



# **INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

**ENCUESTA DE HÁBITOS DE CONSUMO DE  
PRODUCTOS APÓCRIFOS**  
CIUDADES DE LEÓN, PUEBLA Y HERMOSILLO

**2016**

## **ENCUESTA DE HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS APÓCRIFOS**

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) a través de la Dirección Divisional de Protección a la Propiedad Intelectual realiza estudios desde el año 2007 respecto a la opinión del público en general sobre el tema de piratería y falsificación.

La encuesta es un instrumento estadístico cuyo objetivo es proporcionar mediciones del fenómeno social denominado Piratería y Falsificación. Como mecanismo de interacción y medio de comunicación, las autoridades pueden allegarse de la opinión de la población, para de esta forma tomar medidas de protección que beneficien tanto a los titulares de los derechos como a la población en general.

Hasta la fecha se han realizado diversas encuestas en las principales ciudades del país en las que se encuentran la Ciudad de México, Estado de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla, León, Toluca, Veracruz, Mérida, Hermosillo, Oaxaca, Tijuana, Querétaro, Villahermosa, Aguascalientes, Chihuahua y Acapulco; estas ciudades fueron elegidas por su importancia económica, tamaño poblacional y actividades económicas, se destacó su importancia regional y se eludió las ciudades de alto impacto en inseguridad. En el año 201 se realizaron tres estudios, en las ciudades de León, Puebla y Hermosillo.

## **Objetivos de la encuesta**

### **Objetivo General**

Medir y caracterizar el consumo de productos apócrifos de los habitantes de las ciudades de León, Puebla y Hermosillo.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Conocer los productos apócrifos que son adquiridos con mayor frecuencia.
- ✓ Detectar los factores que condicionan la demanda.
- ✓ Ubicar los canales de distribución.
- ✓ Determinar los precios predominantes.
- ✓ Medir el grado de sensibilización del público con respecto al problema de piratería.

Adicionalmente la encuesta es utilizada como un mecanismo para crear conciencia en la sociedad sobre los problemas económicos y sociales que genera el consumo de productos apócrifos.

### **Encuestas realizadas en el 2016**

Durante el año 2016, se realizaron tres Encuestas de Hábitos de Consumo de Productos Apócrifos, en las ciudades de León, Puebla y Hermosillo.

## Metodología y muestra

- a) Población objetivo: consumidores que viven en los límites territoriales de las ciudades estudiadas (León, Puebla y Hermosillo) que cuentan con edad entre 15 y 65 años.
- b) Entrevistas personales cara a cara en puntos diversos puntos de afluencia en las ciudades de León, Puebla y Hermosillo.
- c) Selección de la muestra, aleatoria por cuotas.

Ciudad	Año	Entrevistas realizadas	Entrevistas efectivas	Error muestral	Nivel de confianza
León	2016	800	761	+/-3.4%	95%
Puebla	2016	800	770	+/-3.4%	95%
Hermosillo	2016	800	775	+/-3.4%	95%

A continuación, se presentan los resultados más destacados que se obtuvieron de los estudios que se realizaron durante el 2016:



## RESULTADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN

Derivado de los datos recabados de las entrevistas realizadas en la ciudad de León, se han observado las siguientes tendencias:

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	El precio	49 %
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	96 %
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	84 %
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	70 %
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	Sí	60 %
Incidencia de consumo de productos piratas.	Discos de película	80 %
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	51 %
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	65 %
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	85 %
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	88 %
¿Los productos piratas son legales?	Falso	96 %
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	85 %
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	62 %
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	82 %
Género de los entrevistados.	Femenino	50 %
Edad de los entrevistados.	15 – 19 años	16 %



## RESULTADOS DE LA CIUDAD DE PUEBLA

Derivado de los datos recabados de las entrevistas realizadas en la ciudad de Puebla, se han observado las siguientes tendencias:

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	50 %
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	97 %
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	76 %
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	76 %
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	Sí	59 %
Incidencia de consumo de productos piratas.	Discos de película	90 %
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	53 %
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	62 %
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	88 %
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	90 %
¿Los productos piratas son legales?	Falso	97 %
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	81 %
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	52 %
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	75 %
Género de los entrevistados.	Femenino	51 %
Edad de los entrevistados.	20 – 24 años	15 %



## RESULTADOS DE LA CIUDAD DE HERMOSILLO

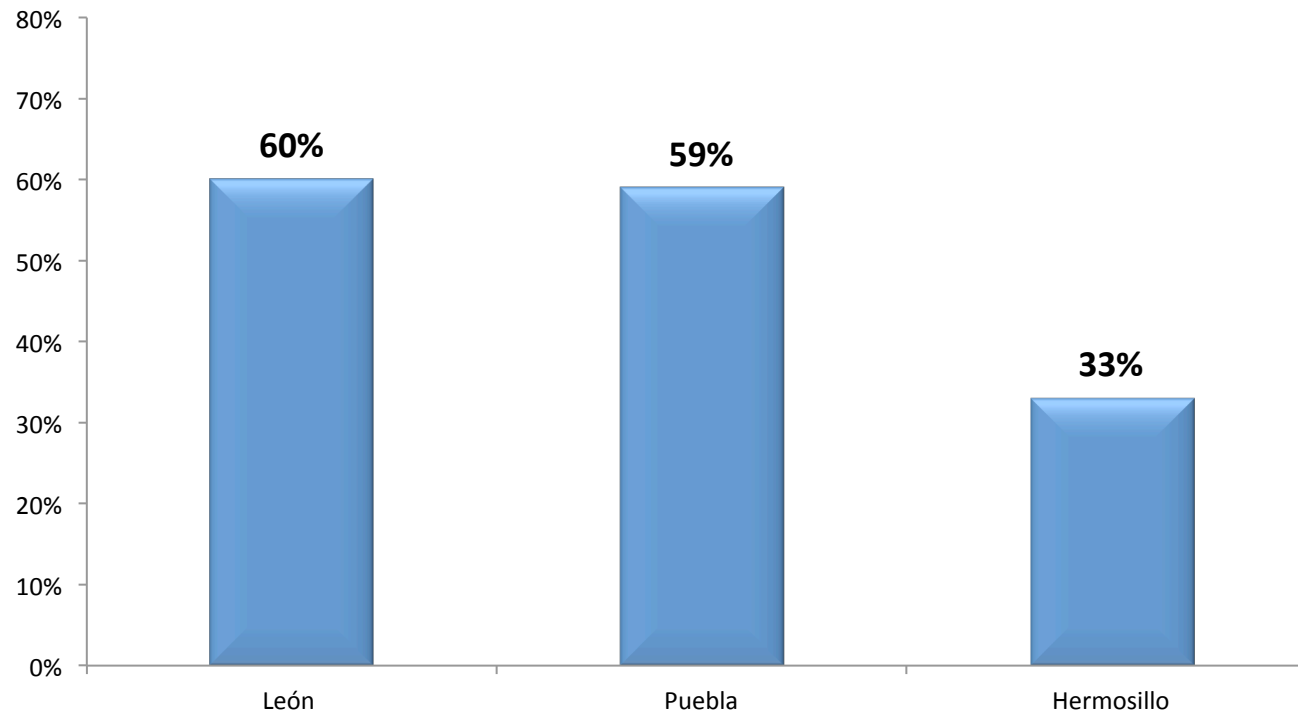
Derivado de los datos recabados de las entrevistas realizadas en la ciudad de Hermosillo, se han observado las siguientes tendencias:

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	57 %
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	99 %
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	95 %
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	95 %
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	No	67 %
Incidencia de consumo de productos piratas.	Discos de película	61 %
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	51 %
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	58 %
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	87 %
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	91 %
¿Los productos piratas son legales?	Falso	97 %
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	77 %
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	Sí	51 %
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	66 %
Género de los entrevistados.	Femenino	52 %
Edad de los entrevistados.	15 – 24 años	28 %



Entre los resultados obtenidos en las ciudades encuestadas durante el año 2016, se observa que los consumidores de la Ciudad de León son los que adquieren con mayor incidencia productos apócrifos en comparación con Puebla y Hermosillo.

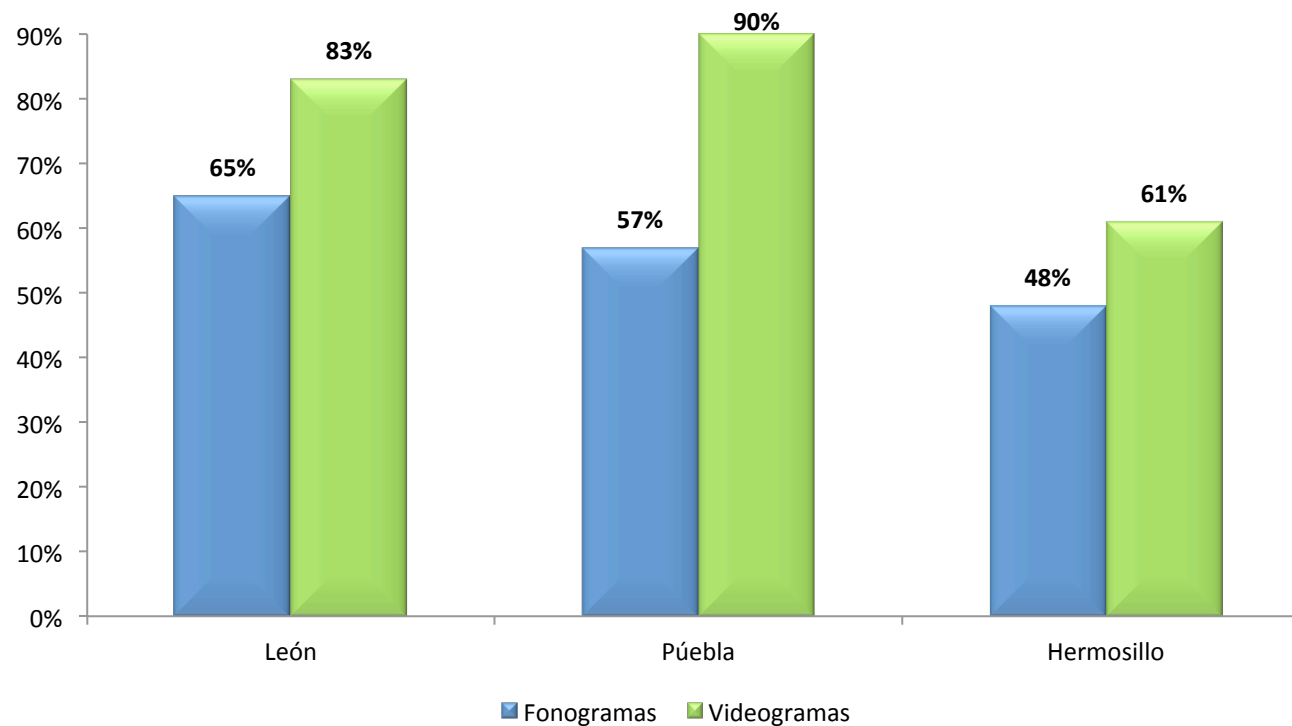
### Entrevistados que compraron productos apócrifos





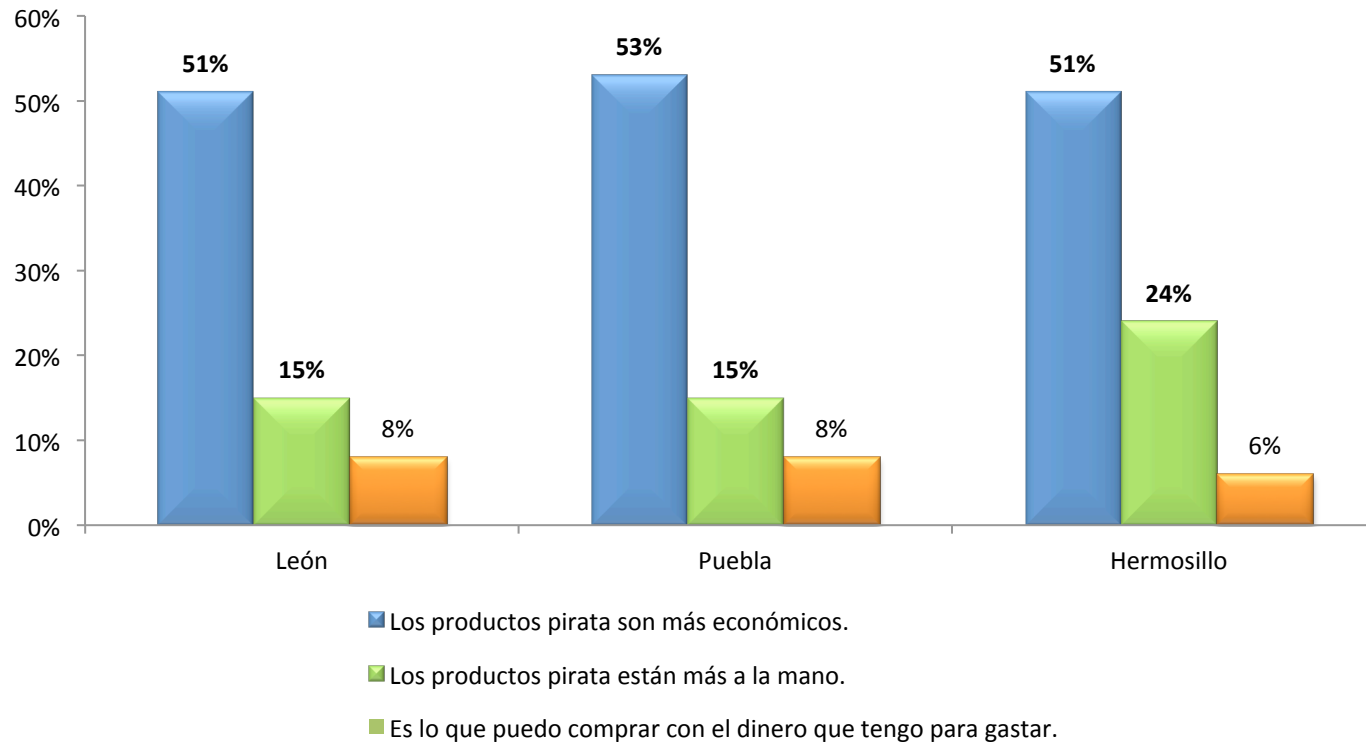
El consumo de productos apócrifos impacta negativamente a diversas industrias, las más afectadas de acuerdo a la incidencia de los entrevistados son la industria musical y cinematográfica.

### Entrevistados que compraron fonogramas y videogramas



Los consumidores de las tres ciudades estudiadas en el 2015, señalan como su principal incentivo a adquirir productos piratas el factor económico.

### Razones por las cuales se compran productos apócrifos



Las medidas que se obtienen se pueden establecer como confiables del fenómeno que se estudia, toda vez que es realizado por el propio personal del Instituto. Cabe señalar que la estimación de la propensión a consumir productos apócrifos, no es comparable ni debe interpretarse como tasa de piratería; lo que se mide es la “tasa declarada de consumo de piratería”, y debido a que la concientización es uno de los ejes rectores del combate, se obtendrán resultados óptimos al realizarse la aplicación de la encuesta.

Debido a la conveniente medición que se ha realizado, es necesario extender la aplicación de la encuesta, por lo que se continuará durante el año 2017 con los estudios. La finalidad es llegar a conocer en un futuro próximo, un panorama nacional más exacto sobre los hábitos de consumo de productos apócrifos.