



Visor Ciudadano

No. 32

agosto 2015

- **Sistema Nacional Anticorrupción**
- **Piratería. Entendiendo el mercado “sombra” en México**



Visor Ciudadano

No. 32

Visor Ciudadano tiene como objetivo brindar una visión panorámica sobre los diversos levantamientos de opinión pública y encuestas relacionados con los temas de interés para la agenda legislativa y pública. Cabe destacar que ninguna de las encuestas reportadas en esta serie, a menos que se especifique lo contrario, fue realizada por la Dirección General de Análisis Legislativo, ni refleja la opinión del Senado, los Senadores, el Instituto Belisario Domínguez o de sus investigadores. **Visor Ciudadano** es una síntesis ordenada de los trabajos de opinión pública más reconocidos en México y otros países, mismo que reportan con rigor los resultados de estudios, así como su metodología.



Visor Ciudadano

No. 32

Síntesis Ejecutiva

Sistema Nacional Anticorrupción

- Una encuesta realizada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados señaló que nueve de cada diez consultados (93%) consideran que existe mucha o algo de corrupción en México. En tanto, 86% contestó que existe mucha o algo de impunidad y siete de cada diez dijeron que existe poca o nada de justicia (70%).
- La tercera parte de los encuestados (34%) mencionó que el gobierno ha tenido poco éxito en materia de combate a la corrupción, 27% dijo que “nada”, 24% respondió que “algo” y 9% afirmó que “mucho”.
- Más de la mitad de los entrevistados (52%) refirió que no conoce ni ha oído hablar del Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) que el Congreso aprobó recientemente.
- Siete de cada diez ciudadanos (72%) aprueban mucho o algo al nuevo Sistema Nacional Anticorrupción. En tanto, 16% lo desaprueba mucho o algo.
- La mitad de los consultados (51%) cree que el nuevo Sistema Nacional Anticorrupción disminuirá la corrupción.
- Las características del SNA que tuvieron los niveles más altos de aprobación entre la población entrevistada fueron: “Se sancionen actos de corrupción tanto de funcionarios públicos como de particulares” (79%), “La Auditoría Superior de la Federación tenga más facultades para realizar auditorías en tiempo real y fiscalizar los recursos federales” (76%) y “la creación de un Comité de Participación Ciudadana integrado por cinco ciudadanos destacados por su contribución a la transparencia, rendición de cuentas o combate a la corrupción” (75%).



Visor Ciudadano

No. 32

Síntesis Ejecutiva

- Las instancias que se perciben como las más beneficiadas por dicha reforma son: el país (63%), la población en general (62%) o el encuestado y su familia (61%). En contraste, las instituciones menos favorecidas, en opinión de la ciudadanía, son las organizaciones no gubernamentales, el gobierno estatal y las empresas privadas (51%).

Piratería. Entendiendo el mercado “sombra” en México

- El pasado 30 de junio de 2015 se presentó el reporte *Piratería. Entendiendo el mercado “sombra” en México* por el Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. y la *American Chamber of Commerce of Mexico*. En este estudio, los encuestados respondieron que, en el último año, los productos pirata que más compraron fueron: CDs de música (68%), Películas en DVD (62%), ropa y accesorios (41%), calzado (29%) y cosméticos, lociones y perfumes (25%).
- El reporte reveló que, durante los últimos 12 meses, los productos pirata consumidos en menor medida por la población mexicana fueron: libros (11%), cartuchos de tinta y cargadores (11%), cigarros (6%) y bebidas alcohólicas (5%).
- Cuatro de cada diez mexicanos (41%) afirmaron que identifican a un producto imitación o pirata por su precio; dos de cada diez (19%) lo reconocen por su presentación o empaque y 17% por su calidad, entre otras respuestas.
- En México, dos de cada tres ciudadanos (66%) manifestaron que el precio es la principal motivación para adquirir un producto pirata, seguido de la facilidad para adquirirlo (16%). Sólo 8% mencionó que el incentivo para comprar estos productos es por su parecido con el original, 6% porque no encontraron el original y 4% por su calidad.



Visor Ciudadano

No. 32

Síntesis Ejecutiva

- El lugar por excelencia para conseguir piratería son los tianguis o mercados (70%). El resto de los encuestados respondió que la adquiere con vendedores ambulantes (15%), en tiendas (8%), con amigos o conocidos (3%), en el metro (1%), por catálogo (1%) y a través de internet (1%).
- Más de la mitad de los mexicanos (53%) respondió que, en el último mes, gastó entre 1 y 100 pesos en piratería; 18% dijo que erogó de 101 a 250 pesos; 15% destinó de 251 a 500 pesos y 4% gastó entre 751 y 1000 pesos para comprar productos pirata, entre otras menciones.
- En cuanto al consumo de piratería por internet, los encuestados respondieron que, en el último año, descargaron música (56%), películas o series de TV (35%), videojuegos o programas de computación (29%) y libros digitales (21%).
- 74% de los consultados vio o escuchó algún anuncio en contra de la piratería. De éstos, 45% expresó que consumió menos piratería después de escuchar o ver el anuncio; 41% respondió que siguió consumiéndola y sólo 10% manifestó que dejó de consumir este tipo de productos.
- De acuerdo con los encuestados, algunas acciones que podrían resultar muy efectivas para combatir la piratería en México son: “que se aplique la ley” (40%); “que los gobiernos estatales, municipales y federal cooperen” (38%); “castigos más estrictos” (33%); “campañas que concienticen a la gente sobre los peligros de la piratería” (30%) y “tecnologías que ayuden a distinguir productos pirata” (29%).



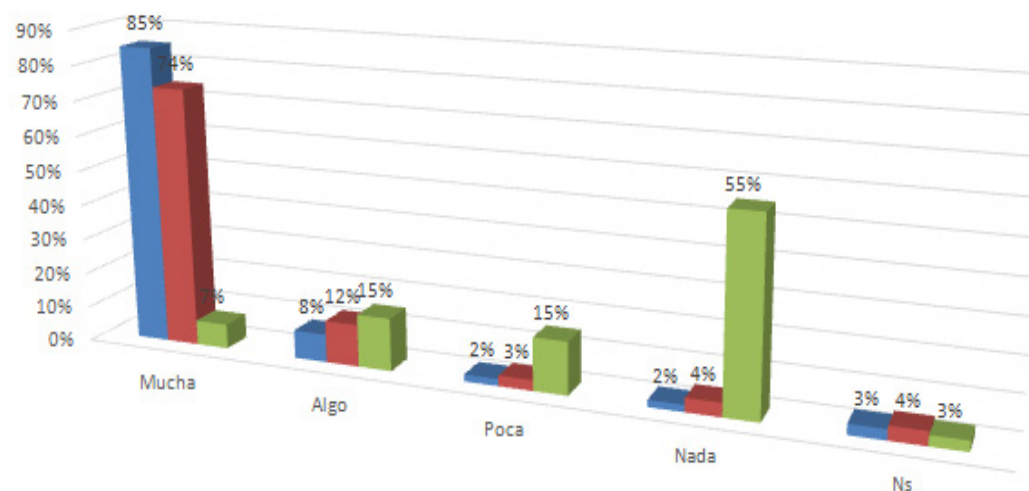
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

Una encuesta realizada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados señaló que nueve de cada diez consultados (93%) consideran que existe mucha o algo de corrupción en México. En tanto, 86% contestó que existe mucha o algo de impunidad y siete de cada diez dijeron que existe poca o nada de justicia (70%) (gráfica 1).

Gráfica 1. Percepción de los mexicanos sobre corrupción, impunidad y justicia



	Mucha	Algo	Poca	Nada	Ns
■ Corrupción	85%	8%	2%	2%	3%
■ Impunidad	74%	12%	3%	4%	4%
■ Justicia	7%	15%	15%	55%	3%

Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



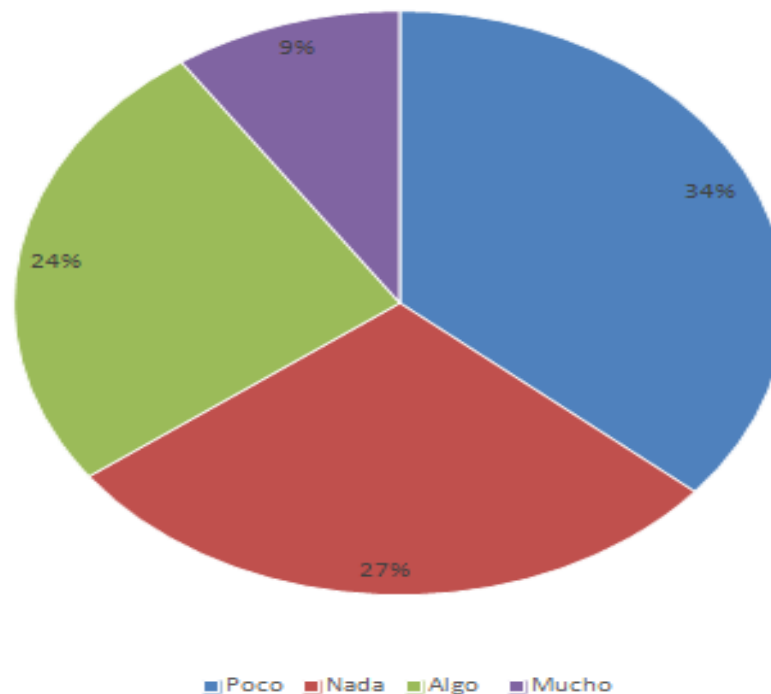
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

La tercera parte de los encuestados (34%) mencionó que el gobierno ha tenido poco éxito en materia de combate a la corrupción, 27% dijo que "nada", 24% respondió que "algo" y 9% afirmó que "mucho" (gráfica 2).

Gráfica 2. Percepción de los mexicanos sobre el éxito del gobierno en el combate a la corrupción



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



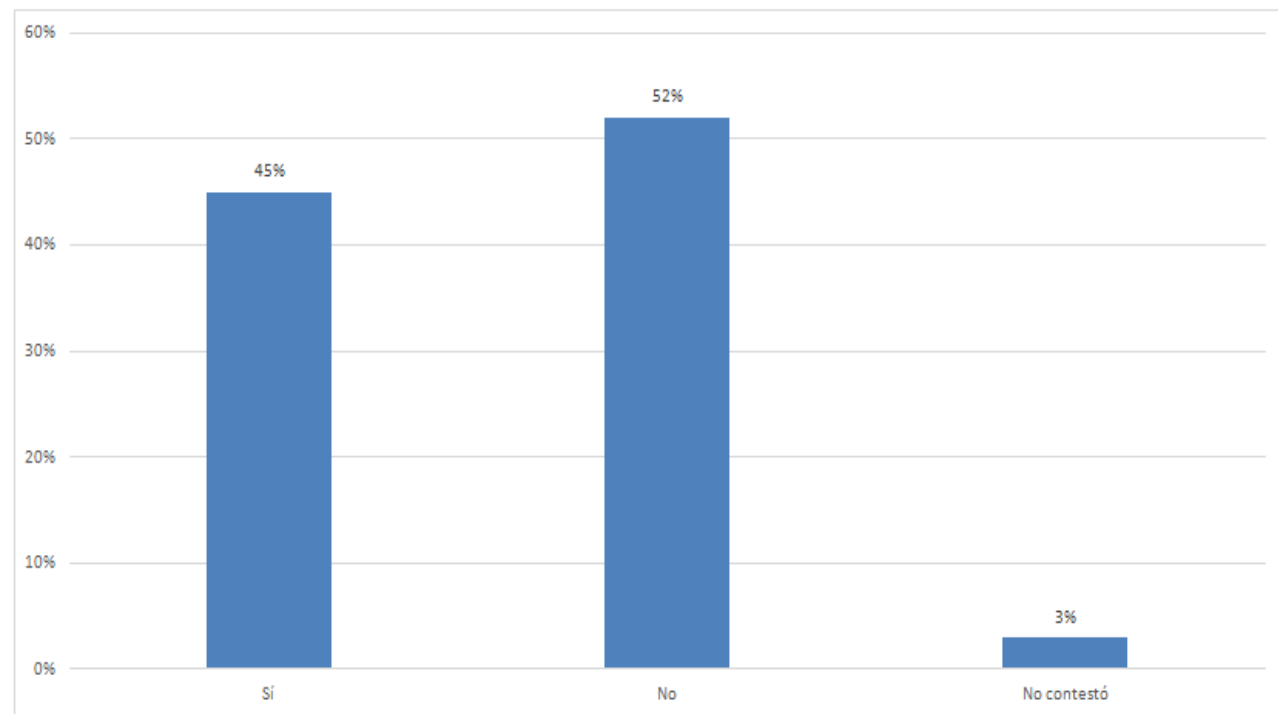
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

Más de la mitad de los entrevistados (52%) refirió que no conoce ni ha oído hablar del Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) que el Congreso aprobó recientemente (gráfica 3).

Gráfica 3. Conocimiento sobre el Sistema Nacional Anticorrupción



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



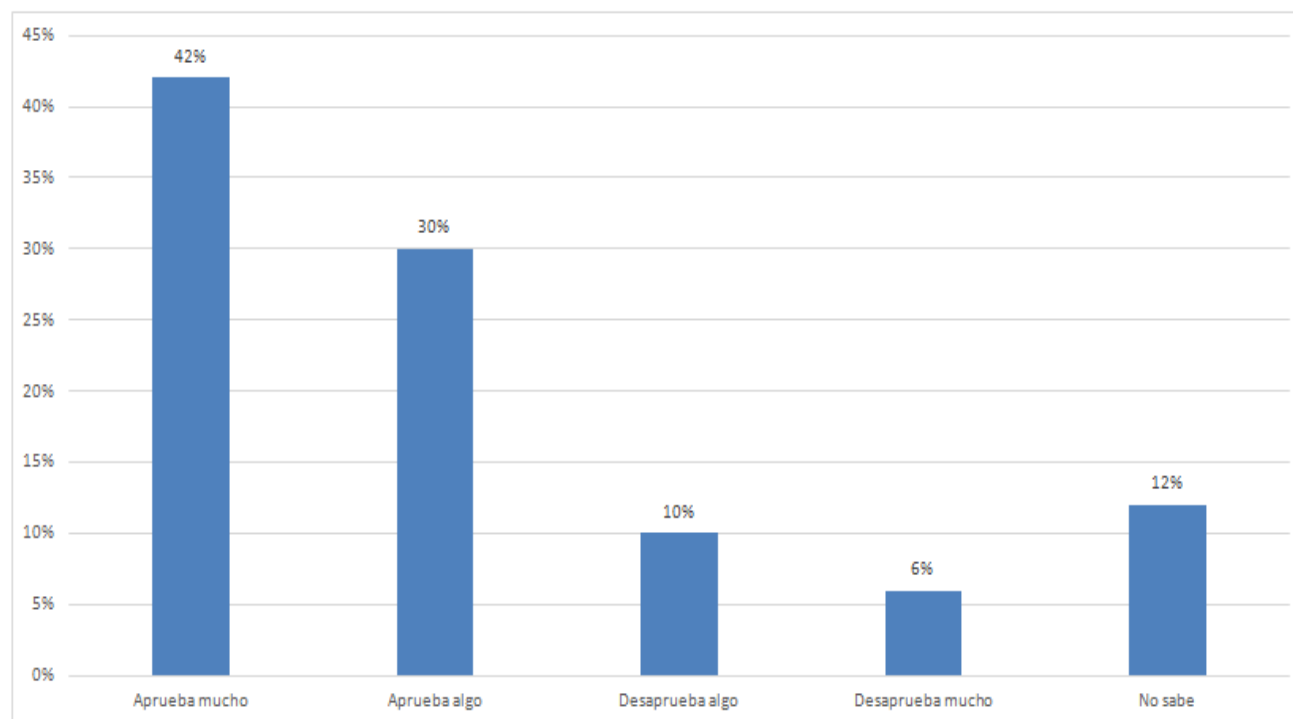
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

Siete de cada diez ciudadanos (72%) aprueban mucho o algo al nuevo Sistema Nacional Anticorrupción. En tanto, 16% lo desaprueba mucho o algo (gráfica 4).

Gráfica 4. Aprobación del Sistema Nacional Anticorrupción



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



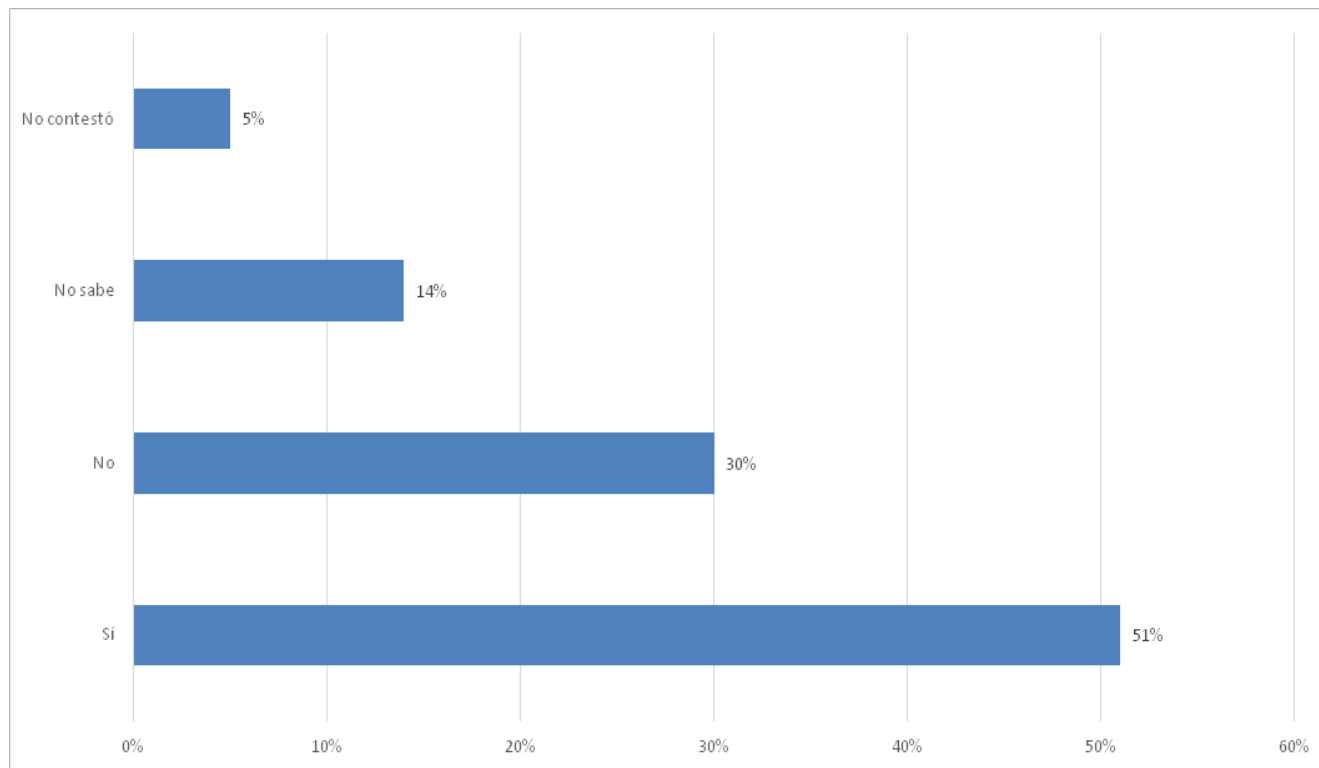
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

La mitad de los consultados (51%) cree que el nuevo Sistema Nacional Anticorrupción disminuirá la corrupción (gráfica 5).

Gráfica 5. ¿El Sistema Nacional Anticorrupción disminuirá la corrupción?



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



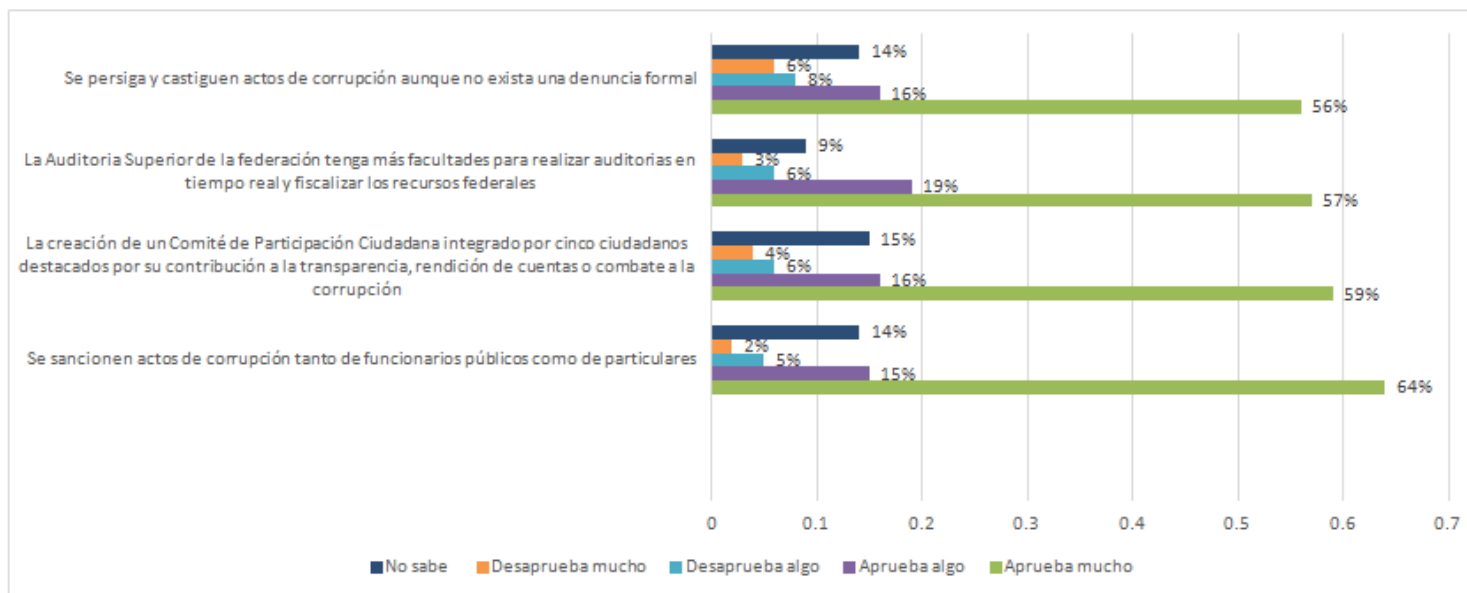
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

Las características del SNA que tuvieron los niveles más altos de aprobación entre la población entrevistada fueron: “Se sancionen actos de corrupción tanto de funcionarios públicos como de particulares” (79%), “La Auditoría Superior de la Federación tenga más facultades para realizar auditorías en tiempo real y fiscalizar los recursos federales” (76%) y “la creación de un Comité de Participación Ciudadana integrado por cinco ciudadanos destacados por su contribución a la transparencia, rendición de cuentas o combate a la corrupción” (75%) (gráfica 6).

Gráfica 6. Aprobación de las características del SNA



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



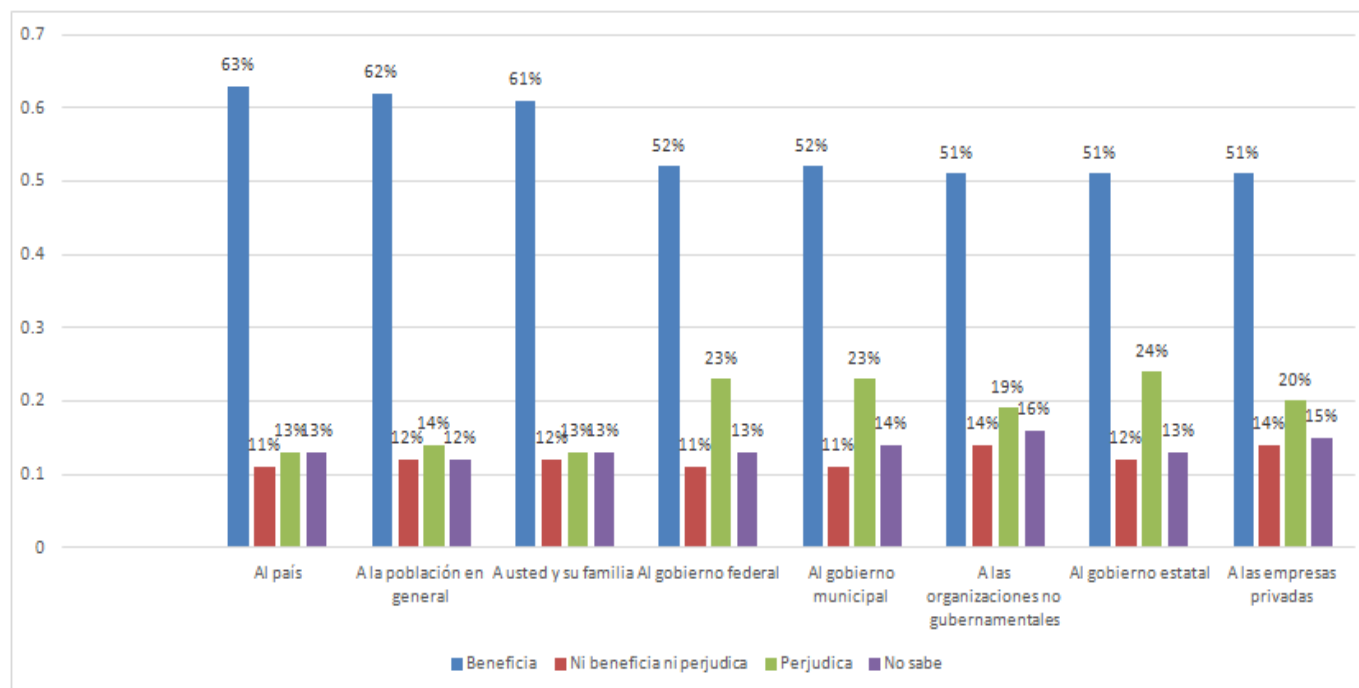
Visor Ciudadano

No. 32

Sistema Nacional Anticorrupción

Las instancias que se perciben como las más beneficiadas por dicha reforma son: el país (63%), la población en general (62%) o el encuestado y su familia (61%). En contraste, las instituciones menos favorecidas, en opinión de la ciudadanía, son las organizaciones no gubernamentales, el gobierno estatal y las empresas privadas (51%) (gráfica 7).

Gráfica 7. Instituciones más beneficiadas por el SNA



Fuente: Sondeo telefónico nacional sobre el Sistema Nacional Anticorrupción realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados. La encuesta se levantó el 13 y 14 de marzo de 2015, a mayores de 18 años. El tamaño de la muestra es de 920 casos para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%.



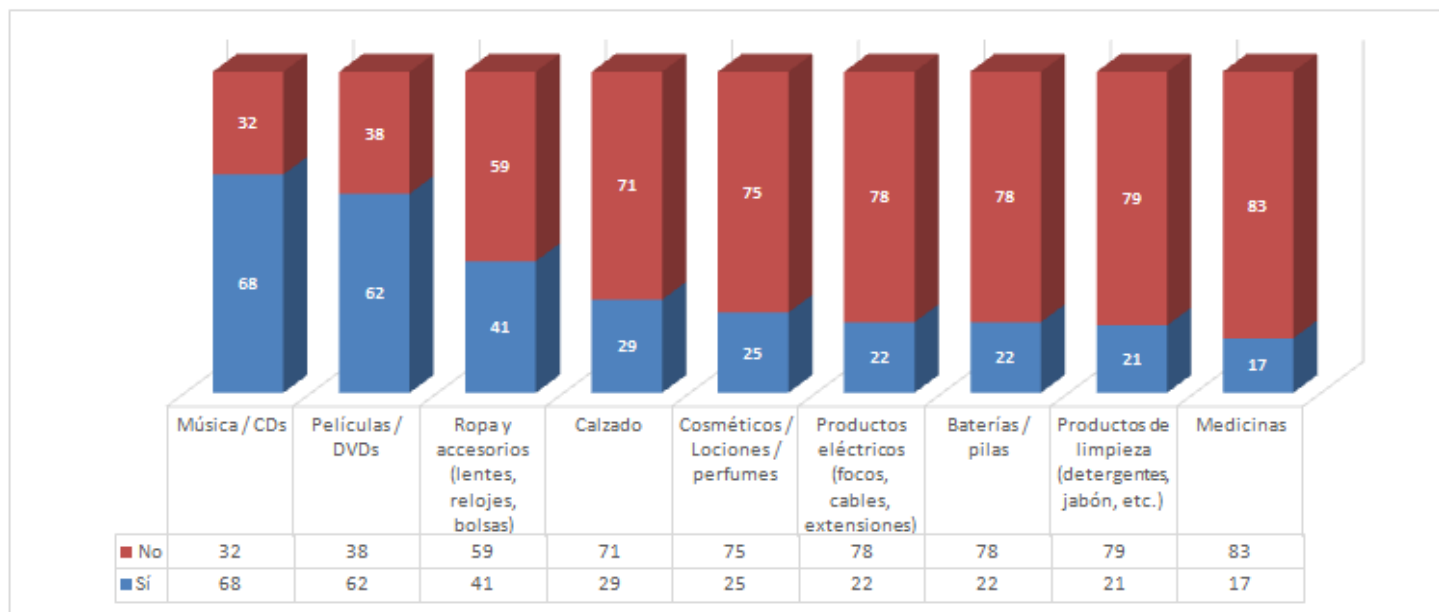
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

El pasado 30 de junio de 2015 se presentó el reporte Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México por el Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. y la *American Chamber of Commerce of Mexico*. En este estudio, los encuestados respondieron que, en el último año, los productos pirata que más compraron fueron: CDs de música (68%), Películas en DVD (62%), ropa y accesorios (41%), calzado (29%) y cosméticos, lociones y perfumes (25%) (gráfica 8).

Gráfica 8. Productos pirata más comprados en el último año (%)



Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



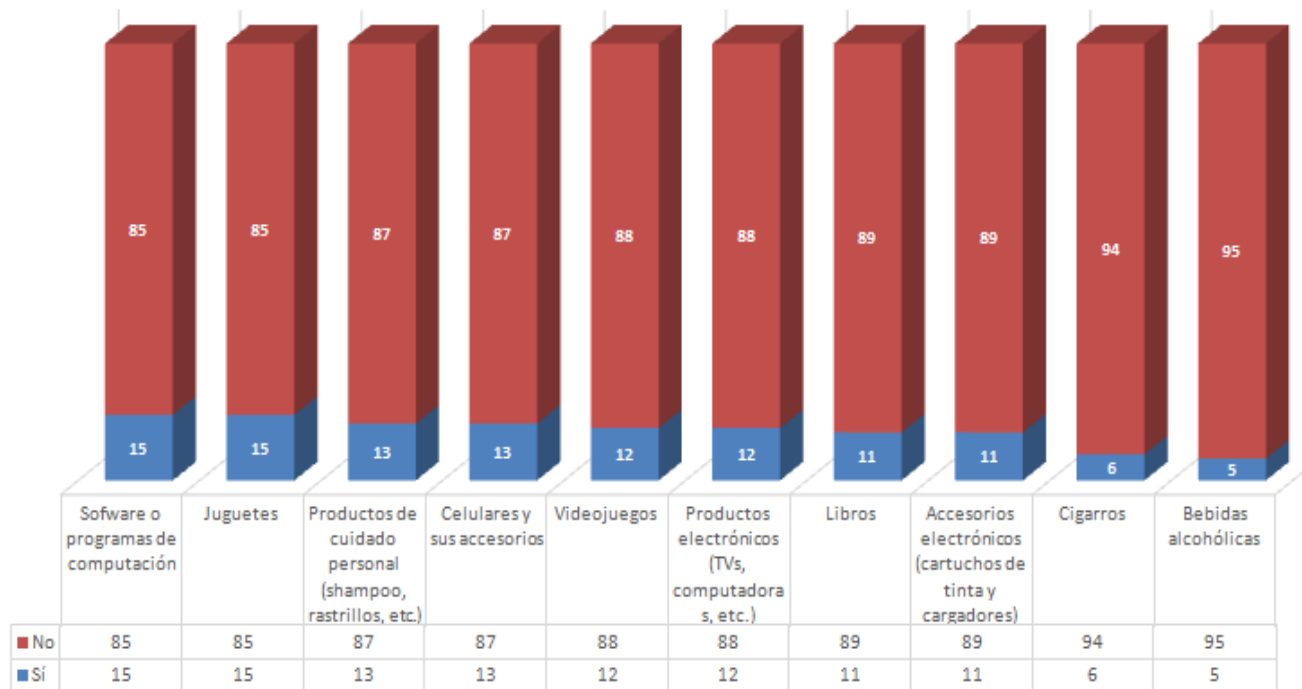
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

El reporte reveló que, durante los últimos 12 meses, los productos pirata consumidos en menor medida por la población mexicana fueron: libros (11%), cartuchos de tinta y cargadores (11%), cigarros (6%) y bebidas alcohólicas (5%) (gráfica 9).

Gráfica 9. Productos pirata menos comprados en el último año (%)



Fuente: Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



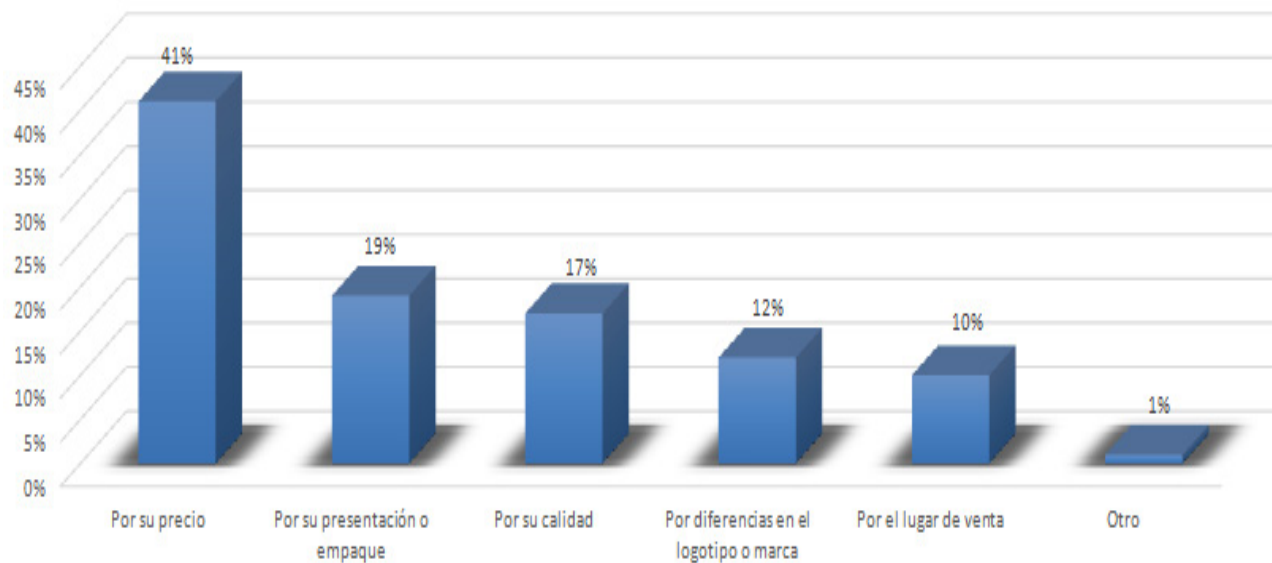
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

Cuatro de cada diez mexicanos (41%) afirmaron que identifican a un producto imitación o pirata por su precio; dos de cada diez (19%) lo reconocen por su presentación o empaque y 17% por su calidad, entre otras respuestas (gráfica 10).

Gráfica 10. Identificación de productos pirata



Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



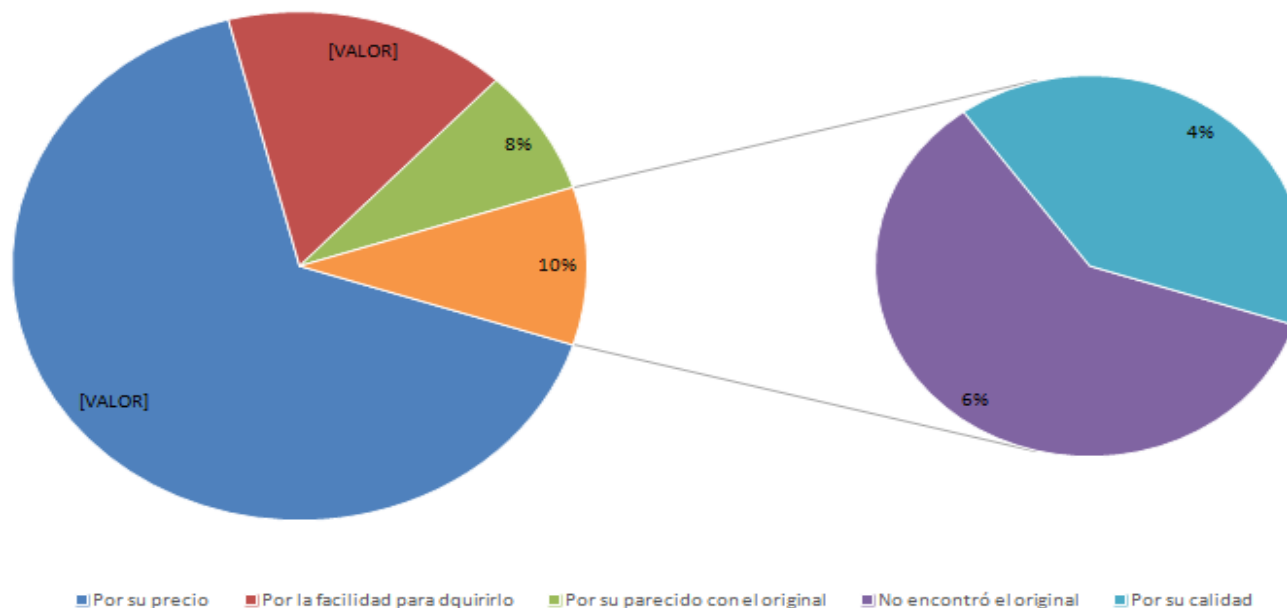
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

En México, dos de cada tres ciudadanos (66%) manifestaron que el precio es la principal motivación para adquirir un producto pirata, seguido de la facilidad para adquirirlo (16%). Sólo 8% mencionó que el incentivo para comprar estos productos es por su parecido con el original, 6% porque no encontraron el original y 4% por su calidad (gráfica 11).

Gráfica 11. Motivación para adquirir productos piratas



Fuente: Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



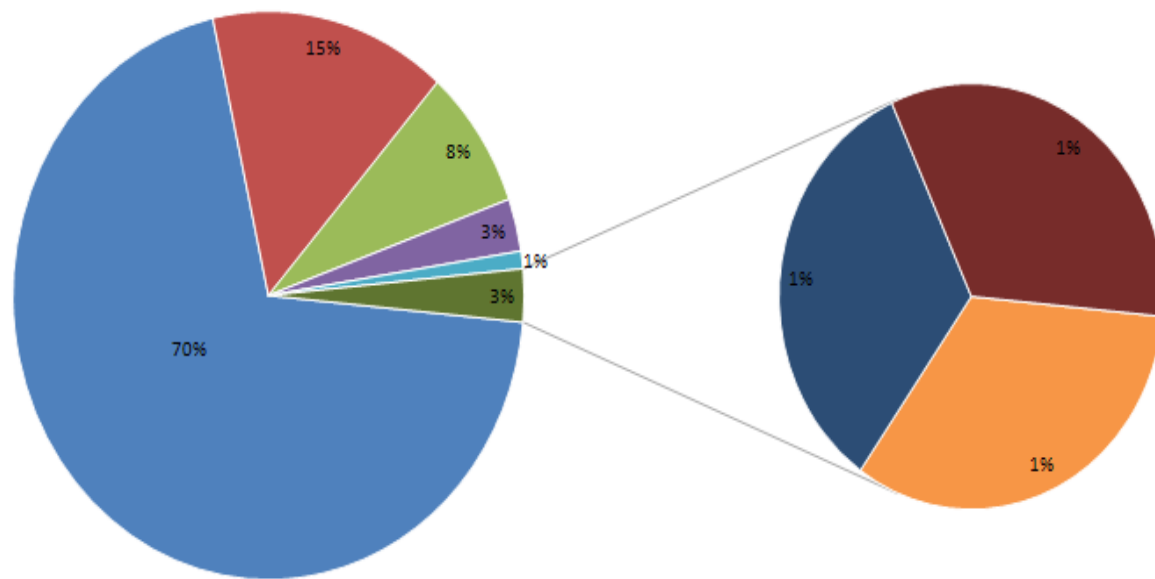
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

El lugar por excelencia para conseguir piratería son los tianguis o mercados (70%). El resto de los encuestados respondió que la adquiere con vendedores ambulantes (15%), en tiendas (8%), con amigos o conocidos (3%), en el metro (1%), por catálogo (1%) y a través de internet (1%) (gráfica 12).

Gráfica 12. Lugares para adquirir piratería



■ Tianguis o mercado ■ Vendedor ambulante ■ Tiendas (departamentales, de conveniencia, etc.) ■ Con un amigo o conocido ■ Metro ■ Catálogo ■ Internet ■ Otro

Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



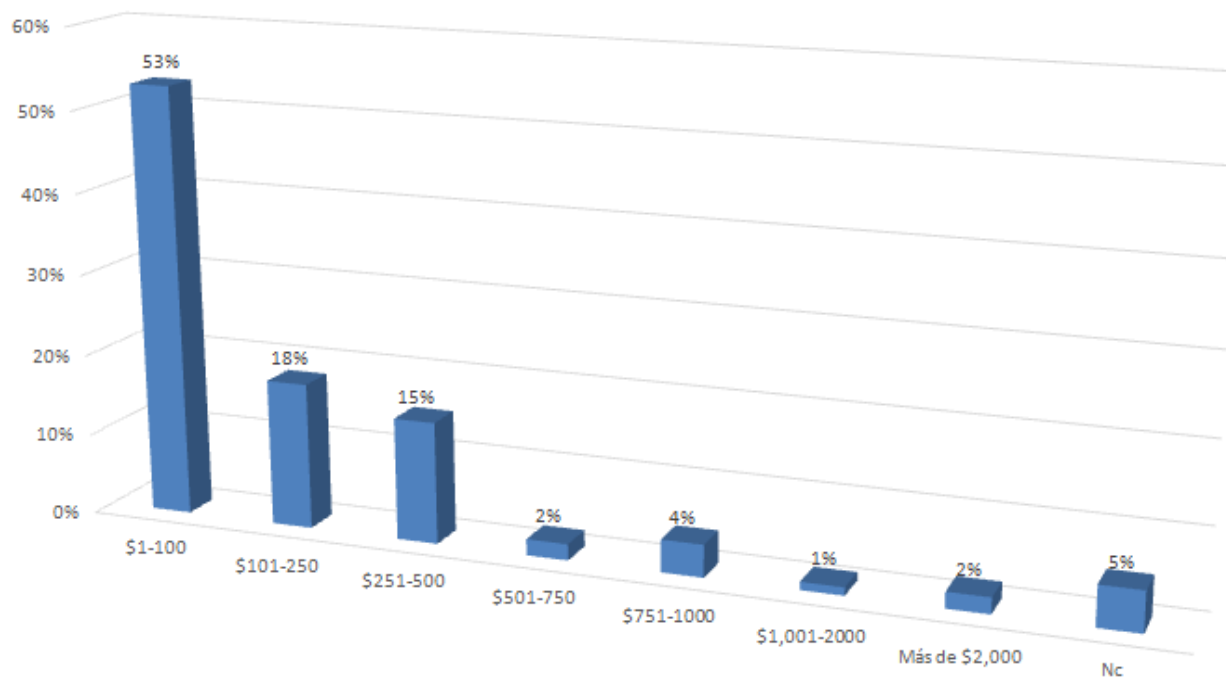
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

Más de la mitad de los mexicanos (53%) respondió que, en el último mes, gastó entre 1 y 100 pesos en piratería; 18% dijo que erogó de 101 a 250 pesos; 15% destinó de 251 a 500 pesos y 4% gastó entre 751 y 1000 pesos para comprar productos pirata, entre otras menciones (gráfica 13).

Gráfica 13. Gasto mensual en piratería (en pesos)



Fuente: Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



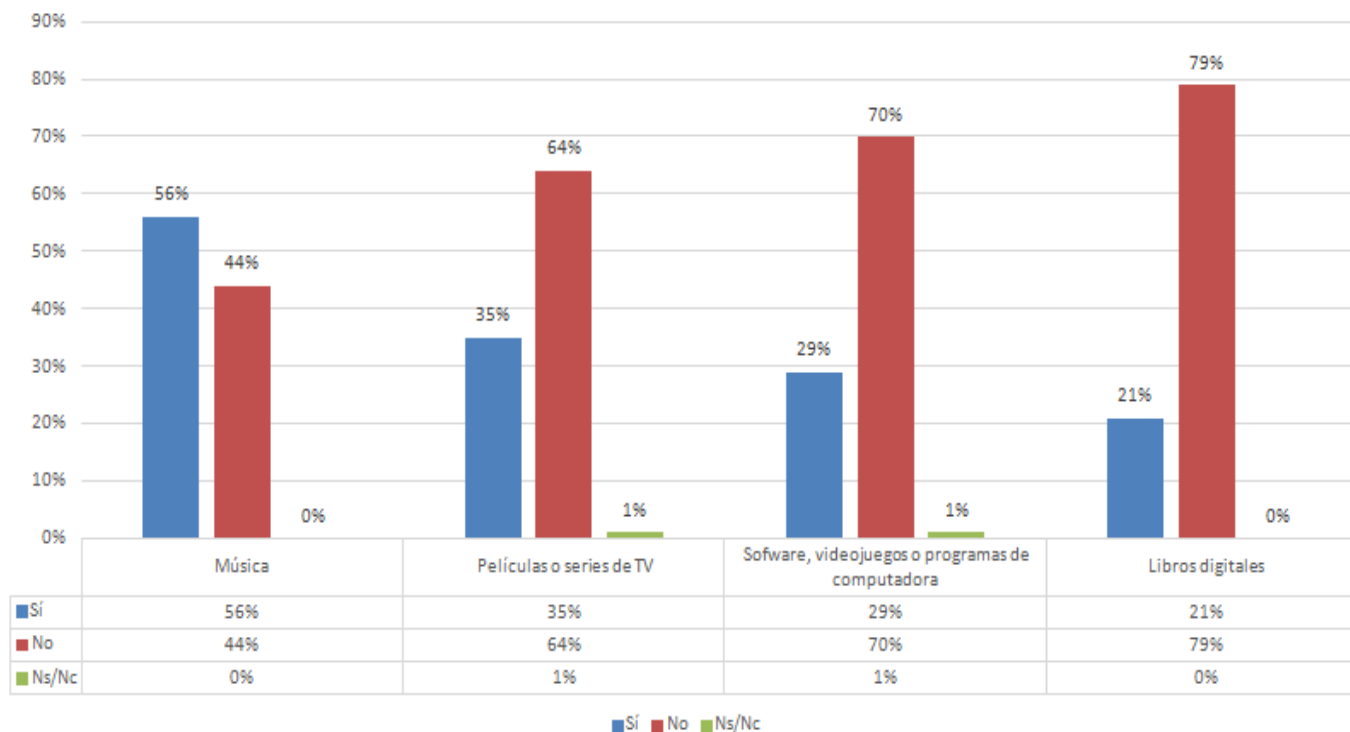
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

En cuanto al consumo de piratería por internet, los encuestados respondieron que, en el último año, descargaron música (56%), películas o series de TV (35%), videojuegos o programas de computación (29%) y libros digitales (21%) (gráfica 14).

Gráfica 14. Tipo de piratería más descargada por internet



Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



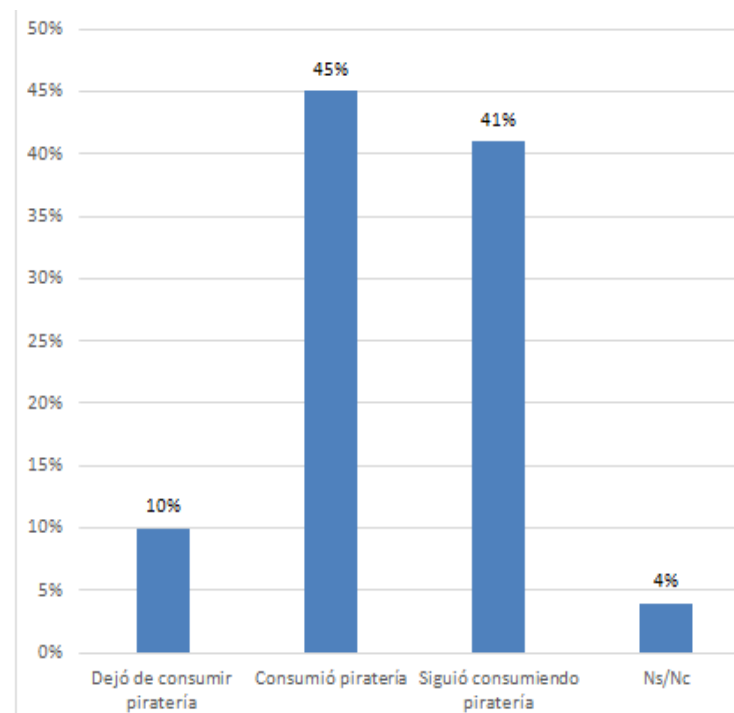
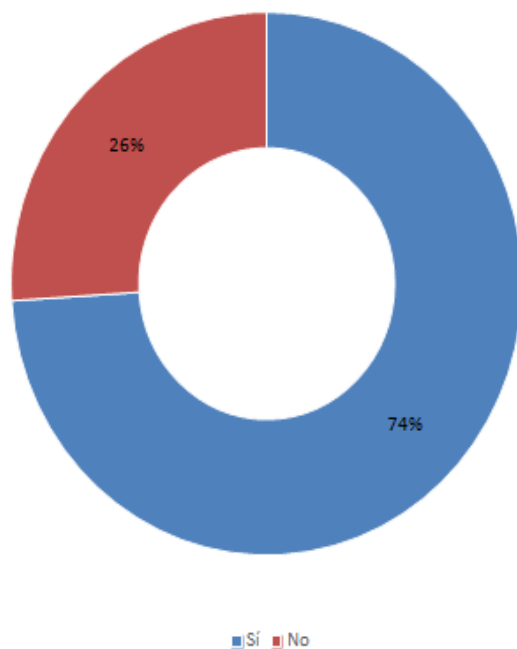
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

74% de los consultados vio o escuchó algún anuncio en contra de la piratería. De éstos, 45% expresó que consumió menos piratería después de escuchar o ver el anuncio; 41% respondió que siguió consumiéndola y sólo 10% manifestó que dejó de consumir este tipo de productos (gráfica 15).

Gráfica 15. Personas que han visto o escuchado anuncios en contra de la piratería y sus efectos



Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



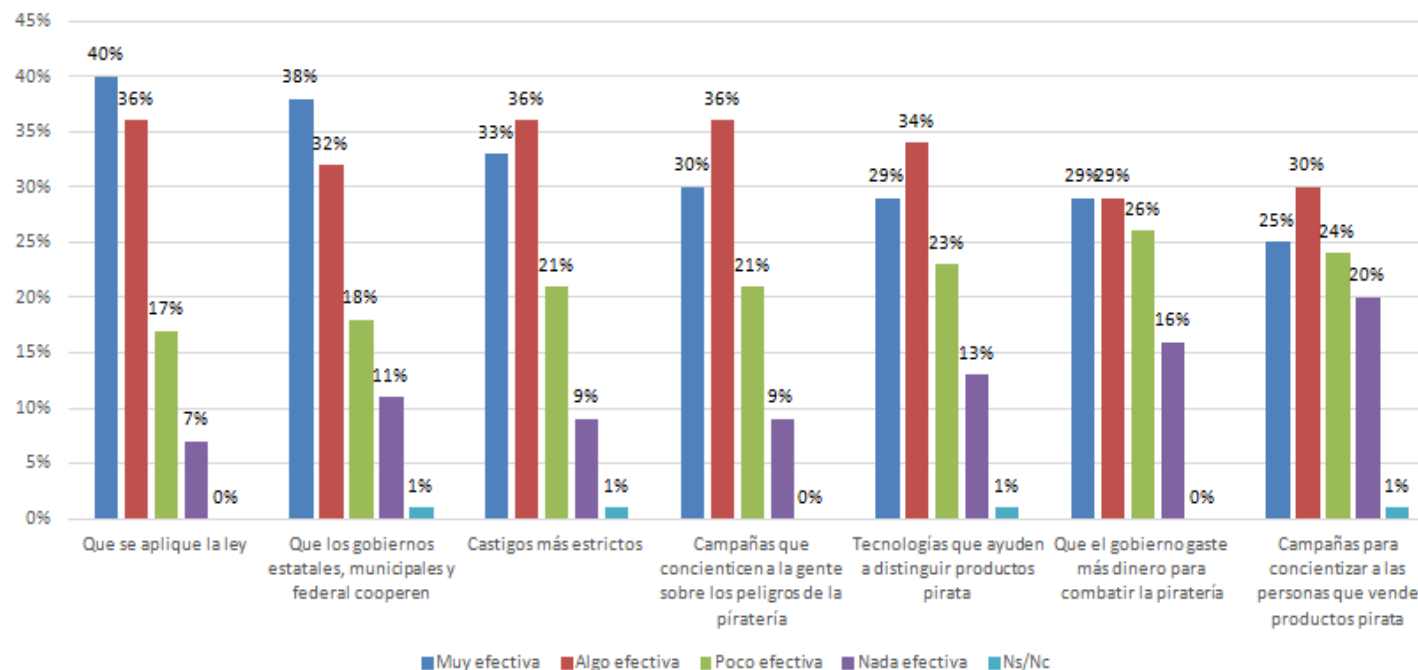
Visor Ciudadano

No. 32

Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México

De acuerdo con los encuestados, algunas acciones que podrían resultar muy efectivas para combatir la piratería en México son: "que se aplique la ley" (40%); "que los gobiernos estatales, municipales y federal cooperen" (38%); "castigos más estrictos" (33%); "campañas que concienticen a la gente sobre los peligros de la piratería" (30%) y "tecnologías que ayuden a distinguir productos pirata" (29%) (gráfica 16).

Gráfica 16. Acciones que podrían ser muy efectivas para combatir la piratería



Fuente: *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México*, Cidac y Amcham. Fue presentado el 30 de junio de 2015 y se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año.



Visor Ciudadano

No. 32

Encuestas analizadas y metodología

- La encuesta *Sistema Nacional Anticorrupción* fue elaborada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados el 13 y 14 de marzo de 2015, a través de un sondeo telefónico nacional a mayores de 18 años y cuenta con una muestra de 920 casos a escala nacional para obtener un margen de error de +/-3.2% y un nivel de confianza de 95%. Disponible en: <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Opinion-Publica/Encuestas/Encuesta-telefonica-nacional-de-opinion-publica-Sistema-Nacional-Anticorrupcion> (Consulta: 7 de julio de 2015).

- El reporte *Piratería. Entendiendo el mercado "sombra" en México* fue presentado por el Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. (Cidac) y la *American Chamber of Commerce of Mexico* (Amcham) el 30 de junio de 2015. Se realizaron 1500 entrevistas en viviendas a hombres y mujeres de 15 años o más que indicaron haber consumido algún producto imitación o pirata en el último año. Disponible en: <http://www.amcham.org.mx/CWT/External/WCPages/WCWebContent/WebContentPage.aspx?ContentID=18273> (Consulta: 7 de julio de 2015).

Visor Ciudadano

No. 32

agosto 2015



Instituto Belisario Domínguez

Presidente Sen. Fernando Herrera Ávila

Secretario Sen. Daniel Gabriel Ávila Ruíz

Secretario Sen. Roberto Armando Albores Gleason

Secretario Sen. Ángel Benjamín Robles Montoya

Directora General de Análisis Legislativo Dra. María de los Ángeles Mascott Sánchez

Contacto

Tel. (55) 5722-4800 Exts 2050 y 4831

Correo electrónico: amascott.ibd@senado.gob.mx

Donceles No. 14, Centro Histórico, C.P. 06020,
Del. Cuauhtémoc, México D.F.



www.senado.gob.mx/ibd/