

OPINIONES Y EXPECTATIVAS GLOBALES SOBRE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Una encuesta de Global Advisor

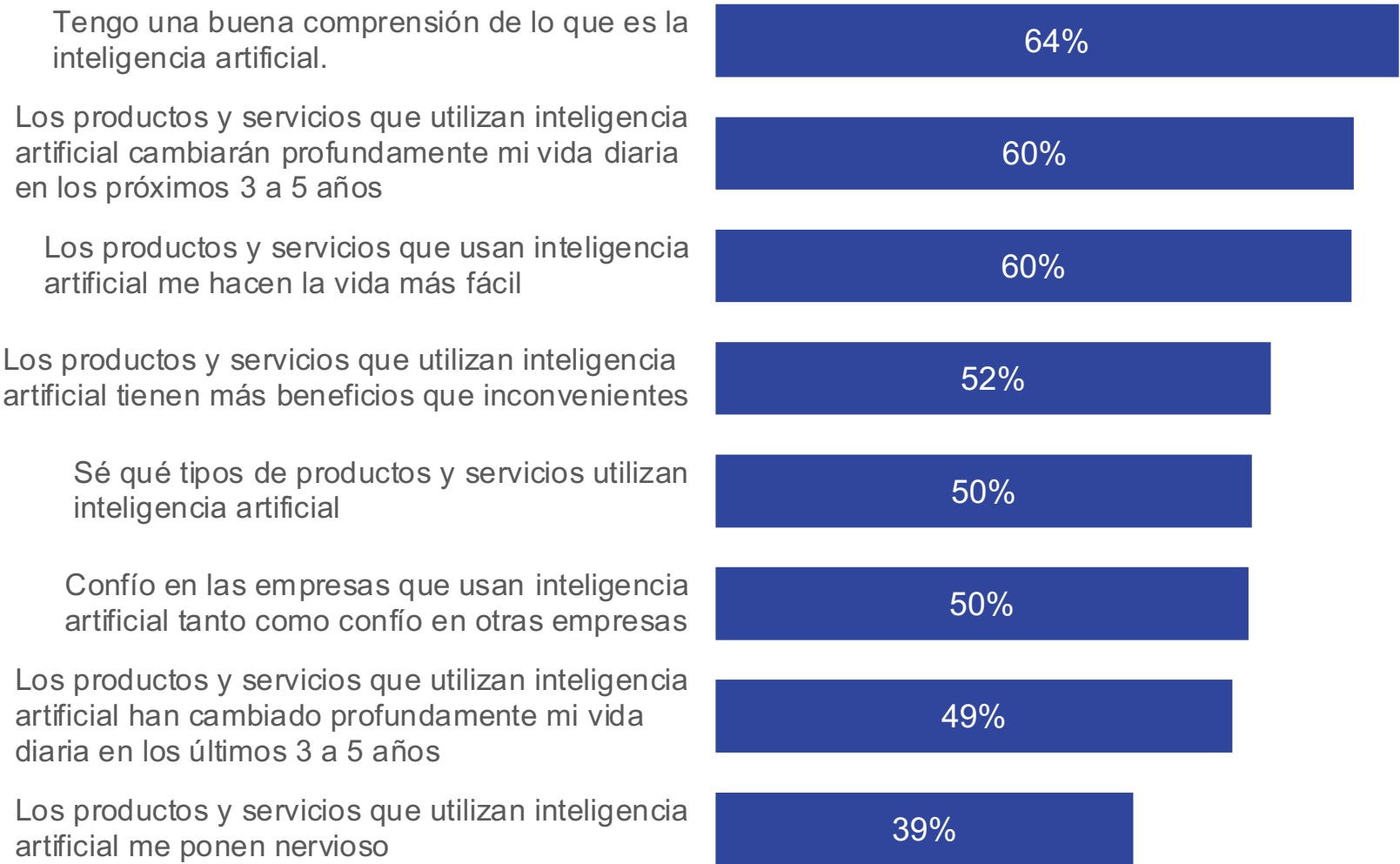
Enero 2022

OPINIONES SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (PROMEDIO MUNDIAL DE PAÍSES)

P. Hablemos ahora de productos y servicios que utilizan inteligencia artificial (IA). La inteligencia artificial se refiere a las computadoras y robots que hacen cosas que tradicionalmente requieren el uso de inteligencia humana. ¿Cuánto está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

% "De acuerdo"

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

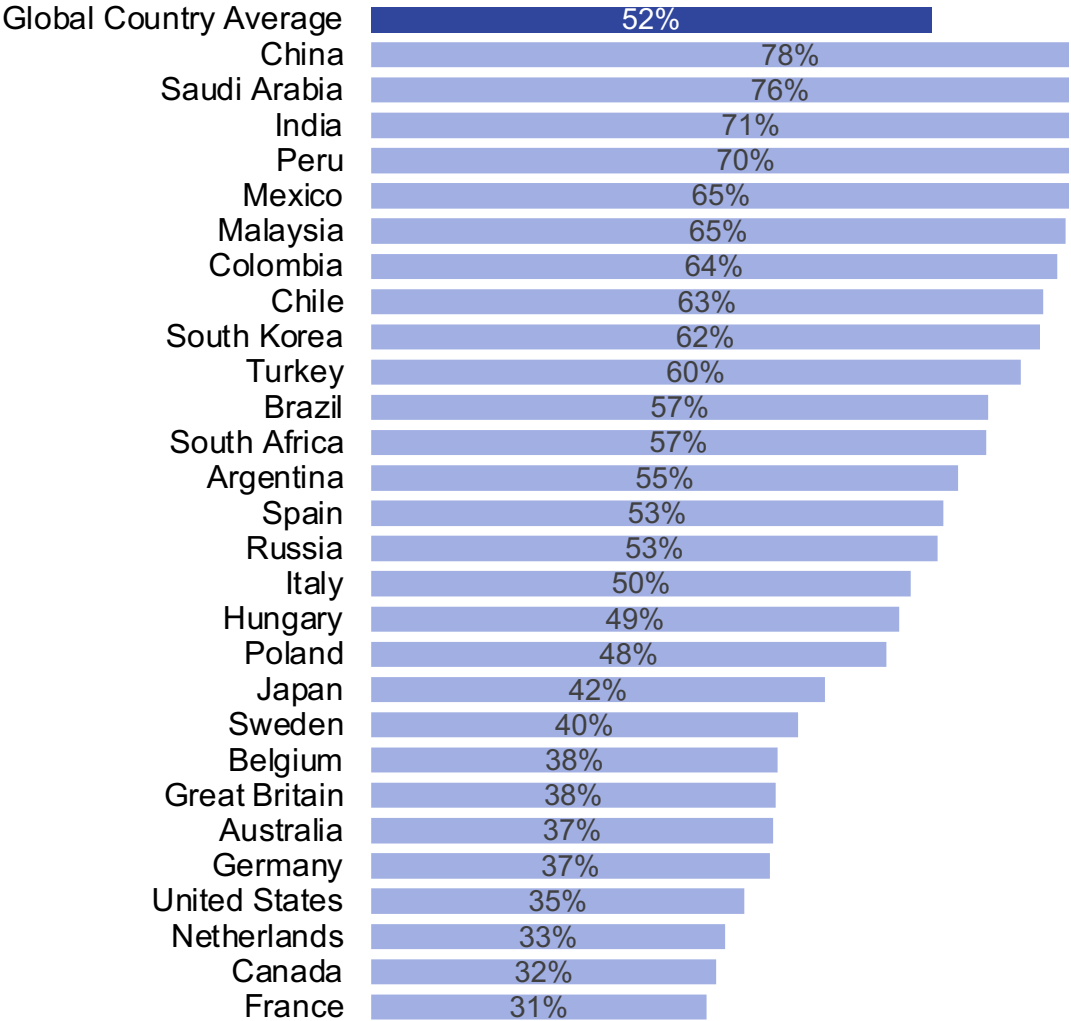


"LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE UTILIZAN INTELIGENCIA ARTIFICIAL TIENEN MÁS BENEFICIOS QUE INCONVENIENTES" – ACUERDO POR PAÍS

P. Hablemos ahora de productos y servicios que utilizan inteligencia artificial (IA). La inteligencia artificial se refiere a las computadoras y robots que hacen cosas que tradicionalmente requieren el uso de inteligencia humana. ¿Cuánto está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

"Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial tienen más beneficios que inconvenientes"

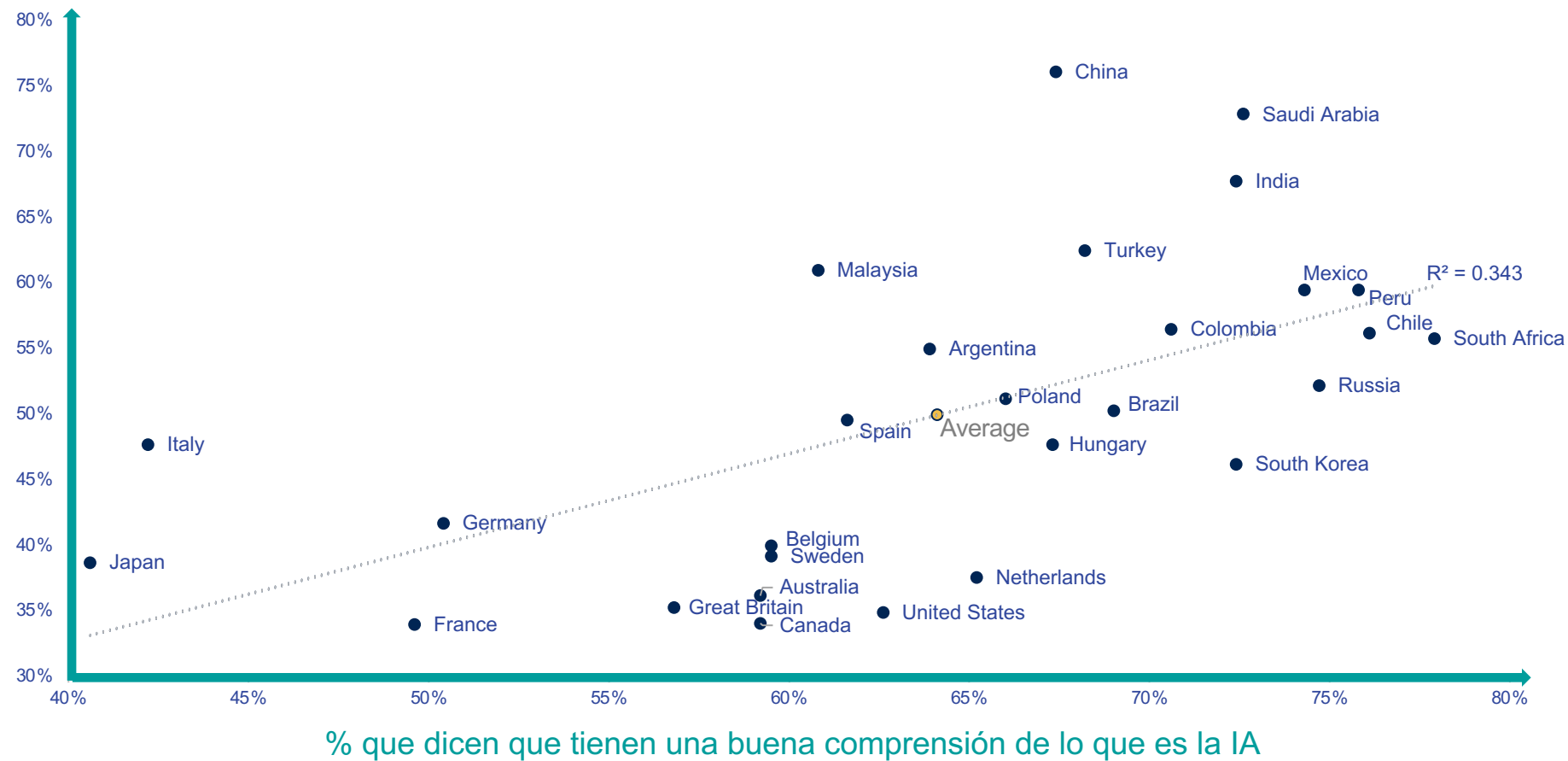
% "De acuerdo"



Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

LA CONFIANZA EN LA IA SE CORRELACIONA CON LA COMPRENSIÓN PERCIBIDA; AMBOS SON MÁS ALTOS EN LOS PAÍSES EMERGENTES QUE EN LOS PAÍSES DE ALTOS INGRESOS.

% diciendo que confían en las empresas que usan IA tanto como en otras compañías



Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.



OPINIONES SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL – POR PAÍS

P. Hablemos ahora de productos y servicios que utilizan inteligencia artificial (IA). La inteligencia artificial se refiere a las computadoras y robots que hacen cosas que tradicionalmente requieren el uso de inteligencia humana. ¿Cuánto está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? % “De acuerdo”

	Global Country Average	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	Germany	Spain	France	Great Britain	Hungary	India	Italy	Japan	South Korea	Mexico	Malaysia	Netherlands	Peru	Poland	Russia	Saudi Arabia	Sweden	Turkey	United States	South Africa
Tengo una buena comprensión de lo que es la inteligencia artificial.	64%	64%	59%	60%	69%	59%	76%	67%	71%	50%	62%	50%	57%	67%	72%	42%	41%	72%	74%	61%	65%	76%	66%	75%	73%	60%	68%	63%	78%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial cambiarán profundamente mi vida diaria en los próximos 3 a 5 años	60%	60%	50%	52%	61%	44%	67%	80%	65%	44%	56%	45%	46%	55%	74%	53%	53%	76%	65%	71%	53%	71%	56%	60%	80%	50%	73%	46%	72%
Los productos y servicios que usan inteligencia artificial me hacen la vida más fácil	60%	59%	46%	49%	65%	44%	70%	87%	71%	45%	59%	39%	45%	50%	72%	54%	52%	74%	73%	71%	47%	74%	58%	64%	80%	46%	71%	41%	67%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial tienen más beneficios que inconvenientes	52%	55%	37%	38%	57%	32%	63%	78%	64%	37%	53%	31%	38%	49%	71%	50%	42%	62%	65%	65%	33%	70%	48%	53%	76%	40%	60%	35%	57%
Sé qué tipos de productos y servicios utilizan inteligencia artificial	50%	47%	38%	37%	58%	36%	59%	76%	62%	37%	46%	34%	37%	38%	69%	45%	32%	60%	62%	61%	41%	63%	52%	57%	69%	37%	60%	39%	57%
Confío en las empresas que usan inteligencia artificial tanto como confío en otras empresas	50%	55%	36%	40%	50%	34%	56%	76%	57%	42%	50%	34%	35%	48%	68%	48%	39%	46%	60%	61%	38%	60%	51%	52%	73%	39%	63%	35%	56%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial han cambiado profundamente mi vida diaria en los últimos 3 a 5 años	49%	53%	37%	37%	51%	32%	58%	73%	58%	31%	49%	32%	33%	38%	67%	41%	30%	62%	62%	65%	40%	65%	45%	50%	72%	30%	60%	36%	56%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso	39%	33%	51%	42%	35%	49%	36%	30%	39%	37%	48%	32%	50%	31%	53%	26%	20%	32%	38%	48%	36%	35%	30%	28%	51%	37%	48%	52%	52%

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.



OPINIONES SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL – POR DEMOGRAFÍA (PROMEDIO MUNDIAL DE LOS PAÍSES)

P. Hablemos ahora de productos y servicios que utilizan inteligencia artificial (IA). La inteligencia artificial se refiere a las computadoras y robots que hacen cosas que tradicionalmente requieren el uso de inteligencia humana. ¿Cuánto está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

% “De acuerdo”

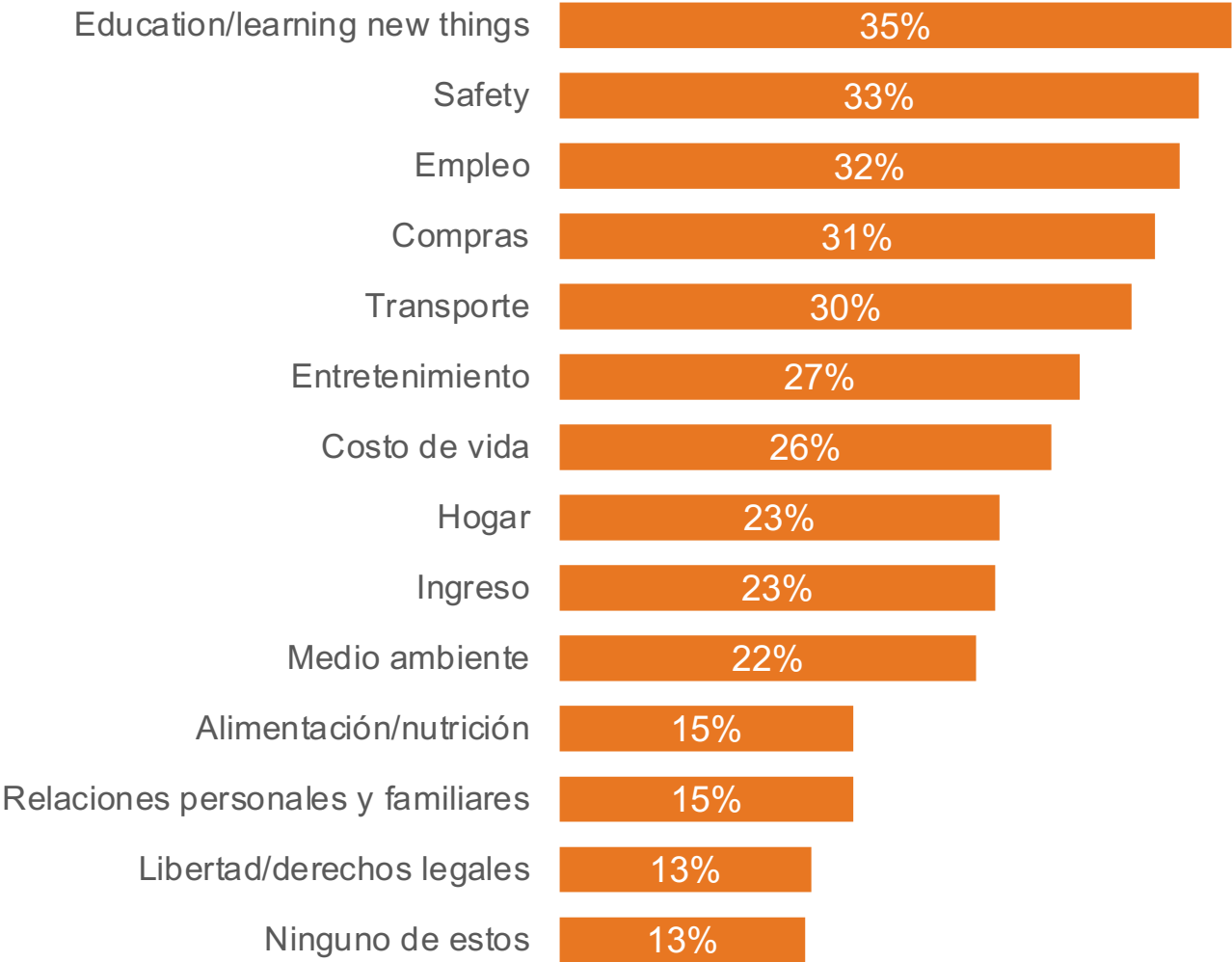
Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

		Gender		Age			Household Income			Education			Employment Status			
	Global Country Average	Male	Female	Under 35	35 to 49	50 to 74	Low	Medium	High	Low	Medium	High	Business Owner	Sr Exec/Decision Maker	Total Employed	Non Employed
Tengo una buena comprensión de lo que es la inteligencia artificial.	64%	69%	60%	66%	65%	61%	57%	63%	71%	56%	64%	71%	73%	74%	67%	59%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial cambiarán profundamente mi vida diaria en los próximos 3 a 5 años	60%	63%	57%	63%	61%	55%	56%	58%	67%	53%	58%	68%	70%	72%	64%	54%
Los productos y servicios que usan inteligencia artificial me hacen la vida más fácil	60%	62%	58%	64%	62%	54%	56%	58%	66%	53%	58%	67%	67%	70%	63%	55%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial tienen más beneficios que inconvenientes	52%	55%	49%	57%	53%	46%	50%	51%	57%	45%	50%	59%	63%	64%	55%	47%
Sé qué tipos de productos y servicios utilizan inteligencia artificial	50%	55%	46%	54%	51%	45%	46%	50%	57%	44%	48%	58%	63%	65%	54%	44%
Confío en las empresas que usan inteligencia artificial tanto como confío en otras empresas	50%	53%	47%	54%	51%	44%	47%	48%	57%	45%	48%	56%	61%	62%	53%	45%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial han cambiado profundamente mi vida diaria en los últimos 3 a 5 años	49%	51%	46%	54%	50%	41%	46%	47%	54%	43%	46%	55%	61%	62%	52%	43%
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso	39%	38%	41%	40%	40%	38%	41%	41%	38%	41%	37%	40%	48%	46%	40%	38%



SE ESPERA QUE LAS ÁREAS CAMBIEN MÁS DEBIDO A LA IA. (PROMEDIO MUNDIAL DE LOS PAÍSES)

Q. Entre estos, ¿cuál espera que cambie más para usted y su familia en los próximos 3-5 años específicamente debido al mayor uso de la inteligencia artificial?



Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

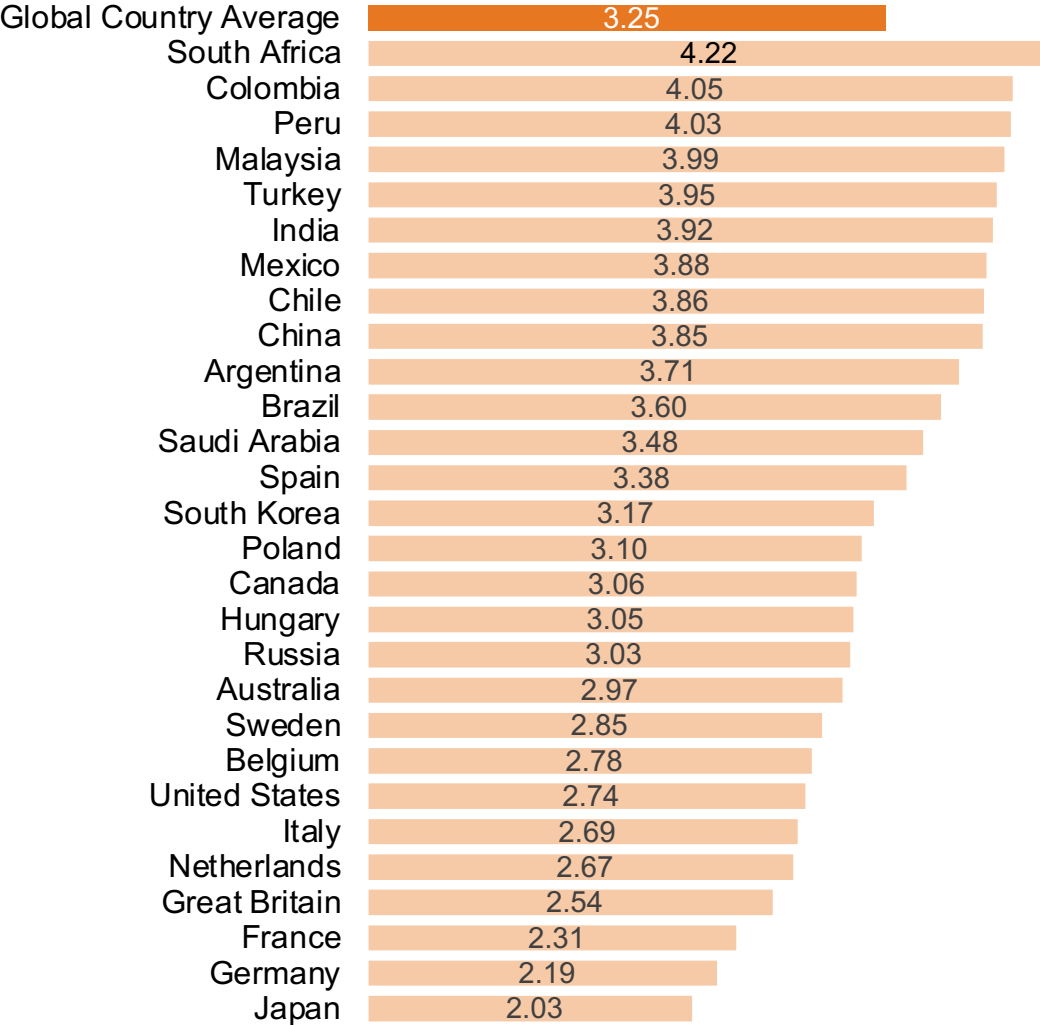
NÚMERO DE ÁREAS DE VIDA QUE SE ESPERA QUE CAMBIEN DEBIDO A LA IA – PROMEDIO POR PAÍS

P. Entre estos, ¿cuál espera que cambie más para usted y su familia en los próximos 3-5 años específicamente debido al mayor uso de la inteligencia artificial?

Número promedio de áreas de vida citadas entre estas 13:

- Educación/aprendizaje de cosas nuevas
- Seguridad
- Empleo
- Compras
- Transporte
- Diversión
- Costo de vida
- Hogar
- Renta
- Medio ambiente
- Alimentación/nutrición
- Relaciones personales y familiares
- Libertad/derechos legales

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.



ÁREAS QUE SE ESPERA QUE CAMBIEN DEBIDO A LA IA – POR PAÍS

P. Entre estos, ¿cuál espera que cambie más para usted y su familia en los próximos 3-5 años específicamente debido al mayor uso de la inteligencia artificial?

	Global Country Average	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	Germany	Spain	France	Great Britain	Hungary	India	Italy	Japan	South Korea	Mexico	Malaysia	Netherlands	Peru	Poland	Russia	Saudi Arabia	Sweden	Turkey	United States	South Africa
Education/learning new things	35%	47%	30%	26%	41%	32%	44%	43%	46%	19%	35%	14%	24%	33%	42%	25%	12%	40%	47%	41%	27%	52%	32%	36%	41%	30%	45%	27%	50%
Safety	33%	54%	24%	32%	41%	24%	42%	31%	46%	26%	40%	30%	18%	27%	40%	30%	25%	27%	44%	37%	30%	55%	28%	32%	21%	31%	40%	24%	37%
Employment	32%	47%	31%	29%	39%	26%	38%	22%	51%	17%	37%	22%	23%	23%	37%	28%	11%	32%	46%	49%	24%	44%	29%	21%	32%	30%	33%	27%	57%
Shopping	31%	23%	37%	26%	33%	34%	32%	44%	29%	24%	25%	21%	34%	31%	35%	27%	23%	33%	27%	32%	33%	27%	34%	33%	40%	25%	37%	31%	38%
Transportation	30%	21%	35%	32%	25%	32%	31%	47%	30%	23%	25%	21%	30%	39%	29%	24%	31%	33%	29%	25%	28%	33%	35%	24%	26%	35%	33%	29%	28%
Entertainment	27%	25%	24%	20%	33%	31%	33%	47%	33%	25%	32%	15%	26%	21%	33%	21%	23%	28%	33%	20%	24%	30%	25%	26%	35%	24%	24%	24%	28%
Cost of living	26%	27%	29%	23%	33%	32%	33%	31%	33%	14%	21%	25%	21%	20%	29%	19%	8%	14%	24%	42%	13%	29%	24%	33%	27%	18%	35%	23%	40%
Home	23%	27%	17%	17%	17%	16%	27%	40%	24%	15%	29%	14%	19%	38%	23%	32%	13%	19%	27%	24%	24%	25%	27%	20%	28%	24%	23%	16%	19%
Income	23%	33%	16%	13%	26%	24%	30%	16%	36%	9%	26%	12%	14%	13%	37%	13%	10%	21%	33%	39%	12%	30%	12%	21%	30%	13%	38%	18%	42%
Environment	22%	27%	17%	20%	24%	16%	31%	28%	28%	19%	20%	15%	15%	15%	28%	17%	20%	31%	28%	30%	18%	23%	22%	20%	19%	15%	24%	18%	23%
Food/nutrition	15%	15%	13%	11%	20%	17%	15%	17%	15%	9%	16%	11%	11%	16%	23%	13%	11%	14%	18%	22%	11%	22%	14%	14%	18%	15%	17%	14%	23%
Personal and family relationships	15%	16%	11%	12%	16%	13%	17%	11%	21%	10%	18%	15%	8%	19%	19%	11%	8%	16%	23%	25%	8%	23%	15%	8%	25%	16%	19%	10%	18%
Freedom/legal rights	13%	9%	14%	19%	12%	11%	15%	9%	12%	10%	15%	15%	12%	10%	18%	10%	8%	10%	10%	13%	16%	12%	15%	17%	9%	7%	28%	15%	19%
None of these	13%	6%	17%	17%	7%	18%	5%	2%	3%	28%	11%	27%	24%	17%	6%	15%	29%	10%	4%	4%	21%	4%	13%	16%	5%	18%	4%	26%	3%

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021

Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.

El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

ÁREAS QUE SE ESPERA QUE CAMBIEN DEBIDO A LA IA- POR DEMOGRAFÍA (PROMEDIO MUNDIAL DEL PAÍS)

P. Entre estos, ¿cuál espera que cambie más para usted y su familia en los próximos 3-5 años específicamente debido al mayor uso de la inteligencia artificial?

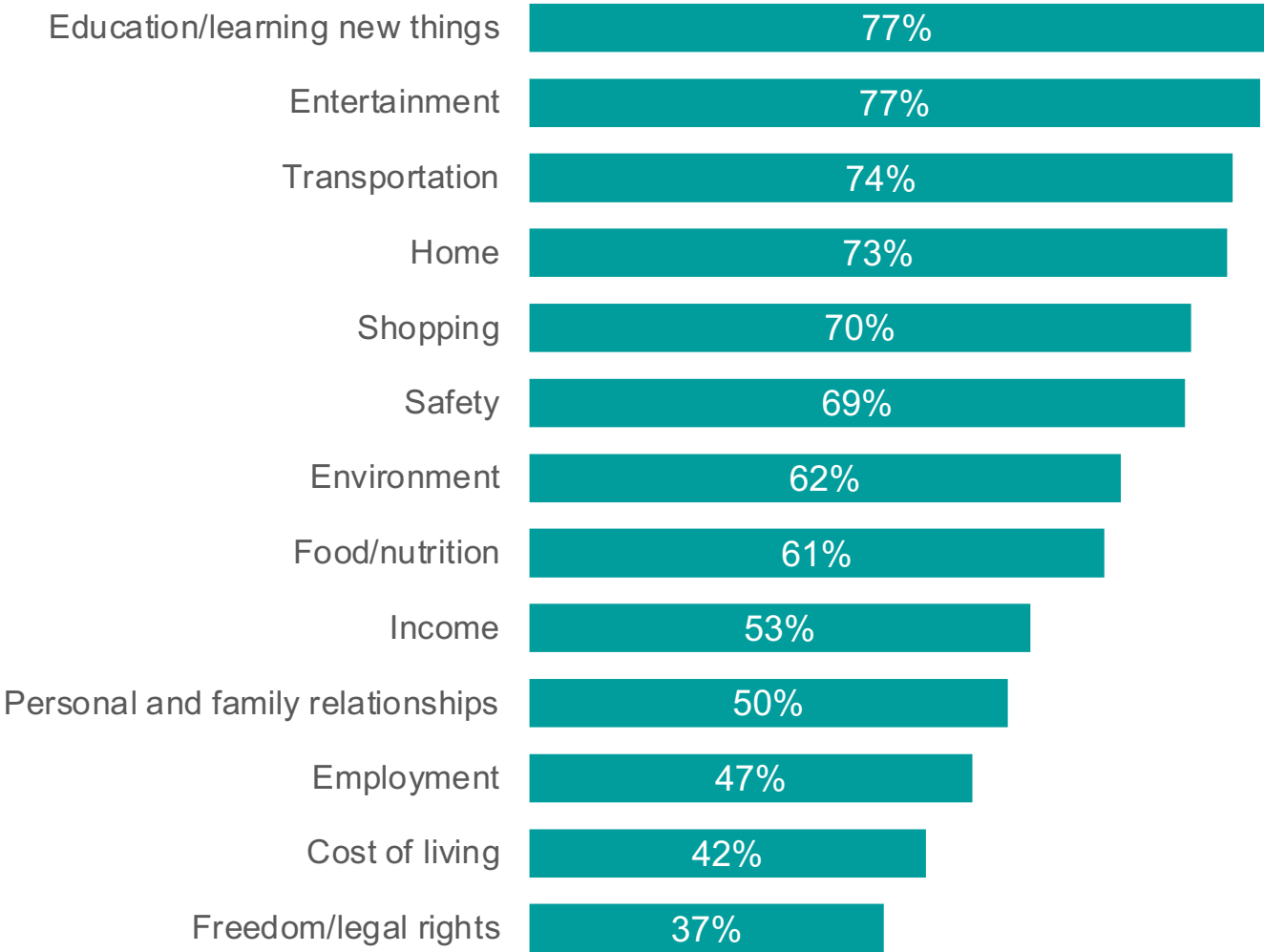
		Gender		Age			Household Income			Education			Employment			
	Global Country Average	Male	Female	Under 35	35 to 49	50 to 74	Low	Medium	High	Low	Medium	High	Business Owner	Sr Exec/Decision Maker	Total Employed	Non Employed
Education/learning new things	35%	33%	37%	37%	36%	33%	31%	34%	39%	31%	35%	39%	37%	38%	35%	35%
Safety	33%	35%	32%	32%	32%	36%	31%	34%	36%	32%	35%	32%	36%	36%	33%	34%
Employment	32%	32%	33%	36%	34%	27%	34%	33%	33%	32%	33%	33%	35%	36%	34%	30%
Shopping	31%	31%	31%	30%	32%	31%	27%	30%	35%	28%	30%	35%	33%	33%	31%	31%
Transportation	30%	33%	27%	30%	28%	32%	27%	29%	33%	25%	30%	33%	31%	30%	30%	30%
Entertainment	27%	30%	25%	29%	28%	24%	24%	27%	30%	22%	26%	32%	27%	29%	28%	25%
Cost of living	26%	25%	26%	26%	27%	25%	25%	27%	26%	26%	27%	24%	27%	28%	26%	25%
Home	23%	23%	23%	24%	23%	22%	22%	22%	25%	22%	23%	24%	23%	24%	23%	22%
Income	23%	22%	23%	27%	22%	18%	26%	22%	23%	25%	22%	22%	28%	27%	24%	21%
Environment	22%	22%	22%	22%	20%	23%	21%	22%	23%	19%	22%	23%	25%	25%	21%	23%
Food/nutrition	15%	15%	16%	18%	14%	14%	17%	16%	15%	16%	15%	15%	19%	18%	15%	17%
Personal and family relationships	15%	16%	15%	16%	16%	13%	15%	17%	15%	16%	15%	16%	19%	18%	16%	14%
Freedom/legal rights	13%	14%	12%	13%	13%	13%	13%	13%	14%	15%	12%	13%	16%	16%	13%	13%
None of these	13%	12%	14%	9%	13%	17%	15%	13%	9%	16%	14%	10%	6%	6%	11%	16%

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
 Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
 El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

ÁREAS QUE SE ESPERA QUE MEJOREN DEBIDO A LA IA (PROMEDIO MUNDIAL DE LOS PAÍSES)

P. Por favor, indique si espera que el mayor uso de la inteligencia artificial haga que cada uno de los siguientes sea mejor o peor para usted y su familia.

% “Mejor”



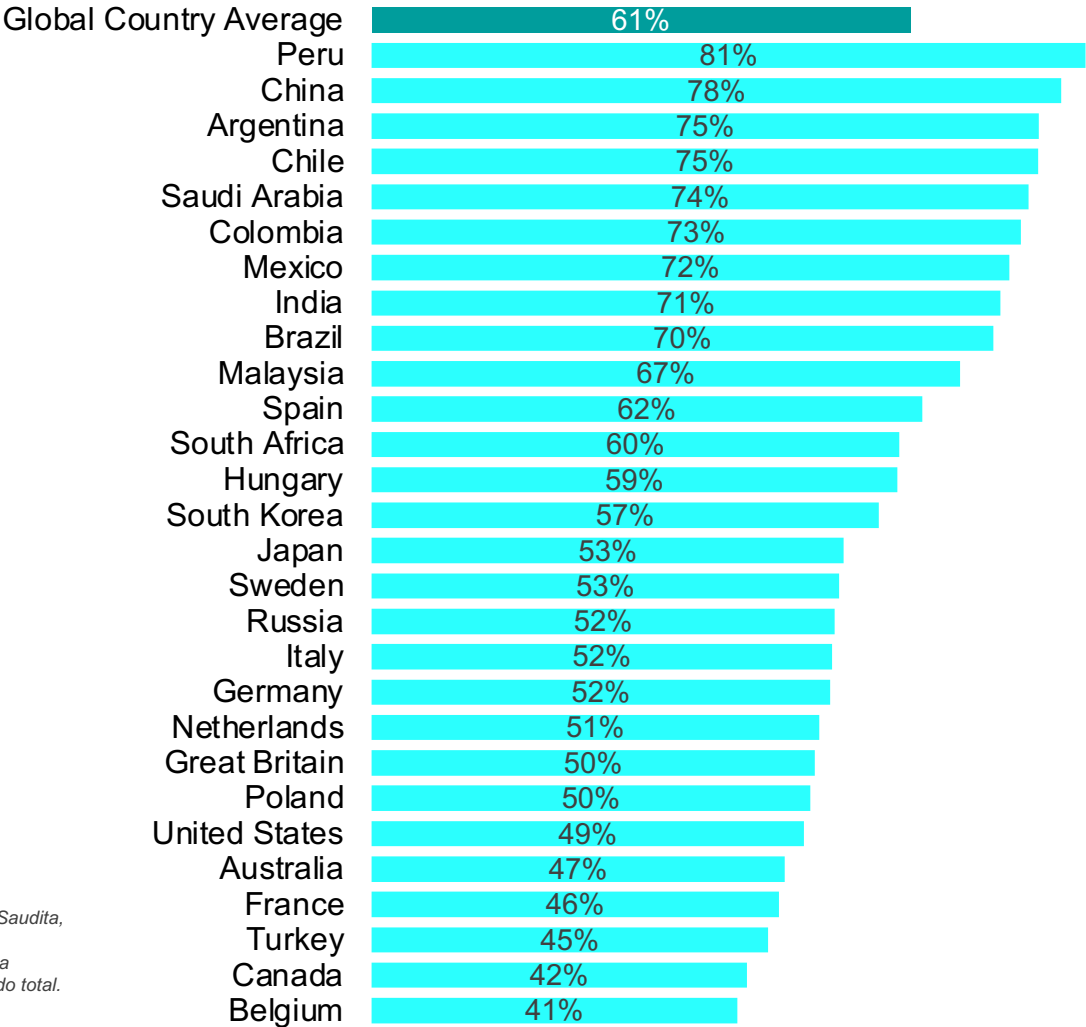
Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

EXPECTATIVA GENERAL DE MEJORA DE LA VIDA DEBIDO A LA IA (PROMEDIO PARA 13 ÁREAS)

P. Por favor, indique si espera que el mayor uso de la inteligencia artificial haga que cada uno de los siguientes sea mejor o peor para usted y su familia.

Promedio de % "Mejor" para 13 áreas:

- Educación/aprendizaje de cosas nuevas
- Seguridad
- Empleo
- Compras
- Transporte
- Diversión
- Costo de vida
- Hogar
- Renta
- Medio ambiente
- Alimentación/nutrición
- Relaciones personales y familiares
- Libertad/derechos legales



Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

ÁREAS QUE SE ESPERA QUE MEJOREN DEBIDO A LA IA – POR PAÍS

P. Por favor, indique si espera que el mayor uso de la inteligencia artificial haga que cada uno de los siguientes sea mejor o peor para usted y su familia. % “Mejor”

	Global Country Average	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	Germany	Spain	France	Great Britain	Hungary	India	Italy	Japan	South Korea	Mexico	Malaysia	Netherlands	Peru	Poland	Russia	Saudi Arabia	Sweden	Turkey	United States	South Africa
Education/learning new things	77%	89%	65%	56%	85%	60%	87%	91%	90%	64%	80%	63%	71%	75%	82%	74%	71%	84%	86%	73%	61%	93%	70%	65%	89%	73%	64%	63%	79%
Entertainment	77%	83%	71%	63%	86%	60%	89%	91%	87%	60%	83%	53%	72%	69%	84%	75%	67%	77%	89%	74%	67%	92%	62%	76%	87%	65%	72%	70%	81%
Transportation	74%	84%	60%	56%	80%	57%	87%	93%	86%	66%	81%	69%	58%	76%	76%	72%	72%	89%	79%	80%	72%	86%	65%	76%	85%	65%	70%	62%	69%
Home	73%	82%	66%	56%	72%	63%	87%	93%	84%	63%	78%	57%	65%	72%	67%	79%	78%	66%	70%	73%	70%	84%	70%	77%	80%	65%	56%	72%	68%
Shopping	70%	82%	51%	44%	81%	58%	86%	91%	86%	52%	70%	56%	63%	69%	74%	63%	72%	79%	90%	73%	53%	89%	62%	69%	86%	47%	48%	62%	80%
Safety	69%	86%	51%	55%	84%	49%	80%	84%	80%	63%	65%	61%	61%	62%	76%	70%	71%	65%	78%	70%	54%	83%	53%	57%	85%	58%	55%	58%	68%
Environment	62%	75%	45%	42%	69%	42%	78%	81%	70%	62%	73%	44%	51%	68%	71%	61%	56%	52%	74%	62%	55%	85%	46%	49%	72%	50%	51%	54%	58%
Food/nutrition	61%	75%	50%	34%	75%	40%	86%	80%	73%	54%	62%	43%	50%	54%	71%	45%	69%	54%	68%	72%	55%	74%	56%	41%	66%	74%	32%	50%	51%
Income	53%	77%	42%	41%	67%	25%	70%	60%	70%	39%	53%	35%	35%	47%	65%	24%	13%	31%	72%	60%	40%	79%	44%	40%	73%	36%	28%	33%	48%
Personal and family relationships	50%	48%	37%	26%	50%	31%	60%	73%	53%	42%	49%	39%	49%	52%	68%	39%	28%	43%	57%	71%	29%	76%	38%	52%	56%	52%	29%	42%	51%
Employment	47%	68%	28%	21%	57%	30%	61%	48%	59%	43%	48%	31%	32%	49%	59%	29%	22%	19%	70%	61%	43%	74%	34%	32%	61%	45%	19%	31%	40%
Cost of living	42%	68%	26%	23%	55%	21%	59%	54%	54%	33%	33%	22%	26%	46%	62%	27%	30%	41%	54%	49%	44%	78%	23%	27%	52%	37%	26%	24%	41%
Freedom/legal rights	37%	64%	16%	21%	55%	17%	50%	75%	62%	33%	35%	27%	19%	34%	71%	19%	46%	45%	52%	46%	15%	56%	22%	21%	75%	21%	33%	16%	40%

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021

Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.

El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

ÁREAS QUE SE ESPERA QUE MEJOREN DEBIDO A LA IA – POR DEMOGRAFÍA (PROMEDIO MUNDIAL DE LOS PAÍSES)

P. Por favor, indique si espera que el mayor uso de la inteligencia artificial haga que cada uno de los siguientes sea mejor o peor para usted y su familia.

% “Mejor”

		Gender		Age			Household Income			Education			Employment			
	Global Country Average	Male	Female	Under 35	35 to 49	50 to 74	Low	Medium	High	Low	Medium	High	Business Owner	Sr Exec/Decision Maker	Total Employed	Non Employed
Education/learning new things	77%	78%	77%	76%	77%	79%	76%	77%	79%	67%	79%	82%	82%	82%	78%	76%
Entertainment	77%	78%	76%	79%	76%	74%	75%	77%	78%	71%	78%	79%	80%	81%	78%	76%
Transportation	74%	76%	72%	76%	73%	72%	70%	73%	77%	67%	72%	80%	75%	76%	75%	72%
Home	73%	75%	72%	74%	74%	73%	70%	71%	77%	66%	73%	79%	75%	74%	76%	70%
Shopping	70%	72%	68%	73%	71%	64%	67%	69%	72%	59%	70%	75%	71%	74%	72%	65%
Safety	69%	70%	68%	70%	70%	67%	65%	70%	71%	64%	69%	72%	71%	74%	71%	66%
Environment	62%	64%	60%	61%	63%	63%	58%	62%	65%	53%	63%	67%	70%	69%	64%	59%
Food/nutrition	61%	61%	60%	63%	63%	55%	61%	62%	60%	54%	62%	64%	68%	68%	63%	58%
Income	53%	55%	51%	56%	54%	45%	52%	56%	52%	45%	55%	57%	61%	62%	56%	48%
Personal and family relationships	50%	52%	49%	55%	50%	45%	56%	50%	49%	46%	52%	52%	62%	60%	54%	44%
Employment	47%	47%	46%	50%	47%	41%	48%	48%	46%	39%	50%	48%	60%	59%	50%	41%
Cost of living	42%	43%	40%	47%	43%	34%	43%	40%	43%	34%	42%	48%	55%	54%	45%	36%
Freedom/legal rights	37%	38%	37%	45%	37%	28%	41%	38%	38%	35%	36%	41%	49%	52%	41%	32%

Base: 19,504 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 28 países, de noviembre a diciembre de 2021
Las muestras en línea en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía tienden a ser más urbanas, educadas y / o ricas que la población general.
El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.



METODOLOGÍA

Estos son los resultados de una encuesta de 28 países realizada por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor. Ipsos entrevistó a un total de 19,504 adultos de entre 18 y 74 años en los Estados Unidos, Canadá, Malasia, Sudáfrica y Turquía, y entre 16 y 74 en otros 23 mercados entre el 19 de noviembre y el 3 de diciembre de 2021.

La muestra consta de aproximadamente 1,000 individuos en cada uno de Australia, Brasil, Canadá, China (continental), Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y los Estados Unidos, y 500 individuos en cada uno de Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, India, Malasia, México, países bajos, Perú, Polonia, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia y Turquía.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, países bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y los Estados Unidos se pueden tomar como representativas de la población adulta general de estos países menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, China (continental), Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y / o más ricas que la población general. Los resultados de la

encuesta para estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Los datos se ponderan de modo que la composición de la muestra de cada mercado refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta de acuerdo con los datos del censo más recientes.

Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/-1 más/menos que la real, esto puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de respuestas no sabe o no se indica.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1,000 con precisión de +/- 3.5 puntos porcentuales y de 500 con precisión de +/- 4.8 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de Ipsos de los intervalos de credibilidad, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos cumple con las reglas y regulaciones locales.

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, está presente en 90 mercados y emplea a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades únicas de múltiples especialistas que brindan información poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

“Game Changers”, nuestro lema, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones confiables nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en verdad procesable.

Es por eso que nuestros expertos apasionadamente curiosos no solo brindan la medición más precisa, sino que la moldean para brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para hacer esto, utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y el conocimiento y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz.

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.