CONSUMO CONSECUENTE

#VerdaderoOFalso

Informe de Resultados de los Sondeos

SONDEOS REALIZADOS POR CECU EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA "VERDADERO O FALSO. CONSUMO CONSECUENTE"

El carácter informal de estos sondeos no permite atribuir a los mismos la certeza que una encuesta rigurosa, sujeta a parámetros y métodos estadísticos ofrecería, pero sí sirven de aproximación a la opinión de los consumidores respecto a las cuestiones planteadas.

CECU ha realizado dos sondeos o muestreos "online" sobre el fenómeno de las falsificaciones:

- En el primero de ellos se quiso poner el acento en la cuestión general de la comercialización de productos falsificados y lo que supone el fenómeno de la falsificación en nuestra sociedad. Para ello se formularon en la encuesta online 13 preguntas
- El segundo, más concreto, se centró en los productos de cosmética e higiene personal falsificados y la percepción que de ellos tienen los consumidores, a través de 11 preguntas que los consumidores debían responder.

Detalles de los sondeos:

- Fecha de realización:
  - El primer sondeo sobre productos falsificados en general se llevó a cabo entre los días 15 de septiembre y el 28 de octubre.
  - El segundo sondeo sobre productos cosméticos falsificados se realizó de los días 9 a 23 de noviembre.
- Participantes en los sondeos:
  - En el primer sondeo participaron 329 personas: 163 hombres (49,54%) y 166 mujeres (50,46%)
  - En el segundo sondeo participaron 121 personas: 60 hombres (49,59%) y 61 mujeres (50,41%)

RESULTADOS

Los resultados generales y las conclusiones más relevantes para cada uno de los sondeos se detallan a continuación.

ÍNDICE

RESULTADOS SONDEO 1 – Sobre productos falsificados en general. _____ *5*

1. Pregunta 1._____ 5
2. Pregunta 2._____ 6
3. Pregunta 3._____ 7
4. Pregunta 4._____ 8
5. Pregunta 5._____ 9
6. Pregunta 6._____ 10
7. Pregunta 7._____ 11
8. Pregunta 8._____ 12
9. Pregunta 9._____ 13
10. Pregunta 10._____ 14
11. Pregunta 11._____ 15
12. Pregunta 12._____ 16
13. Pregunta 13._____ 17

CONCLUSIONES DEL SONDEO 1 – Sobre productos falsificados en general. _____ *18*

RESULTADOS SONDEO 2 – Sobre productos cosméticos falsificados. _____ *19*

1. Pregunta 1._____ 19
2. Pregunta 2._____ 20
3. Pregunta 3._____ 21
4. Pregunta 4._____ 22
5. Pregunta 5._____ 23
6. Pregunta 6._____ 24
7. Pregunta 7._____ 24
8. Pregunta 8._____ 25
9. Pregunta 9._____ 26
10. Pregunta 10._____ 26
11. Pregunta 11._____ 27

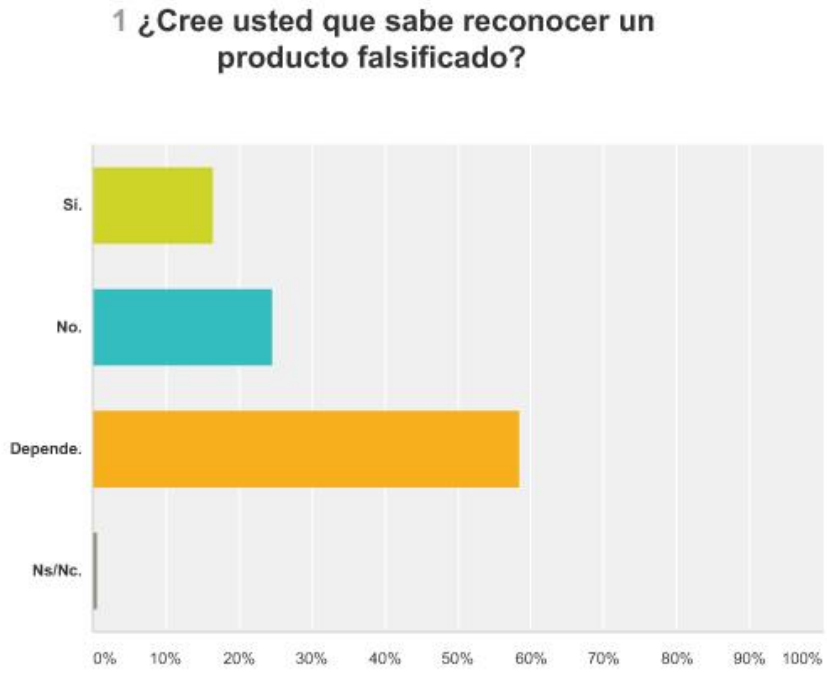
CONCLUSIONES DEL SONDEO 2 – Sobre productos cosméticos falsificados. _____ *28*

RESULTADOS SONDEO 1 – Sobre productos falsificados en general.

1. Pregunta 1.

No todos los productos falsificados son identificables para el consumidor como tales.

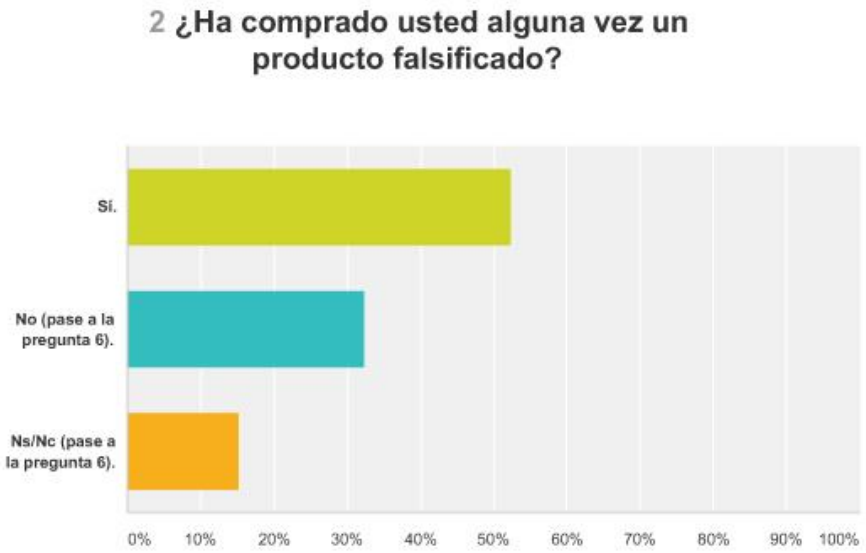
a. Más de la mitad de los consumidores (58,36%) opina que depende del tipo de producto del que se trate saben o no si es falsificado.
b. No obstante, casi una cuarta parte de los encuestados (24,62%) afirma no saber reconocer un producto falsificado.
c. Nos hallamos, pues, ante un panorama complejo y nada uniforme.



Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	16,41%
No.	24,62%
Depende.	58,36%
Ns/Nc.	0,61%

2. Pregunta 2.

Más de la mitad de los que han respondido afirman **haber comprado alguna vez** algún producto falsificado (52,48%) frente a una tercera parte (32,3%) que afirma no haberlo hecho.

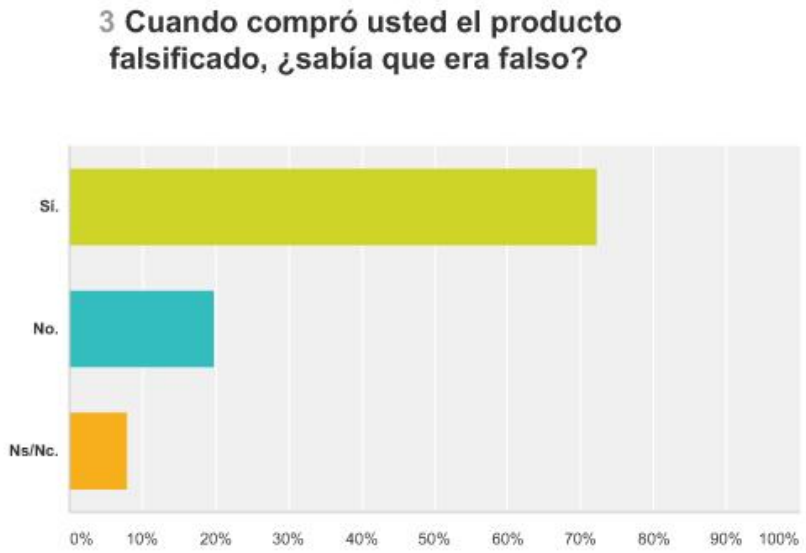


Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	52,48%
No (pase a la pregunta 6).	32,30%
Ns/Nc (pase a la pregunta 6).	15,22%

3. Pregunta 3.

Casi tres cuartas parte de quienes afirman haber comprado un producto falsificado (72,19%) reconocen haberlo hecho **sabiendo que era falso**.

a. No llega a una quinta parte quienes desconocían que era falso el producto adquirido en el momento de la compra (19,79%)

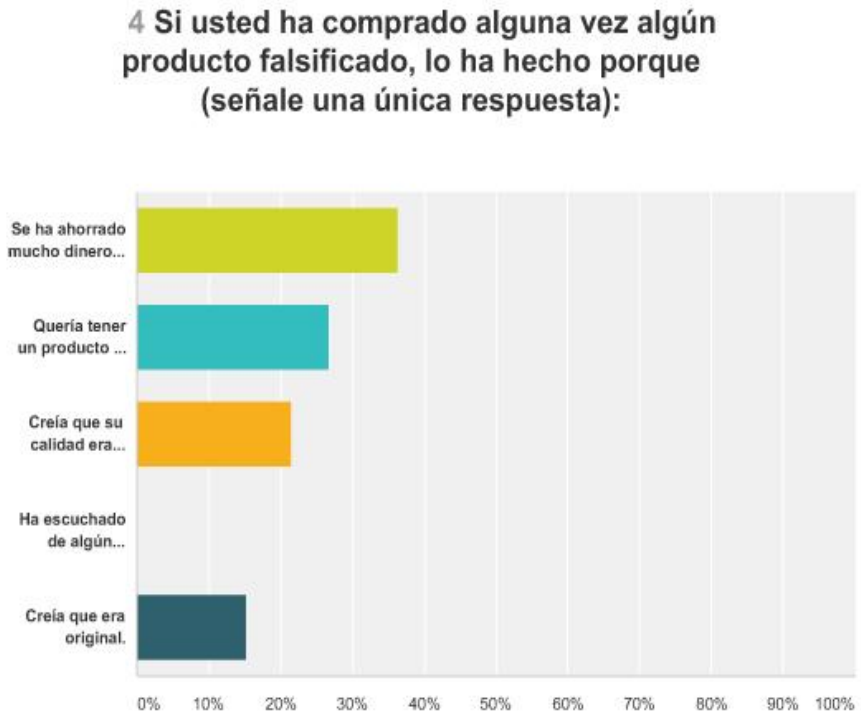


Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	72,19%
No.	19,79%
Ns/Nc.	8,02%

4. Pregunta 4.

El motivo principal de quienes han comprado un producto falsificado tiene que ver con el **ahorro económico**

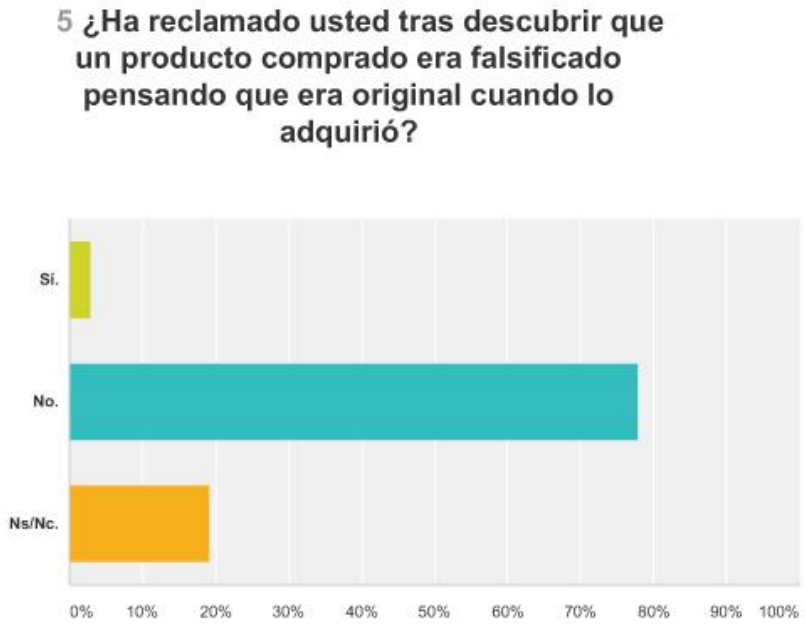
a. Ahorrarse “mucho dinero” es la razón de compra de productos falsificados para más de la tercera parte de quienes reconocen haberlo adquirido (36,36%)
b. Muy unida a la anterior, más de una cuarta parte de quienes han respondido (26,70%) manifiestan haber querido tener un producto de prestigio sin gastarse lo que vale
c. Una quinta parte de los encuestados (21,59%) pensaban que la calidad del producto falso era semejante a la del producto original.
d. Un 15,34% compraron un producto falsificado porque pensaban que era original. Este porcentaje se acerca a quienes respondieron en la anterior cuestión no saber que el producto falsificado lo era al adquirirlo (19,79%).



Opciones de respuesta	Respuestas
Se ha ahorrado mucho dinero (pase a pregunta 6).	36,36%
Quería tener un producto de prestigio sin gastarse lo que vale el original (pase a pregunta 6).	26,70%
Creía que su calidad era semejante al producto original (pase a pregunta 6).	21,59%
Ha escuchado de algún conocido que es mejor comprarlo falsificado (pase a pregunta 6).	0,00%
Creía que era original.	15,34%

5. Pregunta 5.

La gran mayoría de consumidores (77,88%) **NO RECLAMA** tras la compra de un producto falsificado.

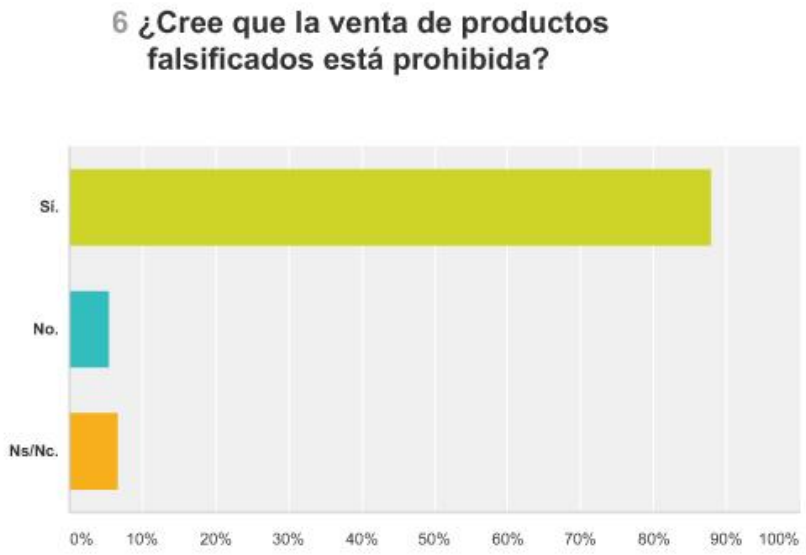


Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	2,88%
No.	77,88%
Ns/Nc.	19,23%

6. Pregunta 6.

La mayoría de los consumidores (87,84%), casi 9 de cada diez, saben que la venta de productos falsificados **está prohibida**.

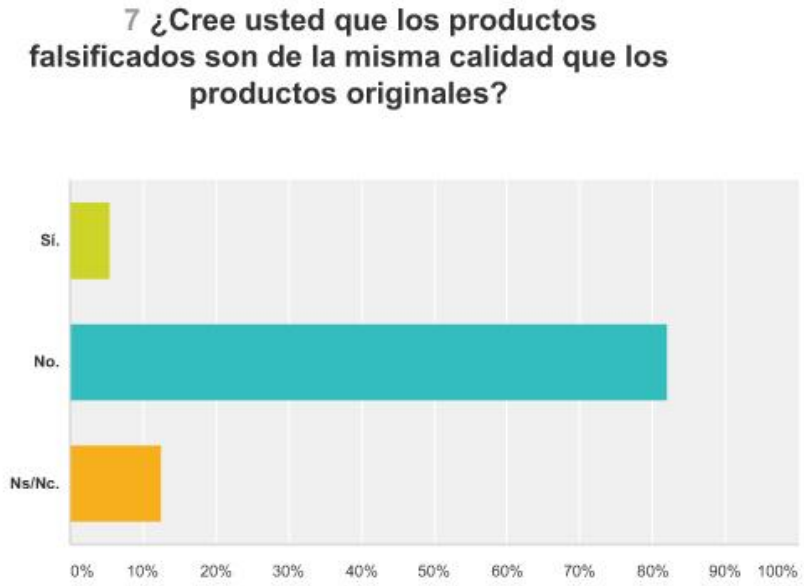
a. Sólo un 5,47% desconoce que esta práctica está prohibida.



Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	87,84%
No.	5,47%
Ns/Nc.	6,69%

7. Pregunta 7.

Casi en la misma medida de saber que la venta de productos falsificados está prohibida, los consumidores reconocen que estos **NO SON de la misma calidad** que los productos originales. Un 82,07% así lo afirma.



Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	5,47%
No.	82,07%
Ns/Nc.	12,46%

8. Pregunta 8.

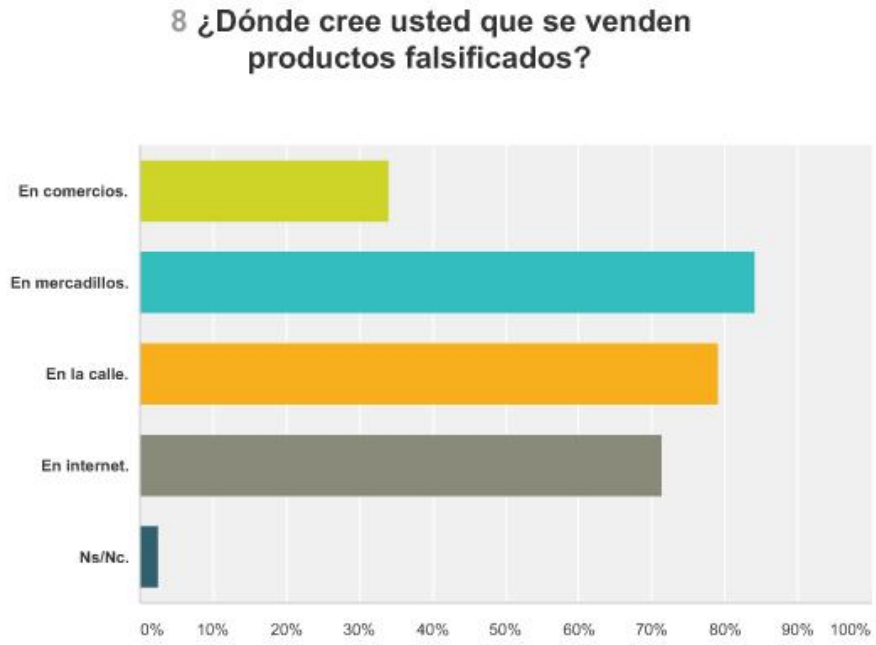
Los **espacios más habituales de venta** de productos falsificados reconocidos por los consumidores son, en este orden:

a. Los mercadillos (84,19%)
b. La calle (79,03%)
c. Internet (71,43%)

Aunque a una gran distancia de los anteriores, un 34,04% (más de una tercera parte) de quienes han contestado, han señalado también a los comercios como espacio de venta de productos falsificados.

El ranking de espacios donde se "mueve" la comercialización de productos falsos coincide con el de otros estudios realizados por diferentes sectores.

Internet aparece ya como un ámbito en el que es común encontrar productos falsos a la venta.

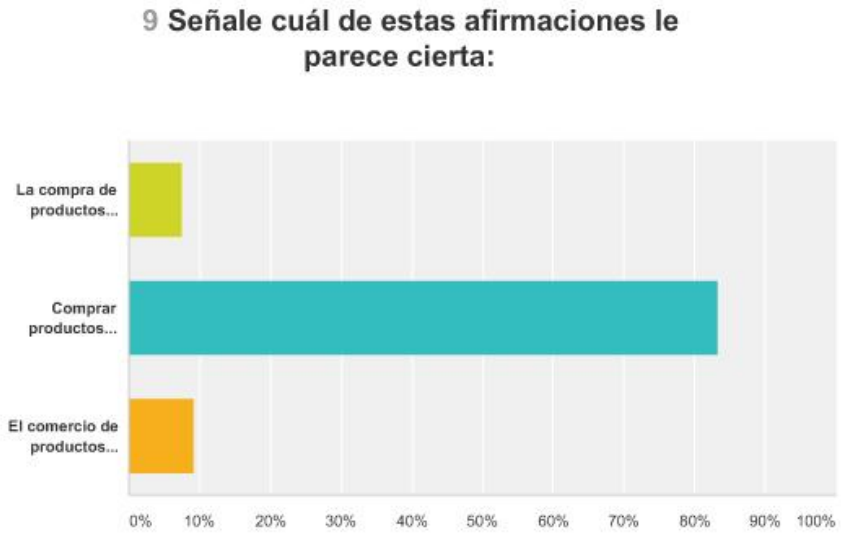


Opciones de respuesta	Respuestas
En comercios.	34,04%
En mercadillos.	84,19%
En la calle.	79,03%
En internet.	71,43%
Ns/Nc.	2,43%

9. Pregunta 9.

La adquisición de productos falsificados **deteriora la economía del país**. Es una realidad para más de un 83% de personas que han contestado.

a. La evasión del pago de impuestos que supone la comercialización de productos falsificados es la razón de ese deterioro.



Opciones de respuesta	Respuestas
La compra de productos falsificados incrementa el consumo y por tanto la economía del país.	7,60%
Comprar productos falsificados deteriora la economía del país al no tributar impuestos en el mismo.	83,28%
El comercio de productos falsificados no tiene incidencia en la economía.	9,12%

10. Pregunta 10.

El **incumplimiento de las normativas** (legal, laboral y medioambiental) se sitúa como la causa del menor precio de los productos falsificados para casi dos terceras partes de los consumidores (64,74%).

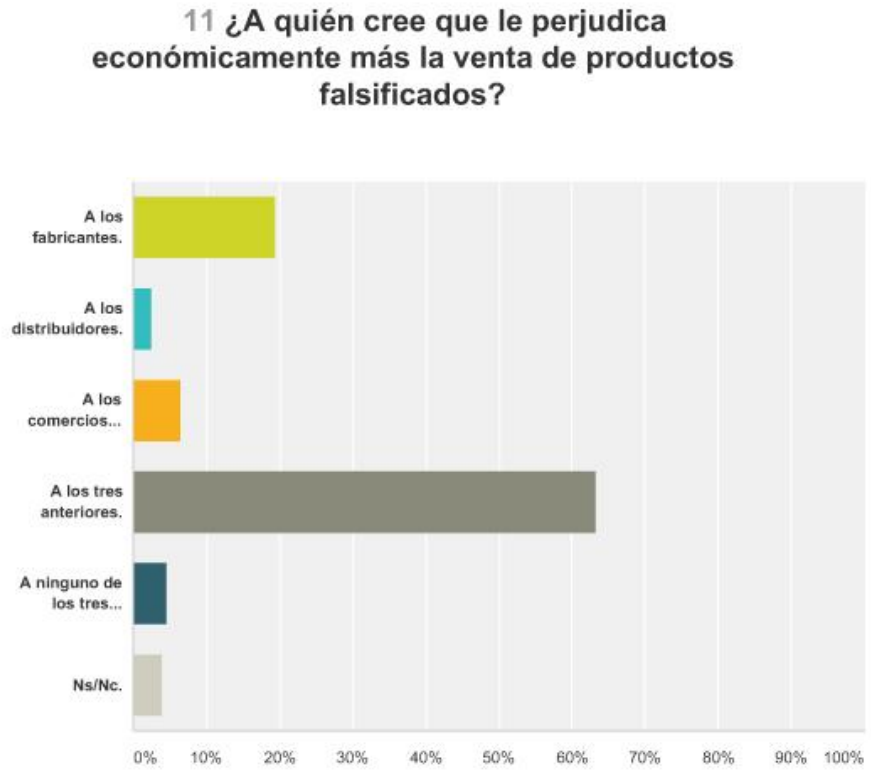
a. Más de la tercera parte, sin embargo, cree que el bajo precio se debe a la mano de obra más barata en otros países o al coste inferior de los materiales de producción de estos productos (35,26%).

Opciones de respuesta	Respuestas
Que su fabricación ha sido más barata al haberse producido en otro país.	20,97%
Que los materiales con los que se ha fabricado le han salido más baratos a un gran fabricante.	14,29%
Que no cumple con la normativa legal / laboral / medioambiental y por eso es tan barato.	64,74%

11. Pregunta 11.

Para casi dos terceras partes de los que han respondido (63,22%) los **perjudicados económicamente** por la venta de productos falsificados son tanto los fabricantes como los distribuidores y comercios minoristas.

a. Casi una de cada cinco personas considera que los más perjudicados son los fabricantes (19,45%)

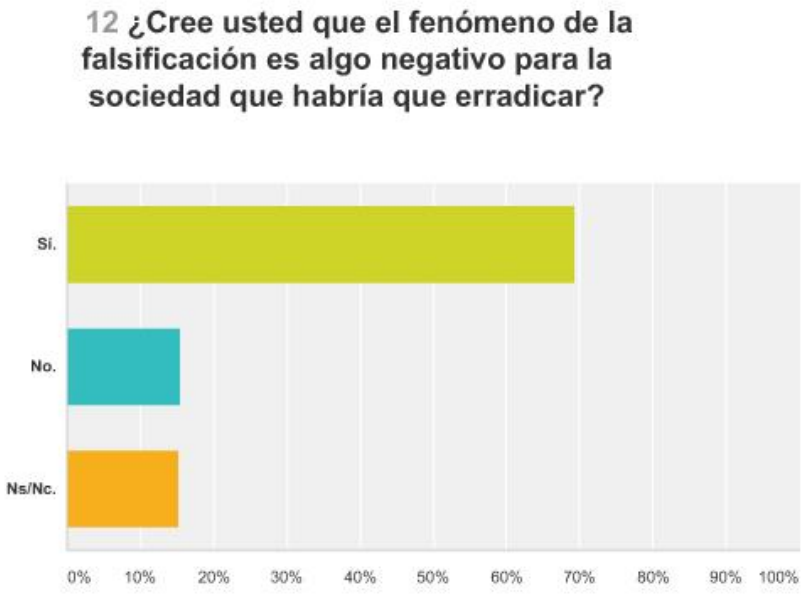


Opciones de respuesta	Respuestas
A los fabricantes.	19,45%
A los distribuidores.	2,43%
A los comercios minoristas.	6,38%
A los tres anteriores.	63,22%
A ninguno de los tres anteriores.	4,56%
Ns/Nc.	3,95%

12. Pregunta 12.

El fenómeno de la falsificación es **percibido como algo negativo** para la sociedad, a erradicar, por casi el 70% de personas que han respondido (69,30%).

a. 3 de cada 10 personas no lo perciben como negativo o no se pronuncian.

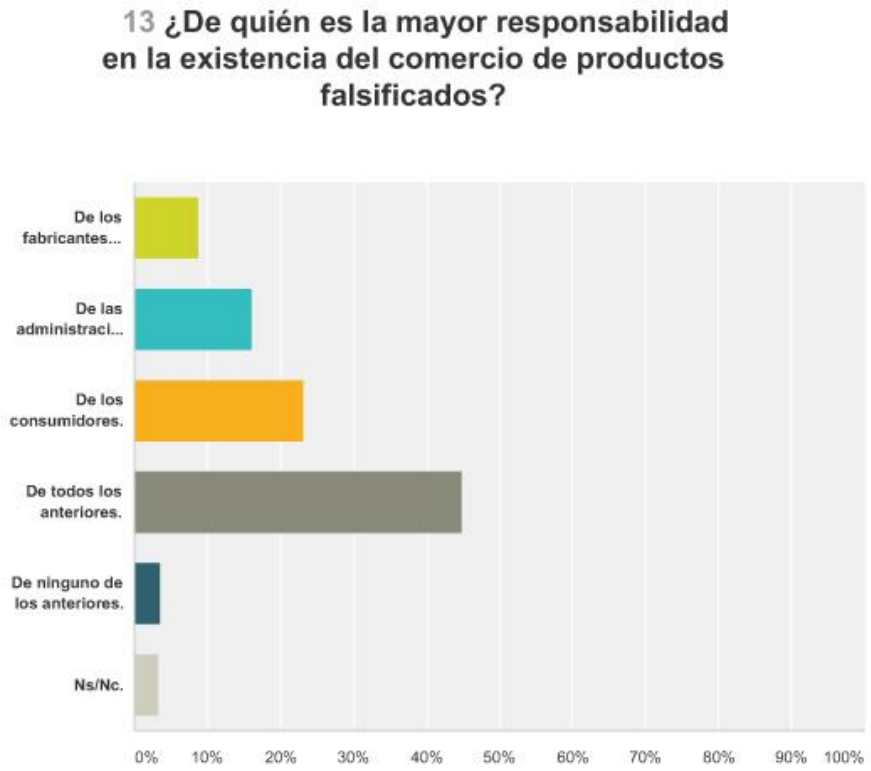


Opciones de respuesta	Respuestas
SI.	69,30%
No.	15,50%
Ns/Nc.	15,20%

13. Pregunta 13.

A la hora de señalar **responsables** en la existencia del comercio de productos falsificados, las “culpas” se reparten de forma desigual:

a. Para casi un 45% la responsabilidad se reparte por igual entre fabricantes legales, administraciones públicas y consumidores
b. El colectivo más responsable es el de los consumidores para un 23,10%, triplicando a los que consideran que es el de fabricantes legales (8,81%)
c. Las administraciones públicas se sitúan entre los otros dos colectivos, con un mayor protagonismo en su responsabilidad para el 16,11% de los que han contestado.



Opciones de respuesta	Respuestas
De los fabricantes legales.	8,81%
De las administraciones públicas.	16,11%
De los consumidores.	23,10%
De todos los anteriores.	44,98%
De ninguno de los anteriores.	3,65%
Ns/Nc.	3,34%

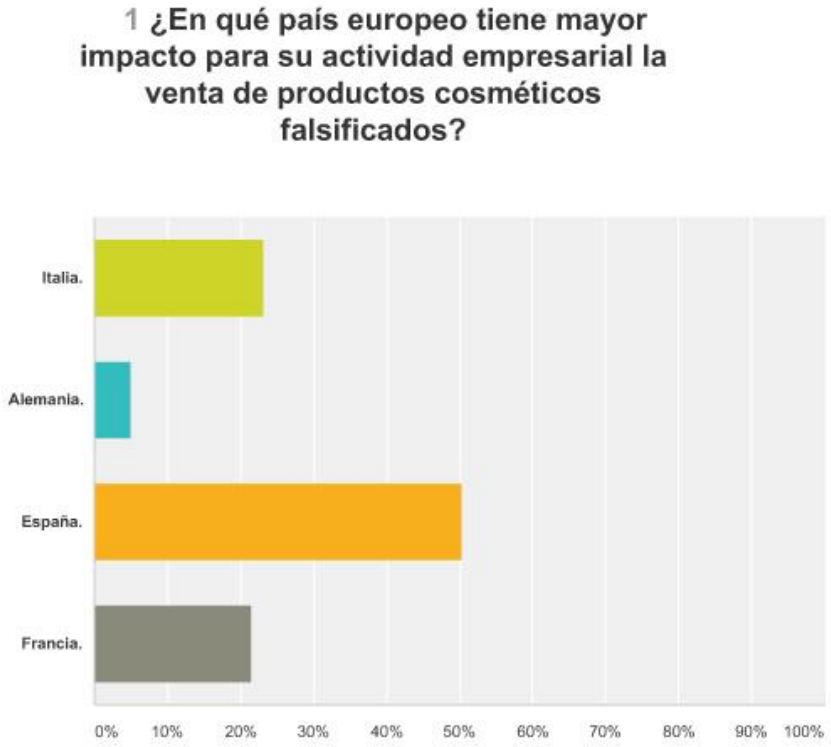
CONCLUSIONES DEL SONDEO 1 – Sobre productos falsificados en general.

1. El fenómeno de la falsificación es **complejo** y no tiene una lectura homogénea.
2. Existen todavía muchas personas **que no saben distinguir correctamente** un producto falsificado de uno original. Sólo un 16% de personas consultadas afirman saber hacerlo.
3. Llama la atención la **"paradoja" en la actitud de los consumidores** frente a este fenómeno, pues aunque algo más de la mitad (52,48%) reconoce haber comprado alguna vez un producto falso, y de ellos casi las tres cuartas partes (72,19%) sabían que lo era, sin embargo, los productos falsificados y la falsificación como fenómeno son vistos como algo negativo para una gran mayoría (69,30%).
4. Las principales **razones por la que se adquieren productos falsificados** son su menor coste y el deseo de tener un producto de prestigio a un precio menor de lo que vale.
5. Las **características** que mayoritariamente se atribuyen a los **productos falsificados** por parte de los consumidores son:
    a. Su menor calidad
    b. Sus efectos perniciosos para la economía del país, tanto para la administración pública (porque no recauda impuestos con esta actividad) como para los sectores de fabricantes, distribuidores y comercios.
    c. El incumplimiento en su fabricación de la normativa legal, laboral y medioambiental
6. Los consumidores mayoritariamente **no reclaman** tras la compra de un producto falsificado ignorando que lo era.
7. **Internet** irrumpe como el nuevo espacio en el que se pueden adquirir productos falsificados, muy cerca ya de los tradicionales espacios en los que se vienen comercializando este tipo de productos (mercadillos y la calle).
8. La **responsabilidad en la comercialización de productos falsificados** recae, en primer lugar, en los propios consumidores.

RESULTADOS SONDEO 2 – Sobre productos cosméticos falsificados.

1. Pregunta 1.

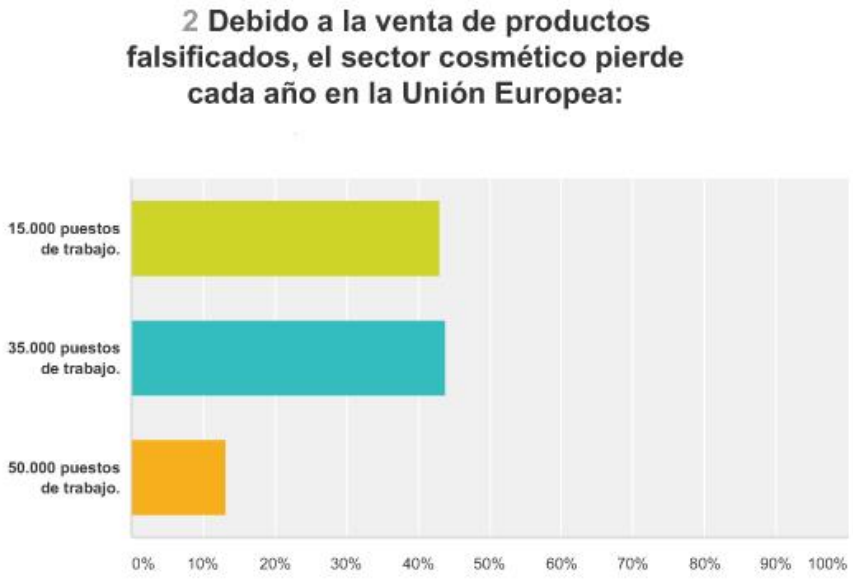
La mitad de las personas que han respondido al sondeo (50,41%) saben que **España** es el país europeo en el que **mayor impacto** tiene la venta de productos cosméticos falsificados para su actividad empresarial.



Opciones de respuesta	Respuestas
Italia.	23,14%
Alemania.	4,96%
España.	50,41%
Francia.	21,49%

2. Pregunta 2.

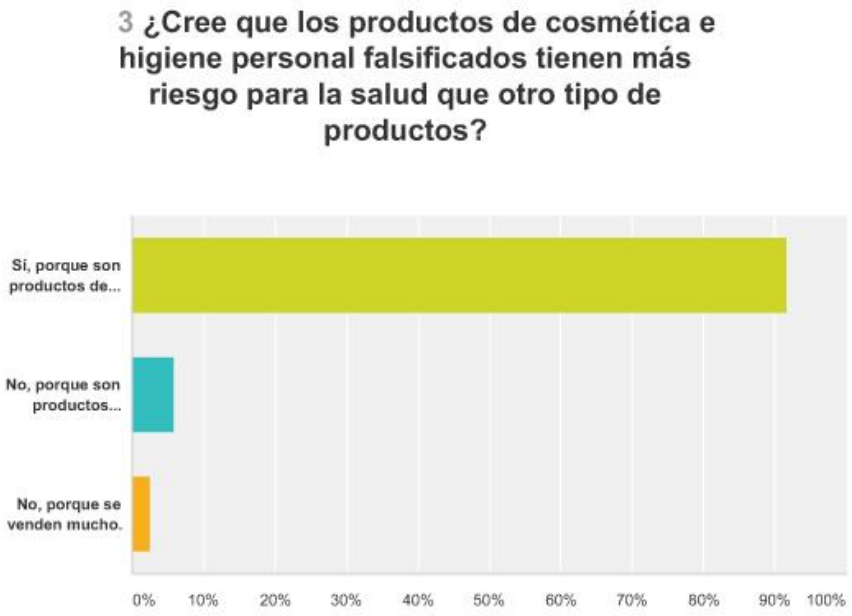
Sólo un 13,22% de las personas que han contestado conoce la **dimensión real de la pérdida de puestos de trabajo** que la falsificación de productos cosméticos ocasiona en la UE.



Opciones de respuesta	Respuestas
15.000 puestos de trabajo.	42,98%
35.000 puestos de trabajo.	43,80%
50.000 puestos de trabajo.	13,22%

3. Pregunta 3.

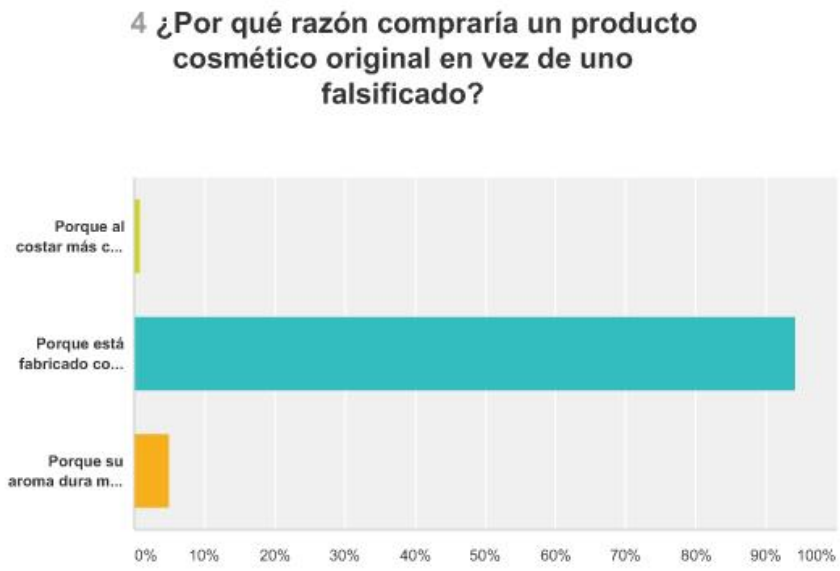
Casi todas las personas consultadas (91,74%) atribuyen a los productos cosméticos falsificados **mayor riesgo** que a otro tipo de productos, por razón de su uso tópico.



Opciones de respuesta	Respuestas
Sí, porque son productos de uso tópico, que nos aplicamos en nuestra piel.	91,74%
No, porque son productos habituales como las prendas de vestir o deportivas.	5,79%
No, porque se venden mucho.	2,48%

4. Pregunta 4.

Los **productos cosméticos originales** son percibidos por una inmensa mayoría (94,21%) como **exentos de riesgo** por estar elaborados con ingredientes autorizados y garantizados.

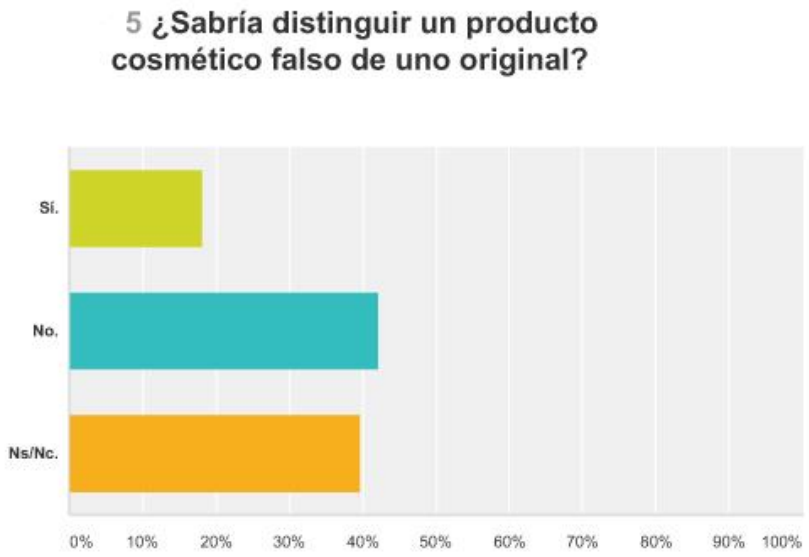


Opciones de respuesta	Respuestas
Porque al costar más caro quedo mejor si lo voy a regalar.	0,83%
Porque está fabricado con ingredientes autorizados y garantizados, por lo que está exento de riesgo.	94,21%
Porque su aroma dura más tiempo.	4,96%

5. Pregunta 5.

Casi 8 de cada 10 personas afirman **no saber distinguir** un producto cosmético falso de uno original, o no responden.

a. Sólo un 18,18% responde afirmativamente a esta cuestión.



Opciones de respuesta	Respuestas
Sí.	18,18%
No.	42,15%
Ns/Nc.	39,67%

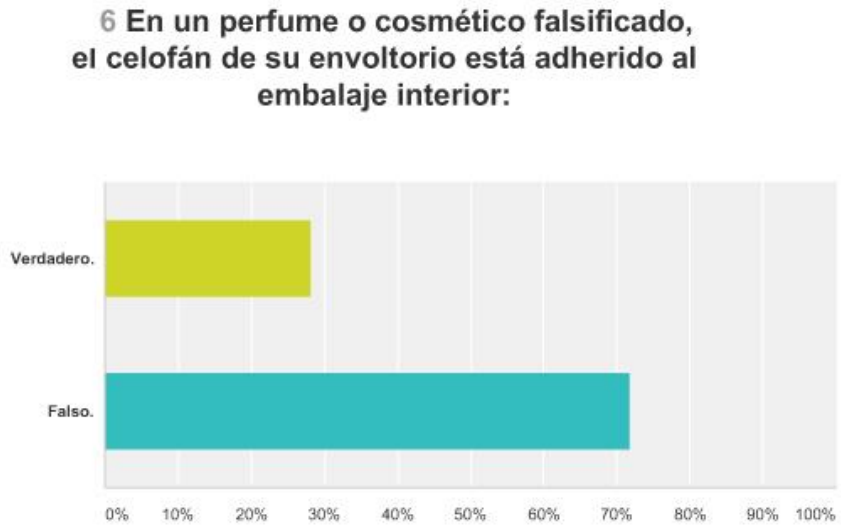
Las personas que han respondido a cada una de las preguntas referidas a elementos que permiten distinguir un producto cosmético falso de uno verdadero han acertado siempre mayoritariamente al señalar las **características que los distinguen**.

No obstante, todavía sigue existiendo un porcentaje significativo que no identifican cada uno de esos elementos, planteados en las preguntas 6 a la 10.

6. Pregunta 6.

Respecto a su **envoltorio de celofán**:

a. Casi un 72% acierta al señalar que en un cosmético falsificado el celofán no está adherido al embalaje interior.

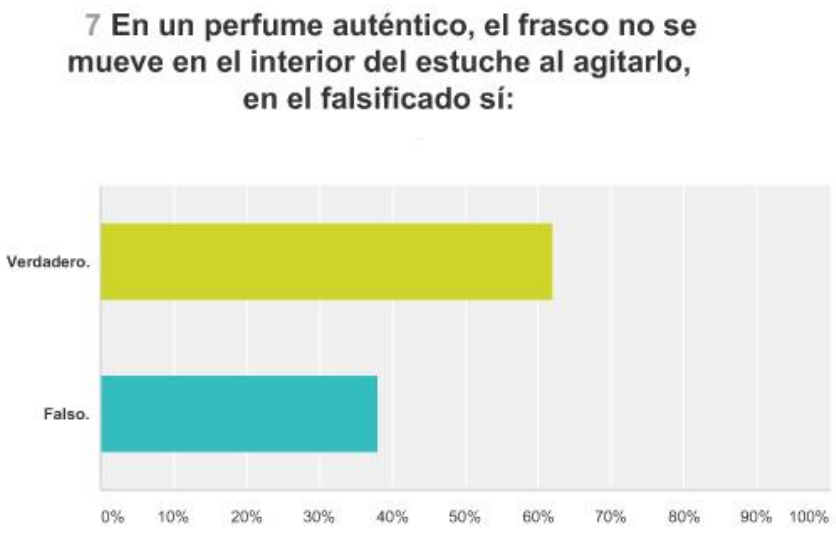


Opciones de respuesta	Respuestas
Verdadero.	28,10%
Falso.	71,90%

7. Pregunta 7.

Respecto a la **holgura del frasco en el interior** del estuche:

a. Aunque en menor porcentaje que la anterior, también una mayoría (61,98%) señala la ausencia de holgura como elemento característico del cosmético original.

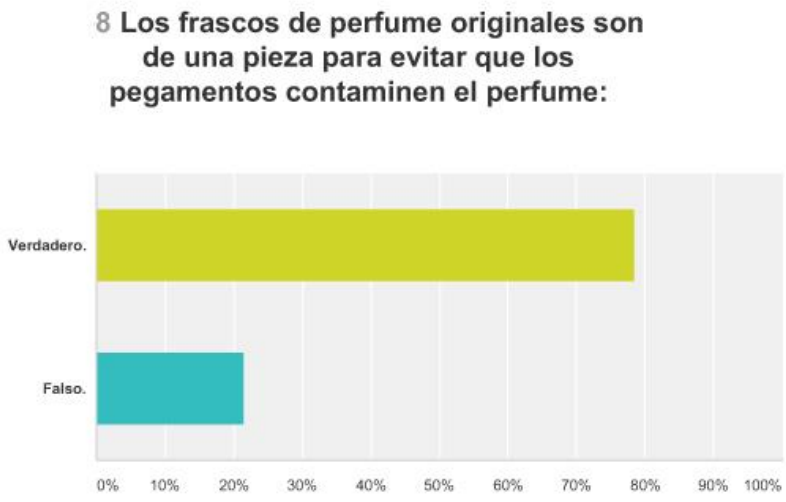


Opciones de respuesta	Respuestas
Verdadero.	61,98%
Falso.	38,02%

8. Pregunta 8.

En relación a la **factura de los frascos** de perfume:

a. Una gran mayoría (78,51%) deduce que la ausencia de "pegados" o la factura en una pieza del frasco es sinónimo de autenticidad.

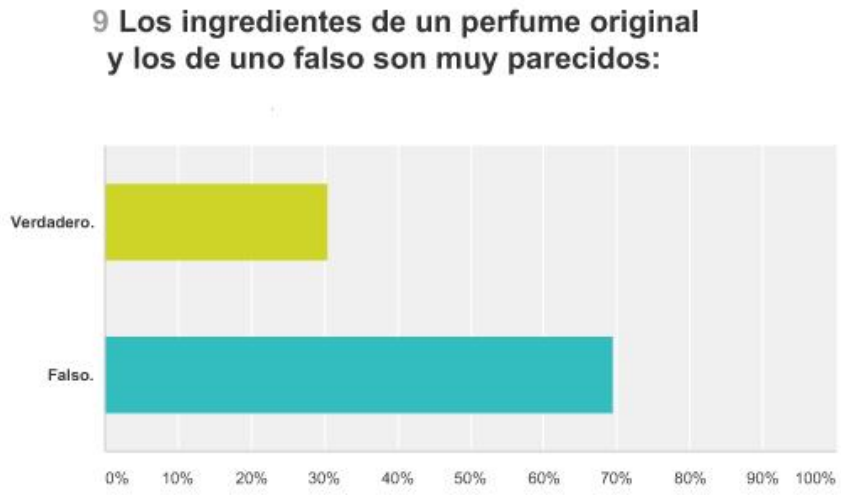


Opciones de respuesta	Respuestas
Verdadero.	78,51%
Falso.	21,49%

9. Pregunta 9.

Respecto a los **ingredientes de los perfumes**:

a. Casi un 70% cree que los ingredientes de un perfume falsificado no se parecen a los de uno original.

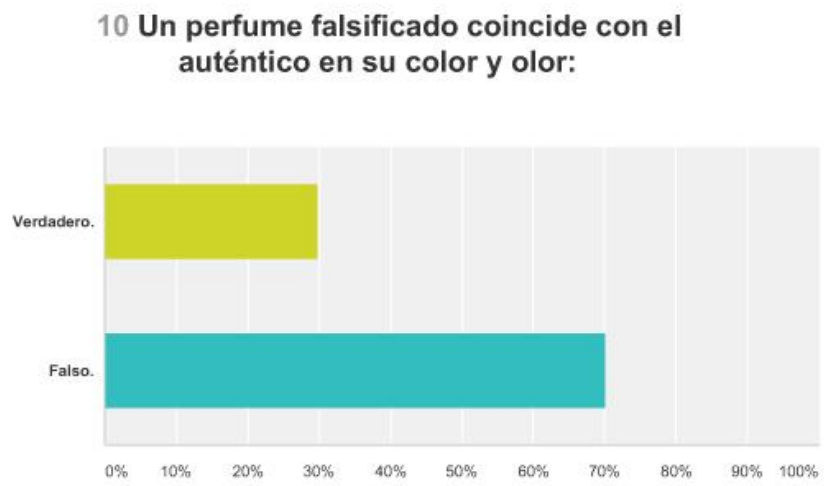


Opciones de respuesta	Respuestas
Verdadero.	30,58%
Falso.	69,42%

10. Pregunta 10.

Sobre los **atributos de los perfumes**:

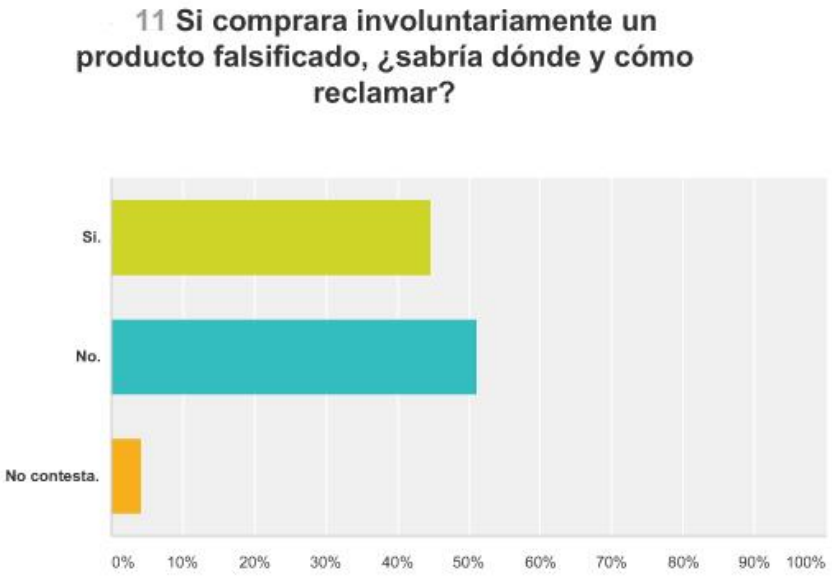
a. También un 70% afirma que los perfumes falsificados no coinciden con los auténticos en su color y olor.



Opciones de respuesta	Respuestas
Verdadero.	29,75%
Falso.	70,25%

11. Pregunta 11.

La mitad de las personas que han respondido al sondeo **NO SABE dónde y cómo reclamar** en caso de comprar involuntariamente un producto cosmético falsificado



Opciones de respuesta	Respuestas
Si.	44,63%
No.	51,24%
No contesta.	4,13%

CONCLUSIONES DEL SONDEO 2 – Sobre productos cosméticos falsificados.

1. Aunque una mayoría de las personas que han respondido al sondeo señalan a **nuestro país como más perjudicado** que otros europeos por la venta de productos cosméticos falsificados, todavía la mitad de las personas desconocen la gravedad real de este impacto en la actividad empresarial de nuestro país.
2. **No se conoce la dimensión real de pérdida de puestos de trabajo** que ocasiona la venta de productos cosméticos falsificados en las industrias del sector. Sólo 1 de cada 10 personas que han respondido al sondeo acierta en ese cálculo sobre la pérdida de puestos de trabajo que ocasiona.
3. Existe una **clara percepción del riesgo** que para la salud tienen los productos cosméticos y de higiene personal falsificados, por ser productos de uso tópico.
4. Al igual que existe esa percepción del riesgo para la salud de los productos cosméticos falsos, hay un clarísimo **convencimiento de la garantía** que ofrecen los ingredientes utilizados en los productos cosméticos originales, exentos de riesgo por estar autorizados.
5. Las **indicaciones que brinda la industria del sector** para identificar un producto cosmético falso de uno original son mayoritariamente percibidas como válidas por los consumidores, pero todavía una tercera parte de las personas consultadas no las conoce.
6. **Sólo un 18%** de las personas que han respondido saben distinguir claramente un producto cosmético falso de uno original. Es necesaria una mayor información y difusión entre los consumidores de las indicaciones que la industria brinda para esa correcta identificación.
7. **La reclamación no se ha implantado** todavía como práctica posible también en el caso de adquisición de productos falsificados. Más de la mitad de las personas que han respondido a este sondeo no sabrían dónde ni cómo reclamar. Queda todavía mucho por hacer y en esta tarea de difusión hemos de colaborar estrechamente el sector industrial, las administraciones públicas y las asociaciones de consumidores.

Noviembre 2015

El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad/ Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de CECU