

Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes 2019

RESUMEN EJECUTIVO

Barómetro de la propiedad intelectual
entre los jóvenes, 2019

Encargado por la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) a Ipsos

Resumen ejecutivo: octubre de 2019

1. Resumen ejecutivo

Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes 2019

1.1 RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES

Este estudio es la continuación de la primera edición del Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes (2016). El objetivo específico de la investigación es comprender cuáles son los factores impulsores y las barreras más importantes a la hora de adquirir contenidos digitales en línea o comprar productos físicos que se ofrecen de manera legal e ilegal. El estudio de 2019 se basa en la repetición de la misma encuesta en línea que se realizó en 2016 entre jóvenes (de 15 a 24 años de edad) en los 28 Estados miembros de la UE (UE28), con el fin de poner de relieve las similitudes y las diferencias entre entonces y ahora. Este resumen ejecutivo, que acompaña al informe, resume las principales conclusiones y los resultados específicos en tres ámbitos: el contenido digital, los productos físicos y la comunicación.

El aspecto más notable del Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes de 2019 es que muchos de los resultados son muy similares a los de 2016. No obstante, también existen algunos indicios iniciales interesantes de un posible cambio en las actitudes y el comportamiento de los jóvenes europeos, y en este informe se destacan las similitudes y los cambios notables desde la primera edición. Queda por ver si estas pequeñas variaciones son indicativas o no de un cambio real en el comportamiento y en las actitudes de los jóvenes. También se han tenido en cuenta las diferencias demográficas de los jóvenes en la UE28 y las diferencias significativas entre países.

La calidad importa y el coste también es un factor principal, pero su importancia se ha reducido

A los jóvenes les importa la calidad a la hora de comprar contenidos digitales o productos físicos en línea. Además, les interesa comprar en un entorno en línea seguro. Si bien el coste/precio se sitúa como una consideración importante, este factor impulsor no tiene la misma fuerza que en 2016. Los argumentos en torno a la asequibilidad ocupan el primer lugar entre los motivos para abandonar conductas que vulneran la PI, pero en 2019 un menor número de jóvenes conviene en que este sea el motivo principal para dejar de adoptar estas conductas.

La legalidad parece tener algo más de eco entre los jóvenes

Por lo que respecta a los jóvenes y a la vulneración de la propiedad intelectual, existe una gran diferencia entre comprar productos falsificados y acceder a contenidos digitales de fuentes ilegales, como ya ocurría en 2016. Solo uno de cada cinco encuestados ha comprado productos falsificados, mientras que el doble ha accedido a contenidos digitales de fuentes ilegales. Una conclusión indicativa del Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes de 2019 es que se ha registrado **un ligero descenso (cuatro puntos porcentuales) en la proporción de jóvenes que accedieron de manera intencionada a contenidos digitales a través de fuentes ilegales** y un aumento de la proporción de jóvenes que de manera intencionada no han utilizado fuentes ilegales (11 puntos porcentuales). Este cambio **no se refleja en la propensión de los jóvenes a comprar productos falsificados**, aunque este comportamiento es mucho menos común que el acceso a contenidos digitales a través de fuentes ilegales.

En 2019, los jóvenes tienen en cuenta la legalidad de las fuentes en línea para acceder a contenidos digitales y productos físicos. El porcentaje de jóvenes que subrayan la importancia de que un artículo sea original en lugar de falso ha aumentado ligeramente, al igual que el porcentaje de los que afirman que los contenidos en línea que se ofrecen de manera legal también son importantes. Se ha producido un ligero descenso en el porcentaje de jóvenes que afirman haber comprado productos falsificados porque no les

importaba si eran auténticos o falsos y, de igual modo, en la proporción de quienes accedieron a contenidos digitales a través de fuentes ilegales porque no sabían hacerlo de otra forma o porque no veían nada malo en hacerlo.

La mayoría de los jóvenes de toda Europa afirman que realizan, al menos, una comprobación para verificar si una fuente es legal o ilegal (a la hora de comprar productos físicos o acceder a contenidos digitales). De hecho, la cifra ha aumentado ligeramente desde 2016 (en 2016, el 82 % mencionó la realización de, al menos, un control, frente al 87 % en 2019), lo que indica que los jóvenes están comprobando la legalidad de sus fuentes con una frecuencia ligeramente mayor. La comprobación más común realizada, con bastante diferencia, consiste en buscar reseñas, comentarios u opiniones en internet (58 %). La siguiente comprobación más frecuente es consultar al propietario del sitio web (31 %), preguntar a los amigos (26 %) y preguntar a padres o familiares (19 %). Algo más de la mitad de los jóvenes (55 %) afirman que son capaces de identificar fuentes ilegales de contenidos digitales. Aunque un porcentaje menor (39 %) se siente capaz de identificar fuentes ilegales de productos *físicos*, ambas cifras suponen una ligera mejora respecto a los resultados de 2016, con 4 y 3 puntos porcentuales, respectivamente.

En conjunto, estos pequeños cambios indican que puede haber una mayor disposición por parte de los jóvenes a realizar comprobaciones, que podría alentarse todavía más.

El mercado ha cambiado

La idea de los modelos de negocio basados en suscripciones para contenidos digitales parece haber ganado adeptos, con un aumento de 9 puntos porcentuales entre quienes afirman que es importante pagar una suscripción para acceder a todos los contenidos. Asimismo, los patrones de acceso de los jóvenes han cambiado significativamente desde 2016, con una caída de 17 puntos porcentuales en el número de jóvenes que afirma haber utilizado fuentes ilegales para acceder a música, y de 7 puntos porcentuales en el número de los que afirman haber utilizado fuentes ilegales para acceder a películas. Es menos probable que las razones para utilizar fuentes ilegales tengan que ver con que no sea necesario registrarse y acceder a los contenidos por artículo. En conjunto, estos resultados indican que la tendencia a recurrir a las ofertas legales de servicios de suscripción, al menos en algunos mercados, puede estar influyendo en el comportamiento en línea de los jóvenes respecto de estas ofertas legales, reduciendo posteriormente el atractivo de las ofertas ilegales.

Los jóvenes se lo piensan dos veces cuando perciben un riesgo para su seguridad personal, pero también les convencen cada vez más los argumentos morales

Los jóvenes son sensibles a los riesgos para sí mismos si deciden adoptar conductas que vulneran la PI de otros en línea. El riesgo de que se roben los datos de sus tarjetas de crédito o de que su ordenador o dispositivo sea infectado por virus o *software* malicioso son los principales motivos por los que los jóvenes se lo piensan dos veces antes de comprar contenidos digitales de fuentes ilegales o productos falsificados. Sin embargo, algunos de los argumentos de índole más «moral» son los que se han vuelto más convincentes para los jóvenes. Los jóvenes creen, cada vez más, que los productos falsificados «no son guay» y les preocupa que «los artistas o creadores y el equipo que los respalda puedan resultar perjudicados».

1.2 CONTENIDO DIGITAL

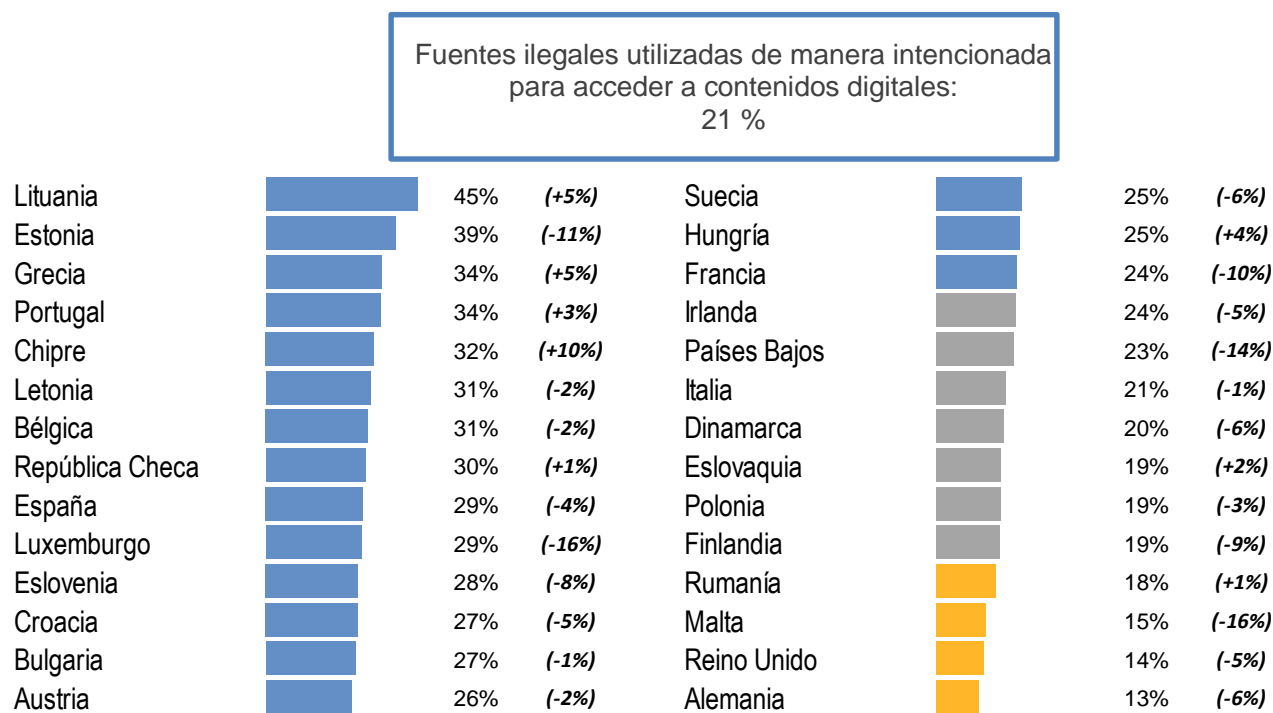
Al igual que en 2016, la música sigue siendo el contenido digital más popular al que acceden los jóvenes. De hecho, casi todos (97 %) escuchan música directamente o la descargan, y más de nueve de cada diez transmiten o descargan películas o series (94 %) y juegos (92 %). Aproximadamente, ocho de cada diez descargan contenidos educativos (82 %) y programas de televisión o deportes (79 %) o los reciben por emisión en continuo (*streaming*). Las proporciones de acceso a revistas o periódicos electrónicos y libros electrónicos siguen siendo algo inferiores, con un 59 % y un 56 %, respectivamente.

La calidad y la seguridad de la oferta en línea son más importantes que el precio para los jóvenes a la hora de elegir contenidos digitales. La importancia del precio y de la calidad ha disminuido desde 2016, mientras que la legalidad de las fuentes es ahora más importante, registrándose el aumento más notable en Finlandia. Igualmente, los jóvenes son más propensos a afirmar que poder pagar una cuota de suscripción es un factor importante.

Una tercera parte de los jóvenes ha accedido a fuentes ilegales, pero esta cifra se ha reducido en 5 puntos porcentuales desde 2016. Por tanto, se ha producido un aumento de la proporción de personas que *no* han utilizado fuentes ilegales.

Por lo que respecta al acceso a fuentes ilegales de contenidos digitales, una tercera parte de los jóvenes ha accedido a fuentes ilegales, de los cuales el 21 % lo ha hecho de manera intencionada y el 12 % de manera *no* intencionada. Este dato se sitúa por debajo del registrado en 2016. También se ha producido un incremento correspondiente en la proporción de jóvenes que afirman que *no* han accedido a fuentes ilegales, y una disminución en la proporción de los que dicen no estar seguros. En términos más generales, es poco habitual que los jóvenes recurran exclusivamente a las fuentes ilegales: el 80 % de la muestra utiliza fuentes legales para acceder a contenidos digitales. Por lo general, el grado en el que los jóvenes acceden a fuentes ilegales de contenidos digitales no ha experimentado un cambio drástico, aunque sí se han producido aumentos en algunos países (por ejemplo, en Chipre) y disminuciones en otros (por ejemplo, en los Países Bajos, Luxemburgo y Malta). Con una excepción, todos los países registran un descenso en el porcentaje de quienes no están seguros de si las fuentes son ilegales o no.

Figura 1.1: Proporción de jóvenes que accedieron de manera intencionada a contenidos digitales de fuentes ilegales, por país



(%) = evolución en comparación con 2016

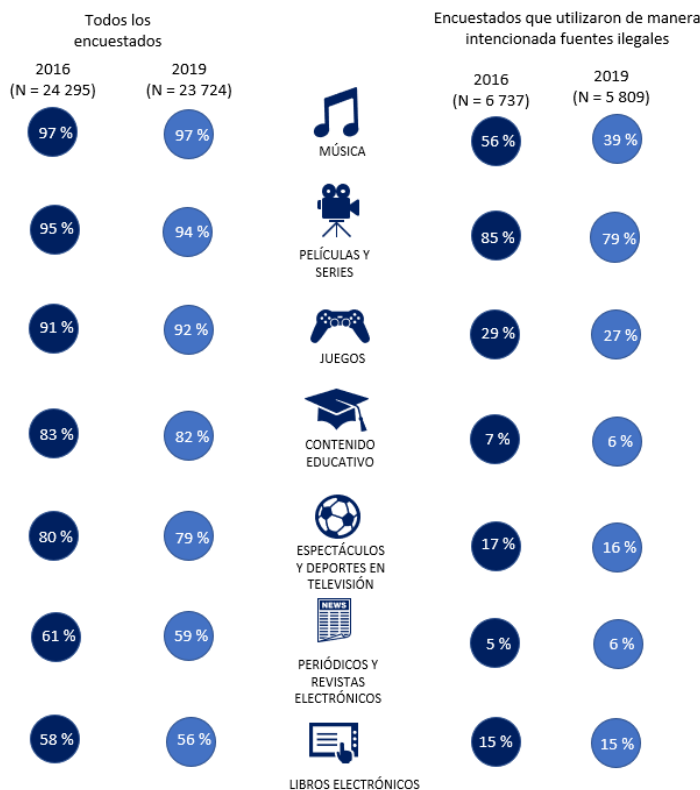
Los jóvenes que utilizan de manera intencionada fuentes ilegales para acceder a contenidos digitales lo hacen, principalmente, para acceder a películas y series. Se ha producido un descenso notable en los que utilizan fuentes ilegales para acceder a música: mientras que casi todos los jóvenes descargan o música en línea o la reciben por emisión en continuo, solo el 39 % de los que utilizan de manera intencionada fuentes ilegales lo hace para acceder a música, lo que representa un descenso de 17 puntos porcentuales desde 2016.

La principal razón por la que los jóvenes utilizan de manera intencionada las fuentes ilegales es el precio, razón alegada por más de la mitad (56 %), pero otras razones incluyen la falta de oferta legal (30 %) y la percepción de que existe una mayor variedad de contenidos disponibles de manera ilegal (26 %). El factor precio ha disminuido casi 10 puntos porcentuales desde 2016.

Casi siempre hay razones por las que los jóvenes evitan utilizar fuentes ilegales para acceder a contenidos digitales. Están relacionadas, principalmente, con tener a su disposición una oferta más asequible (55 %), seguida de un riesgo de castigo (35 %) y una mala experiencia personal (29 %).

El tipo específico de contenido ilegal al que acceden de manera intencionada los jóvenes sigue presentado una correlación limitada con los patrones de consumo digital más generales. Así, mientras que la mayoría de los encuestados consume películas o series, juegos, contenidos educativos, programas de televisión, deportes, revistas o periódicos electrónicos y libros electrónicos en formato digital, quienes acceden de manera intencionada a fuentes ilegales lo hacen, principalmente, para descargar películas y series, o recibirlas por emisión en continuo.

Figura 1.2: Uso de contenidos digitales en general, y uso intencionado de contenidos de fuentes ilegales (1)



No obstante, como reflejo de la disminución agregada del uso intencionado de fuentes digitales ilegales, las proporciones de jóvenes que acceden de manera intencionada a fuentes ilegales de música o películas y series son sensiblemente inferiores a las de 2016, en 17 y 6 puntos porcentuales, respectivamente.

1.3 PRODUCTOS FÍSICOS

Una abrumadora mayoría de los jóvenes europeos (94 %) ha comprado productos en línea en los últimos 12 meses. Este dato es prácticamente idéntico al resultado de 2016. La ropa, los accesorios y el calzado siguen siendo las categorías de productos que más compran los jóvenes en línea. Por lo que respecta a otras categorías, los jóvenes suelen comprar menos música y películas en línea que en 2016, por lo que se refiere a las versiones físicas de estos productos.

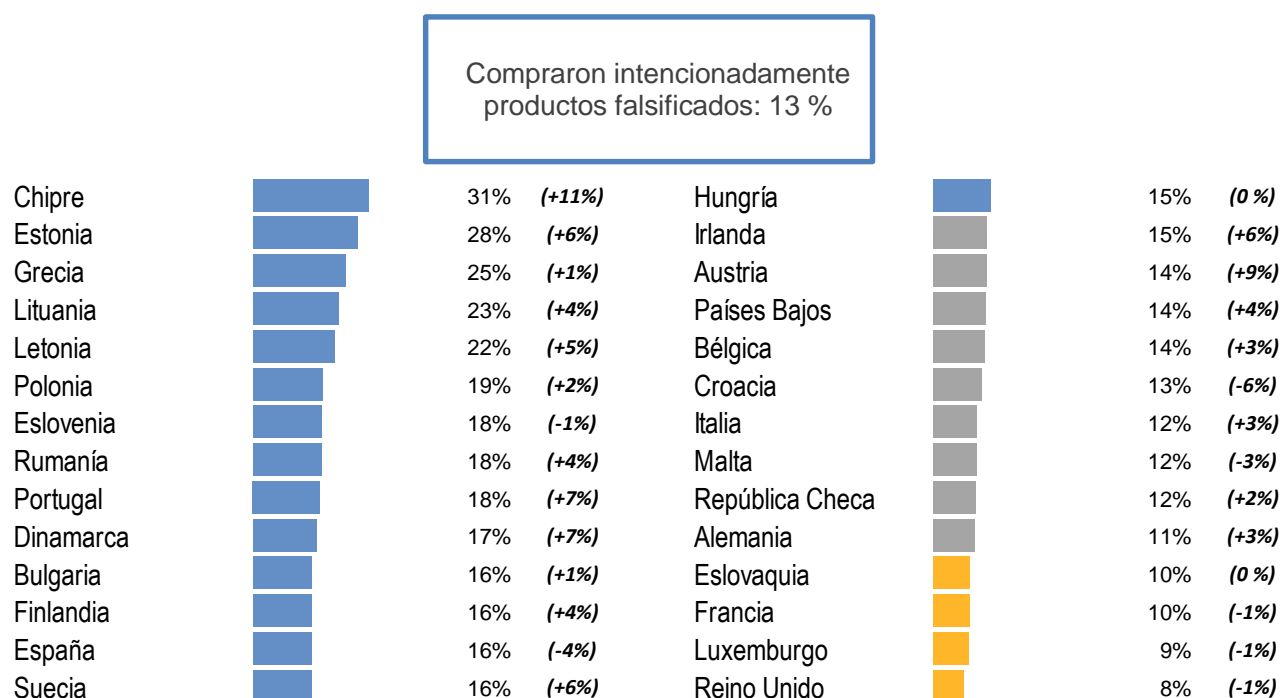
(1) Fuente: Pregunta II3.1: ¿Con qué frecuencia ha escuchado, visto, leído, utilizado, reproducido, descargado, recibido por emisión en continuo, etc. los siguientes contenidos de internet en los últimos 12 meses? (N = 23 724) y IV4: ¿Qué tipo de contenidos procedentes de una fuente legal (sitio web) utilizó, reprodujo, descargó o recibió por emisión en continuo de manera intencionada? Indique todas las respuestas que correspondan (N = 5 809).

Al igual que sucede con los contenidos digitales, los factores clave que tienen en cuenta los jóvenes a la hora de adquirir productos en línea son la calidad del producto (62 %) y la seguridad de los métodos de pago (61 %). No obstante, la importancia de otro factor, la seguridad del sitio web, ha aumentado en 7 puntos porcentuales desde 2016.

Desde 2016, se ha producido un ligero aumento de la adquisición de productos falsificados entre los jóvenes (3 puntos porcentuales), pasando del 22 % al 25 %.

Una cuarta parte de los jóvenes ha adquirido productos físicos falsificados en línea: el 13 % de manera intencionada y el 12 % de manera no intencionada. En conjunto, se ha producido un ligero aumento de 3 puntos porcentuales en la adquisición de productos falsificados desde 2016. Este aumento es más notable en países como Austria y Chipre que en otros; de hecho, Croacia ha registrado un descenso en el porcentaje de compradores de productos falsificados. En el conjunto de Europa, uno de cada diez encuestados no está seguro de si ha comprado o no productos físicos falsificados, una proporción casi idéntica a la registrada en 2016.

Figura 1.3: Proporción de jóvenes que adquirieron de manera intencionada productos falsificados, por país



(%) = evolución en comparación con 2016

Los artículos falsificados adquiridos con mayor frecuencia siguen siendo las prendas de vestir, los accesorios y el calzado. Otras categorías, incluidos los dispositivos electrónicos, entradas, libros y revistas, se compran comparativamente con menor frecuencia. Estos resultados no muestran cambios significativos con respecto a 2016.

De nuevo, el precio desempeña un papel fundamental en la adquisición intencionada de productos falsificados. Por lo demás, una minoría significativa de jóvenes no ve la diferencia entre productos reales y falsificados y no les importa si son falsificados. Si bien este rango de factores refleja el registrado en 2016, se ha producido una disminución en la proporción que apunta hacia el precio.

Menos de uno de cada diez jóvenes que han comprado productos físicos falsificados de manera intencionada afirma que nada les impediría volver a hacerlo. De nuevo, una oferta más asequible de productos originales, una mala experiencia o el riesgo de castigo evitaría que los jóvenes adquirieran productos falsificados, al igual que en 2016.

1.4 COMUNICACIÓN

Los mensajes sobre la seguridad personal y el riesgo siguen teniendo un fuerte eco entre los jóvenes, pero, al mismo tiempo, ganan peso tres argumentos contra la vulneración de los derechos de propiedad intelectual basados en valores morales, sobre todo en el sentido de que los productos falsificados no son «guay» y de que los artistas y creadores pueden resultar perjudicados.

En el Barómetro de la propiedad intelectual entre los jóvenes de 2016, surgieron dos temas principales que podrían constituir la base de cualquier comunicación destinada a concienciar a los jóvenes respecto de los derechos de propiedad intelectual y los efectos negativos de la falsificación y la piratería. Estos temas fueron la seguridad personal y el riesgo, y los valores morales.

En 2016, se determinó que el tema de la «seguridad personal y el riesgo» tenía mayor peso que los «valores morales», aunque ambos tenían eco en la mayoría de los encuestados. En 2019, las declaraciones sobre seguridad y riesgo vuelven a tener el mayor peso, pero también se ha producido un cambio notable en los resultados desde 2016; en particular, un aumento de la proporción de jóvenes que afirman que se verían influenciados por tres de las consideraciones basadas en valores morales:

- que los productos falsificados y la piratería no son «guay» (del 48 % al 56 %);
- que los artistas, creadores y los equipos que hay detrás de ellos pueden verse perjudicados (del 60 % al 66 %);
- que los productos falsificados pueden ser perjudiciales para el medio ambiente (del 58 % al 61 %).

En paralelo a estos cambios, se ha producido una *disminución* en la proporción de jóvenes que afirman verse influenciados por la consideración de que el dinero gastado en productos falsificados se destina a la delincuencia organizada. Mientras que casi tres cuartas partes de los jóvenes lo seleccionaron en 2016, la cifra de 2019 es menor en 6 puntos porcentuales, con un 66 %.