

IMPI
INSTITUTO MEXICANO
DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL



INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

ENCUESTA DE HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS APÓCRIFOS

CIUDADES DE CAMPECHE, TORREÓN Y SAN LUIS POTOSÍ

2015

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; éstas 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 2015 se realizaron tres estudios, en las ciudades de Campeche, Torreón y San Luis Potosí.

Objetivos de la encuesta

Objetivo General

Medir y caracterizar el consumo de productos apócrifos de los habitantes de las ciudades de Monterrey, Chihuahua y Acapulco.

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 2015

Durante el año 2015, se realizaron tres Encuestas de Hábitos de Consumo de Productos Apócrifos, en las ciudades de Campeche, Torreón y San Luis Potosí.

Metodología y muestra

- a) Población objetivo: consumidores que viven en los límites territoriales de las ciudades estudiadas (Campeche, Torreón y San Luis Potosí) 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 Campeche, Torreón y San Luis Potosí.
- c) Selección de la muestra, aleatoria por cuotas.

Ciudad	Año	Entrevistas realizadas	Entrevistas efectivas	Error muestral	Nivel de confianza
Campeche	2015	800	726	+/-3.4%	95%
Torreón	2015	800	711	+/-3.4%	95%
San Luis Potosí	2015	800	742	+/-3.4%	95%

A continuación, se presentan los resultados más destacados que se obtuvieron de los estudios que se realizaron durante el 2015:

RESULTADOS DE LA CIUDAD DE CAMPECHE

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

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	58.82%
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	96.57%
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	81.22%
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	59.66%
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	No	54.66%
Incidencia de consumo de productos piratas.	Películas	63.67%
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	31.07%
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	59.27%
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	85.67%
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	90.98%
¿Los productos piratas son legales?	Falso	76.72%
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	75.07%
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	59.47%
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	49.84%
Género de los entrevistados.	Femenino	52.20%
Edad de los entrevistados.	20 – 24 años	15.22%

RESULTADOS DE LA CIUDAD DE TORREÓN

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

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	60 %
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	95 %
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	91 %
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	78 %
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	No	52 %
Incidencia de consumo de productos piratas.	Discos de Música	75 %
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	37 %
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	53 %
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	82 %
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	86 %
¿Los productos piratas son legales?	Falso	90 %
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	80 %
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	66 %
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	44 %
Género de los entrevistados.	Femenino	52 %
Edad de los entrevistados.	15 – 19 años	15 %

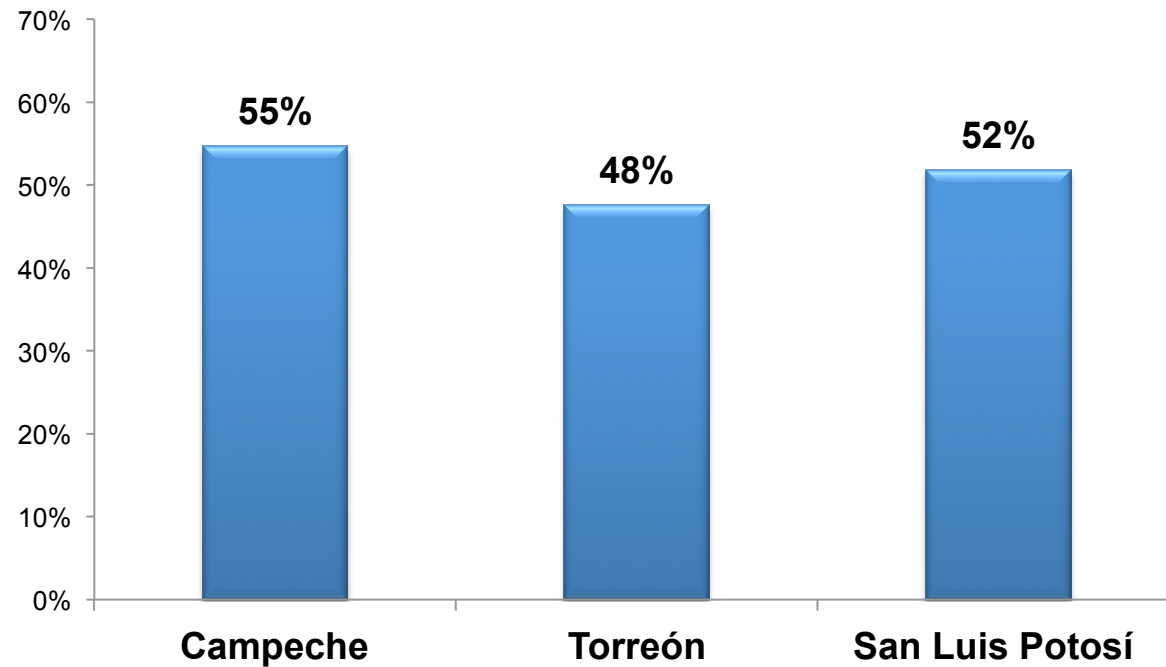
RESULTADOS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ

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

PREGUNTA	RESPUESTA MÁS COMÚN	
Diferencia principal entre los productos originales y los piratas.	La calidad	54.04%
¿Le han vendido algún medicamento pirata?	No	95.13%
¿Le han vendido alguna bebida alcohólica falsificada?	No	72.45%
¿Le han vendido algún cigarro falsificado?	No	69.90%
Durante el último año, ¿compró algún producto de los llamados “pirata”?	Sí	51.76%
Incidencia de consumo de productos piratas.	Películas	72.15%
¿Por qué se adquieren los productos piratas?	Los productos piratas son más económicos.	44.06%
¿La piratería genera mayor cantidad de empleos en la economía del país?	Verdadero	52.12%
¿La piratería implica riesgos para la salud pública?	Verdadero	88.24%
¿La piratería puede considerarse delincuencia organizada?	Verdadero	93.06%
¿Los productos piratas son legales?	Falso	95.52%
¿El gobierno está tomando las medidas adecuadas para resolver el problema de la piratería?	Falso	84.51%
Entrevistados que conocen la frase: “Derechos de Propiedad Intelectual”.	No	52.63%
Entrevistados que conocen a las Instituciones que protegen los Derechos de Propiedad Intelectual.	No sabe	73.88%
Género de los entrevistados.	Femenino	51.50%
Edad de los entrevistados.	15 – 19 años	15.38%

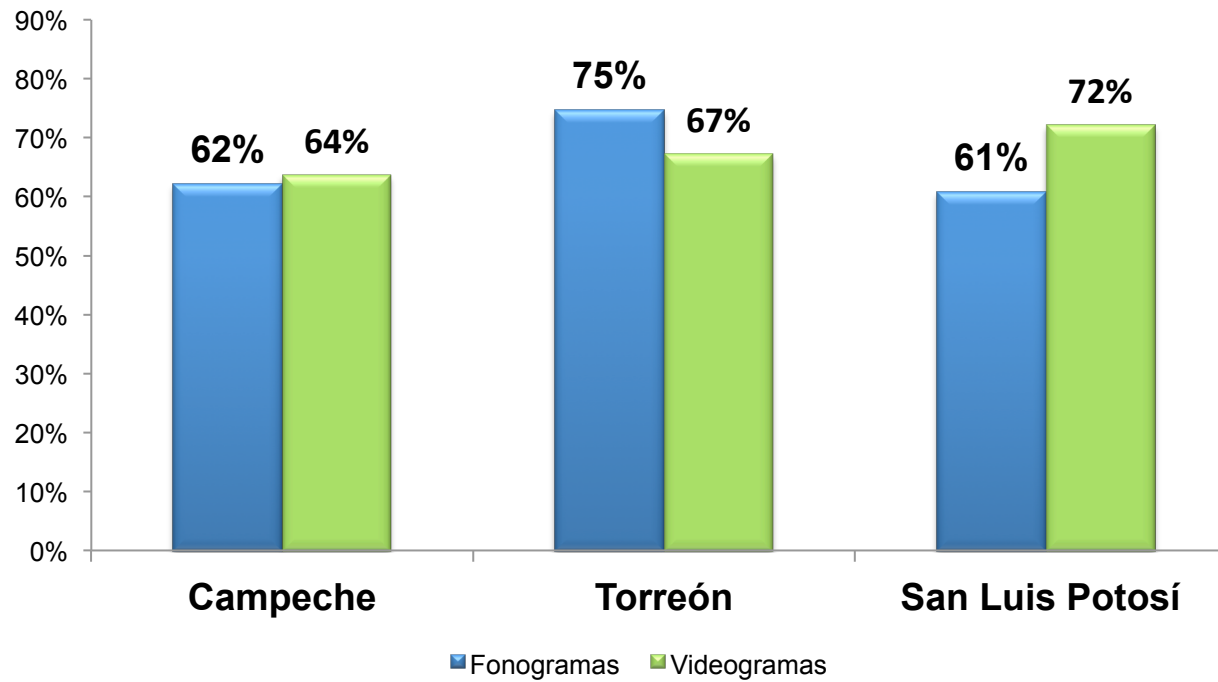
Entre los resultados obtenidos en las ciudades encuestadas durante el año 2015, se observa que los consumidores de la Ciudad de Campeche son los que adquieren con mayor incidencia productos apócrifos en comparación con Torreón y San Luis Potosí.

Entrevistados que compraron productos apócrifos



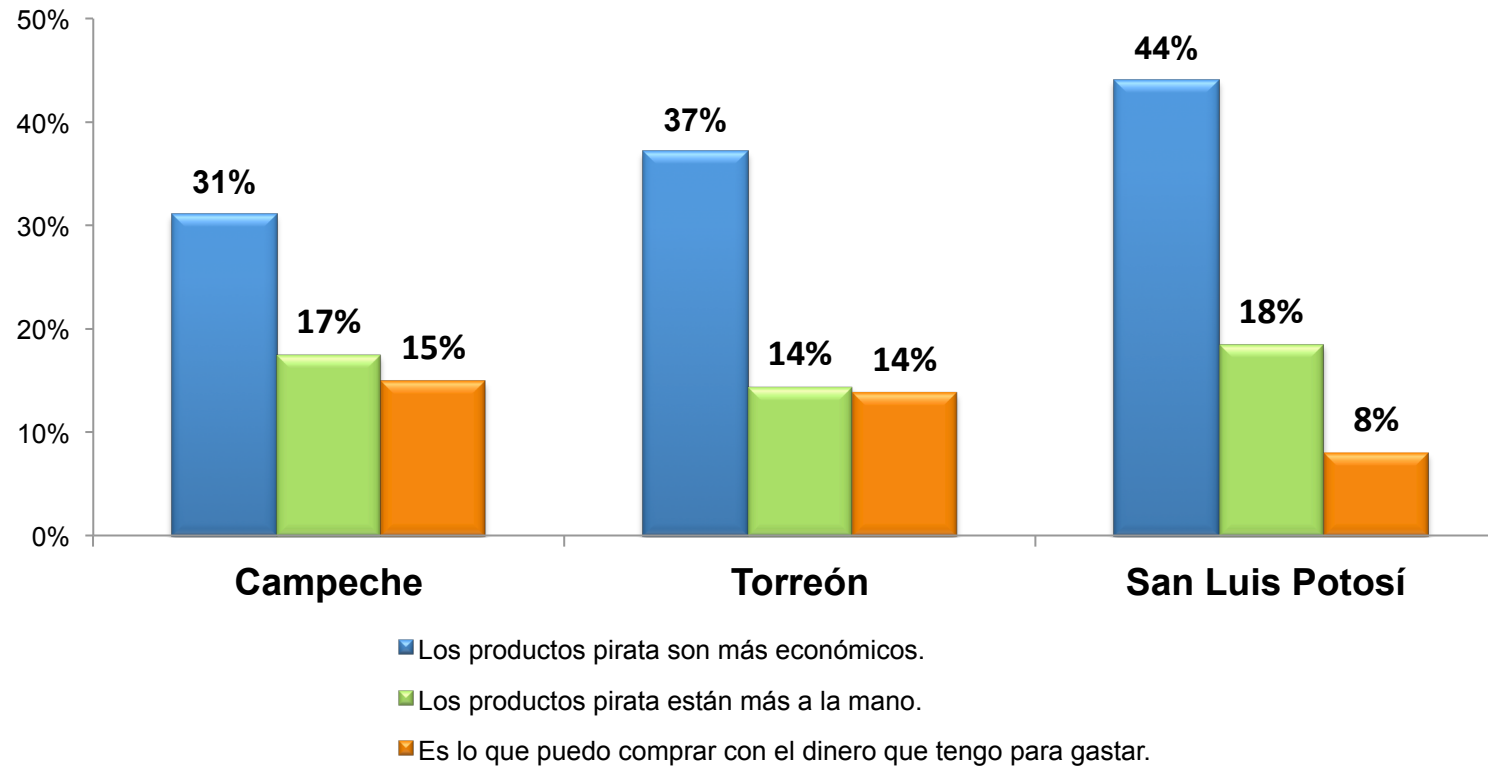
El consumo de productos apócrifos impacta negativamente a diversas industrias, las más afectadas de acuerdo a la incidencia de los entrevistados son la industria musical y cinematográfica.

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 2016 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.