CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

cecu

RESULTADOS ENCUESTA 2016

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

aecosan
agencia española de consumo, seguridad alimentaria y nutrición

En cumplimiento de la legislación vigente en materia de asociaciones, Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, CECU no autoriza la reproducción total o parcial del contenido de este informe para la realización de ningún tipo de comunicación comercial. Los datos contenidos en el citado informe sólo podrán ser utilizados para fines informativos o formativos carentes de ánimo de lucro y siempre que se cite expresamente su origen.

SIMPLE LÓGICA

preguntamos • escuchamos • interpretamos

Estudio sobre la seguridad de los juguetes y falsificación

Para: CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Ref.: **16125-16120**

Madrid, octubre de 2016

investigación social • análisis de mercado • estudios de opinión

Pz. Sta. Mª Soledad Torres Acosta, 2 - 4º C. 28004 Madrid

Tel. 91 206 10 00 | Fax 91 206 10 01 | www.simplelogica.com | inf@simplelogica.com

Índice

I. Introducción 3

II. Planteamiento metodológico 4

1. Objetivos 4

2. Metodología 5

III. Resultados 6

1. Etiquetado de los juguetes 6

1.1. Conocimiento del pictograma 6

1.2. Conocimiento del pictograma CE 10

1.3. Comportamiento ante un embalaje que no está en español 13

2. La seguridad de los juguetes 16

2.1. Conocimiento de las normas de seguridad de los juguetes 16

2.2. Actitud ante la compra de un juguete que no cumple las normas de seguridad. 18

2.3. La seguridad de los juguetes falsificados. 21

2.4. Actitud ante los juguetes falsificados en un establecimiento 24

3. La compra de juguetes 27

3.1. Lugar de compra de juguetes 27

3.2. Compra de juguetes falsificados 30

3.3. Motivos de compra de juguetes falsificados 33

3.4. Lugar de compra de juguetes falsificados 36

4. Conclusiones 39

IV. Anexo: Cuestionario 42

I. Introducción

El presente informe ha sido elaborado a partir de la encuesta realizada por SIMPLE LÓGICA para conocer distintos aspectos relacionados con las actitudes y comportamientos de los consumidores en relación a la seguridad de los juguetes y la falsificación de los mismos.

En las páginas que siguen se contiene la descripción de los objetivos, las condiciones técnicas y los resultados de la investigación, en los que se presentan los datos obtenidos para las distintas variables consideradas en tablas y gráficos, junto con los comentarios.

Se recogen los resultados globales de la encuesta para cada una de las preguntas planteadas, así como el análisis de esos resultados atendiendo a las variables de sexo, edad, nivel de estudios, clase social, tamaño de hábitat y comunidad autónoma de residencia. En el caso de las comunidades autónomas se consideran los datos específicos de las seis con mayor peso poblacional y, por tanto, con mayor tamaño muestral, agregándose las demás bajo una única categoría denominada “Resto”.

II. Planteamiento metodológico

1. Objetivos

Como se ha señalado, el objetivo general de la investigación consiste en conocer aspectos conocer distintos aspectos relacionados con las actitudes y comportamientos de los consumidores a propósito de la seguridad de los juguetes y la falsificación de los mismos.

En concreto, se abordan los siguientes temas:

- **Embalaje y etiquetado de los juguetes.**
- **La seguridad en los juguetes.**
- **La compra de juguetes.**

2. Metodología

La investigación se ha desarrollado a partir de la realización de una encuesta cuyas principales características técnicas son las que se describen a continuación.

- **Ámbito**: España.
- **Universo:** Individuos de 16 y más años de edad.
- **Muestra:** Muestra de 1.002 entrevistas.
- **Muestreo:** La distribución de la muestra es proporcional a la de la población por comunidad autónoma y tamaño de hábitat.
- **Selección de informantes:** Aleatoria del hogar sobre guía telefónica y conforme a cuotas de sexo y edad según el peso poblacional para estas dos variables.
- **Entrevistas:** Telefónicas asistidas por ordenador (CATI), realizadas mediante el servicio ómnibus de SIMPLE LÓGICA.
- **Cuestionario:** Elaborado conjuntamente por los responsables de CECU, con una extensión de 11 preguntas.
- **Supervisión:** Se ha procedido a la supervisión del 21% de las entrevistas realizadas mediante audición simultánea de las entrevistas o rellamada telefónica. La supervisión ha afectado a la totalidad de los entrevistadores intervinientes en la realización del trabajo.
- **Trabajo de campo:** Del 10 al 17 de octubre de 2016.
- **Margen de error:** Para p=q=0,5 y un nivel de confianza del 95,5% para datos globales es de ±3,16%.
- **Instituto responsable:** SIMPLE LÓGICA INVESTIGACIÓN, S.A.

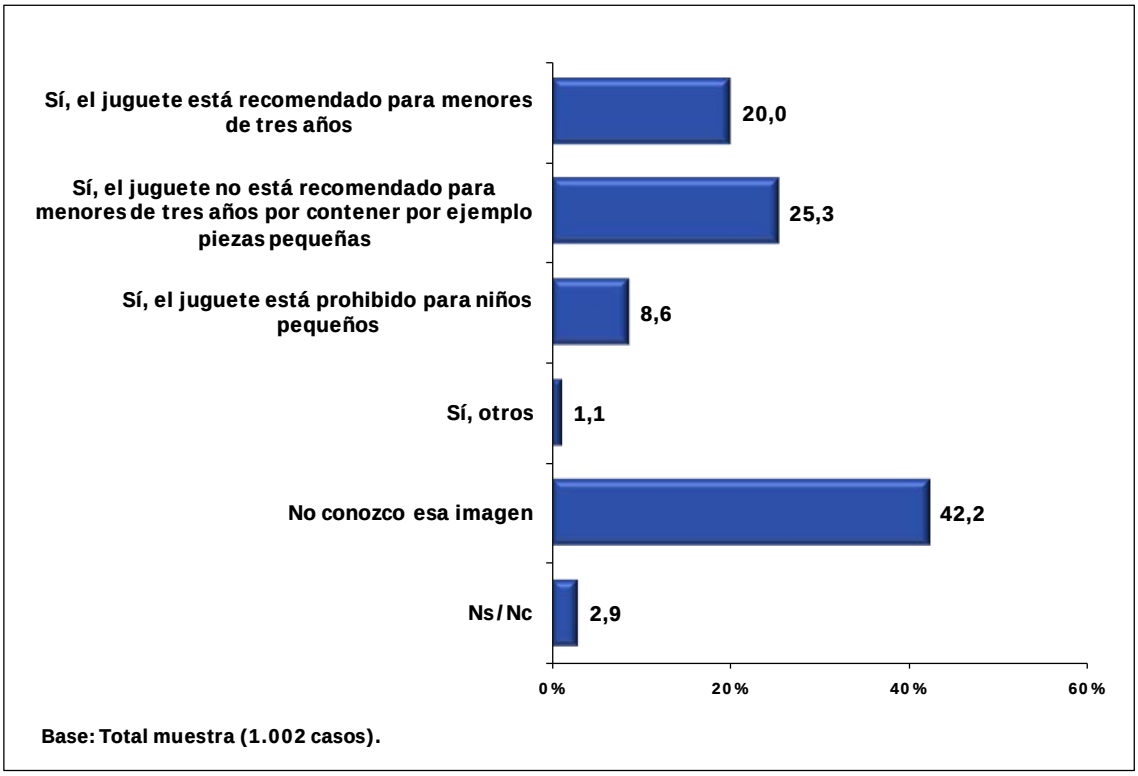
III.Resultados

1. Etiquetado de los juguetes

Se trata en este primer apartado de abordar algunos aspectos relacionados con el grado de conocimiento de algunos pictogramas presentes en el embalaje de los juguetes y actitudes de compra ante los juguetes cuyo etiquetado no está en español.

1.1. Conocimiento del pictograma

Gráfico nº 1.- ¿Podría decirme si ha visto en alguna ocasión esta imagen y, en caso afirmativo, qué significa?



Es claramente mayoritaria la proporción de la población que desconocen el pictograma, que indica que el juguete no es apto para niños de 0 a 3 años, o que le atribuyen un significado incorrecto.

Representan algo más de cuatro de cada diez consumidores (42,2%) los que directamente declaran no conocer o saber qué significa el pictograma.

Entre quienes dicen conocer el pictograma y le atribuyen un significado la mayor porcentaje (25,3%) es la que representan quienes señalan que la imagen indica que el juguete no está recomendado para menores de tres años por contener, por ejemplo, piezas pequeñas. Por su parte, llama la atención el relativamente elevado porcentaje que representan quienes señalan que el significado del pictograma es que el juguete está recomendado para menores de tres años (20,0%). Es notablemente inferior la proporción de quienes creen que el pictograma significa que el juguete está prohibido para niños pequeños (8,6%).

Tabla nº 1.- ¿Podría decirme si ha visto en alguna ocasión esta imagen y, en caso afirmativo, qué significa?

	Sí, el juguete está recomendado para menores de tres años	Sí, el juguete no está recomendado para menores de tres años por contener por ejemplo piezas pequeñas	Sí, el juguete está prohibido para niños pequeños	Sí, otros	No conozco esa imagen	Ns/Nc
TOTAL	**20,0**	**25,3**	**8,6**	**1,1**	**42,2**	**2,9**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%
Hombre	19,6	25,9	8,1	1,2	42,8	2,3
Mujer	20,3	24,6	9,1	0,9	41,6	3,5
Según edad:	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	29,6	28,7	11,3	1,8	26,7	1,9
De 25 a 34 años	28,8	31,7	13,6	0,7	24,6	0,6
De 35 a 44 años	24,8	37,9	9,8	0,0	24,4	3,1
De 45 a 54 años	24,7	32,5	7,1	1,6	33,7	0,6
De 55 a 64 años	16,2	15,5	7,1	0,7	56,8	3,7
65 años y más	3,2	7,7	5,0	1,8	75,9	6,4
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	14,9	16,6	6,2	1,8	55,1	5,4
Secundarios	20,8	26,4	10,6	0,8	40,2	1,4
Universitarios	24,5	34,4	9,1	0,7	29,6	1,8
Según clase social:	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	25,9	35,6	9,4	0,8	26,7	1,7
Media	25,7	26,9	9,8	0,9	34,8	2,0
Media baja y Baja	11,7	18,3	7,1	1,5	57,4	4,0
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	14,9	25,4	7,1	0,0	48,8	3,9
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	23,2	23,9	8,2	2,0	40,1	2,6
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	19,4	25,8	9,5	0,6	41,6	3,0
Barcelona y Madrid	19,2	28,9	10,6	1,0	38,5	1,9
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%
Andalucía	20,1	27,6	10,8	1,1	38,9	1,7
Cataluña	15,4	29,4	7,3	1,2	43,6	3,1
Madrid	27,4	28,1	7,9	1,4	34,5	0,7
C. Valenciana	21,7	19,8	8,5	0,9	47,3	1,8
Galicia	12,1	27,4	10,5	0,0	48,2	1,8
Castilla y León	19,7	21,0	10,6	0,0	43,3	5,5
Resto	19,9	22,7	7,7	1,3	43,7	4,7

Las diferencias de opinión aparecen claramente asociadas a la edad, el nivel de estudios y estatus socioeconómico de los informantes.

El porcentaje de quienes reconocen no conocer el pictograma o su significado es significativamente superior entre

- los consumidores de más de 55 años (≥56,8%),
- los que tienen estudios primarios (55,1%) y
- los de clase media baba o baja (57,4%).

Por su parte, la proporción de quienes indican que el pictograma significa que el juguete no está recomendado para niños menores de tres años es significativamente superior entre

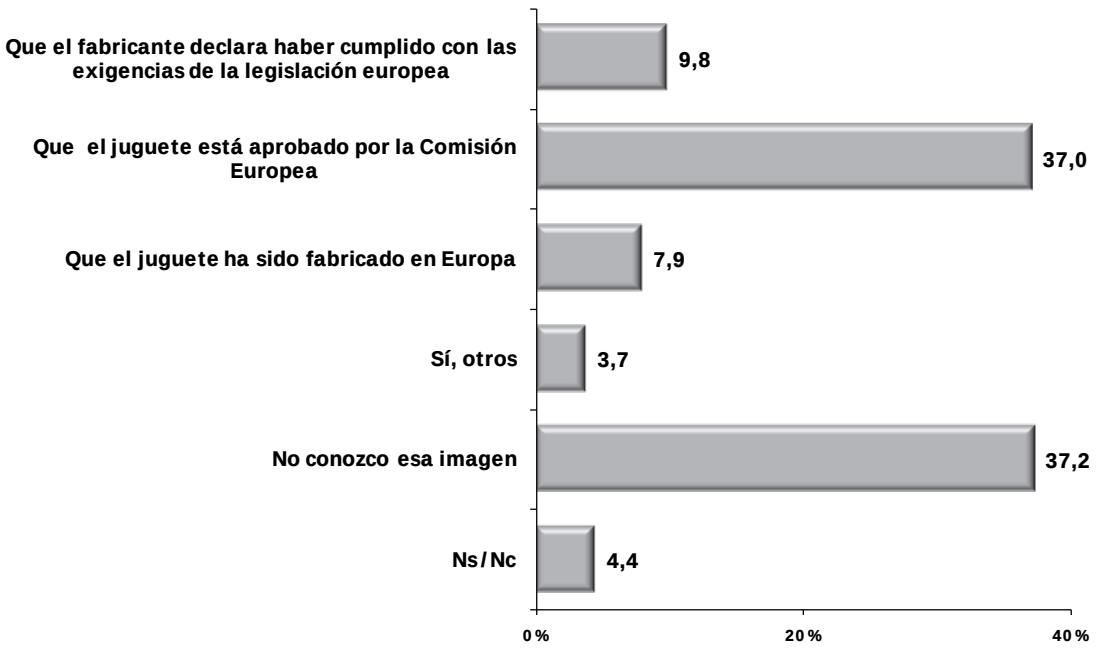
- quienes tienen de 35 a 44 años (37,9%),
- los que tienen estudios universitarios (34,4%) y
- los consumidores de clase media alta o alta (35,6%).

La opinión de que el pictograma indica que el juguete está recomendado para niños menores de tres años se da en un porcentaje significativamente superior entre

- los menores de 34 años (≥28,8%) y
- los entrevistados de clase media o superior (≥25,7%).

1.2. Conocimiento del pictograma CE

Gráfico nº 2.- ¿Podría decirme si ha visto en alguna ocasión esta imagen y, en caso afirmativo, qué significa?



Base: Total muestra (1.002 casos).

Representan una mayoría clara el conjunto de quienes declaran no conocer el pictograma o su significado y de los que le atribuyen un significado que no tiene.

Representan más de uno de cada tres consumidores los que indican que no conocen el pictograma o su significado (37,2%) y un porcentaje similar el de los que creen que significa que se trata de un juguete aprobado por la Comisión Europea (37,0%). Además el 7,9% de los entrevistados consideran que significa que el juguete ha sido fabricado en Europa y un 3,7 atribuye significados distintos a los considerados.

Sin embargo, no llegan a suponer uno de cada diez (9,8%) los consumidores que indican que el pictograma significa que el fabricante declara haber cumplido con las exigencias de la legislación europea.

Tabla nº 2.- ¿Podría decirme si ha visto en alguna ocasión esta imagen y, en caso afirmativo, qué significa?

	Que el fabricante declara haber cumplido con las exigencias de la legislación europea	Que el juguete está aprobado por la Comisión Europea	Que el juguete ha sido fabricado en Europa	Sí, otros	No conozco esa imagen	Ns/Nc
TOTAL	**9,8**	**37,0**	**7,9**	**3,7**	**37,2**	**4,4**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%
Hombre	11,3	39,2	8,3	4,1	34,4	2,7
Mujer	8,4	34,9	7,6	3,3	39,8	6,0
Según edad:	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	8,4	24,6	6,5	3,8	54,6	2,0
De 25 a 34 años	13,9	49,2	5,1	2,6	25,3	4,0
De 35 a 44 años	14,8	44,0	10,8	6,0	19,8	4,5
De 45 a 54 años	11,1	42,8	9,2	6,7	29,1	1,1
De 55 a 64 años	6,4	44,3	11,4	2,1	33,0	2,8
65 años y más	4,0	18,2	4,9	0,9	62,5	9,4
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	6,6	25,7	6,5	3,9	50,7	6,5
Secundarios	10,2	39,7	7,0	3,0	37,1	3,0
Universitarios	13,2	46,6	10,7	4,4	21,2	3,8
Según clase social:	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	14,4	45,7	10,2	5,3	20,5	3,8
Media	10,2	39,4	9,4	4,9	31,8	4,3
Media baja y Baja	7,2	29,6	5,6	1,8	50,5	5,2
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	5,7	34,6	8,0	3,9	43,5	4,3
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	11,3	34,0	9,1	3,9	36,1	5,7
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	10,1	41,8	6,5	3,4	34,7	3,6
Barcelona y Madrid	11,6	39,4	7,7	3,8	35,6	1,9
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%
Andalucía	12,5	35,1	12,8	3,3	33,1	3,2
Cataluña	10,5	35,3	6,1	2,5	38,1	7,5
Madrid	11,5	41,2	6,4	5,1	33,0	2,9
C. Valenciana	11,4	36,6	7,7	3,8	38,6	1,9
Galicia	6,7	42,6	8,9	5,2	31,3	5,3
Castilla y León	7,0	33,9	8,9	3,5	39,6	7,1
Resto	7,6	36,6	6,5	3,7	41,2	4,4

La proporción de quienes no conocen el pictograma o su significado es significativamente superior entre

- los más jóvenes, quienes tienen de 16 a 24 años (54,6%) y los mayores de 65 (62,5%)
- los que tienen estudios primarios (50,7%) y
- los de clase media baja o baja (50,5%).

El porcentaje de quienes consideran que el significado del pictograma es que el juguete está aprobado por la Comisión Europea es significativamente superior entre

- los consumidores de 25 a 34 años (49,2%) y en menor medida pero también superior entre los 1ue tienen de 35 a 64 años,
- quienes tienen estudios universitarios (46,6%) y
- los de clase media alta y alta (45,7%).

Por su parte, la proporción de quienes señalan que el significado del pictograma es que el fabricante declara haber cumplido con las exigencias de la legislación europea es significativamente superior entre

- quienes tienen de 35 a 44 años (14,8%) y
- los entrevistados de clase media alta o alta (14,4%).

1.3. Comportamiento ante un embalaje que no está en español

Gráfico nº 3.- Si observa que el embalaje de un juguete no está en español, ¿qué suele hacer?

Base: Total muestra (1.002 casos).

Más de la mitad de los consumidores (56,9%) manifiestan que cuando se encuentran con que el embalaje de un juguete no está en español no lo compran, en tanto que en conjunto casi cuatro de cada diez sí pueden llegar a comprarlo sin que les suponga ningún problema (13,5%), sólo si al niño o niña de gusta (12,5%) y otros lo hacen aunque sea sin mucha confianza (12,5%).

Tabla nº 3.- Si observa que el embalaje de un juguete no está en español, ¿qué suele hacer?

	Lo compro porque no me parece un problema	Lo compro si al niño/a le gusta	Lo compro, pero sin mucha confianza	No lo compro	Ns/Nc
TOTAL	**13,5**	**12,5**	**12,5**	**56,9**	**4,6**
Según sexo:	%	%	%	%	%
Hombre	12,8	15,3	14,3	52,4	5,1
Mujer	14,1	9,9	10,7	61,2	4,1
Según edad:	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	19,0	19,1	23,1	36,9	1,9
De 25 a 34 años	14,3	17,0	19,4	44,8	4,6
De 35 a 44 años	17,8	10,7	8,4	58,6	4,5
De 45 a 54 años	13,8	13,1	12,0	59,5	1,7
De 55 a 64 años	12,0	13,4	11,5	58,8	4,3
65 años y más	7,1	6,8	7,3	70,1	8,7
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	8,9	12,5	11,7	62,1	4,8
Secundarios	12,6	13,9	12,0	56,7	4,8
Universitarios	19,9	11,1	13,6	51,2	4,2
Según clase social:	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	20,9	14,6	10,3	48,8	5,4
Media	12,4	11,4	14,2	59,0	3,1
Media baja y Baja	10,0	12,7	11,9	59,6	5,8
Según hábitat:	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	9,6	14,9	11,6	59,6	4,3
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	14,0	11,9	12,5	55,2	6,4
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	13,4	11,0	13,6	58,4	3,7
Barcelona y Madrid	20,2	14,4	10,6	53,9	1,0
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%
Andalucía	15,8	16,3	15,7	50,0	2,2
Cataluña	21,3	11,1	10,4	49,0	8,1
Madrid	13,6	15,1	15,9	54,7	0,7
C. Valenciana	11,2	11,2	11,3	58,6	7,6
Galicia	7,0	15,6	12,2	58,3	6,9
Castilla y León	7,3	17,9	8,8	62,3	3,7
Resto	11,1	8,8	11,1	64,4	4,6

La proporción de quienes declaran que no compran cuando observan un juguete cuyo embalaje no está en español es significativamente superior entre

- los consumidores de más edad, los mayores de 65 años (70,1%).

Por su arte, el porcentaje de quienes declaran que comprarían sin problema es significativamente superior entre

- los que tiene estudios universitarios (19,9%) y
- los de clase media alta o alta (20,9%).

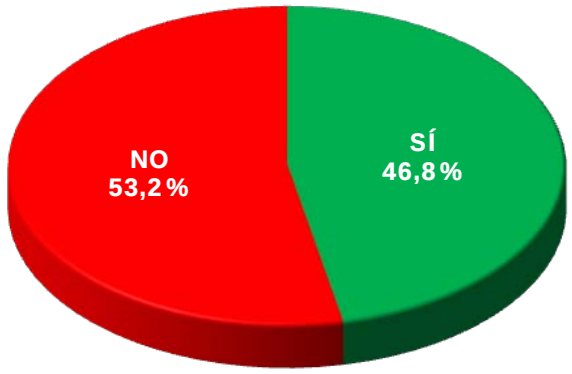
No se observan diferencias significativas en los distintos segmentos de la muestra de quienes declaran comprar el producto en caso de que le guste al niño o niña o de quienes indican que lo comprarían sin mucha confianza.

2. La seguridad de los juguetes

Se abordan en este apartado aspectos relativos al conocimiento de algunas normas de seguridad y comportamientos relacionados con esta dimensión.

2.1. Conocimiento de las normas de seguridad de los juguetes

Gráfico nº 4.- ¿Conoce las normas de seguridad que debe cumplir un juguete?



Base: Total muestra (1.002 casos).

Representan algo más de la mitad de los entrevistados (53,2%%) quienes reconocen directamente no conocer las normas de seguridad que debe cumplir un juguete, frente al 46,8% que manifiestan sí conocerlas.

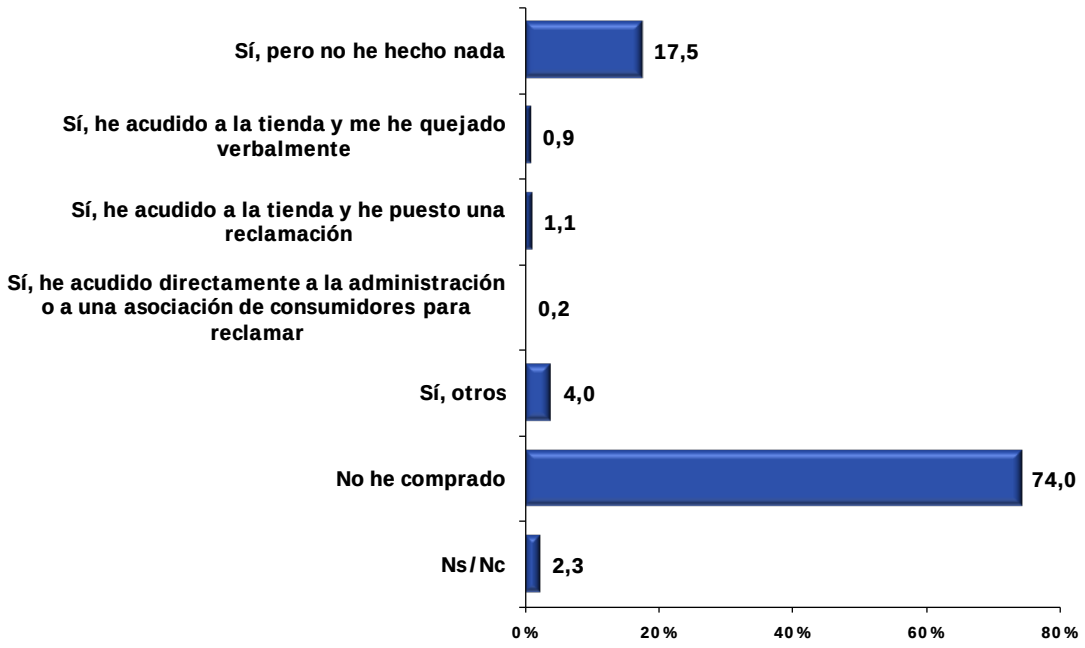
Tabla nº 4.- ¿Conoce las normas de seguridad que debe cumplir un juguete?

	Sí	No
TOTAL	**46,8**	**53,2**
Según sexo:	%	%
Hombre	43,4	56,6
Mujer	50,1	49,9
Según edad:	%	%
De 16 a 24 años	37,6	62,4
De 25 a 34 años	48,2	51,8
De 35 a 44 años	56,9	43,1
De 45 a 54 años	52,2	47,8
De 55 a 64 años	46,2	53,8
65 años y más	36,8	63,2
Según nivel de estudios:	%	%
Primarios/Obligatorios	41,8	58,2
Secundarios	49,8	50,2
Universitarios	48,2	51,8
Según clase social:	%	%
Alta y Media alta	49,4	50,6
Media	51,4	48,6
Media baja y Baja	41,4	58,6
Según hábitat:	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	44,8	55,2
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	46,4	53,6
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	50,6	49,4
Barcelona y Madrid	41,3	58,7
Según Com. Autónoma:	%	%
Andalucía	42,2	57,8
Cataluña	43,7	56,3
Madrid	45,9	54,1
C. Valenciana	49,9	50,1
Galicia	51,4	48,6
Castilla y León	51,5	48,5
Resto	48,8	51,2

El porcentaje de quienes declaran no conocer las normas de seguridad que debe cumplir un juguete es significativamente superior entre los mayores de 65 años (63,2%), en tanto que el de los que sí las conocen es también significativamente superior entre los que tienen de 35 a 44 años (56,7%).

2.2. Actitud ante la compra de un juguete que no cumple las normas de seguridad.

Gráfico nº 5.- ¿Podría decirme si ha comprado en alguna ocasión un juguete que no cumplía las normas de seguridad y, en caso afirmativo, qué ha hecho?



Base: Conoce normas de seguridad (469 casos).

Prácticamente tres de cada cuatro consumidores que dicen conocer las normas de seguridad de los juguetes (74,0%) declaran no haber comprado un juguete que no cumpliera esas normas, en tanto que un 17,5% manifiestan haberlo comprado y no haber hecho nada. Son residuales los porcentajes de quienes lo compraron y tomaron algún tipo de iniciativa como quejarse (0,9%), presentar una reclamación en la tienda (1,1%) o acudir a la administración o a alguna asociación de consumidores para reclamar (0,2%).

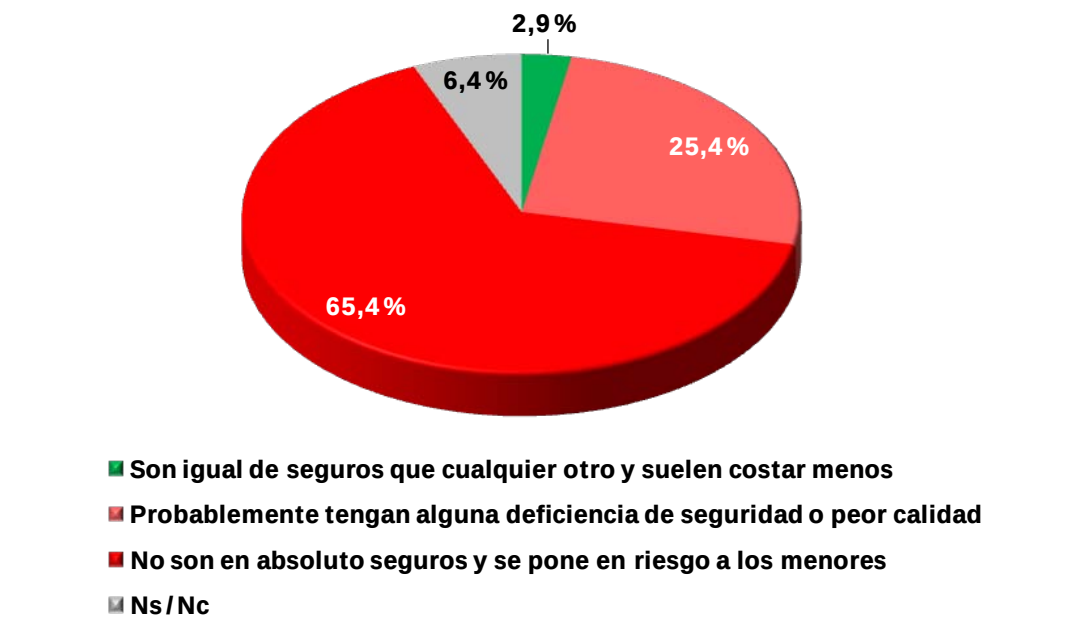
Tabla nº 5.- ¿Podría decirme si ha comprado en alguna ocasión un juguete que no cumplía las normas de seguridad y, en caso afirmativo, qué ha hecho?

	Sí, pero no he hecho nada	Sí, he acudido a la tienda y me he quejado verbalmente	Sí, he acudido a la tienda y he puesto una reclamación	Sí, he acudido directamente a la administración o a una asociación de consumidores para reclamar	Sí, otros	No he comprado	Ns/Nc
TOTAL	**17,5**	**0,9**	**1,1**	**0,2**	**4,0**	**74,0**	**2,3**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%	%
Hombre	18,7	1,4	0,5	0,5	5,6	70,5	2,8
Mujer	16,6	0,4	1,6	0,0	2,8	76,8	1,9
Según edad:	%	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	17,6	2,6	0,0	2,5	0,0	74,8	2,5
De 25 a 34 años	21,6	0,0	1,4	0,0	1,2	73,1	2,7
De 35 a 44 años	25,4	0,0	1,8	0,0	4,3	66,7	1,8
De 45 a 54 años	22,0	0,0	0,0	0,0	5,4	70,5	2,1
De 55 a 64 años	7,8	4,6	0,0	0,0	7,6	75,5	4,5
65 años y más	5,0	0,0	2,5	0,0	3,7	87,5	1,3
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	15,9	0,0	2,2	0,7	4,9	74,1	2,1
Secundarios	17,5	1,1	0,0	0,0	4,9	74,3	2,2
Universitarios	19,8	1,5	1,4	0,0	2,1	72,4	2,8
Según clase social:	%	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	19,2	1,7	0,9	0,0	4,3	71,5	2,5
Media	22,9	0,6	0,6	0,0	4,1	69,4	2,4
Media baja y Baja	12,7	0,5	1,9	0,6	3,5	79,0	1,8
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	19,5	1,2	0,0	0,0	2,1	75,1	2,1
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	20,2	1,1	1,7	0,5	4,8	70,0	1,7
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	12,0	0,6	0,0	0,0	4,1	80,7	2,7
Barcelona y Madrid	21,0	0,0	4,6	0,0	4,7	65,1	4,7
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%	%
Andalucía	16,8	1,2	0,0	1,3	7,7	71,7	1,3
Cataluña	12,8	0,0	2,8	0,0	4,2	76,1	4,2
Madrid	25,1	0,0	0,0	0,0	1,6	71,7	1,6
C. Valenciana	17,1	0,0	0,0	0,0	5,7	75,3	1,9
Galicia	13,7	0,0	3,5	0,0	0,0	72,8	9,9
Castilla y León	20,8	0,0	0,0	0,0	3,2	76,0	0,0
Resto	17,2	2,1	1,4	0,0	3,4	74,5	1,4

No se registran diferencias significativas a propósito de los comportamientos declarados en los distintos segmentos de la muestra.

2.3. La seguridad de los juguetes falsificados.

Gráfico nº 6.- En cuanto a seguridad, para usted los juguetes falsificados…



Base: Total muestra (1.002 casos).

A propósito de la percepción de la seguridad de los juguetes falsificados, casi dos de cada tres consumidores (65,4%) consideran que no son en absoluto seguros y que con ellos se pone en riesgo a los menores, en tanto que uno de cada cuatro (25,4%) consideran que probablemente tengan alguna deficiencia y peor calidad y sólo el 2,9% opinan que son igual de seguros que cualquier otro y que suelen costar menos.

Tabla nº 6.- En cuanto a seguridad, para usted los juguetes falsificados...

	Son igual de seguros que cualquier otro y suelen costar menos	Probablemente tengan alguna deficiencia de seguridad o peor calidad	No son en absoluto seguros y se pone en riesgo a los menores	Ns/Nc
TOTAL	**2,9**	**25,4**	**65,4**	**6,4**
Según sexo:	%	%	%	%
Hombre	2,4	27,0	63,5	7,1
Mujer	3,3	23,9	67,2	5,6
Según edad:	%	%	%	%
De 16 a 24 años	1,9	40,1	50,5	7,5
De 25 a 34 años	3,9	33,2	60,2	2,7
De 35 a 44 años	3,5	25,2	67,4	3,9
De 45 a 54 años	2,2	22,7	71,9	3,3
De 55 a 64 años	2,7	20,0	72,4	4,9
65 años y más	2,8	18,7	64,5	14,1
Según nivel de estudios:	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	4,2	21,4	64,0	10,5
Secundarios	3,0	25,4	66,5	5,1
Universitarios	1,4	30,4	64,8	3,4
Según clase social:	%	%	%	%
Alta y Media alta	0,8	33,6	61,9	3,7
Media	3,7	23,7	68,4	4,2
Media baja y Baja	3,5	22,6	64,2	9,7
Según hábitat:	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	3,4	23,3	66,7	6,7
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	2,5	27,3	63,8	6,4
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	3,3	25,1	66,0	5,7
Barcelona y Madrid	1,9	23,1	67,3	7,7
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%
Andalucía	4,3	30,5	61,9	3,3
Cataluña	4,3	25,2	60,1	10,4
Madrid	2,1	26,6	67,7	3,6
C. Valenciana	2,8	26,3	60,6	10,3
Galicia	1,7	31,0	60,4	6,9
Castilla y León	3,6	19,8	67,7	8,9
Resto	1,7	21,4	71,6	5,4

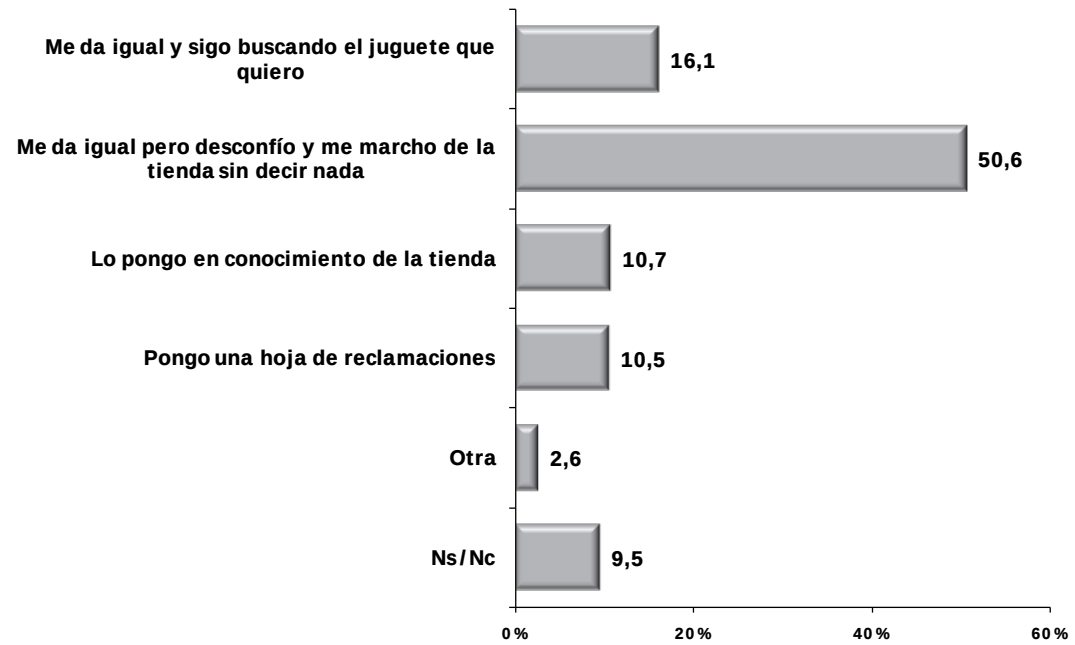
No llegan a ser significativas las diferencias que se registran en el porcentaje de quienes consideran que no son en absoluto seguros en los distintos segmentos de la muestra.

Sí hay algunas diferencias relevantes de quienes simplemente consideran que pueden tener alguna deficiencia o peor calidad. El porcentaje de quienes se pronuncian en este sentido es significativamente superior entre

- los más jóvenes, quienes tienen de 16 a 24 años (40,1%)y
- los de clase media alta y alta (33,6%).

2.4. Actitud ante los juguetes falsificados en un establecimiento

Gráfico nº 7.- ¿Cuál es su reacción si se da cuenta de que en el establecimiento en el que se encuentra hay juguetes falsificados?



Base: Total muestra (1.002 casos).

Algo más de la mitad de los consumidores (50,6%) manifiestan que si se dan cuenta de que en el establecimiento en que se encuentran hay juguetes falsificados desconfían y se marchan de la tienda, pero sin decir nada o tomar ningún tipo de medida frente a esa situación.

Muy por debajo de esa proporción se encuentra la de quienes señalan que les da igual y siguen buscando su juguete (16,1%) y son incluso inferiores los porcentajes de quienes muestran una disposición más activa frente a la situación planteada: los que lo ponen en conocimiento de la tienda (10,7%) y los que ponen una reclamación (10,5%).

Tabla nº 7.- ¿Cuál es su reacción si se da cuenta de que en el establecimiento en el que se encuentra hay juguetes falsificados?

	Me da igual y sigo buscando el juguete que quiero	Me da igual pero desconfío y me marcho de la tienda sin decir nada	Lo pongo en conocimiento de la tienda	Pongo una hoja de reclamaciones	Otra	Ns/Nc
TOTAL	**16,1**	**50,6**	**10,7**	**10,5**	**2,6**	**9,5**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%
Hombre	15,9	47,9	11,2	11,8	2,8	10,3
Mujer	16,3	53,2	10,2	9,3	2,3	8,7
Según edad:	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	20,9	47,7	11,5	6,7	3,8	9,4
De 25 a 34 años	19,0	55,0	8,4	13,7	2,0	2,0
De 35 a 44 años	15,8	51,2	12,4	10,3	2,4	7,9
De 45 a 54 años	16,6	53,1	10,9	8,9	2,8	7,7
De 55 a 64 años	15,1	53,7	10,9	9,8	2,7	7,7
65 años y más	12,3	44,4	10,1	11,9	2,2	19,0
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	17,7	45,0	9,1	13,8	1,8	12,7
Secundarios	14,4	51,7	12,8	8,9	4,0	8,1
Universitarios	16,3	56,2	10,2	8,6	1,7	7,1
Según clase social:	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	16,1	56,0	8,2	9,8	1,6	8,2
Media	15,6	53,1	12,9	8,7	3,1	6,7
Media baja y Baja	16,4	46,2	10,3	12,0	2,7	12,4
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	13,0	55,3	10,1	10,2	0,9	10,4
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	18,4	47,5	10,8	8,9	3,5	11,0
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	15,2	52,1	11,7	11,7	2,3	6,9
Barcelona y Madrid	16,3	49,1	8,7	13,4	2,9	9,6
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%
Andalucía	20,8	51,7	8,7	7,5	4,4	6,9
Cataluña	14,7	46,1	12,9	12,8	2,5	11,0
Madrid	16,5	58,4	8,6	9,3	2,8	4,3
C. Valenciana	21,6	44,2	13,2	9,6	1,9	9,5
Galicia	15,7	49,9	10,3	8,8	3,5	11,9
Castilla y León	9,0	39,1	16,0	9,1	3,6	23,4
Resto	13,3	53,3	9,9	12,4	1,3	9,8

No llegan a ser significativas las diferencias de opinión que se registran a propósito de los comportamientos y actitudes señaladas para el conjunto de la muestra con respecto a los que se registran en los distintos segmentos de la misma.

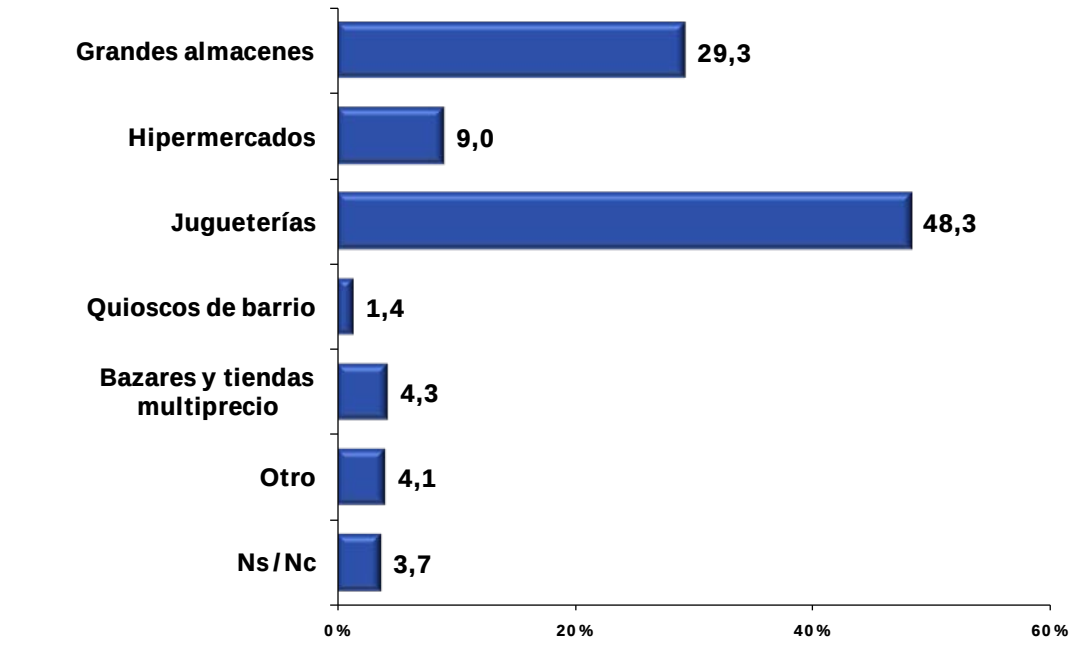
A los sumo, se puede señalar que el porcentaje de quienes declaran que si encontraran juguetes falsificados en una tienda se irían de ella sin realizar ninguna acción más es significativamente superior entre quienes tienen estudios universitarios (56,2%) que entre quienes los tienen sólo primarios (44,4%) y entre los de clase media alta o alta (56,0%) con respecto al que se registra entre los de clase media baja o baja (46,2%).

3. La compra de juguetes

Se aborda en este apartado algunos aspectos relacionados con la compra de juguetes y específicamente juguetes falsificados.

3.1. Lugar de compra de juguetes

Gráfico nº 8.- ¿Dónde suele comprar usted juguetes más frecuentemente?



Base: Total muestra (1.002 casos).

Casi la mitad de los consumidores (48,3%) declaran comprar los juguetes más frecuentemente en jugueterías, siendo ese porcentaje muy superior al de quienes manifiestan comprarlos en grandes almacenes (29,3%) e hipermercados (9,0%).

Son muy reducidos los porcentajes de quienes declaran comprarlos en otro tipo de establecimientos como bazares o tiendas multiprecio (4,3%), quioscos de barrio (1,4%) u otros tipos de establecimientos (4,1%).

Tabla nº 8.- ¿Dónde suele comprar usted juguetes más frecuentemente?

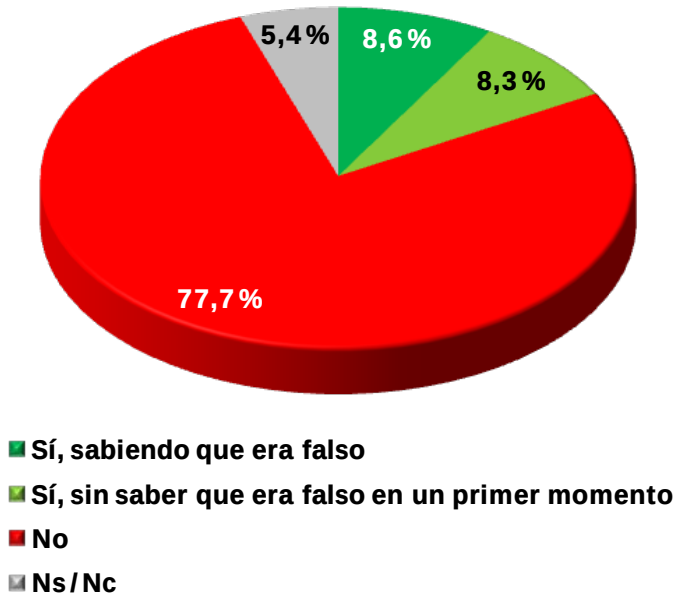
	Grandes almacenes	Hiper-mercados	Jugueterías	Quioscos de barrio	Bazares y tiendas multiprecio	Otro	Ns/Nc
TOTAL	**29,3**	**9,0**	**48,3**	**1,4**	**4,3**	**4,1**	**3,7**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%	%
Hombre	28,9	9,7	43,4	1,9	4,7	6,3	5,1
Mujer	29,6	8,3	52,9	0,9	3,8	2,1	2,3
Según edad:	%	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	32,7	11,4	37,8	0,0	6,7	6,6	4,8
De 25 a 34 años	22,8	10,5	51,3	1,2	7,0	5,9	1,3
De 35 a 44 años	27,6	8,0	53,7	1,5	2,9	4,4	1,9
De 45 a 54 años	31,0	12,6	45,8	1,2	3,3	3,4	2,7
De 55 a 64 años	38,2	9,1	41,3	2,9	4,4	2,0	2,1
65 años y más	26,6	4,5	52,7	1,4	3,1	3,5	8,1
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	23,9	9,3	50,5	2,1	5,9	2,9	5,4
Secundarios	32,9	7,1	47,9	0,8	3,6	4,5	3,2
Universitarios	31,3	10,9	46,4	1,4	3,3	4,8	2,0
Según clase social:	%	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	29,9	9,9	50,7	1,2	2,9	4,2	1,2
Media	34,3	9,3	44,7	0,6	3,7	4,3	3,0
Media baja y Baja	24,5	8,4	50,0	1,8	5,7	4,1	5,4
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	28,2	12,1	45,4	2,4	4,2	2,8	4,7
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	25,0	7,2	52,9	0,8	5,1	4,8	4,3
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	35,3	9,0	44,4	1,4	3,0	4,3	2,6
Barcelona y Madrid	30,8	9,6	47,1	1,9	4,8	3,9	1,9
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%	%
Andalucía	32,9	10,8	38,6	0,5	9,2	4,8	3,2
Cataluña	28,1	8,7	49,1	1,9	3,6	4,3	4,3
Madrid	37,3	11,5	40,4	0,7	4,4	5,0	0,7
C. Valenciana	25,5	9,4	50,9	2,9	2,8	1,9	6,6
Galicia	23,7	8,7	52,2	1,7	0,0	6,7	7,0
Castilla y León	17,6	5,3	62,6	1,8	3,7	3,6	5,4
Resto	28,5	7,4	53,0	1,3	3,0	3,7	3,0

Son pocas las diferencias de comportamiento que en este punto se registran entre los distintos segmentos de la muestra. Apenas se puede indicar de forma puntual que la proporción de quienes declaran comprar más frecuentemente los

juguetes en jugueterías es significativamente superior entre las mujeres (52,9%) que entre los hombres (43,3%) o que la proporción de quienes compran los juguetes preferentemente en bazares o tiendas multiprecio es significativamente superior en Andalucía (9,2%).

3.2. Compra de juguetes falsificados

Gráfico nº 9.- ¿Podría decirme si ha comprado alguna vez algún juguete falsificado?



Base: Total muestra (1.002 casos).

Representan casi ocho de cada diez consumidores (77,7%) los que declaran no haber comprado en ninguna ocasión un juguete falsificado, en tanto que suponen menos de uno de cada diez los que reconocen haberlo hecho a sabiendas (8,6%) y una proporción similar la de quienes indican que lo compraron sin saber que era falso en un primer momento (8,3%).

Tabla nº 9.- ¿Podría decirme si ha comprado alguna vez algún juguete falsificado?

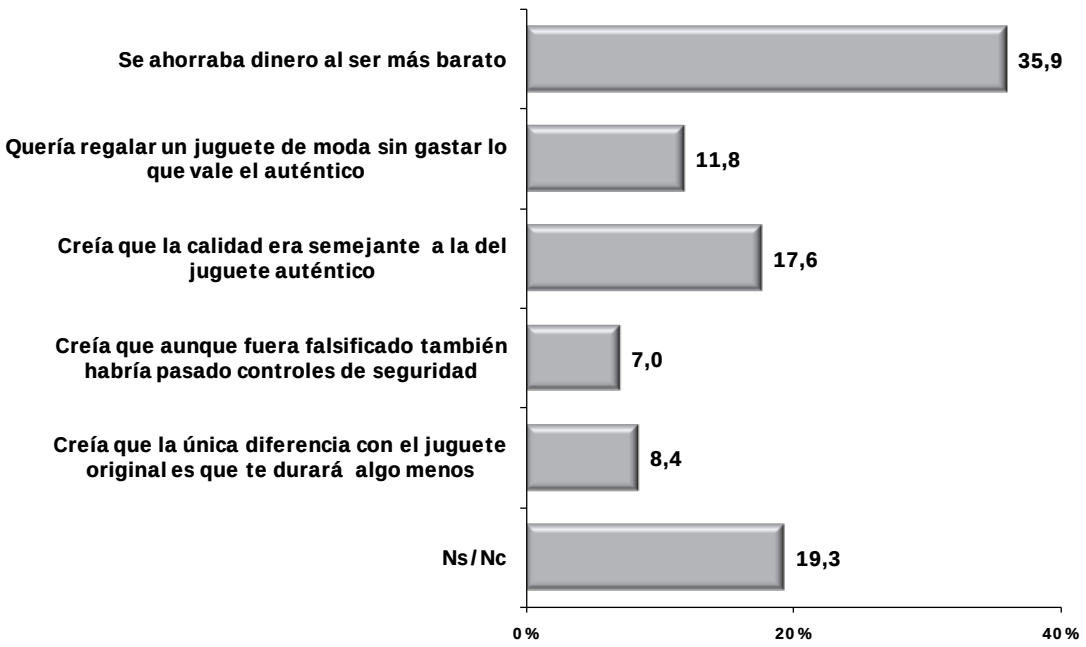
	Sí, sabiendo que era falso	Sí, sin saber que era falso en un primer momento	No	Ns/Nc
TOTAL	**8,6**	**8,3**	**77,7**	**5,4**
Según sexo:	%	%	%	%
Hombre	8,6	9,2	76,3	5,9
Mujer	8,6	7,4	79,0	5,0
Según edad:	%	%	%	%
De 16 a 24 años	19,9	6,7	68,6	4,9
De 25 a 34 años	10,3	7,1	76,6	6,0
De 35 a 44 años	10,0	10,9	73,3	5,8
De 45 a 54 años	10,3	9,9	76,5	3,3
De 55 a 64 años	2,7	10,1	78,1	9,1
65 años y más	3,0	5,0	87,4	4,5
Según nivel de estudios:	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	6,8	9,0	78,9	5,3
Secundarios	10,4	8,4	75,5	5,7
Universitarios	8,6	7,6	78,4	5,4
Según clase social:	%	%	%	%
Alta y Media alta	11,6	5,0	77,3	6,1
Media	9,4	10,2	76,2	4,2
Media baja y Baja	6,6	9,2	78,2	6,0
Según hábitat:	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	4,8	12,0	78,0	5,2
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	9,3	7,6	76,2	6,9
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	8,6	6,8	81,0	3,6
Barcelona y Madrid	13,4	7,7	73,0	5,8
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%
Andalucía	8,8	11,9	73,4	5,9
Cataluña	8,5	5,0	79,2	7,4
Madrid	9,3	12,4	74,7	3,6
C. Valenciana	8,4	7,6	79,2	4,7
Galicia	12,1	8,6	77,5	1,8
Castilla y León	7,0	9,0	75,1	8,9
Resto	7,9	6,1	80,7	5,3

El porcentaje de quienes manifiestan no haber comprado juguetes falsificados es significativamente superior entre los mayores de 65 años (87,4%) con respecto a

los demás segmentos de edades inferiores. Por su parte, sin embargo, el porcentaje de quienes declaran haber comprado juguetes falsificados sabiendo que lo eran es significativamente superior entre los consumidores más jóvenes, los que tienen de 16 a 24 años (19,9%).

3.3. Motivos de compra de juguetes falsificados

Gráfico nº 10.- Dígame si ha comprado en alguna ocasión un juguete falso y, en caso afirmativo, el motivo



Base: Han comprado juguetes falsificados (169 casos).

El motivo aducido por una mayor proporción de quienes han comprado algún juguete falsificado es el ahorro económico (35,9%), porcentaje al que se puede sumar el de los que señalan que lo compraron porque querían regalar un juguete de moda sin gastar lo que cuesta el auténtico (11,8%).

Otros motivos o argumentos que están a la base de la compra de juguetes falsificados son las creencias de que la calidad del juguete falsificado era similar a la del auténtico (17,6%), que la única diferencia con el original es que dura algo menos (8,4%) o que aunque fuera falsificado también habría pasado controles de de seguridad (7,0%).

Tabla nº 10.- Dígame si ha comprado en alguna ocasión un juguete falso y, en caso afirmativo, el motivo

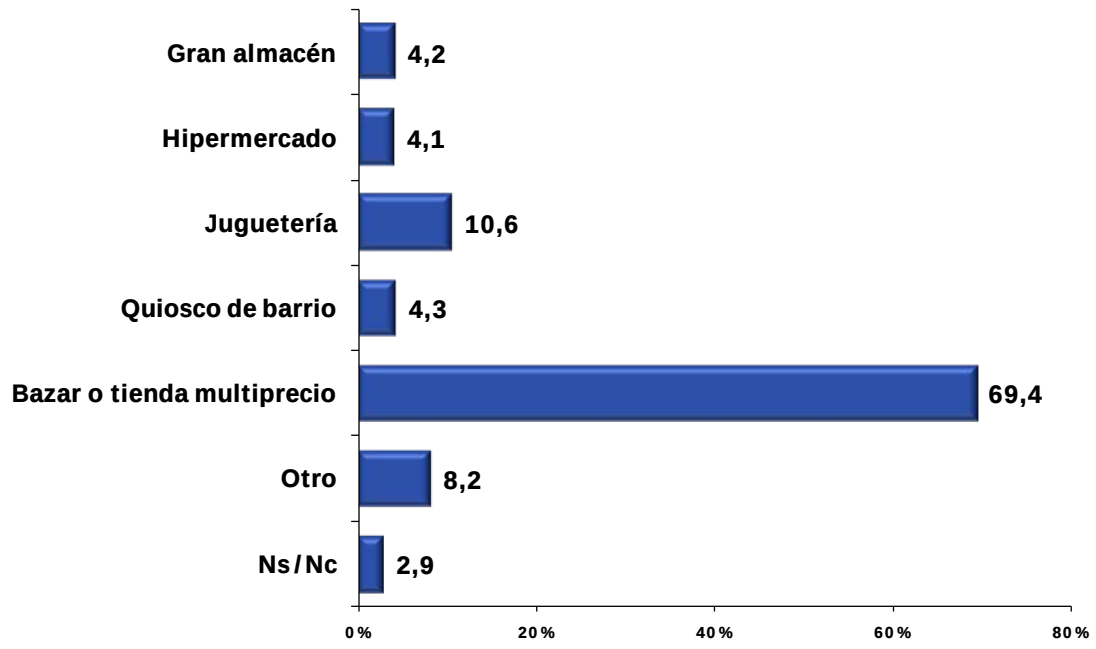
	Se ahorraba dinero al ser más barato	Quería regalar un juguete de moda sin gastar lo que vale el auténtico	Creía que la calidad era semejante a la del juguete auténtico	Creía que aunque fuera falsificado también habría pasado controles de seguridad	Creía que la única diferencia con el juguete original es que te durará algo menos	Ns/Nc
TOTAL	**35,9**	**11,8**	**17,6**	**7,0**	**8,4**	**19,3**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%
Hombre	35,6	12,8	18,2	6,8	9,4	17,2
Mujer	36,2	10,7	17,0	7,1	7,3	21,6
Según edad:	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	57,7	10,8	10,6	7,1	3,5	10,3
De 25 a 34 años	37,1	14,4	18,2	7,3	4,0	19,1
De 35 a 44 años	50,1	11,8	14,2	9,4	2,3	12,2
De 45 a 54 años	24,3	10,6	22,1	8,0	21,8	13,2
De 55 a 64 años	15,9	17,7	16,6	5,5	5,8	38,6
65 años y más	10,5	5,5	27,9	0,0	12,0	44,1
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	39,7	15,1	18,8	3,8	5,8	16,9
Secundarios	31,4	10,0	18,4	8,5	9,0	22,8
Universitarios	38,4	10,7	15,2	8,4	10,4	17,0
Según clase social:	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	37,5	5,2	19,9	14,8	7,2	15,3
Media	39,3	17,2	9,4	6,1	9,4	18,6
Media baja y Baja	31,1	10,9	25,0	3,0	8,3	21,7
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	26,1	14,1	17,1	5,7	0,0	37,0
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	43,4	12,0	11,8	5,9	9,2	17,7
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	36,5	8,7	26,5	6,5	13,3	8,6
Barcelona y Madrid	27,2	13,7	18,2	13,6	9,1	18,2
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%
Andalucía	26,3	15,7	34,5	2,7	5,3	15,5
Cataluña	40,9	4,6	18,3	13,5	4,5	18,2
Madrid	23,1	20,2	13,4	16,5	10,0	16,8
C. Valenciana	47,4	5,9	11,6	0,0	11,4	23,6
Galicia	42,0	7,9	8,3	0,0	16,6	25,2
Castilla y León	32,0	11,6	0,0	11,6	0,0	44,8
Resto	45,2	9,5	14,2	4,6	10,0	16,5

El porcentaje de quienes declaran como motivo de compra simplemente el ahorro es significativamente superior entre los que tienen de 16 a 24 años (57,7% y los que tienen de 35 a 44 años (49%) con respecto al que se registra en el colectivo de edades superiores (≤24,3%).

Puntualmente, se observa que el porcentaje quienes declaran que creían que la única diferencia con el original era que el falsificado duraba algo menos es significativamente superior entre quienes tienen entre 45 a 54 años (21,8%), que el porcentaje de quienes creen que la calidad es similar a la del juguete auténtico es significativamente superior entre los informantes de Andalucía (34,5%) y que el de quienes creían que los juguetes falsificados también pasaban controles de seguridad es significativamente superior entre los de la Comunidad de Madrid (16,5%).

3.4. Lugar de compra de juguetes falsificados

Gráfico nº 11.- ¿Dónde compró el producto falsificado?



Base: Han comprado juguetes falsificados (169 casos).

A diferencia de lo que ocurría cuando se preguntaba por el lugar de compra de los juguetes en general, cuando se pregunta por el tipo de establecimiento en que se compran los juguetes falsificados siete de cada diez compradores de este tipo de juguetes (69,7%) manifiestan haberlos adquirido en bazares o tiendas multiprecio.

Son minoritarios los porcentajes de quienes señalan como lugar de compra de los juguetes falsificados jugueterías (10,6%), quioscos de barrio (4,3%), grandes almacenes (4,2%) o hipermercados (4,1%).

Tabla nº 11.- ¿Dónde compró el producto falsificado?

	Gran almacén	Hipermercado	Juguetería	Quiosco de barrio	Bazar o tienda multiprecio	Otro	Ns/Nc
TOTAL	**4,2**	**4,1**	**10,6**	**4,3**	**69,4**	**8,2**	**2,9**
Según sexo:	%	%	%	%	%	%	%
Hombre	1,1	3,3	10,1	4,8	69,4	10,3	2,3
Mujer	7,4	4,9	11,1	3,7	69,4	6,0	3,6
Según edad:	%	%	%	%	%	%	%
De 16 a 24 años	3,6	3,7	14,2	0,0	71,6	10,5	0,0
De 25 a 34 años	3,5	3,8	0,0	7,4	74,5	11,0	3,6
De 35 a 44 años	4,9	7,0	7,0	4,8	71,1	9,8	0,0
De 45 a 54 años	2,8	0,0	7,9	5,9	80,6	2,7	2,8
De 55 a 64 años	5,8	5,5	22,0	0,0	61,8	10,7	0,0
65 años y más	5,5	5,1	23,1	5,8	38,1	5,5	16,8
Según nivel de estudios:	%	%	%	%	%	%	%
Primarios/Obligatorios	1,8	3,7	18,5	3,9	66,6	9,2	3,8
Secundarios	5,7	1,5	4,5	4,5	71,0	10,0	2,9
Universitarios	4,5	8,3	10,5	4,3	70,1	4,5	2,0
Según clase social:	%	%	%	%	%	%	%
Alta y Media alta	2,5	5,0	12,2	5,0	72,3	5,5	0,0
Media	6,4	4,6	6,3	1,5	73,7	9,2	1,5
Media baja y Baja	3,1	3,1	14,2	6,7	62,2	9,2	6,3
Según hábitat:	%	%	%	%	%	%	%
Rural (Hasta 10.000 h.)	5,9	2,9	11,1	8,4	49,0	17,1	5,6
Pequeña ciudad (Hasta 100.000 h.)	7,4	3,0	12,1	1,5	71,5	6,0	2,9
Gran ciudad (Más de 100.000 h.)	0,0	4,3	12,9	4,8	71,8	8,4	2,3
Barcelona y Madrid	0,0	9,1	0,0	4,6	90,9	0,0	0,0
Según Com. Autónoma:	%	%	%	%	%	%	%
Andalucía	2,6	5,0	15,9	2,6	66,1	10,4	5,2
Cataluña	4,5	4,6	9,0	0,0	63,6	9,2	9,2
Madrid	3,5	3,3	6,8	6,8	80,0	3,1	3,4
C. Valenciana	5,9	11,9	11,7	11,7	52,8	5,9	0,0
Galicia	0,0	0,0	0,0	0,0	91,3	8,7	0,0
Castilla y León	0,0	0,0	22,9	0,0	77,1	0,0	0,0
Resto	7,1	2,4	9,5	5,2	66,5	11,8	0,0

Es significativamente superior el porcentaje de quienes señalan como lugar de compra de los juguetes falsificados el bazar o tienda multiprecio entre los

residentes en las ciudades de Madrid y Barcelona (90,9%) con respecto al registrado en poblaciones de menor tamaño.

4. Conclusiones

- Es claramente mayoritaria la proporción de la población que desconoce el pictograma

, que indica que el juguete no es apto para niños de 0 a 3 años, o que le atribuyen un significado incorrecto.
    - Representan algo más de cuatro de cada diez consumidores (42,2%) los que directamente declaran no conocer o saber qué significa el pictograma, el 20,0% los que señalan que el significado del pictograma es que el juguete está recomendado para menores de tres años.
    - Suponen el 25,3% quienes señalan que la imagen indica que el juguete no está recomendado para menores de tres años por contener, por ejemplo, piezas pequeñas.
- La mayoría de los consumidores declaran no conocer el pictograma CE o su significado o le atribuyen un significado que no tiene.
    - Representan más de uno de cada tres consumidores los que indican que no conocen el pictograma o su significado (37,2%), el 37,0% que significa que se trata de un juguete aprobado por la Comisión Europea, el 7,9% consideran que significa que el juguete ha sido fabricado en Europa y un 3,7% atribuyen significados distintos a los considerados.
    - Sin embargo, no llegan a suponer uno de cada diez (9,8%) los consumidores que indican que el pictograma significa que el fabricante declara haber cumplido con las exigencias de la legislación europea.
- Más de la mitad de los consumidores (56,9%) manifiestan que cuando se encuentran con que el embalaje de un juguete no está en español no lo compran, en tanto que casi cuatro de cada diez sí pueden llegar a comprarlo sin que les suponga ningún problema (13,5%), sólo si al niño o niña de gusta (12,5%) y otros lo hacen aunque sea sin mucha confianza (12,5%).

- Representan algo más de la mitad de los entrevistados (53,2%%) quienes reconocen directamente no conocer las normas de seguridad que debe cumplir un juguete, frente al 46,8% que manifiestan sí conocerlas.
- Prácticamente tres de cada cuatro consumidores que dicen conocer las normas de seguridad de los juguetes (74,0%) declaran no haber comprado un juguete que no cumpliera esas normas, en tanto que un 17,5% manifiestan haberlo comprado y no haber hecho nada. Son residuales los porcentajes que suponen quienes lo compraron y tomaron algún tipo de iniciativa como quejarse (0,9%), presentar una reclamación en la tienda (1,1%) o acudir a la administración o a alguna asociación de consumidores para reclamar (0,2%).
- Casi dos de cada tres consumidores (65,4%) consideran que los juguetes falsificados no son en absoluto seguros y que con ellos se pone en riesgo a los menores, en tanto que uno de cada cuatro (25,4%) consideran que probablemente tengan alguna deficiencia y peor calidad y sólo el 2,9% opinan que son igual de seguros que cualquier otro y que suelen costar menos.
- Ante la presencia de juguetes falsificados en una tienda
    - Algo más de la mitad de los consumidores (50,6%) manifiestan que desconfían y se marchan de la tienda, pero sin decir nada o tomar ningún tipo de medida frente a esa situación.
    - Muy por debajo de esa proporción se encuentra la de quienes señalan que les da igual y siguen buscando su juguete (16,1%) y son inferiores los porcentajes de quienes muestran una disposición más activa frente a la situación planteada: los que lo ponen en conocimiento de la tienda (10,7%) y los que ponen una reclamación (10,5%).
- Casi la mitad de los consumidores (48,3%) declaran comprar los juguetes más frecuentemente en jugueterías, siendo ese porcentaje muy superior al de quienes manifiestan comprarlos en grandes almacenes (29,3%) e hipermercados (9,0%). Son muy reducidos los porcentajes de quienes declaran comprarlos en otro tipo de establecimientos como bazares o tiendas multiprecio (4,3%), quioscos de barrio (1,4%) u otros tipos de establecimientos (4,1%).

- Representan casi ocho de cada diez consumidores (77,7%) los que declaran no haber comprado en ninguna ocasión un juguete falsificado, en tanto que suponen menos de uno de cada diez los que reconocen haberlo hecho a sabiendas (8,6%) y una proporción similar la de quienes indican que lo compraron sin saber que era falso en un primer momento
- Los principales motivos de compra de juguetes falsificados son económicos. El 35,9% de los compradores señalan directamente el ahorro económico (35,9%) y el 11,8% que querían regalar un juguete de moda sin gastar lo que cuesta el auténtico.
- A diferencia de lo que ocurría cuando se preguntaba por el lugar de compra de los juguetes en general, cuando se pregunta por el tipo de establecimiento en que se compran los juguetes falsificados siete de cada diez compradores de este tipo de juguetes (69,7%) manifiestan haberlos adquirido en bazares o tiendas multiprecio.

IV. Anexo: Cuestionario

ENCUESTA SEGURIDAD JUGUETES

1. En los embalajes de los juguetes puede aparecer un símbolo que es una señal de prohibición de una circunferencia roja cruzada por una raya también roja y que en su interior lleva el dibujo de la cara de un niño y los números cero y tres con un guión entre ellos. ¿Podría decirme si ha visto alguna vez esa imagen y, en caso afirmativo, si sabe qué significa?

   a. Sí, el juguete está recomendado para menores de tres años.
   b. Sí, el juguete no está recomendado para menores de tres años por contener por ejemplo piezas pequeñas.
   c. Sí, el juguete está prohibido para niños pequeños.
   d. Sí, otros (Especificar:_____)
   e. No conozco esa imagen.
   f. Ns/Nc

2. En los embalajes de los juguetes puede aparecer un logo en el que se pueden ver en color negro una C y una E con una forma redondeada. ¿Podría decirme si ha visto alguna vez esa imagen y, en caso afirmativo, si sabe qué significa?

   a. Que el fabricante declara haber cumplido con las exigencias de la legislación europea.
   b. Que el juguete está aprobado por la Comisión Europea.
   c. Que el juguete ha sido fabricado en Europa.
   d. Sí, otros (Especificar:_____)
   e. No conozco esa imagen.
   f. Ns/Nc

3. Si observa que el embalaje de un juguete no está en español, ¿qué suele hacer?
   a. Lo compro porque no me parece un problema.
   b. Lo compro si al niño/a le gusta.

c. Lo compro, pero sin mucha confianza.
d. No lo compro.
e. Ns/Nc

4. ¿Conoce las normas de seguridad que debe cumplir un juguete?
   a. Sí
   b. No
   c. Ns/Nc

SÓLO A QUIENES EN P.4. CONTESTAN "SÍ"

5. ¿Podría decirme si ha comprado en alguna ocasión un juguete que no cumplía las normas de seguridad y, en caso afirmativo, qué ha hecho?
   a. Sí, pero no he hecho nada.
   b. Sí, he acudido a la tienda y me he quejado verbalmente.
   c. Sí, he acudido a la tienda y he puesto una reclamación.
   d. Sí, he acudido directamente a la administración o a una asociación de consumidores para reclamar.
   e. Sí, otros (Especificar:_____)
   f. No he comprado.
   g. Ns/Nc

A TODOS"

6. En cuanto a seguridad, para usted los juguetes falsificados…
   a. Son igual de seguros que cualquier otro y suelen costar menos
   b. Probablemente tengan alguna deficiencia de seguridad o peor calidad.
   c. No son en absoluto seguros y se pone en riesgo a los menores.
   d. Ns/Nc

7. ¿Cuál es su reacción si se da cuenta de que en el establecimiento en el que se encuentra hay juguetes falsificados?
   a. Me da igual y sigo buscando el juguete que quiero.
   b. Me da igual pero desconfío y me marcho de la tienda sin decir nada.
   c. Lo pongo en conocimiento de la tienda.
   d. Pongo una hoja de reclamaciones.
   e. Otra (Especificar:____)
   f. Ns/Nc

8. ¿Podría decirme si ha comprado alguna vez algún juguete falsificado?
   a. Sí, sabiendo que era falso. (pase a la pregunta 9)
   b. Sí, sin saber que era falso en un primer momento (pase a la pregunta 9)
   c. No. (pase a pregunta 10)
   d. Ns/Nc. (pase a pregunta 10)

SÓLO A QUIENES EN P.8. CONTESTAN "SÍ", CÓDIGOS 1 o 2

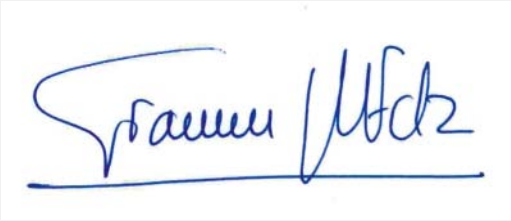
9. ¿Dónde compró el producto falsificado?
   (ENTREVISTADOR: Posible respuesta múltiple)
   a. Gran almacén.
   b. Hipermercado.
   c. Jugueteria.
   d. Quiosco de barrio.
   e. Bazar o tienda multiprecio.
   f. Otro (Especificar:____)
   g. Ns/Nc

A TODOS

10. ¿Dónde suele comprar usted juguetes más frecuentemente?
    (ENTREVISTADOR: Sólo se permite una respuesta)
    a. Grandes almacenes.
    b. Hipermercados.
    c. Jugueterías.
    d. Quioscos de barrio.
    e. Bazares y tiendas multiprecio.
    f. Otro (Especificar:____)
    g. Ns/Nc

11. Dígame si ha comprado en alguna ocasión un juguete falso y, en caso afirmativo, el motivo.
    (ENTREVISTADOR: Señale una única respuesta).
    a. Se ahorraba dinero al ser más barato.
    b. Quería regalar un juguete de moda sin gastar lo que vale el auténtico.
    c. Creía que la calidad era semejante a la del juguete auténtico.
    d. Creía que aunque fuera falsificado también habría pasado controles de seguridad.
    e. Creía que la única diferencia con el juguete original es que te durará algo menos.
    f. Ns/Nc

Documento redactado, revisado y verificado por:



Graciano Viejo Fernández

Director Técnico

SIMPLE LÓGICA
Pz. Sta. Mª Soledad Torres Acosta, 2-4º C. 28004 Madrid
Tel. 91 206 10 00 | Fax 91 206 10 01
www.simplelogica.com | inf@simplelogica.com
C.I.F.: A-85/119.295

Gestión de Calidad ISO 9001:2008
Sujeto a controles periódicos voluntarios
DEKRA Certification
DEKRA certificado

THE GLOBAL COMPACT
APOYAMOS EL PACTO MUNDIAL

Empresa adherida al código deontológico internacional **ICC/ESOMAR** para la práctica de la investigación social y de mercados.

Como empresa socialmente responsable ha suscrito e implantado en su actividad los Diez Principios del **Pacto Mundial** de las Naciones Unidas, publicando la correspondiente memoria de progreso.

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.