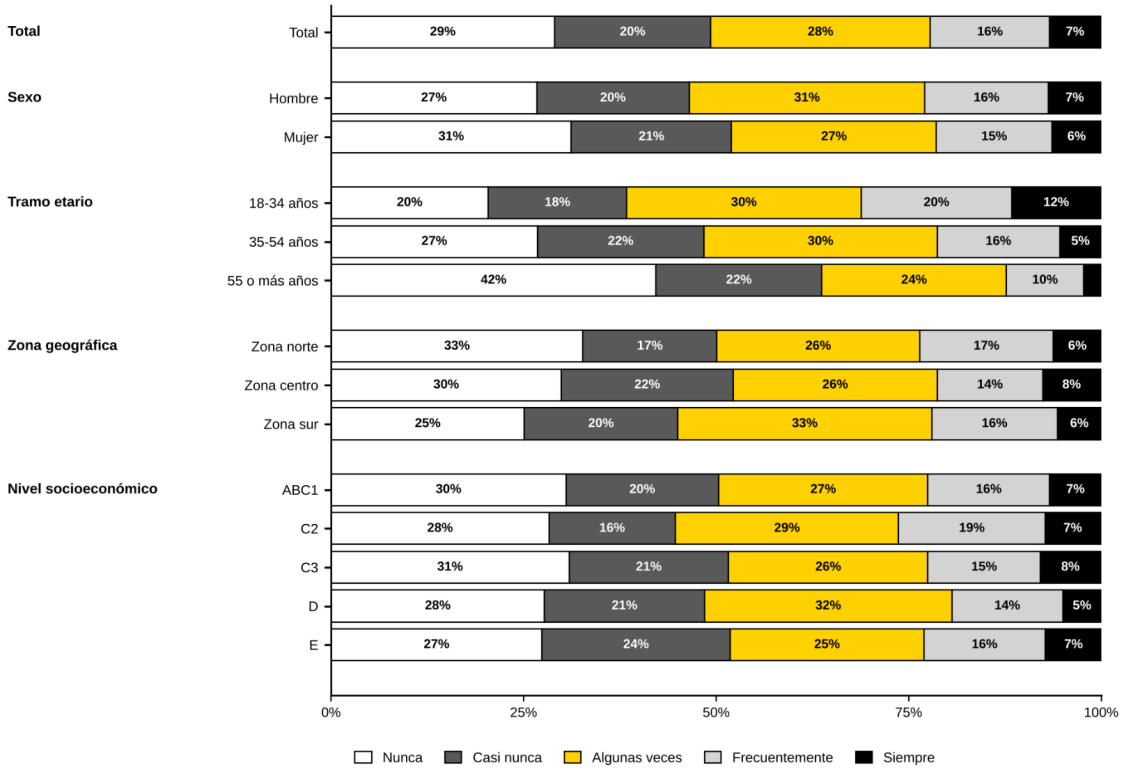



**Figura 4. Frecuencia con que se pide consejo a una IA, total y por segmento (% de casos).** Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,05 (despreciable), p = 0,991; Sexo: V = 0,06 (despreciable), p = 0,671; **Tramo etario: V = 0,18 (moderada), p < 0,001; Zona geográfica: V = 0,07 (débil), p = 0,397.**

Se preguntó con qué frecuencia las personas recurren a una IA para pedir consejos o apoyo sobre problemas personales o interpersonales. El 71% lo ha hecho al menos alguna vez: 7% siempre, 16% frecuentemente, 28% algunas veces y 20% casi nunca. El 29% nunca lo ha hecho (Figura 4).

La edad es el factor que más diferencia las respuestas. Entre las personas de 18 a 34 años, el 80% lo ha hecho al menos una vez y un tercio (32%) lo hace frecuentemente o siempre. En el tramo de 35 a 54 años, el 73% lo ha hecho alguna vez y el 21% lo hace

con frecuencia o siempre. Entre quienes tienen 55 años o más, en cambio, el 42% nunca ha pedido consejos o apoyo en problemas personales o interpersonales a una IA. La respuesta "siempre" alcanza el 12% entre los jóvenes (18 a 34 años) y apenas el 2% entre los mayores de 55.

El 73% de los hombres y el 69% de las mujeres lo ha hecho al menos una vez (27% y 31% "nunca", respectivamente). El uso frecuente o permanente es similar: 23% en hombres y 21% en mujeres. Por nivel socioeconómico no se observan diferencias marcadas. En la zona sur se observa una menor cantidad de personas que nunca lo ha hecho (25%), frente a 30% en la zona centro y 33% en la zona norte.

## EN SÍNTESIS

Siete de cada diez personas (71%) han recurrido alguna vez a una IA para pedir consejo o apoyo sobre problemas personales o interpersonales, y el 23% lo hace frecuentemente o siempre.

# C. Dimensión evaluativa-valorativa

## Pregunta 2. ¿Considera Ud. que la inteligencia artificial representa principalmente una amenaza o una oportunidad en su vida cotidiana?

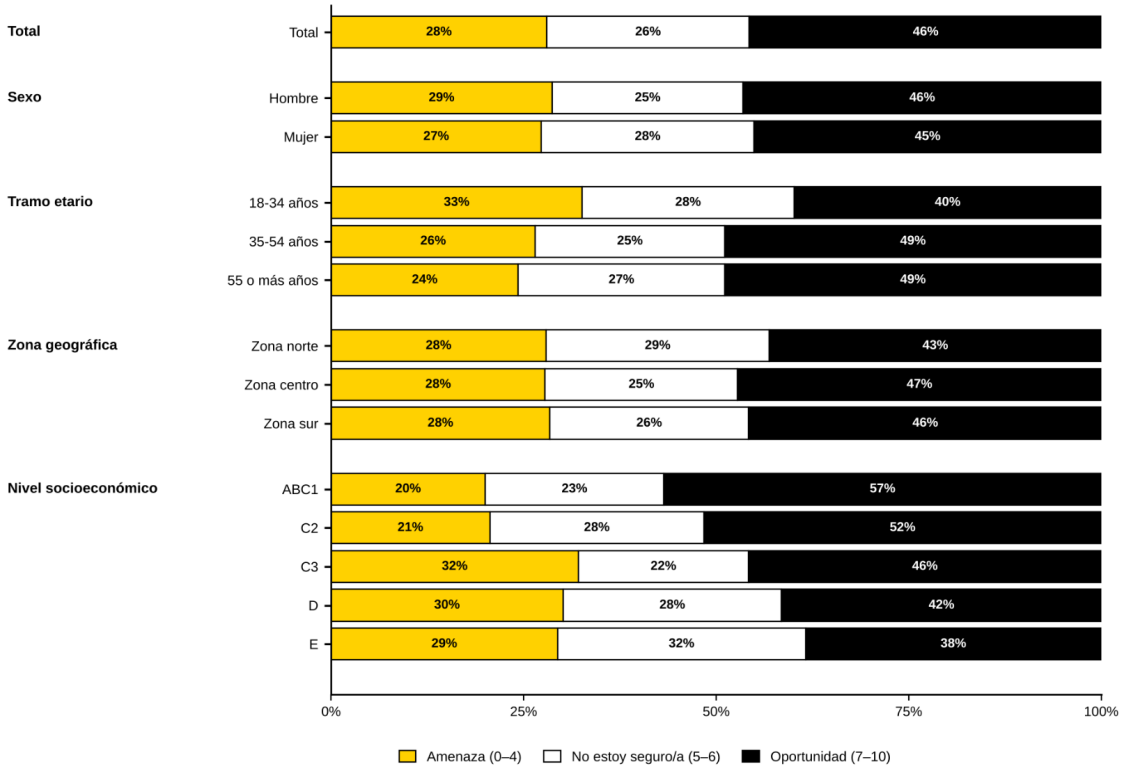



**Figura 5. Percepción de la IA como amenaza u oportunidad, total y por segmento (% de casos; escala 0–10 agrupada).** Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,10 (débil), p = 0,057; Sexo: V = 0,03 (despreciable), p = 0,763; Tramo etario: V = 0,07 (despreciable), p = 0,147; Zona geográfica: V = 0,03 (despreciable), p = 0,918

Respecto a si la IA se percibe principalmente como una amenaza o una oportunidad en la vida cotidiana, casi la mitad de las personas (46%) la considera una oportunidad, un 28% una amenaza y un 26% no está segura. En todos los segmentos analizados la oportunidad supera a la amenaza, con valores que van entre 38% (NSE E) y 57% (NSE ABC1).

Por nivel socioeconómico se observa una tendencia, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas. La percepción de oportunidad disminuye a medida que baja el nivel socioeconómico: es de 57% en ABC1, 52% en C2, 46% en C3, 42% en D y 38% en E. La amenaza, en cambio, se mantiene cerca del 20% en ABC1 y C2, y asciende a valores próximos al 30% en C3, D y E. La incertidumbre va de 22% en C3 a 32% en E.

Por edad, la tendencia también es solo indicativa. Los tramos de 35 a 54 años y de 55 años perciben la IA como una oportunidad en igual proporción (49%), mientras que entre los jóvenes de 18 a 34 años la cifra baja a 40%. Los jóvenes son también quienes más la perciben como una amenaza (33%, frente a 26% y 24% en los otros dos tramos). Por sexo y zona geográfica no se observan diferencias.

## EN SÍNTESIS

Cerca de la mitad de las personas percibe a la IA como una oportunidad en su vida cotidiana (46%) y un 28% como una amenaza.

## **Pregunta 5.** ¿Qué tan dispuesto(a) estaría Ud. a tener una relación cercana de amistad con una inteligencia artificial?

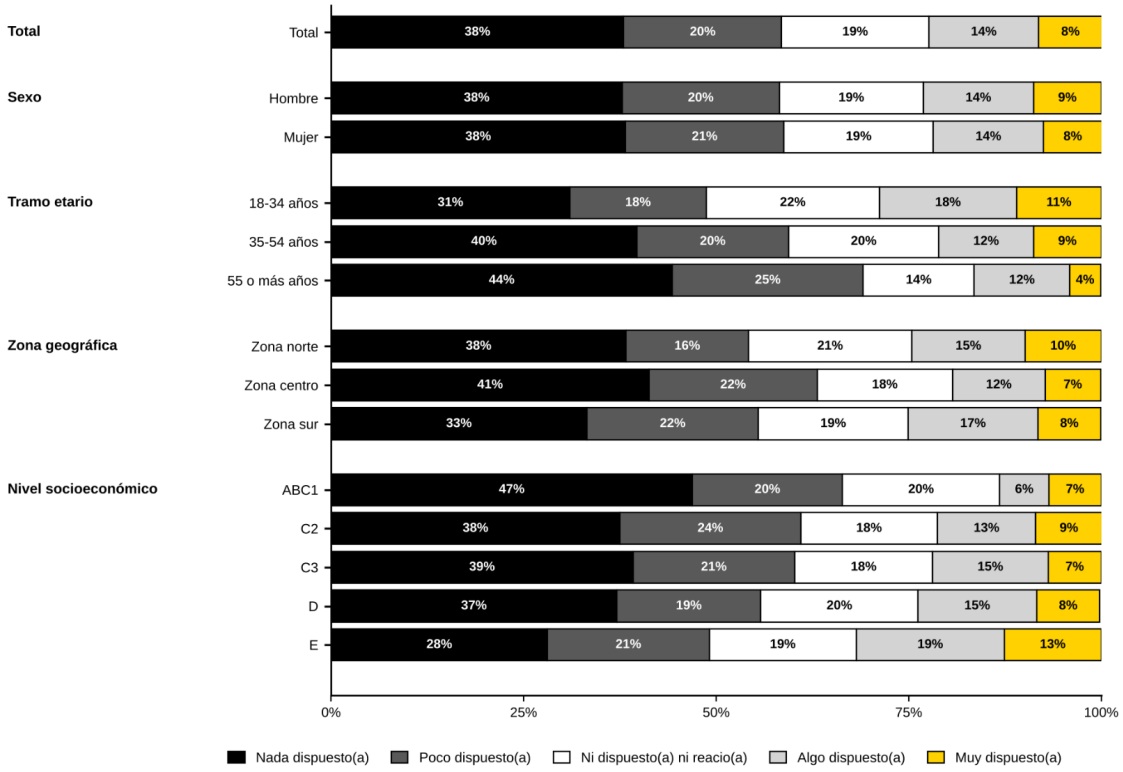



**Figura 6. Disposición a entablar una amistad con una IA, total y por segmento (% de casos).** Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,07 (despreciable), p = 0,596; Sexo: V = 0,02 (despreciable), p = 0,991; Tramo etario: V = 0,13 (débil), p = 0,001; Zona geográfica: V = 0,08 (débil), p = 0,308.

Se preguntó qué tan dispuestas estarían las personas a tener una relación cercana de amistad con una IA. El 58% tiene poca o ninguna disposición (38% nada dispuesto y 20% poco dispuesto), el 19% no se declara ni dispuesto ni reacio y el 22% está algo o muy dispuesto (8% muy dispuesto) (Figura 6).

La disposición baja a medida que aumenta la edad. Entre las personas de 18 a 34 años, el 29% está algo o muy dispuesto a tener una relación cercana de amistad con una IA, frente al 21% entre los 35 y 54 años y el 16% entre quienes tienen 55 años o más. En el otro extremo, el 69% de los mayores de 55 tiene poca o ninguna disposición, frente al 49% de los más jóvenes.

El sexo, el nivel socioeconómico y la zona geográfica no muestran diferencias significativas.

## EN SÍNTESIS

El 58% de las personas tiene poca o ninguna disposición a una amistad con una IA, mientras que una de cada cinco está algo o muy dispuesta.

## **Pregunta 6.** ¿Cuál considera Ud. que es hoy el principal riesgo asociado al uso y desarrollo de la inteligencia artificial?

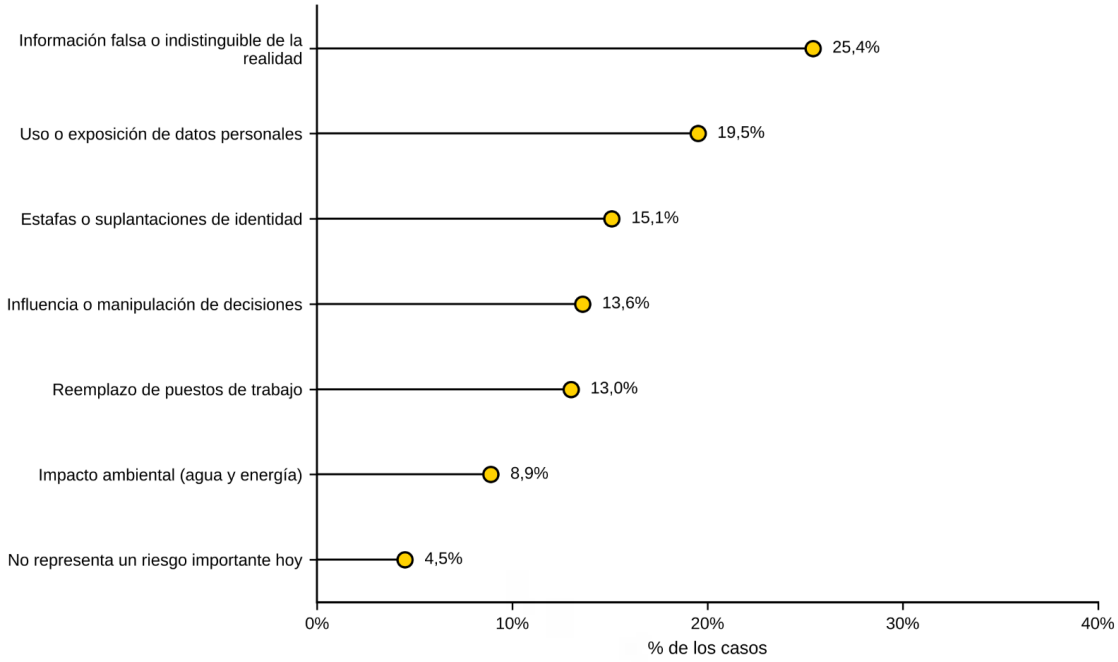



**Figura 7. Principal riesgo actual de la IA (% de casos).** Se muestran los porcentajes totales por cada respuesta.

Frente a la pregunta por el principal riesgo actual asociado a la IA, la información falsa o indistinguible de la realidad encabeza las menciones con un 25,4%, seis puntos por sobre la segunda alternativa (Figura 7). Este riesgo es similar en todos los segmentos, con valores entre 21% y 30%, aunque sube entre las personas de 55 años o más (28%) y en el NSE C3 (30%) (Figura suplementaria 3).

En segundo lugar, aparece el uso o exposición de datos personales (19,5%). Esto preocupa casi el doble a los tramos de 18 a 34 años (23%) y de 35 a 54 años (22%) que a quienes tienen 55 años o más (12%). También es mayor en el NSE D (22%) que en ABC1 (13%) y C3 (14%) (Figura suplementaria 3).

Le siguen, con valores cercanos entre sí, las estafas o suplantaciones de identidad (15,1%), la influencia o manipulación de decisiones (13,6%) y el reemplazo de puestos de trabajo (13,0%). Las estafas se mencionan algo más entre las personas de 35 a 54 años y de 55 años o más (17% en ambos tramos) que entre las de 18 a 34 años (12%).

La manipulación de decisiones la menciona el doble de personas de 55 años o más (20%) que de 18 a 34 años (10%), y sobresale también en el NSE ABC1 (20%) (Figura suplementaria 3).

## EN SÍNTESIS

Las personas en Chile perciben que el principal riesgo actual asociado a la IA es la información falsa (25,4%) y el uso y exposición de datos personales (19,5%).

## **Pregunta 7.** Pensando en el futuro, ¿cuál considera Ud. que podría ser el principal riesgo asociado al desarrollo de la inteligencia artificial?

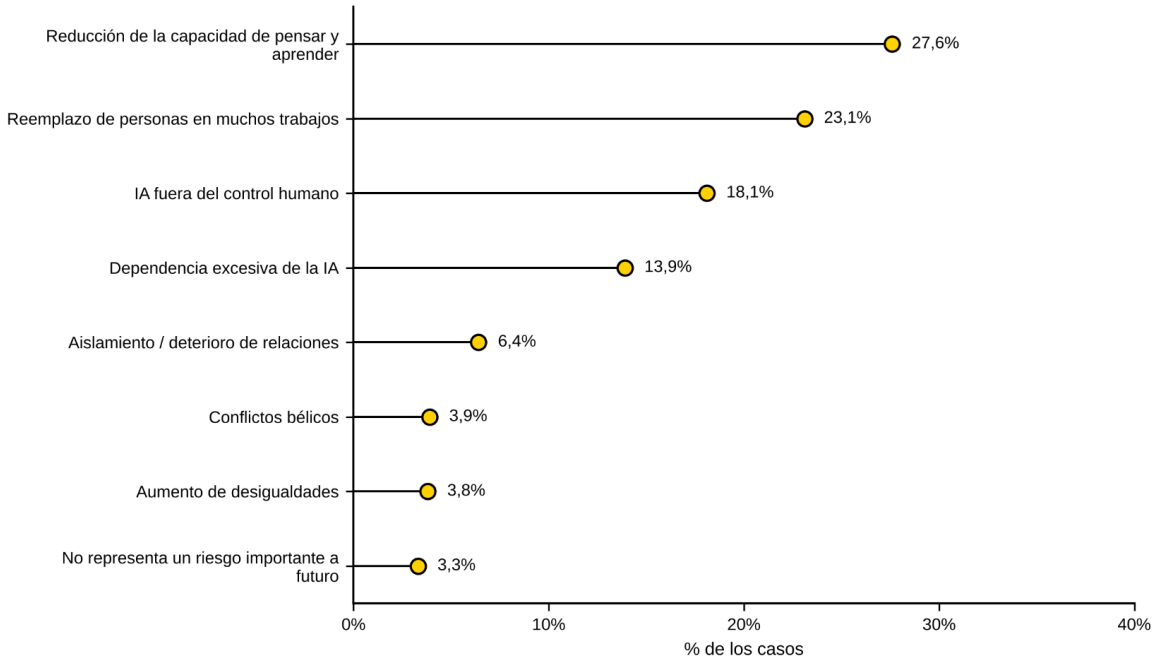



**Figura 8. Principal riesgo futuro de la IA (% de casos).** Se muestran los porcentajes totales por respuesta.

Se pidió elegir un solo riesgo asociado al desarrollo futuro de la IA. Tres alternativas concentran el 68,8% de las respuestas: la reducción de la capacidad de pensar y aprender (27,6%), el reemplazo de personas en muchos trabajos (23,1%) y que la IA actúe fuera del control humano (18,1%). Les sigue la dependencia excesiva de la IA (13,9%). Más atrás aparecen el aislamiento o deterioro de las relaciones (6,4%), los conflictos bélicos (3,9%) y el aumento de las desigualdades (3,8%). Solo el 3,3% cree que la IA no representa un riesgo importante a futuro (Figura 8).

La preocupación por perder la capacidad de pensar y aprender crece con la edad: la menciona el 21% de las personas de 18 a 34 años, el 27% de las de 35 a 54 y el 36% de las de 55 años o más. Lo mismo ocurre con que la IA actúe fuera del control humano (12%, 17% y 28%, respectivamente). La dependencia excesiva sigue el camino inverso y preocupa más a los jóvenes (19%, frente a 14% y 8%). El reemplazo de trabajos, en

cambio, pesa más en el tramo intermedio: 29% entre los 35 y 54 años, frente a 22% entre los 18 y 34 y 18% entre los mayores de 55 (Figura suplementaria 4).

El sexo también marca diferencias. Las mujeres mencionan más la reducción de la capacidad de pensar (31%, frente a 24% de los hombres) y el reemplazo de trabajos (26% frente a 20%), mientras que los hombres se inclinan más por la dependencia excesiva (18% frente a 11%) (Figura suplementaria 4).

Por nivel socioeconómico, la preocupación por la capacidad de pensar disminuye a medida que baja el NSE: 37% en ABC1, 31% en C2, 28% en C3, 25% en D y 19% en E. El reemplazo de trabajos sigue el patrón contrario: 12% en ABC1, entre 20% y 23% en C2 y C3, y 28% y 27% en D y E. Es decir, los grupos de mayor nivel socioeconómico temen más por las capacidades cognitivas y los de menor nivel, por el empleo (Figura suplementaria 4).

## EN SÍNTESIS

Una de cada cuatro personas en Chile percibe que el principal riesgo futuro asociado a la IA es perder la capacidad de pensar y aprender por uno mismo (27,6%).

## **Pregunta 8.** ¿A cuáles de estos profesionales estaría dispuesto(a) a reemplazar por una inteligencia artificial en un futuro cercano?

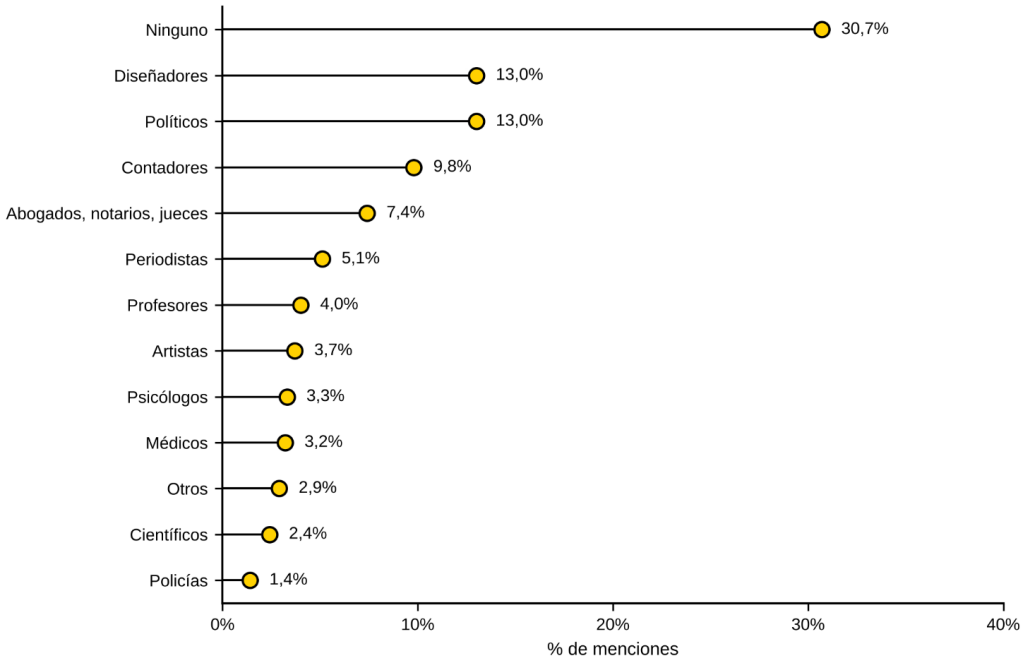



**Figura 9. Profesional que podría ser reemplazado por una IA.** Porcentajes sobre el total de menciones, con la 1.ª y la 2.ª mención combinadas.

Se preguntó a qué profesionales estarían dispuestas las personas a reemplazar por una IA en un futuro cercano. Cada persona podía mencionar hasta dos, y los porcentajes se calculan sobre el total de menciones.

La opción "ninguno" reúne el 30,7% de las menciones. Entre las profesiones, encabezan la lista los diseñadores y los políticos (13,0% cada uno), seguidos de los contadores (9,8%) y los abogados, notarios y jueces (7,4%). En un tramo intermedio aparecen los periodistas (5,1%), los profesores (4,0%) y los artistas (3,7%). En el otro extremo quedan psicólogos (3,3%), médicos (3,2%), científicos (2,4%) y policías (1,4%) (Figura 9).

## EN SÍNTESIS

"Ninguno" es la respuesta más frecuente cuando se pregunta qué profesionales se reemplazaría por una IA: reúne casi un tercio de las menciones (30,7%).

## **Pregunta 9.** Pensando en el futuro, ¿cuál de las siguientes autoridades aceptaría Ud. que fuera reemplazada por una inteligencia artificial?

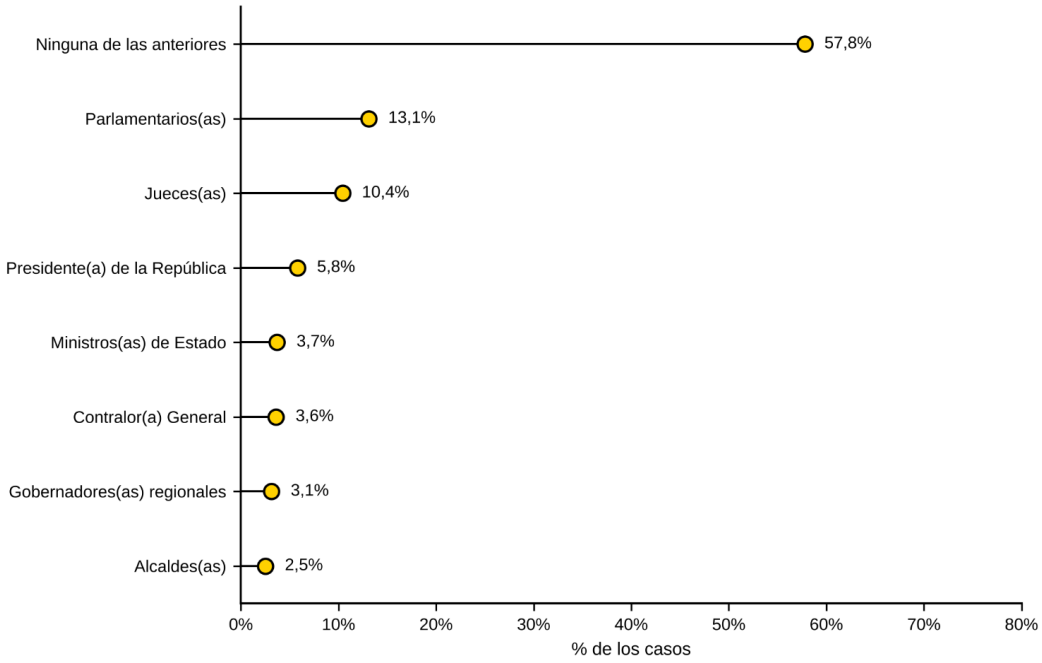



**Figura 10. Autoridad que podría ser reemplazada por una IA (% de casos).** Se muestran los porcentajes totales para cada respuesta.

Se preguntó qué autoridades aceptarían las personas que fueran reemplazadas por una IA. Más de la mitad (57,8%) no acepta el reemplazo de ninguna. Entre quienes sí lo aceptan, los más mencionados son los parlamentarios (13,1%) y los jueces (10,4%), seguidos del Presidente(a) de la República (5,8%). Más atrás aparecen los ministros de Estado (3,7%), el Contralor General (3,6%), los gobernadores regionales (3,1%) y los alcaldes (2,5%) (Figura 10).

## EN SÍNTESIS

El 57,8% de las personas no acepta que una IA reemplace a ninguna autoridad en el futuro. El 13,1% reemplazaría a parlamentarios.

## **Pregunta 10.** ¿Qué tan de acuerdo está Ud. con que las empresas realicen procesos de selección de personal mediante inteligencia artificial (por ejemplo, revisión de currículums, evaluación de candidatos o entrevistas laborales)?

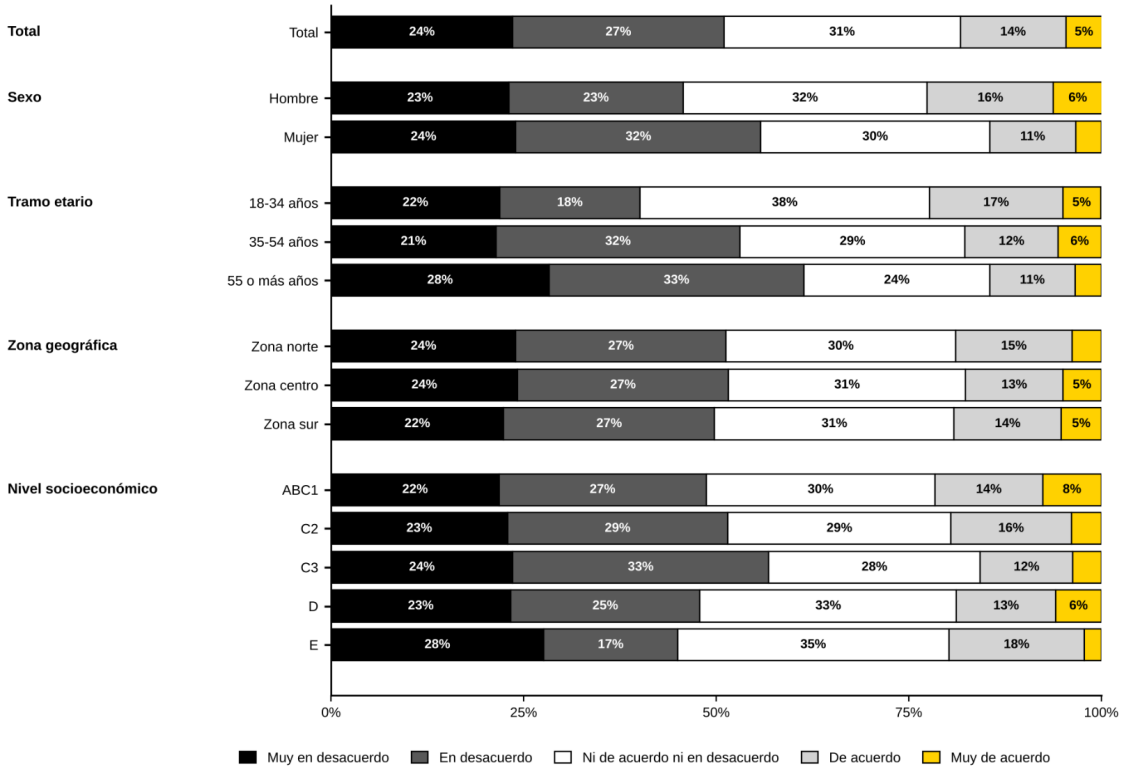



**Figura 11. Acuerdo con que una IA seleccione personal, total y por segmento (% de casos).** Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,07 (débil), p = 0,479; Sexo: V = 0,13 (débil), p = 0,009; Tramo etario: V = 0,14 (débil), p < 0,001; Zona geográfica: V = 0,03 (despreciable), p = 0,991.

Se preguntó qué tan de acuerdo están las personas con que las empresas realicen procesos de selección de personal mediante IA. El desacuerdo suma 51% (24% muy en desacuerdo y 27% en desacuerdo), el acuerdo 19% y el 31% se ubica en una posición neutra. En todos los segmentos analizados el desacuerdo supera al acuerdo (Figura 11).

El desacuerdo aumenta con la edad: es de 40% entre las personas de 18 a 34 años, 53% entre las de 35 a 54 y 61% entre las de 55 años o más. Entre los jóvenes, además,

la posición neutra alcanza el 38%. Por sexo, las mujeres muestran más desacuerdo que los hombres (56% frente a 46%). El nivel socioeconómico y la zona geográfica no muestran diferencias significativas.

## EN SÍNTESIS

Las personas que están en desacuerdo con que las empresas seleccionen personal mediante IA (51%) superan ampliamente a quienes están de acuerdo (19%).

## **Pregunta 11.** ¿Cómo evalúa actualmente la atención al cliente mediante inteligencia artificial (por ejemplo, chatbots o asistentes virtuales) que poseen algunas empresas?

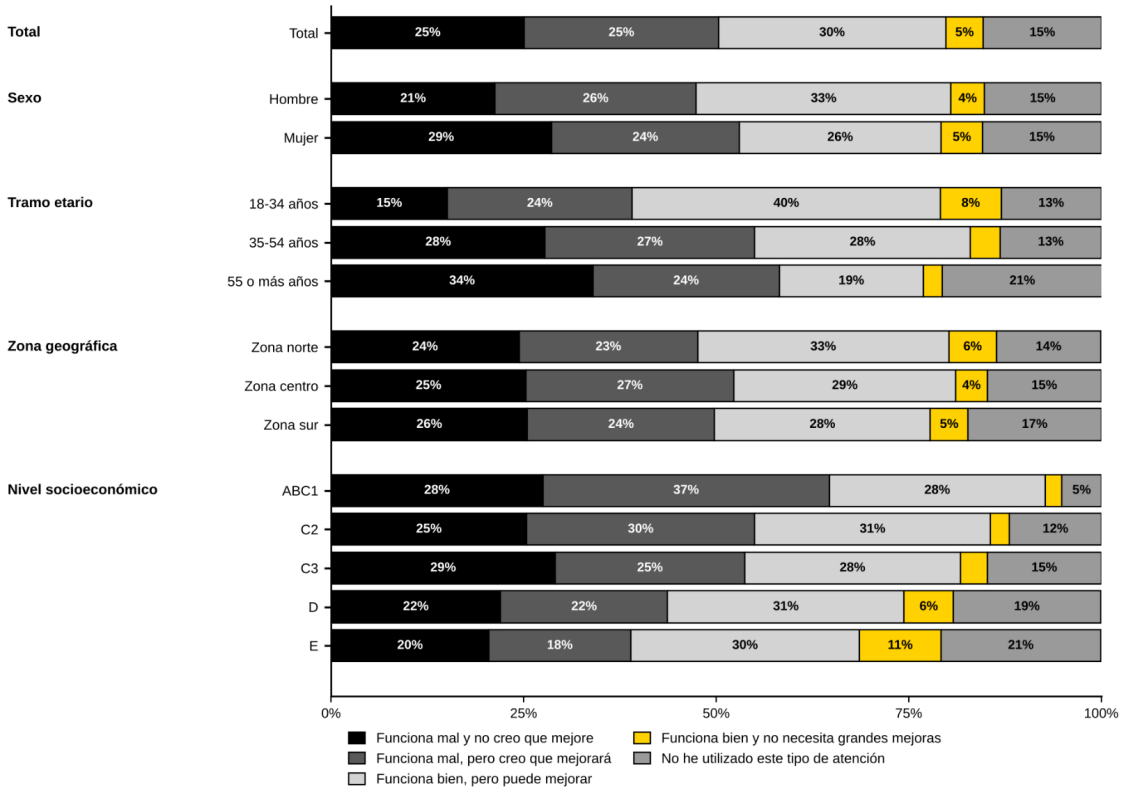



**Figura 12. Evaluación de la atención al cliente con IA, total y por segmento (% de casos).** Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,10 (débil), p = 0,003; Sexo: V = 0,10 (débil), p = 0,109; Tramo etario: V = 0,18 (moderada), p < 0,001; Zona geográfica: V = 0,05 (despreciable), p = 0,907.

Se les preguntó a las personas cómo evalúan la atención al cliente mediante IA, utilizando por ejemplo chatbots o asistentes virtuales. La mitad de las personas (50%) considera que funciona mal: un 25% cree que no mejorará y otro 25% que sí lo hará. Un 35% la evalúa positivamente (suma entre opciones "Funciona bien pero puede mejorar" y "Funciona bien y no necesita grandes mejoras"), aunque casi todos ellos creen que puede mejorar (30%); solo un 5% considera que funciona bien y no necesita grandes mejoras. El 15% declara no haber utilizado este tipo de atención (Figura 12).

La edad es la variable que más diferencia las respuestas, con una asociación moderada. La evaluación negativa aumenta de 39% entre las personas de 18 a 34 años a 55% entre las de 35 a 54 y 58% entre las de 55 años o más. Los jóvenes son el único tramo en que la evaluación positiva supera a la negativa (48%). Entre los mayores de 55, además, uno de cada cinco (21%) no ha usado este tipo de atención.

El nivel socioeconómico también se asocia con las respuestas. La evaluación negativa es mayor en el grupo ABC1 (65%) y disminuye en C2 (55%), C3 (54%), D (44%) y E (38%). Al mismo tiempo, la proporción que no ha utilizado este tipo de atención crece de 5% en ABC1 a 21% en E. El sexo y la zona geográfica no muestran diferencias significativas.

## EN SÍNTESIS

La mitad de las personas (50%) evalúa mal la atención al cliente con IA y solo un 5% cree que funciona bien y no necesita grandes mejoras. La edad marca la diferencia: los jóvenes de 18 a 34 años son los únicos que la evalúan más bien que mal.

# IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

El Centro de Comunicación de las Ciencias de la Universidad Autónoma de Chile entiende la comunicación pública de la ciencia como una vía para estimular la conversación en torno a la ciencia y la tecnología, y una herramienta para fortalecer las capacidades de las personas en la toma de decisiones, tanto personales como públicas. Desde ese enfoque, el análisis de esta encuesta propone algunos enfoques para la divulgación científica, la educación y las instituciones orientados a promover instancias para comprender los beneficios, los riesgos y los impactos concretos de la IA en la vida de las personas.

Primero se proponen tres tendencias transversales a la encuesta 2026. En segundo lugar, se presenta un análisis de la evolución 2023-2026 y luego se discuten dos ejes, el trabajo y los límites a la delegación (C) y la confianza y la autonomía (D).

## A. Tres tendencias transversales

### 1. La edad organiza la percepción de la IA más que el nivel socioeconómico.

En casi todas las preguntas, la edad es la característica más asociada a las respuestas: qué evoca la IA (P1), en qué se usa (P3), cuánto se le pide consejo (P4), cuánta disposición hay a una amistad (P5), qué se teme hacia el futuro (P7) y cómo se evalúa la atención al cliente (P11). La excepción es la pregunta sobre amenaza u oportunidad (P2), donde ni la edad ni el nivel socioeconómico muestran diferencias significativas, aunque se observan tendencias.

En concreto, la encuesta muestra que los jóvenes en Chile tienden a valorar más la IA que las personas mayores: la asocian más a tecnología e innovación, la usan con mayor frecuencia como consejera, se muestran más abiertos a vincularse con ella y evalúan mejor su desempeño. Sin embargo, mantienen una visión crítica. Sus preocupaciones se centran en riesgos cercanos, ligados al uso cotidiano, como la exposición de datos personales y la dependencia excesiva. Las personas mayores, en cambio, temen riesgos de mayor escala: la pérdida de la capacidad de pensar, que la IA escape al control humano o que manipule nuestras decisiones. En términos

generales, los jóvenes tienden a temer lo que la IA puede hacerles a ellos; los mayores, lo que puede hacerle a la sociedad.

¿Por qué se presentan estas diferencias entre generaciones? ¿Es la IA una tecnología que profundiza las brechas, no solo en el acceso, sino también en el uso? Es lo que se conoce como brecha digital de segundo orden o segundo nivel (Hargittai, 2002): más allá del acceso, el foco está en cómo la usan las personas y las habilidades que pueden alcanzar al hacerlo. Basta con tener internet para acceder a una plataforma de IA, pero ¿saben las personas utilizarla? Esta brecha ya se observó con la irrupción de internet y de los dispositivos móviles, entre otros, y no hay razones para pensar que no ocurrirá ahora con la IA.

Al respecto, según la encuesta, una de cada cinco personas mayores de 55 años (21%) no ha utilizado la IA en servicios de atención al cliente. ¿Qué pasa con ellas? ¿Se automatizará todo, dejando fuera a una parte de la población? Este es un punto que vale la pena considerar cuando se afirma que la IA es para todos y todas. A la luz de estos datos, todavía no lo es.

**2. El sexo sí marca diferencias, pero en ámbitos específicos.** Hombres y mujeres le piden consejo con una frecuencia similar (P4) y muestran la misma disposición a una amistad con ella (P5). Las diferencias aparecen cuando se trata de dejar en manos de la IA funciones o decisiones que históricamente han realizado las personas y que hoy comienzan a automatizarse, es decir, a realizarse con poca o ninguna intervención humana, como la selección de personal, abordada en la encuesta. Por ejemplo, las mujeres se muestran más reticentes a que las empresas seleccionen personal mediante IA (56% en desacuerdo, frente a 46% de los hombres, P10). El sexo también pesa en cómo se imaginan los riesgos futuros: las mujeres temen más perder la capacidad de pensar (31% frente a 24%) y el reemplazo laboral (26% frente a 20%), y los hombres, la dependencia excesiva (18% frente a 11%) (P7).

Esta segunda lectura también nos invita a reflexionar sobre las brechas entre hombres y mujeres en el acceso al trabajo, los tipos de empleo y la carga de trabajo doméstico, en un escenario que de por sí resulta más complejo y adverso para las mujeres. En Chile, el ingreso medio de las mujeres es 21,7% inferior al de los hombres (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2026), y ellas destinan en promedio cerca de cinco horas diarias al trabajo doméstico y de cuidados no remunerado, dos horas más que los hombres (INE, 2025). En este contexto, la preocupación de que los sistemas de IA las perjudiquen no es infundada. La IA está creada por humanos y, por lo tanto, tiene

sesgos y limitaciones. Trasladar todo aquello a procesos que afecten o discriminen a las mujeres en el ámbito laboral podría implicar consecuencias para la sociedad.

**3. La zona geográfica casi no diferencia las percepciones sobre la inteligencia artificial.** Al igual que en las tres ediciones anteriores, la encuesta evidencia que vivir en el norte, el centro o el sur del país no cambia en lo esencial lo que las personas piensan de la IA. En ninguna de las preguntas analizadas la zona mostró diferencias significativas.

A diferencia de otras tecnologías, cuyo acceso dependió durante años de la infraestructura disponible en cada territorio, la IA se instala sobre una conectividad que ya existe en buena parte del país: el 94,5% de la población usa internet (Kemp, 2026). Sin embargo, tener acceso no significa tener la misma calidad de conexión: el 77,3% de los hogares urbanos cuenta con internet fija, frente a solo el 25,5% de los hogares rurales, y casi la mitad de las conexiones fijas del país se concentra en la Región Metropolitana (Subsecretaría de Telecomunicaciones [Subtel], 2026).

A esto se suman las brechas digitales de uso y habilidades mencionadas anteriormente. Agrupar el país en tres grandes zonas puede ocultar diferencias más finas como estas, entre lo urbano y lo rural, o entre regiones con realidades productivas muy distintas.

## B. Evolución 2023-2026

En cuanto a la percepción social de la inteligencia artificial, ¿qué ha cambiado y qué se ha mantenido en los últimos años? La Tabla 3 reúne los indicadores que pueden compararse entre ediciones. Entre ellos, destaca la pregunta sobre si la IA representa una amenaza o una oportunidad en la vida cotidiana (P2), la única que ha formado parte de las cuatro encuestas. En estas respuestas, entre los años 2023 y 2026, la que más ha variado es la amenaza: alcanzó su nivel más alto en 2023 (45,4%), bajó en 2024 (28,2%) y en 2025 (23,3%), y volvió a subir en 2026 (28,0%). ¿Es la percepción de amenaza una sensación que fluctúa más que la sensación de oportunidad? En las cuatro encuestas la oportunidad ha oscilado entre el 48,5% (2025) y el 40,1% (2023). Si bien los datos no permiten profundizar en las razones por las cuales una persona puede percibir mayor o menor amenaza y/o oportunidad ante la IA, sí es posible observar que desde 2024 la percepción de oportunidad supera a la de amenaza en la vida de las personas (Figura 13).

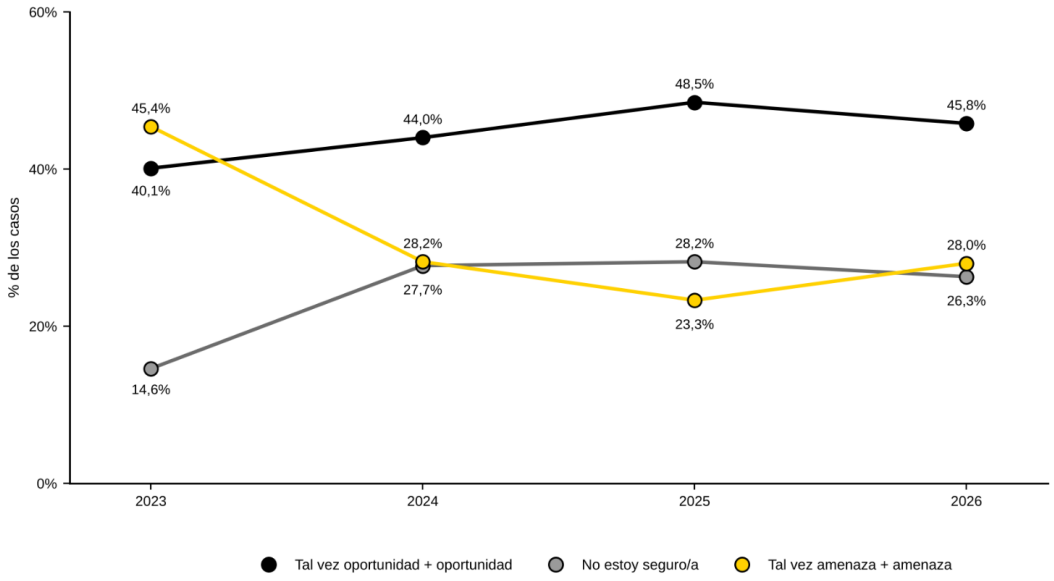



**Figura 13. Percepción de la IA como amenaza u oportunidad en la vida cotidiana, 2023-2026 (% de casos).** Escala 0–10 agrupada en 0–4, 5–6 y 7–10. *Nota:* 2023: datos extraídos del informe original (45,4% amenaza, 14,6% no seguro, 40,1% oportunidad; escala verbal). 2024: escala 1-10 (informe 2024). 2025 y 2026: bases ponderadas. Los informes 2024 y 2025 muestran la serie 2023 con amenaza y oportunidad invertidas; aquí se usa la cifra original. La escala cambió entre ediciones.

La amenaza y la oportunidad no son las únicas respuestas posibles. Desde 2024, más del 25% de las personas no está segura al respecto (27,7% en 2024, 28,2% en 2025 y 26,3% en 2026). ¿Es esta incertidumbre una señal de que aún no tenemos herramientas suficientes para formarnos una opinión sobre la IA? Es posible. Como se señaló en la introducción, la experiencia del programa ConectIA sugiere que la percepción de la IA cambia cuando las personas pueden conocerla, probarla y discutir sus límites con acompañamiento. Esa parte que duda puede ser, justamente, el público con el que más sentido tiene abrir esa conversación en torno a las amenazas y oportunidades.

¿Cómo leer, entonces, el repunte de la amenaza en 2026? El alza es de 4,7 puntos (de 23,3% a 28,0%) y se acompaña de una oportunidad que varía en menor grado (de 48,5% a 45,8%). Más que un giro hacia el rechazo parece reflejar una percepción más matizada a medida que el uso de la IA se expande: se la conoce más y, con ello, también se reconocen mejor sus riesgos.

También cambia lo que la IA evoca. Tecnología e innovación sigue siendo la asociación principal (21% en 2025 y 20,6% en 2026), pero la idea de futuro y cambio baja de 13% a 9,1%. Al mismo tiempo, riesgo y peligro sube de 8% a 10,1%, y desconfianza y preocupación, de 8% a 9,6%.

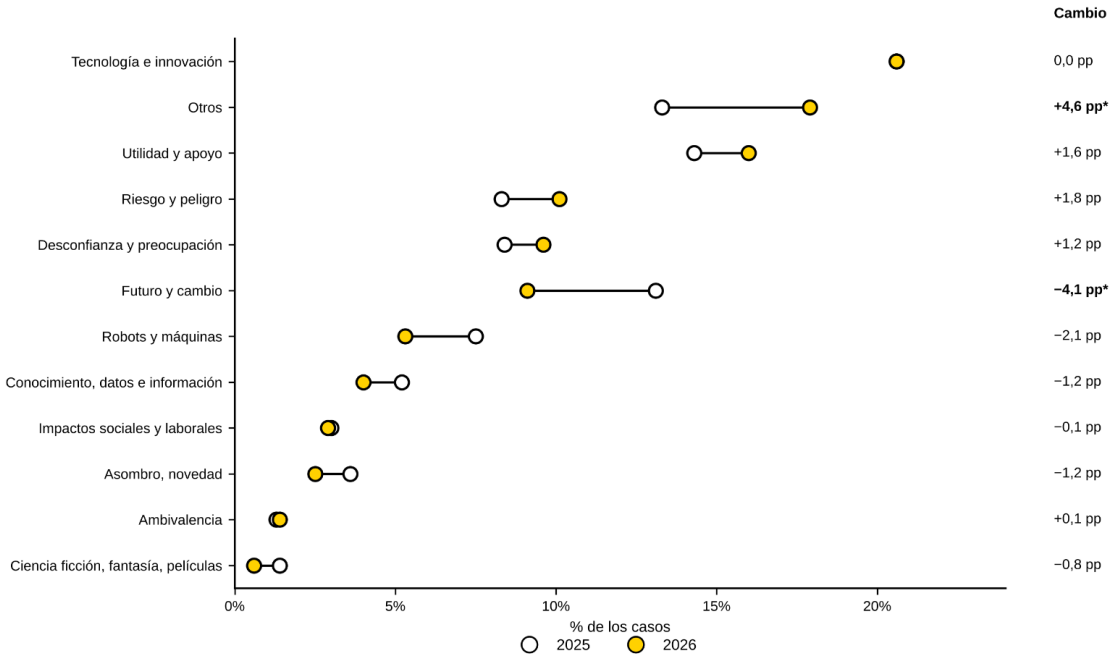



**Figura 14. Evolución 2025-2026 sobre el primer concepto asociado a la IA.** Se indica en % de cambio en puntos porcentuales (pp) * diferencia significativa (p ajustado por Benjamini-Hochberg < 0.05)

La edad es la variable que más diferencia las respuestas. El 29,4% de las personas de 18 a 34 años menciona tecnología e innovación, frente al 10,1% de quienes tienen 55 años o más. A la inversa, riesgo y peligro aumenta con la edad: lo menciona el 6,9% de las personas de 18 a 34 años, el 9,0% de las de 35 a 54 años y el 15,3% de quienes tienen 55 años o más. La desconfianza y preocupación sigue el mismo patrón (5,7%, 9,4% y 14,5%) (Tabla 2 y Figura suplementaria 1).

En otro ámbito, quizás el cambio más evidente de la serie no está en cómo se valora la IA, sino en el lugar que ocupa en la vida de las personas. Entre 2025 y 2026, quienes nunca le han pedido consejo a una IA sobre problemas personales bajan de 41,9% a 29,0%, y quienes lo hacen siempre o con frecuencia suben de 13,1% a 22,1%. En el mismo período, quienes no estarían nada dispuestos a una amistad con ella bajan de 50,0% a 38,0%. En solo un año, la IA dejó de ser únicamente una herramienta a la

cual se le consulta información y gana espacio en la vida de las personas como una interlocutora en dimensiones más personales y emocionales.

¿Qué nos dice esto sobre las formas de vincularse emocional y socialmente y a quién recurrimos cuando necesitamos apoyo? Los datos sobre soledad en Chile ofrecen un contexto. Según la Encuesta de Bienestar Social 2025, el 9,6% de las personas mayores de 18 años se siente sola casi siempre o siempre, lo que equivale a cerca de 1,5 millones de personas, y unas 420 mil están aisladas: se sienten solas y tienen una red social pequeña o inexistente (Ministerio de Desarrollo Social y Familia, 2025). Esta encuesta no permite saber si quienes recurren a la IA son quienes se sienten más solos, pero el dato invita a no mirar este fenómeno solo como una novedad tecnológica. Puede ser un síntoma de los tiempos, acentuado por este tipo de herramientas de fácil acceso o, también, un fenómeno más complejo para analizar.

Este mayor acercamiento a la IA, sin embargo, no ha disminuido la sensación de amenaza. El uso cotidiano de la IA subió de 47,6% a 60,1% entre 2024 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2024) y 2025 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2025), y en 2026 la opción de no usarla en ninguno de los ámbitos consultados bajó de 19,1% a 12,7% de las menciones. Aun así, la amenaza repunta en 2026. Usar más la IA no significa temerle menos. Los jóvenes reflejan esta tensión: son quienes más la usan y, al mismo tiempo, tienden a ser quienes más la perciben como amenaza.

¿Cuánto se usa realmente la IA en Chile? Esta encuesta muestra un uso extendido: en 2025 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2025), el 60,1% declaró usarla en su vida cotidiana y, en 2026, siete de cada diez personas le han pedido consejo al menos alguna vez. El ILIA 2026, en cambio, estima que el 19,6% de la población chilena de 15 a 64 años usa activamente herramientas de IA generativa, por sobre el promedio regional (16,1%) (CEPAL y CENIA, 2026). La diferencia no es necesariamente una contradicción. El ILIA mide el uso activo a partir de registros de uso de Microsoft; esta encuesta, en cambio, pregunta a las personas por su experiencia, incluido el uso ocasional. Leídos juntos, los datos sugieren que muchas personas han probado la IA, pero bastantes menos la usan de forma habitual. Esa distancia entre probar una tecnología y apropiarse de ella es, otra vez, una cuestión de habilidades y de brechas de uso (punto A.1).

Entre los usos que más crecen destaca la salud: la consulta médica o de medicamentos pasa de 14% en 2025 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2025) a 18,5% de las menciones en 2026. Este dato sugiere que la IA se está

convirtiendo en una puerta de entrada a la información sobre salud. No es una práctica nueva: desde hace años las personas buscan en internet información sobre síntomas o diagnósticos. Lo distinto es que la IA permite un intercambio de preguntas y respuestas, una especie de conversación, que puede parecerse más a una consulta. Sin embargo, esto no significa que las personas busquen reemplazar al médico: solo el 3,2% de las menciones apunta a reemplazar a estos profesionales por una IA (P8). Las razones para consultarla pueden ser diversas, desde la comodidad y la inmediatez hasta la necesidad de orientarse antes de una consulta. Pero no todas las personas tienen el mismo acceso a la atención de salud, física o mental, y para algunas la IA puede ser el recurso más disponible. ¿Nos está mostrando el uso de la IA algo sobre lo que ocurre en el acceso a la salud en Chile?

Otro indicador relevante es la confianza para distinguir el contenido real del generado por IA. Entre 2024 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2024) y 2025 (Centro de Comunicación de las Ciencias, 2025) subió de 22,8% a 32,9%, pero sigue siendo solo una de cada tres personas. Y en 2026 la información falsa o indistinguible de la realidad aparece como el principal riesgo actual asociado a la IA (25,4%, P6). Desde el punto de vista de la comunicación pública de la ciencia, estas cifras invitan a reflexionar sobre la relevancia de brindar herramientas educativas concretas y útiles para la ciudadanía, para participar de forma informada en un mundo donde distinguir lo verdadero de lo falso es cada vez más difícil.

Finalmente, que se use más la IA no implica que se esté dispuesto a entregarle roles o competencias que son realizados por humanos. La opción de no reemplazar a ningún profesional por una es 30,7% en la encuesta 2026 (P8). Se consulta más a la IA, pero crece el rechazo a que reemplace a quien ejerce, lo que refuerza lo planteado en el punto A.2.

**Tabla 3.** Evolución 2023-2026 de indicadores.

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---|---|---|---|---|
| IA es una amenaza (P2) | 45,4 | 28,2 | 23,3 | 28,0 |
| IA es una oportunidad (P2) | 40,1 | 44,0 | 48,5 | 45,8 |
| Usa IA en lo cotidiano (Sí) | – | 47,6 | 60,1 | – |
| Se siente seguro/a de distinguir contenido real de generado por IA (7–10) | – | 22,8 | 32,9 | – |

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---|---|---|---|---|
| Usa la IA como consejera: siempre o frecuentemente | – | – | 13,1 | 22,1 |
| Usa la IA como consejera: nunca | – | – | 41,9 | 29,0 |
| Nada dispuesto(a) a una amistad con IA | – | – | 50,0 | 38,0 |
| No consulta a la IA en ningún ámbito de decisión | – | – | 19,1 | 12,7 |
| Consulta a la IA en temas médicos | – | – | 14,0 | 18,5 |
| Consulta a la IA para comprar productos | – | – | 11,3 | 14,2 |

**Los guiones indican que la pregunta no se formuló o que su formato no permite comparar. En P2 la escala cambió entre ediciones (verbal en 2023, de 1 a 10 en 2024 y de 0 a 10 desde 2025), por lo que la comparación con 2023 es aproximada.*

## C. Trabajo, instituciones y límites a la delegación

Las preguntas sobre trabajo e instituciones muestran que la disposición a entregarle decisiones a la IA tiene límites. Hacia el futuro, se la percibe como un riesgo para la capacidad de pensar (27,6%) y para el empleo (23,1%, P7). Y cuando se pregunta por reemplazos concretos, el límite es claro en el caso de las autoridades: más de la mitad de las personas (57,8%) no acepta que una IA reemplace a ninguna (P9). En el caso de los profesionales, "ninguno" es la respuesta más frecuente (30,7% de las menciones, P8).

Cuando sí se acepta un reemplazo, este recae en oficios asociados a la producción y el cálculo, como diseñadores (13,0%) y contadores (9,8%), y en figuras de la política y la justicia, como parlamentarios (13,1%) y jueces (10,4%). Casi nadie mencionaría reemplazar a las profesiones del cuidado o del conocimiento: médicos (3,2%), psicólogos (3,3%), profesores (4,0%) y científicos (2,4%). ¿Qué nos dice esto sobre la confianza que depositamos en esas profesiones, o sobre la que hemos perdido en otras?

La misma cautela aparece cuando la IA ya está tomando decisiones: la mitad de las personas (51%) está en desacuerdo con que las empresas seleccionen personal mediante IA (P10), y entre quienes han usado chatbots de atención al cliente, cerca de seis de cada diez evalúan mal su funcionamiento (P11). Las personas adoptan la IA con más facilidad como herramienta personal que como mediadora de decisiones sobre ellas.

Esta cautela dialoga con un hallazgo del ILIA 2026: el interés por incorporar IA, incluidos los llamados agentes, sistemas capaces de realizar tareas y tomar ciertas decisiones con mayor autonomía, avanza más rápido que la capacidad de las organizaciones para supervisarlos, evaluar sus riesgos y medir el valor que generan (CEPAL y CENIA, 2026). La evaluación crítica de los chatbots y el rechazo a la selección automatizada de personal pueden leerse, en parte, como la experiencia ciudadana de esa brecha: sistemas que llegan a las personas antes de que las organizaciones sepan usarlos bien. ¿Quién responde cuando un sistema automatizado se equivoca al evaluar un currículum o al atender un reclamo?

La preocupación por el empleo también puede leerse desde las empresas. Según el ILIA 2026, la adopción de IA disminuye con el tamaño de la empresa: la ha incorporado el 27,6% de las grandes empresas de la región, el 12,8% de las medianas y apenas el 6,8% de las pequeñas, que constituyen la mayor parte del tejido productivo (CEPAL y CENIA, 2026). En esta encuesta, el temor a que la IA reemplace a las personas en muchos trabajos es mayor en los grupos D y E (28% y 27%) que en ABC1 (12%) (P7). Si la IA llega primero a las grandes empresas y quienes tienen menos ingresos son quienes más temen por su empleo, la transición podría profundizar desigualdades que ya existen, tanto entre empresas como entre trabajadores.

## D. Confianza y autonomía: lo que está en juego

¿Qué es lo que realmente preocupa de la IA? Si se miran juntos los riesgos actuales, casi tres de cada cuatro personas (73,6%) eligen uno relacionado con la confianza: la información falsa o indistinguible de la realidad (25,4%), el uso o exposición de datos personales (19,5%), las estafas o suplantaciones de identidad (15,1%) y la influencia o manipulación de decisiones (13,6%) (P6). La preocupación no está tanto en la tecnología en sí, sino en no saber qué es verdad, quién tiene nuestros datos y quién está detrás de lo que vemos. El reemplazo laboral, que fue el gran temor cuando la IA generativa se masificó, ocupa hoy el quinto lugar (13,0%).

Hacia el futuro, la preocupación se desplaza hacia nosotros mismos. El riesgo más mencionado es la reducción de la capacidad de pensar y aprender (27,6%), y si se suma la dependencia excesiva de la IA (13,9%), cuatro de cada diez personas (41,5%) temen perder autonomía mental (P7). Es una preocupación que aparece justo cuando

el uso se intensifica: se usa más la IA y, al mismo tiempo, se teme lo que ese uso puede hacerle a nuestra forma de pensar.

Para la comunicación pública de la ciencia, estos resultados pueden interpretarse como que las personas no piden solo saber cómo funciona la IA: necesitan herramientas para verificar lo que leen y ven, cuidar sus datos y usar la IA sin dejar de pensar por sí mismas. En 2025, solo una de cada tres personas se sentía segura de distinguir el contenido real del generado por IA. Fortalecer el pensamiento crítico y el uso informado de estas herramientas no es un complemento: es parte central de lo que hoy significa cultura científica. ¿Cómo se puede promover esta actitud en las personas? ¿Qué pueden hacer las instituciones educativas, la academia y diversos actores sociales para que esto así sea? Insumos como estos son relevantes para precisamente tomar acciones y decisiones concretas en este escenario dinámico que trae la IA.

## E. Limitaciones

- Los ponderadores 2026 fueron reconstruidos por iteración (raking) sobre sexo, edad, zona y NSE y reproducen las tablas de la empresa, pero no son el ponderador oficial. El tamaño efectivo es de unos 927 casos (±3,2 puntos).
- La clasificación de la pregunta abierta de 2026 se realizó con un modelo entrenado en la codificación 2025 y reglas léxicas.
- La muestra es en línea, por lo que subrepresenta a quienes tienen menor acceso digital, en particular en los segmentos de mayor edad y menor NSE.
- Las comparaciones con 2023 y 2024 dependen de cambios de escala y de cuestionario, y no todas las preguntas existen en todas las ediciones.
- Los contrastes por segmento son asociaciones; no establecen causalidad.

# V. CONCLUSIONES

La IV Encuesta de Percepción Social de la Inteligencia Artificial en Chile 2026 realizada por el Centro de Comunicación de las Ciencias de la Universidad Autónoma de Chile muestra un país que ya no discute si la IA llegó, sino cómo convivir con ella. En cuatro mediciones, entre 2023 y 2026, lo que más ha cambiado no es la opinión general sobre esta tecnología, sino el lugar que ocupa en la vida cotidiana. La IA se usa más, se le pide consejo con más frecuencia y genera más cercanía. Pero también despierta preocupación por la confianza, lo que es real o no y la autonomía de las personas. Ese escenario invita a pensar directamente en la cultura científica del país: ya no basta con explicar qué es la IA; es necesario acompañar a las personas en cómo la usan, en qué confían y qué deciden con ella. Sobre todo, en aquellas dimensiones que tienen un impacto directo en su bienestar, como es la salud.

- **Dimensión representacional: qué evoca la IA**

  La IA se asocia principalmente con tecnología e innovación (20,6%) y con utilidad y apoyo (16,0%). La idea de futuro y cambio baja de 13% en 2025 a 9,1% en 2026.

- **Dimensión práctica-operacional: cómo se usa la IA**

  Más allá de buscar información o redactar textos, la IA se usa sobre todo para diseño de imágenes, hacer consultas médicas y comprar productos. Los usos que más crecen respecto de 2025 son las consultas médicas (de 14% a 18,5%) y las compras (de 11,3% a 14,2%). Que la salud esté entre los usos principales no es un dato menor: entran en juego la calidad de la información, la capacidad de evaluarla y la relación con los profesionales de la salud.

  El cambio más fuerte está en el uso de la IA como consejera para problemas personales. Quienes la consultan siempre o frecuentemente suben de 13,1% a 22,1% en un año, y quienes nunca lo han hecho bajan de 41,9% a 29,0%. Al parecer, la IA avanza de herramienta a interlocutora.

- **Dimensión evaluativa-valorativa: qué se piensa de la IA**

  La oportunidad sigue siendo la percepción mayoritaria (45,8%), aunque la amenaza sube de 23,3% a 28,0%. Una de cada cuatro personas (26,3%) aún no está segura de si la IA es una amenaza o una oportunidad.

La disposición a una amistad con una IA crece: quienes no estarían nada dispuestos bajan de 50,0% a 38,0%. Lo que hace pocos años pertenecía a la ciencia ficción hoy forma parte de la experiencia de muchas personas, y nos obliga a preguntarnos por los vínculos humanos: a quién le contamos nuestros problemas y qué lugar ocupan las redes de apoyo en el Chile actual.

La principal preocupación es la confianza. Hoy, los riesgos más mencionados son la información falsa (25,4%) y el uso de datos personales (19,5%). Hacia el futuro, la pérdida de la capacidad de pensar y aprender (27,6%) y el reemplazo de las personas en el trabajo (23,1%).

- **Las personas también ponen límites claros a que la IA tome decisiones en su lugar:**

  El 57,8% no aceptaría que una IA reemplazara a ninguna autoridad.

  El 51,0% rechaza que las empresas seleccionen personal mediante IA.

  El 50,3% evalúa mal la atención al cliente automatizada.

Se usa más la IA, pero no se le quiere entregar más decisiones.

- **Diferencias por grupos**

  La edad es el factor que más diferencia las respuestas. Los jóvenes usan más la IA, la evalúan mejor y están más abiertos a vincularse con ella; las personas mayores la asocian más al riesgo y temen más sus efectos sobre la sociedad. El sexo influye en preguntas puntuales, sobre todo cuando se trata de delegar decisiones en la IA, con mayor reticencia entre las mujeres. El nivel socioeconómico marca diferencias en los ámbitos de uso, en algunos riesgos y en la evaluación de la atención al cliente. La zona geográfica, tal como se mide en esta encuesta, no marca diferencias. No existe una sola manera de relacionarse con la IA, y por eso las estrategias de comunicación y educación tampoco pueden ser únicas.

- **Desafíos para la cultura científica**

  La preocupación de fondo es saber qué es verdad, quién decide y con qué criterios. Ahí la comunicación pública de la ciencia tiene un rol central: ofrecer herramientas para verificar, fuentes confiables y espacios para conversar sobre los beneficios, los riesgos y los límites de la IA. El pensamiento crítico deja de ser una aspiración abstracta y se convierte en una necesidad cotidiana.

¿Qué conductas hay detrás de cada uso? ¿Cómo influyen los sesgos, en particular los de género, en la confianza y la desconfianza? ¿Cómo se viven estas tecnologías según la edad, el acceso, las redes de apoyo o el trabajo? Son un punto de partida para las próximas mediciones y para orientar acciones desde la academia, la educación, los medios, las instituciones públicas y la propia comunidad científica. Comprender la IA es una tarea colectiva, y fortalecer la cultura científica del país es una de las mejores formas de enfrentarla con información, criterio y conversación pública.

# VI. REFERENCIAS


**Banco Mundial. (2026)**. *Aprovechando la transición de la IA* (Panorama económico de América Latina y el Caribe, octubre de 2026). https://www.bancomundial.org/es/region/lac/publication/perspectivas-economicas-america-latina-caribe

**Centro de Comunicación de las Ciencias. (2023)**. *I Encuesta Nacional de Percepción Social de la Inteligencia Artificial*. Universidad Autónoma de Chile. https://repositorio.uautonoma.cl/entities/publication/8480100f-c799-40bc-8e49-cad8e060f643/details

**Centro de Comunicación de las Ciencias. (2024)**. *II Encuesta Nacional de Percepción Social de la Inteligencia Artificial*. Universidad Autónoma de Chile. https://repositorio.uautonoma.cl/server/api/core/bitstreams/95afd765-9645-4ed8-8ff2-f98a1a319e54/content

**Centro de Comunicación de las Ciencias (2025)**. *III Encuesta Nacional de Percepción Social de la Inteligencia Artificial en Chile 2025*. Centro de Comunicación de las Ciencias, Universidad Autónoma de Chile. https://doi.org/10.32457/12728/101392025109

**Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] y Centro Nacional de Inteligencia Artificial [CENIA]. (2026)**. *Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA) 2026* (Documentos de Proyectos LC/TS.2026/97). https://www.cepal.org/es/publicaciones/90413-indice-latinoamericano-inteligencia-artificial-ilia-2026

**Hargittai, E. (2002)**. Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday, 7*(4). https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942

**Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2025)**. *II Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT 2023): Principales resultados*.

**Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2026, 14 de julio)**. *La mitad de las personas ocupadas en Chile percibieron ingresos menores o iguales a $680.000 en 2025. https:*//www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2026/07/14/la-mitad-de-las-personas-ocupadas-en-chile-percibieron-ingresos-menores-o-iguales-a-$680.000-en-2025

**Kemp, S. (2026)**. *Digital 2026: Chile*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-chile

**Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. (2024)**. *Política Nacional de Inteligencia Artificial: Actualización 2024*. Gobierno de Chile. https://www.minciencia.gob.cl/areas/inteligencia-artificial/politica-nacional-de-inteligencia-artificial/

**Ministerio de Desarrollo Social y Familia. (2025)**. *Encuesta de Bienestar Social 2025*. https://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/encuesta-bienestar-social-2025

**Subsecretaría de Telecomunicaciones [Subtel]. (2026)**. *Sector telecomunicaciones: Primer semestre 2026*. Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones. https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2026/08/Informe-del-Sector-Telecomunicaciones-Jun26.pdf

# VII. MATERIAL SUPLEMENTARIO

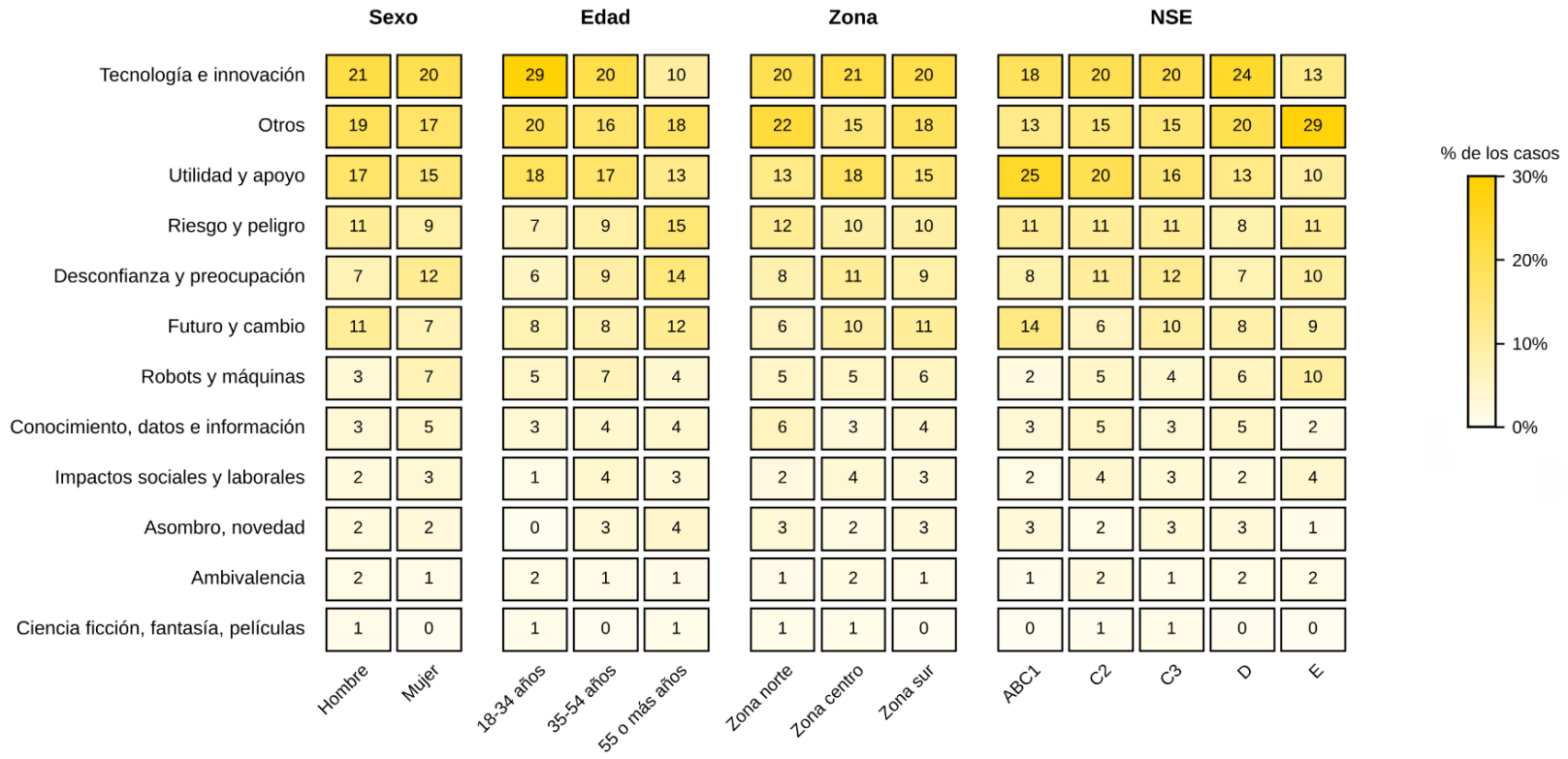



**Figura suplementaria 1. Categorías de conceptos asociados a la IA por cada grupo.** Se muestran los porcentajes por sexo, tramo etario, zona geográfica y NSE. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,12 (débil), p = 0,308; Sexo: V = 0,15 (moderada), p = 0,062; **Tramo etario: V = 0,21 (moderada), p < 0,001; Zona geográfica: V = 0,11** (débil), p = 0,482.

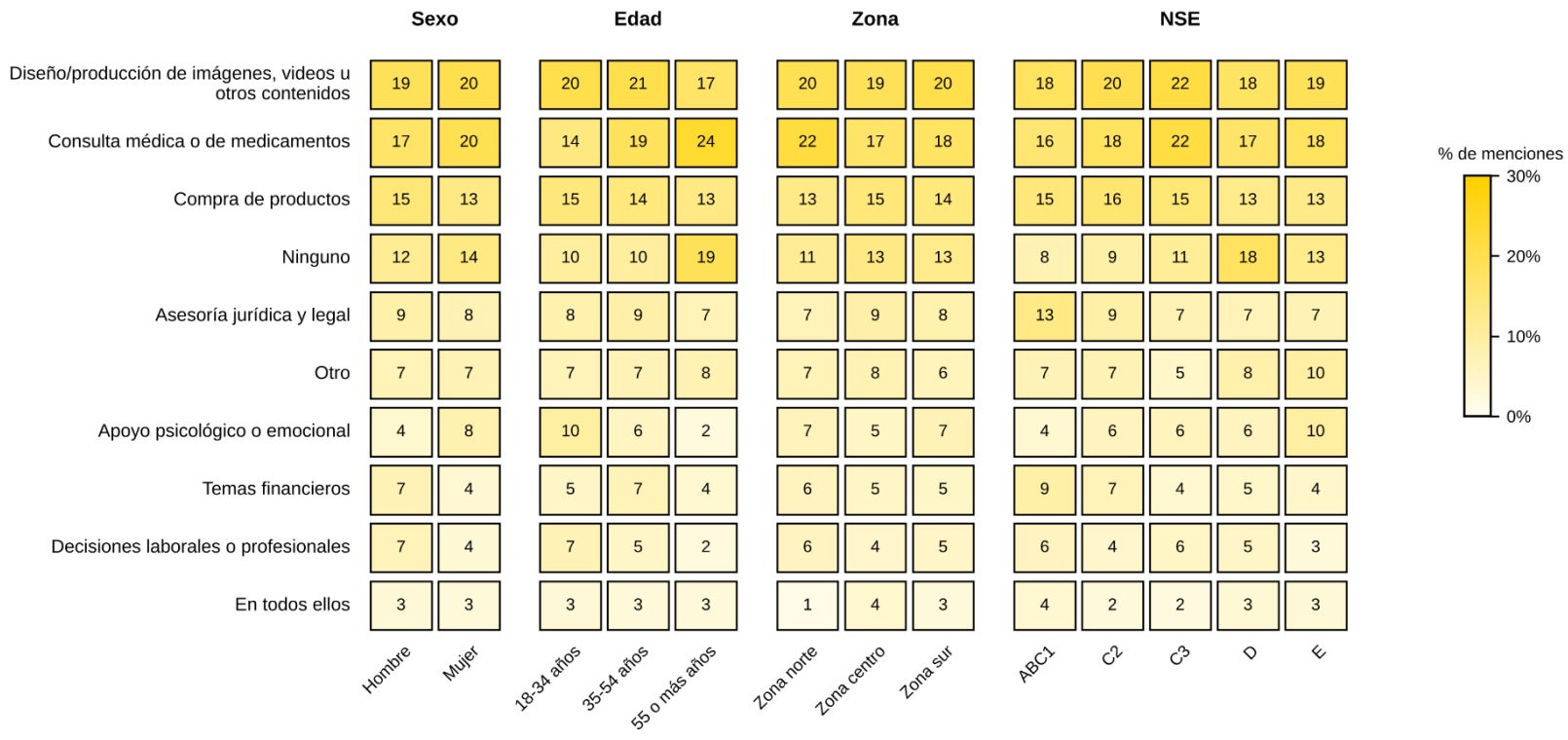



**Figura suplementaria 2. Ámbitos en que se usa la IA por cada grupo.** Porcentajes de menciones en primera mención por grupo. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,12 (débil), p = 0,046; Sexo: V = 0,14 (débil), p = 0,075; **Tramo etario: V = 0,17 (moderada), p < 0,001; Zona geográfica: V = 0,10 (débil), p = 0,596.**

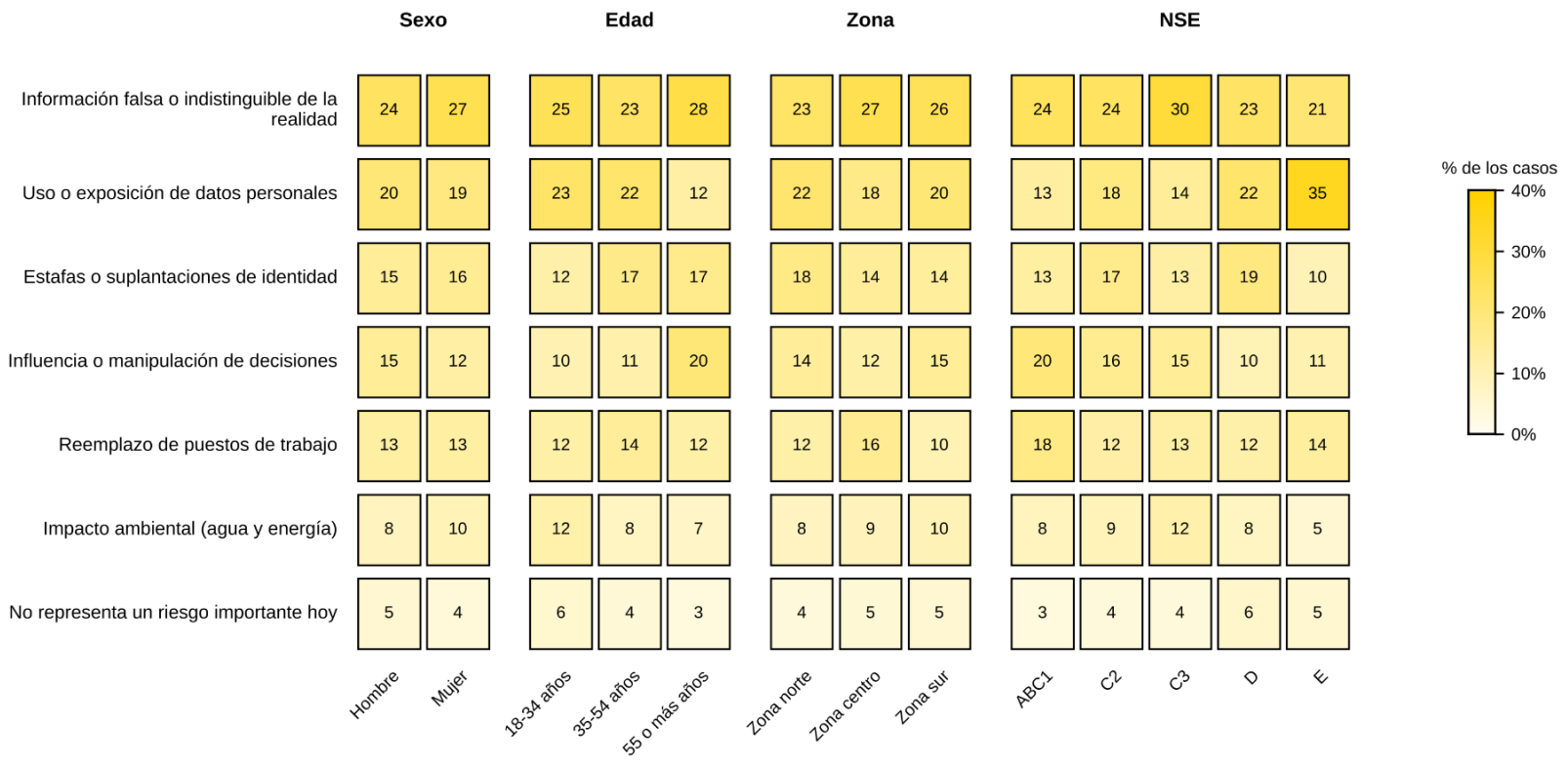



**Figura suplementaria 3. Principal riesgo actual de la IA por grupo (% de casos).** Se muestran los porcentajes totales por cada respuesta separados por sexo, tramo etario, zona geográfica y NSE. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,11 (débil), p = 0,017; Sexo: V = 0,06 (despreciable), p = 0,907; Tramo etario: V = 0,14 (débil), p = 0,003; Zona geográfica: V = 0,07 (débil), p = 0,773.

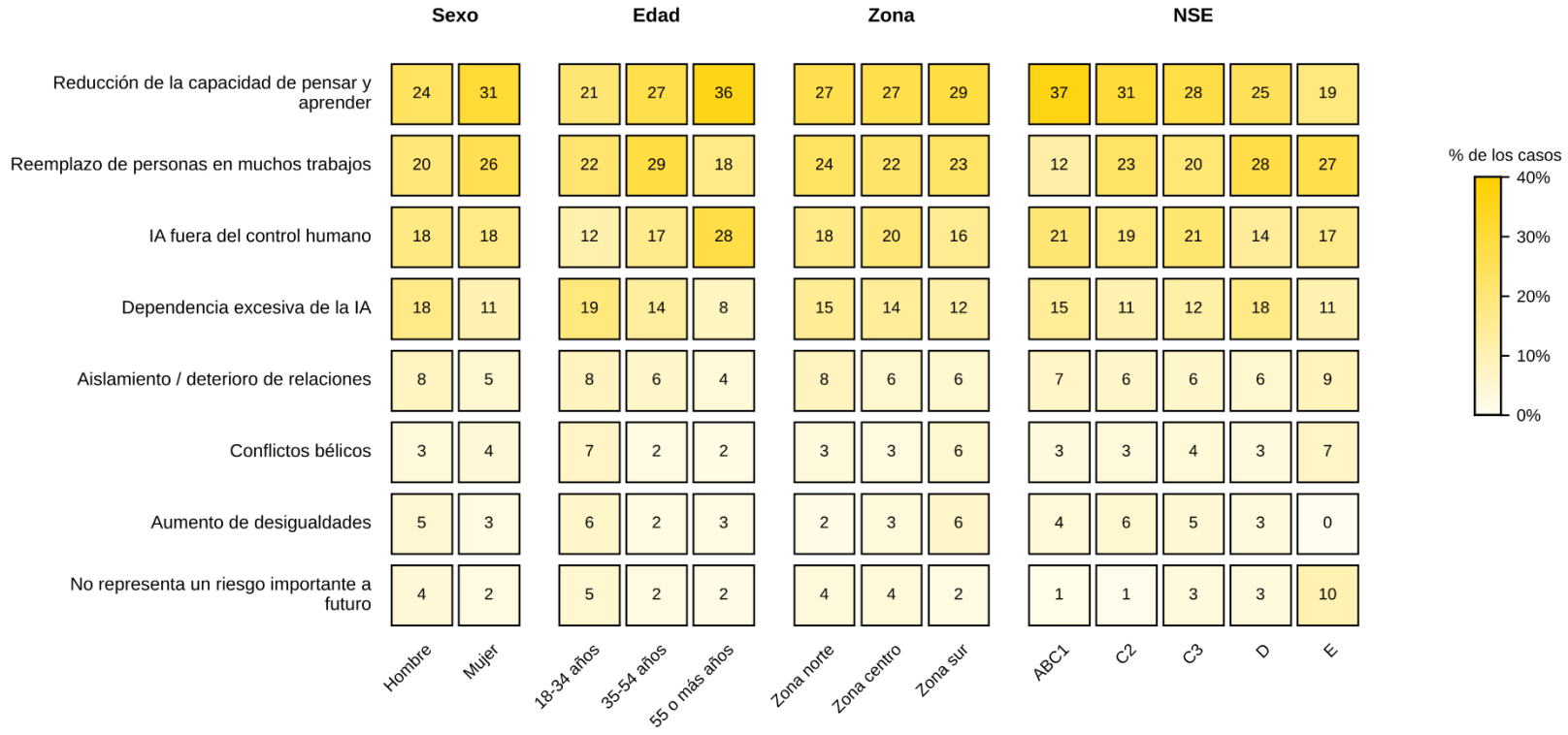



**Figura suplementaria 4. Principal riesgo futuro de la IA por grupo (% de casos).** Se muestran los porcentajes por sexo, tramo etario, zona geográfica y NSE. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,12 (débil), p = 0,007; **Sexo: V = 0,17 (moderada), p = 0,003; Tramo etario: V = 0,22 (moderada), p < 0,001**; Zona geográfica: V = 0,10 (débil), p = 0,327.

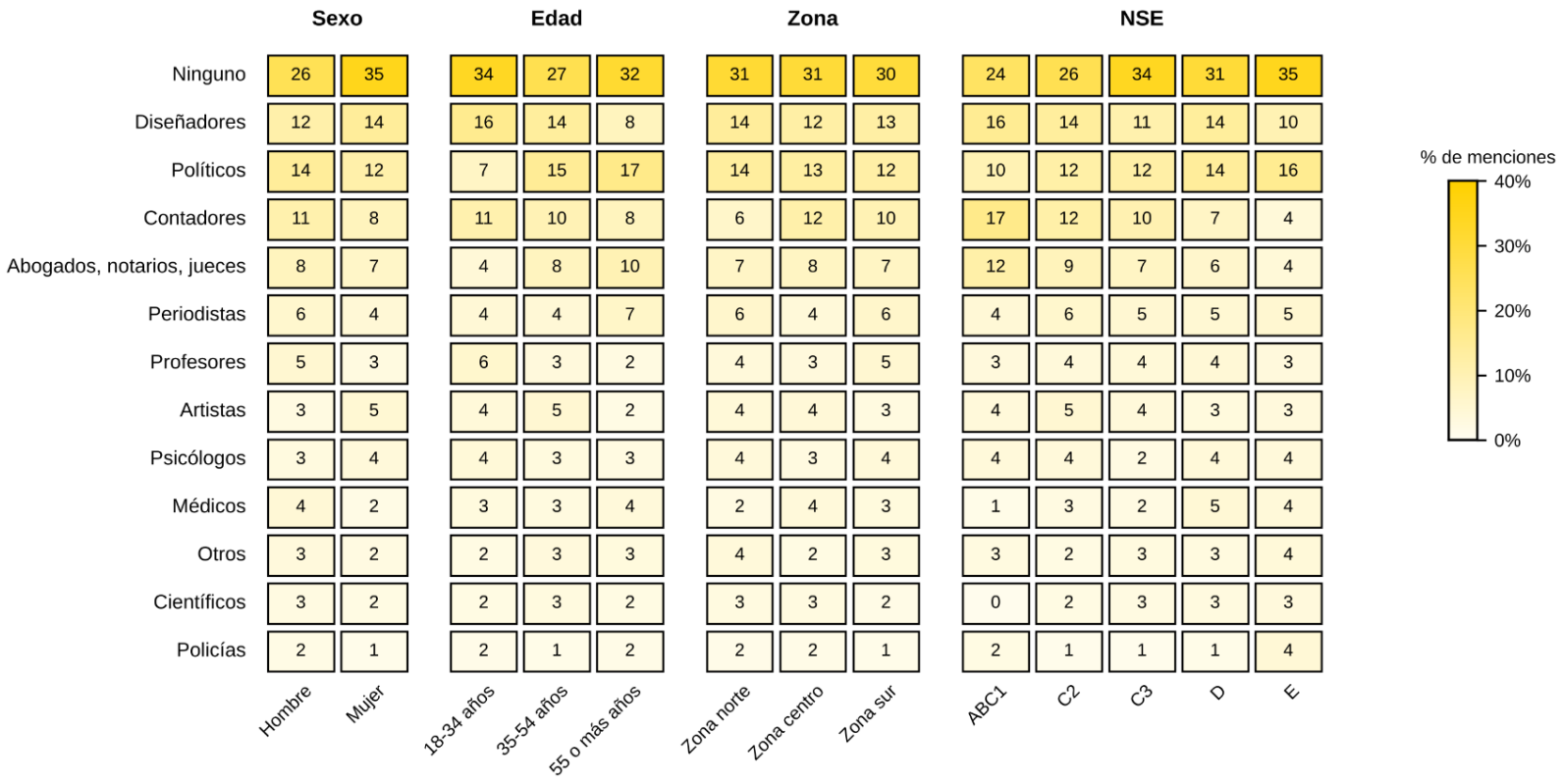



**Figura suplementaria 5. Profesional que podría ser reemplazado por una IA por grupo. Porcentajes** por cada grupo, considerando primera mención. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,13 (débil), p = 0,207; Sexo: V = 0,17 (moderada), p = 0,017; Tramo etario: V = 0,17 (moderada), p = 0,003; Zona geográfica: V = 0,08 (débil), p = 0,991.

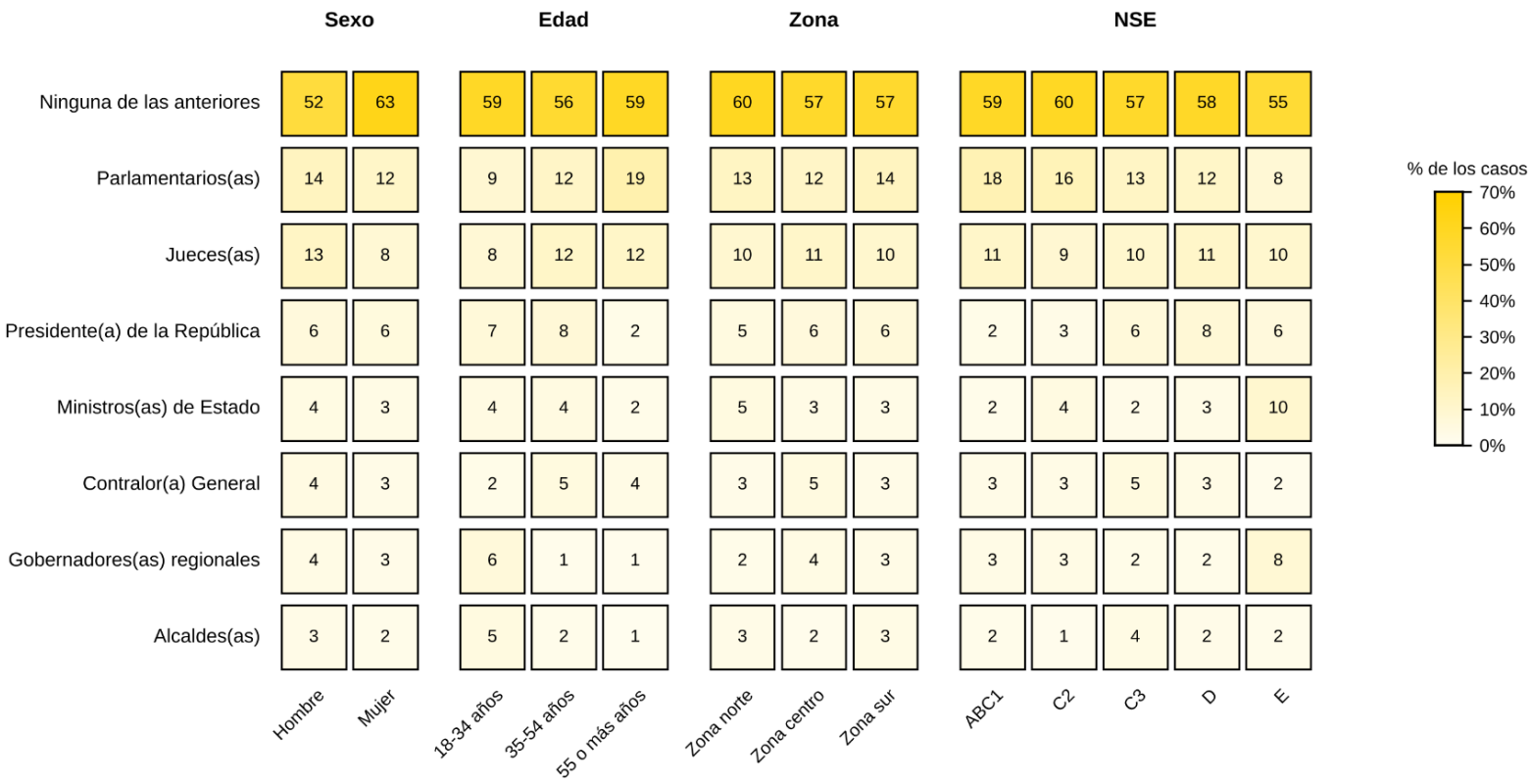



**Figura suplementaria 6. Autoridad que podría ser reemplazada por una IA por grupo (% de casos).** Se muestran los porcentajes separados por sexo, tramo etario, zona geográfica y NSE. Asociación con cada segmento ($\chi^2$ ajustado al tamaño efectivo; p ajustado por Benjamini–Hochberg): NSE: V = 0,10 (débil), p = 0,113; Sexo: V = 0,12 (débil), p = 0,139; **Tramo etario: V = 0,18 (moderada), p < 0,001**; Zona geográfica: V = 0,07 (débil), p = 0,916.

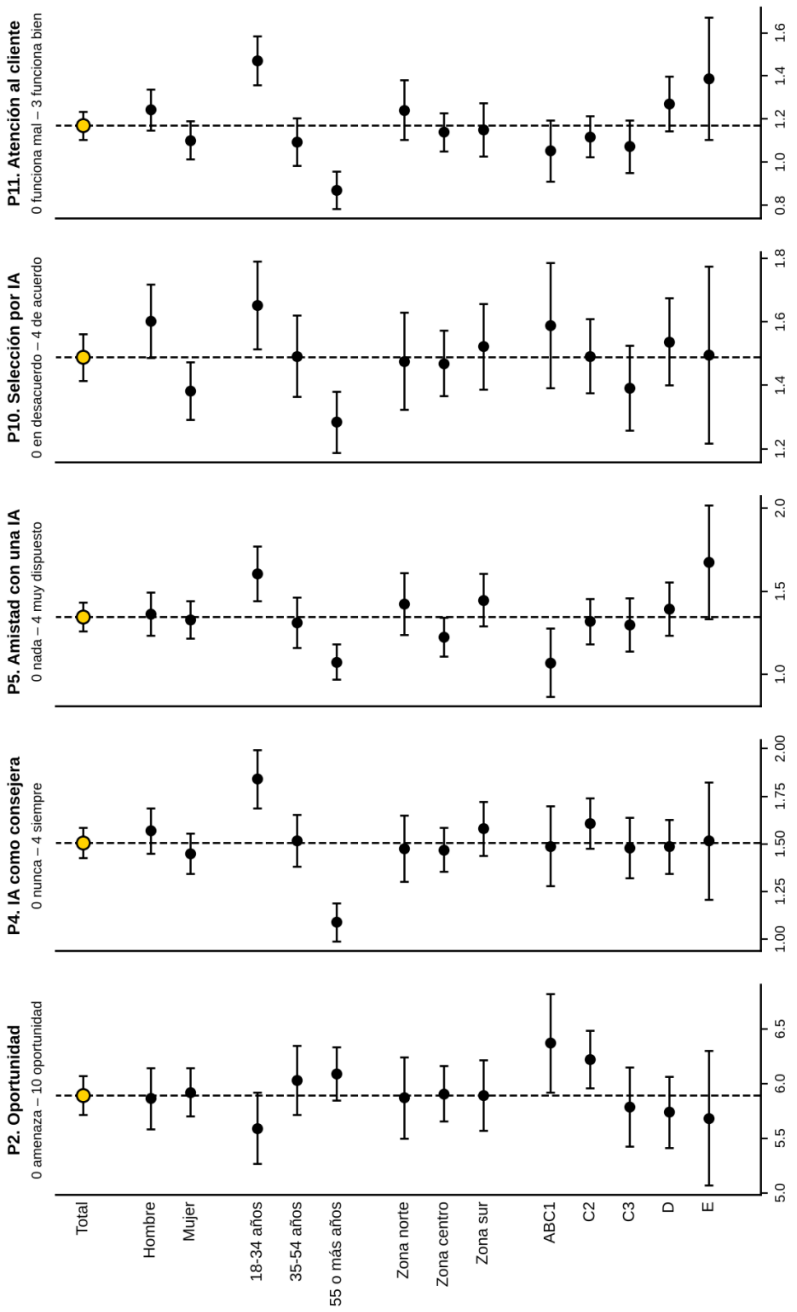



**Figura suplementaria 7. Promedio de cada escala, total y por segmento.** Punto = media ponderada; línea = intervalo de confianza del 95% (con tamaño efectivo); amarillo = total nacional (línea de referencia vertical). Un valor más alto indica siempre más del atributo nombrado. * P11 excluye a quienes declaran no haber usado atención al cliente con IA.




**Figura suplementaria 8. Tramo etario como criterio diferenciador de las respuestas.** La zona geográfica, el que menos V de Cramér de cada pregunta frente a cada criterio de segmentación (0 = sin asociación) * Referencia habitual: < 0,07 despreciable; 0,07–0,15 débil; 0,15–0,25 moderada; > 0,25 fuerte.

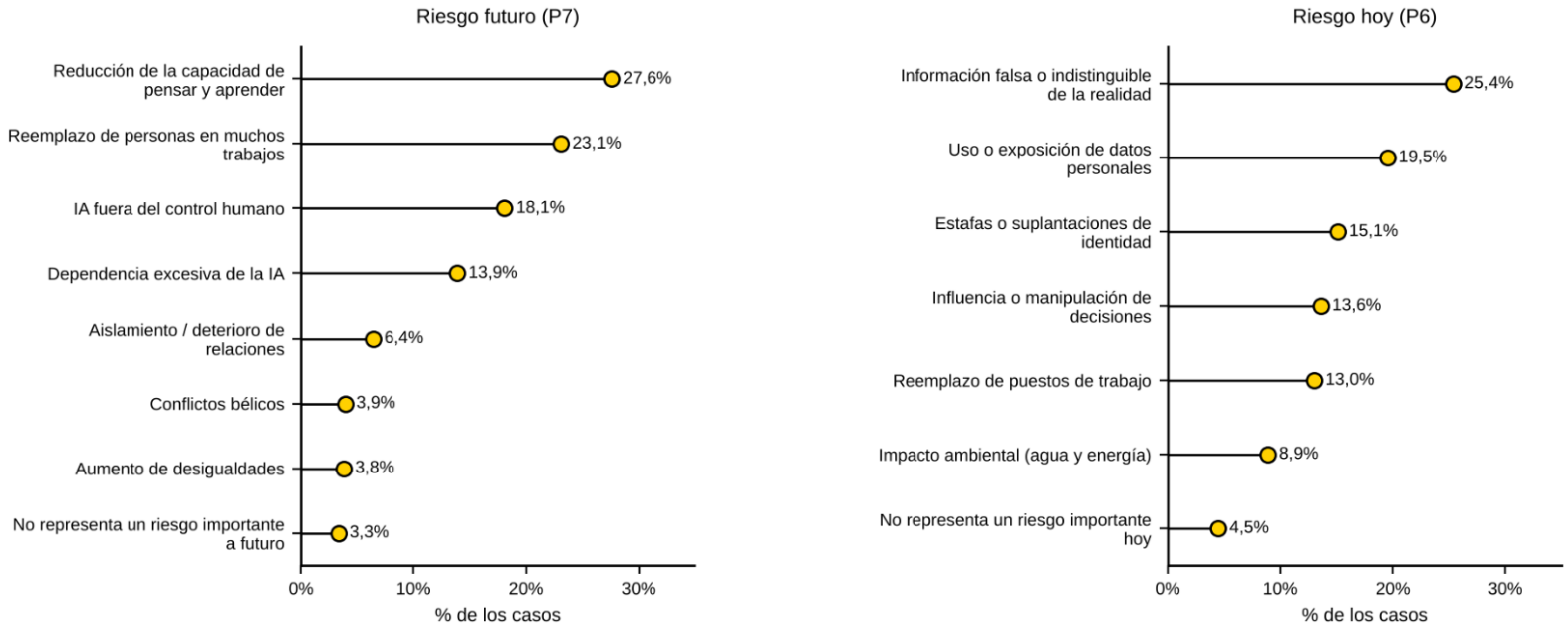



**Figura suplementaria 9. Riesgo actual y futuro.** P6 y P7, alternativa única. Las alternativas de ambas preguntas no son idénticas: la comparación es de encuadre, no de ítems equivalentes. n = 1216 casos en cada pregunta (ponderado).

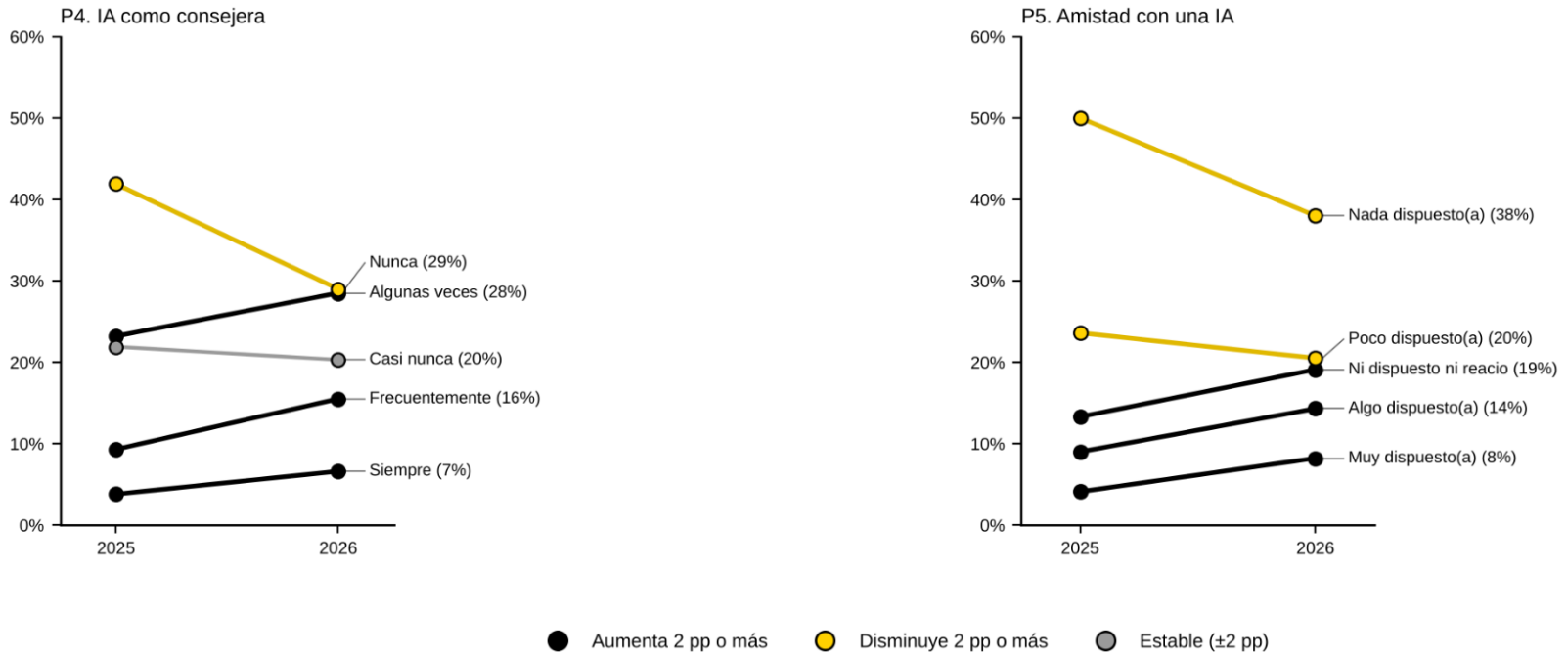



**Figura suplementaria 10. Cambios 2025–2026 en el uso de la IA como consejera y en la disposición a la amistad con una IA.** Porcentaje de casos por categoría, total nacional. Negro: aumento; amarillo: disminución; gris: estable. * Comparación con bases 2025 y 2026 ponderadas. Base ponderada (n = 1216; tamaño efectivo ≈ 927). Ponderación reconstruida.

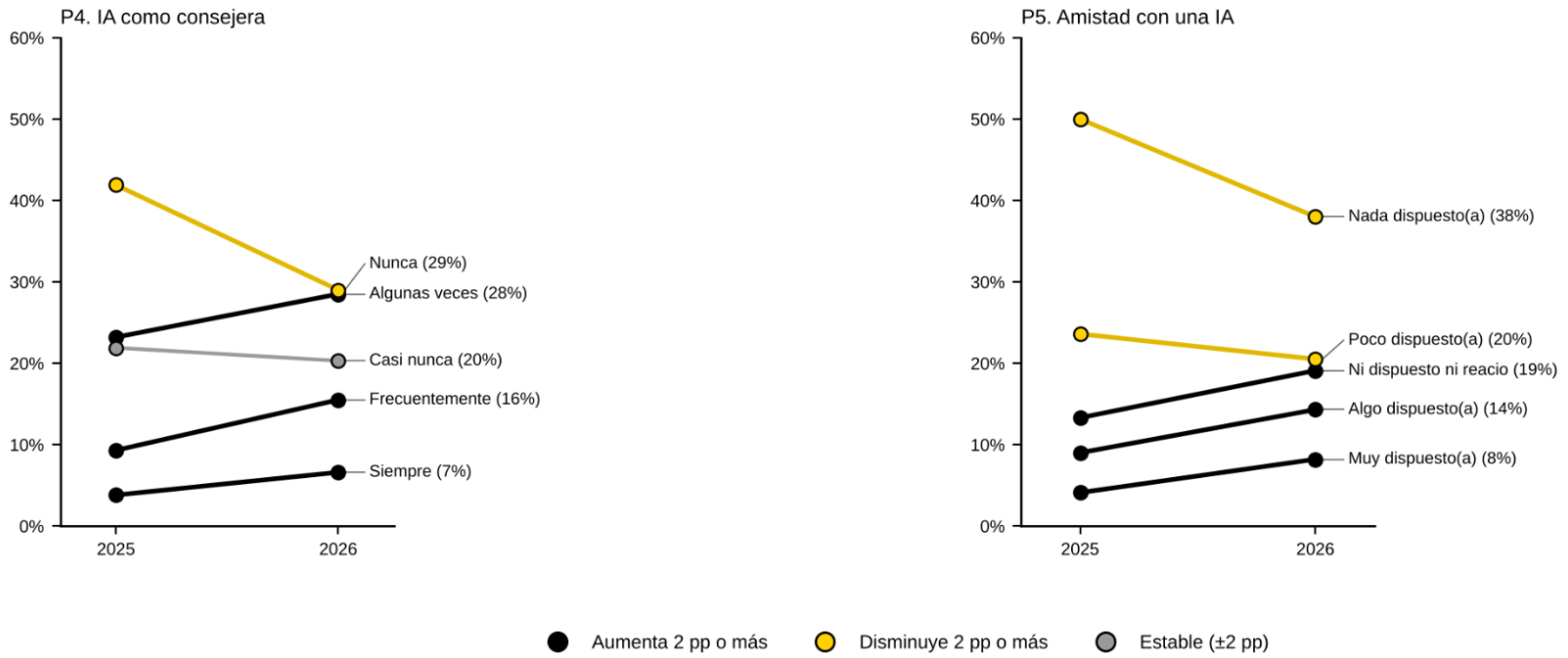



**Figura suplementaria 11. Cambios 2025–2026 en los ámbitos de uso y en los profesionales percibidos como reemplazables.** Porcentaje de menciones por categoría, total nacional. * Solo se incluyen categorías con definición equivalente entre ambas ediciones. Base ponderada (n = 1216; tamaño efectivo ≈ 927). Ponderación reconstruida.



Centro de Comunicación
de las Ciencias
Universidad Autónoma de Chile




UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHILE

Cátedra UNESCO
**Educación Científica**
**para la Ciudadanía**



unesco
Cátedra